

Tendencias del Mercado Sueco



Inteligencia
Turística

Tendencias mercado sueco



Forma de viajar

Se detecta mayor énfasis en la motivación de viajar, preferencia a viajar dentro de Suecia, productos turísticos vinculados a las experiencias en la naturaleza, o actividades deportivas al aire libre, y ha aumentado la preferencia por viajes en paquetes organizados



Mensajes prioritarios

1. Destino conocido
2. Destino Familiar
3. Seguridad



Flujos turísticos

Hacia España: Creciente

Hacia Costa del Sol: Creciente



Principales ciudades emisoras próximos tres años

Estocolmo, Gotemburgo y Malmö

Tendencias mercado sueco



Estimación de porcentaje de reservas de alojamiento

- On line 85%
- Oficinas TTOO/AAVV 15%



Principales turoperadores

1. Ving
2. TUI
3. Apollo y Solresor

Estrategias a desarrollar para el segmento de lujo (Alianza con Virtuoso, Traveller Made, ...)

No ve el lujo como importante nicho en este mercado. No obstante, existen operadores con una fuerte especialización, hasta el punto de vender de manera exclusiva un tipo de producto concreto, en el caso del Turismo exclusivo es Select Collection, Lime Travel y Travel Beyond



Posicionamiento/Imagen de la marca Costa del Sol

España

1. Destino vacacional

Costa del Sol

1. Sol y Playa



Tendencias mercado sueco



Segmentos turísticos de interés

- Escapada Urbana
- Naturaleza
- Gastronomía
- Sol y Playa plus
- Cultural Plus

Estrategias a desarrollar

1. Mejorar la masificación en determinados meses y espacios
2. Apuesta por productos y destinos donde primen la calidad

Acciones de marketing turístico

1. Acciones de apoyo a las AAVV y TTOO suecas
2. Fam Trips
3. Press Trips con medios especializados en viajes

Tendencias mercado sueco



Posibles acciones a desarrollar en el Plan de Acción de 2022

- Acciones directas en el mercado de origen para consumidor final
- Workshop con Agencias de Viaje en origen

Principales cifras mercado **sueco**

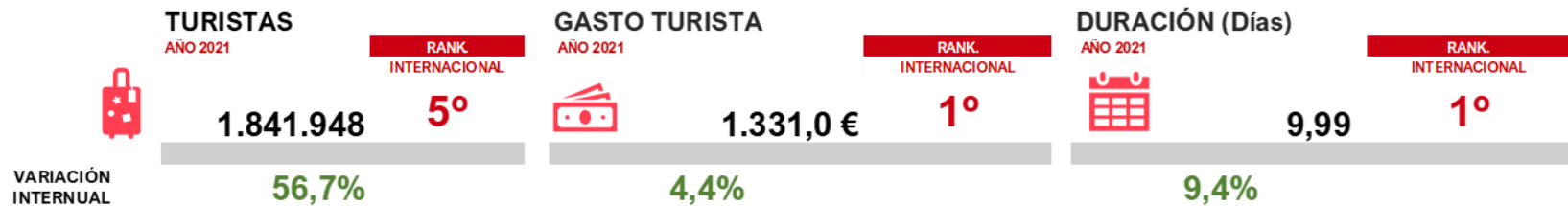


PRINCIPALES CIFRAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

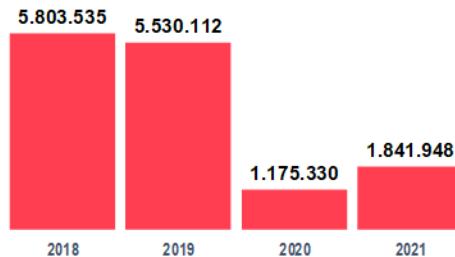
FRONTUR Y EGATUR FACILITA DATOS DE PAÍSES NÓRDICOS AGRUPADOS Y NO DE PAÍSES (DINAMARCA, NORUEGA, FINLANDIA Y SUECIA)

PAÍSES NÓRDICOS

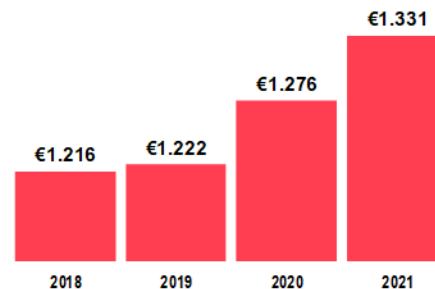
VOLUMEN DE TURISTAS, GASTO Y ESTANCIA MEDIA



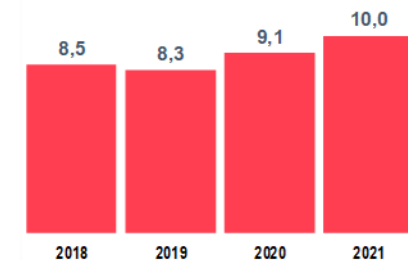
TURISTAS



GASTO TURISTA



DURACIÓN (Días)



Principales cifras mercado **sueco**



INDICADORES TURÍSTICOS EN **HOTELES Y APARTAMENTOS EN ESPAÑA**

CIFRAS **AEROPUERTO**

SUECIA

VIAJEROS

2021. Enero-Diciembre



433.859

RANK.
MERCADOS

13°

PERNOCTACIONES

2021. Enero-Diciembre



2.098.160

RANK.
MERCADOS

14°

LLEGADAS AL AEROPUERTO

AÑO 2021



693.430

RANK.
MERCADOS

12°

VARIACIÓN
INTERANUAL

51,8%

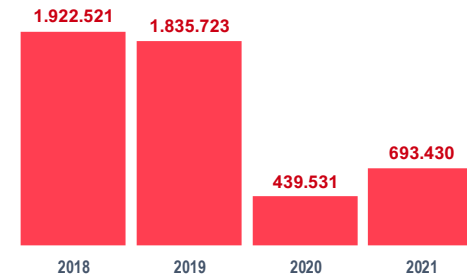
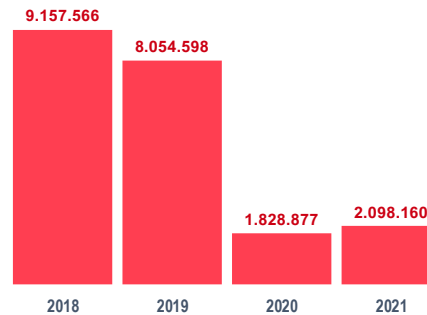
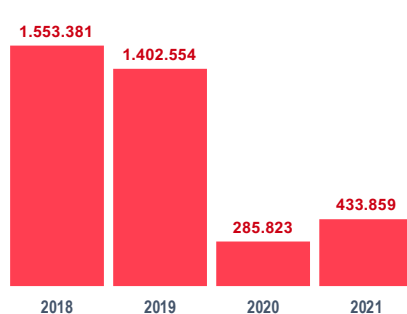
14,7%

57,8%

VIAJEROS

PERNOCTACIONES

LLEGADAS AL AEROPUERTO

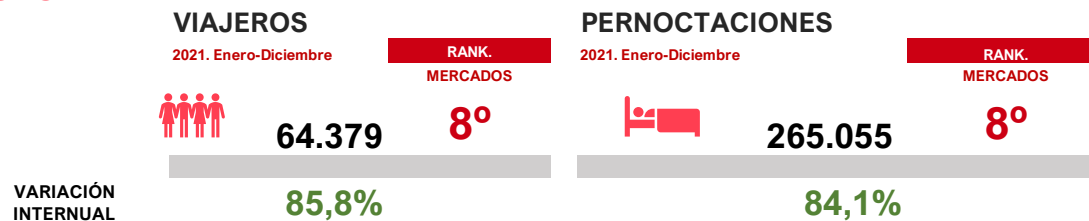


Principales cifras mercado **sueco**

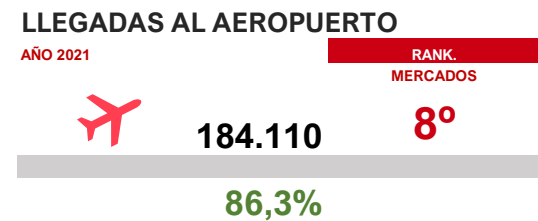


PRINCIPALES CIFRAS TURÍSTICAS EN MÁLAGA

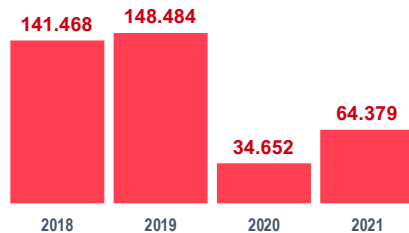
INDICADORES TURÍSTICOS EN **HOTELES Y APARTAMENTOS** **SUECIA**



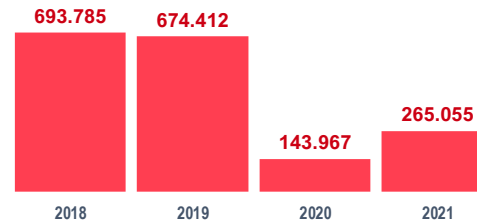
CIFRAS **AEROPUERTO AGP**



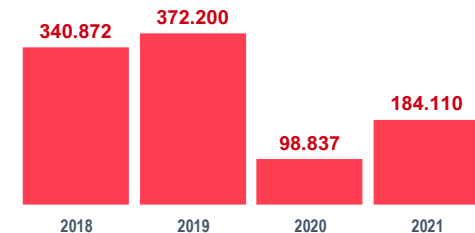
VIAJEROS



PERNOCTACIONES



LLEGADAS AL AEROPUERTO



COMPETITIVIDAD DE **PROVINCIA DE MÁLAGA**

LOS VIAJEROS PROCEDENTES DE
SUECIA
ALOJADOS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA REPRESENTAN

71,2% DE ANDALUCÍA

14,8% DE ESPAÑA

LAS PERNOCTACIONES DE LOS VIAJEROS DE
SUECIA
ALOJADOS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA SUPONEN

73,0% DE ANDALUCÍA

12,6% DE ESPAÑA

LAS LLEGADAS AL AEROPUERTO MÁLAGA
COSTA DEL SOL PROCEDENTES DE
SUECIA SUPONEN

99,8% DE ANDALUCÍA

26,6% DE ESPAÑA