

lanzarote

LA ISLA DIFERENTE

Rueda de Prensa Balance World Travel Market 2015

11 de noviembre de 2015

TurismoLanzarote



INDICE PRESENTACIÓN

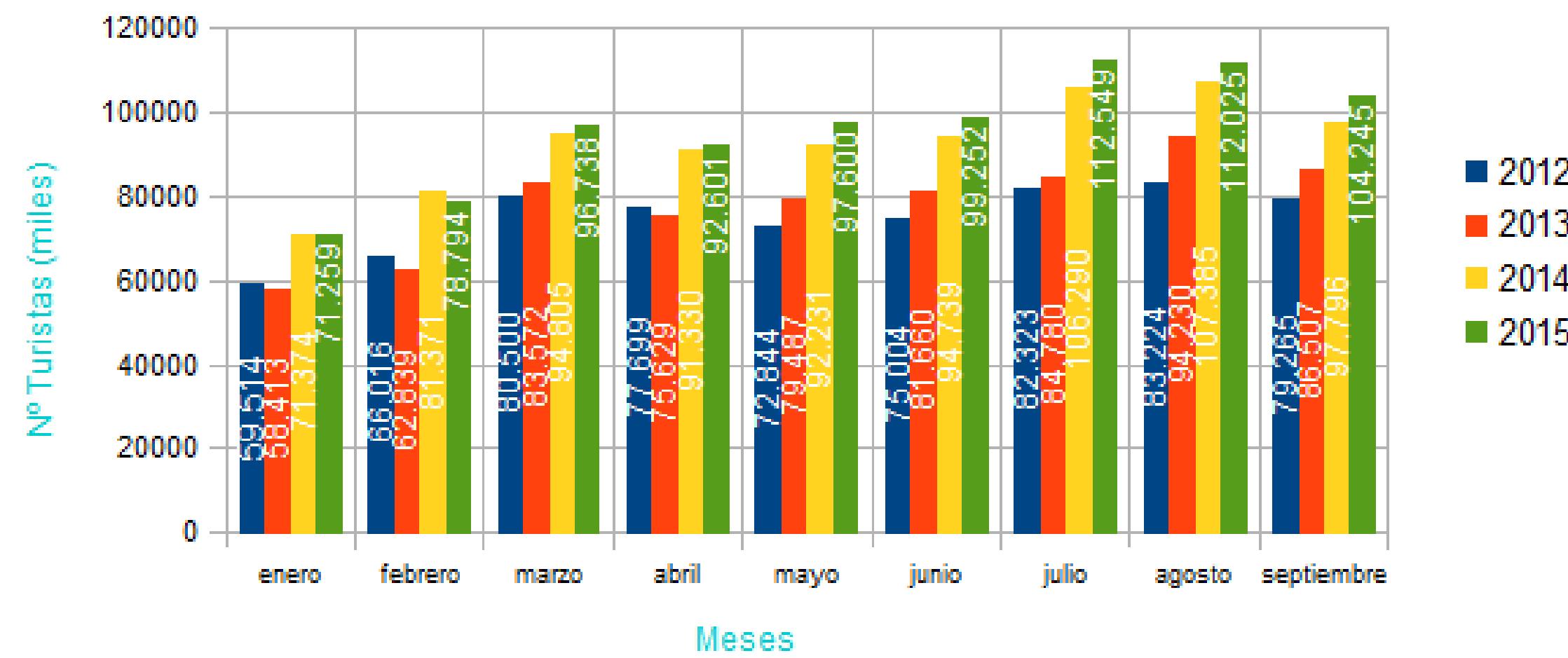
- Principales datos Mercado Británico
- Resumen Reuniones WTM 2015
- Reuniones agentes *online*
- Principales conclusiones WTM 2015

PRINCIPALES DATOS MERCADO BRITÁNICO

Primer mercado turístico de Lanzarote

- Principales países en gasto turístico internacional, junto a China, Estados Unidos o Alemania
- Representa el 52,38% del turismo internacional (2014) de Lanzarote
- Representa el 45,71% del total del turismo (2014) de Lanzarote
- Lanzarote, es el segundo destino de Canarias de Reino Unido, tras Tenerife
- 8 compañías aéreas operan desde Reino Unido a Lanzarote

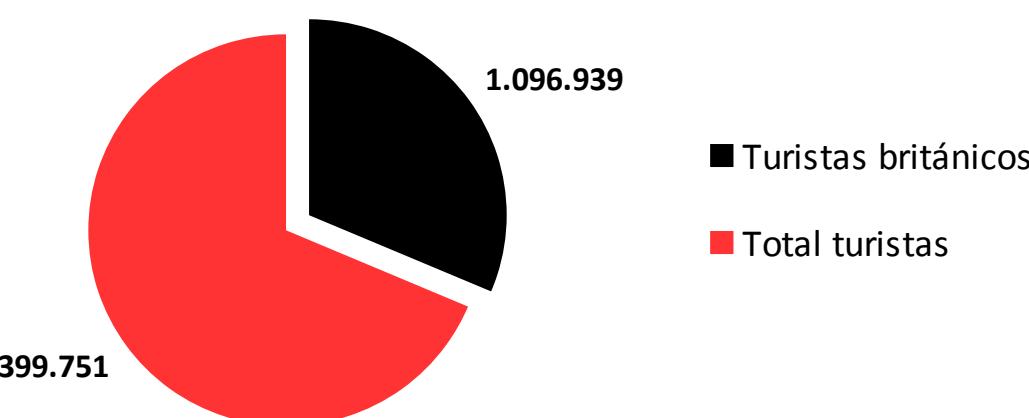
COMPARATIVA EMISOR REINO UNIDO 2012 - 2015



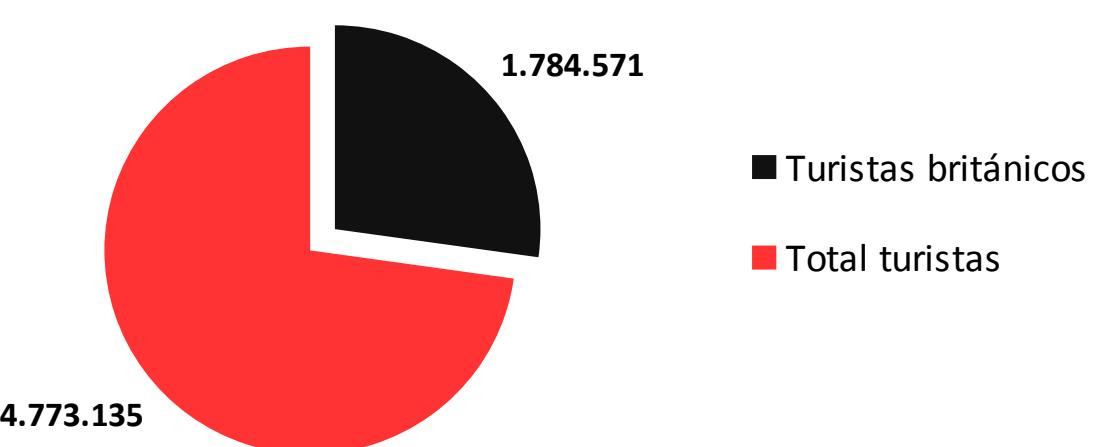
- Nº turistas británicos 2014: 1.096.939
- Crecimiento enero-septiembre: + 3,3%
- Oferta de plazas aéreas invierno 2015/16: 520.459
- Incremento: +8,3% (Fuente: Aena)

MERCADO BRITÁNICO Vs. TOTAL TURISTAS

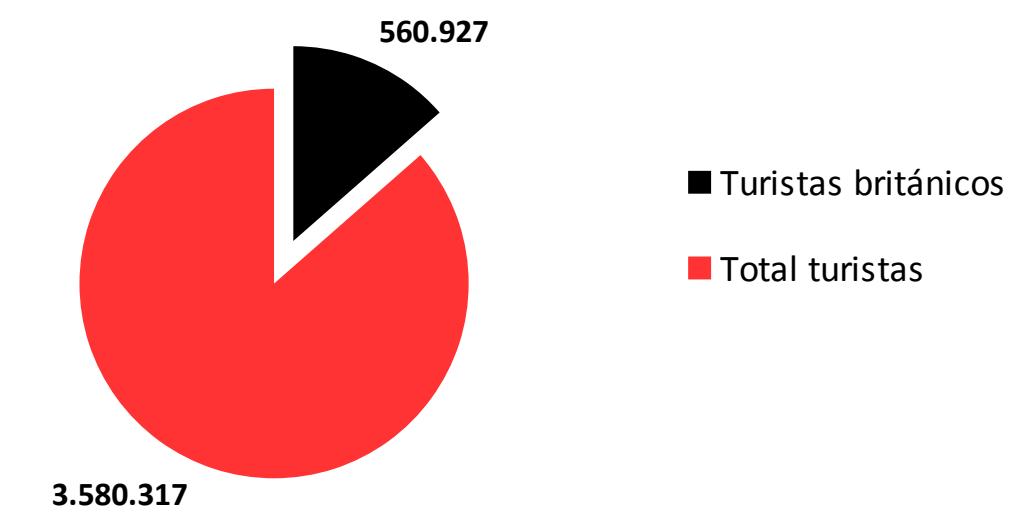
Turismo británico vs. total turistas 2014
LANZAROTE



Turismo británico vs. total turistas 2014
TENERIFE



Turismo británico vs. total turistas 2014
GRAN CANARIA



RESUMEN REUNIONES WTM 2015



- Principal compañía desde Reino Unido
- 10 rutas Reino Unido, funcionamiento óptimo
- Conversaciones con Ryanair para acuerdo estratégico, aumento base y crecimiento en rutas
- Nueva estrategia de imagen, trato al cliente y apertura hacia los GDS



RESUMEN REUNIONES WTM 2015



- Previsión invierno 2015/16: +6,5 %
- Programación ThomsonFly: + 10,3 % plazas a Lanzarote
- Principal partner mercado británico
- Marcas principales: First Choice y Thomson



RESUMEN REUNIONES WTM 2015



Thomas Cook

- Capacidad aérea invierno 15/16: + 23,5%
- Estado actual reservas invierno: + 17%
- Estado actual reservas verano 2016: +28%
- Operaciones desde 10 bases británicas
- Acuerdos de colaboración en marketing



RESUMEN REUNIONES WTM 2015



- Apertura séptima base a Lanzarote verano 2016: Edimburgo
- Incremento +10,1% plazas aéreas invierno 15/16
- Incremento + 18 % plazas aéreas verano 16
- Creación de dos bases operativas en RU 2016, posibles nuevas rutas a Lanzarote
- Partner promocional estable, importantes campañas



RESUMEN REUNIONES WTM 2015

easyJet

- Apertura de dos rutas nuevas de RU, Belfast y Londres Southend
- Incremento del 73,9% en plazas aéreas a Lanzarote este invierno 15/16
- Suman 7 rutas con Lanzarote, 5 desde RU
- Se estudia una colaboración en marketing



RESUMEN REUNIONES WTM 2015

monarch

- Única compañía que decrecerá en Lanzarote este invierno (-33,2%), junto a Gran Canaria y Tenerife
- Cierran bases de East Middland y Leeds
- Se convierte en la sexta compañía británica hacia Lanzarote, descendiendo puestos, superada por Jet2 y easyJet
- Reformulan estrategia, eliminan la marca del TO Cosmos



RESUMEN REUNIONES WTM 2015



- Compañía asociada a prestigio e imagen positiva de Lanzarote
- Incremento en 2016 de frecuencias ruta Londres Gatwick a tres servicios semanales (semana Santa y 17.09 / 20.10)
- Acuerdos con TO de gama alta
- Partner estratégico de Turismo Lanzarote, otras colaboraciones



RESUMEN REUNIONES WTM 2015

Thalasso n°1
Créateur de bien-être

- Contacto con el principal operador de Lanzarote en Francia
- Cuarto mercado internacional de Lanzarote
- Más de 120000 turistas franceses visitarán la isla en 2015
- Estrecho partner de Turismo Lanzarote
- Crecimiento previsto 2016 +18%
- Macro Fam Trip próximo diciembre, más de 200 agentes de viaje



RESUMEN REUNIONES WTM 2015 Operadores *online*



Booking.com

lastminute.com

- Diferentes niveles de conversaciones
- Partners de comercialización online, claves en la estrategia del destino
- Análisis de propuestas de cara a 2016

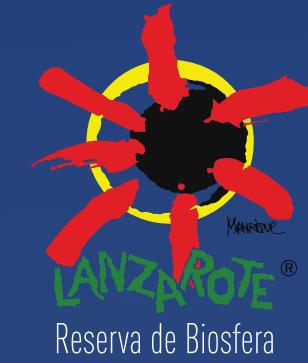


PRINCIPALES CONCLUSIONES WTM 2015

Crecimiento cualitativo x cuantitativo

1. Se producirá una intensificación del crecimiento turístico en Lanzarote, en lo que respecta al mercado británico.
2. La cifra de más de un millón de turistas británicos en la isla se considera significativamente importante.
3. La estrategia se centrará a partir de 2016 a la mejora de indicadores como gasto en destino, crecimiento de nichos de mercado alineados con producto o índices de repetición.
4. A nivel de mercados se focalizará en mercado alemán, escandinavo o peninsular, además de Francia, Italia o Polonia, donde el potencial es aún muy elevado.

Rueda de Prensa Balance World Travel Market



Reserva de Biosfera



11 de noviembre de 2015

MUCHAS GRACIAS
MUCHAS GRACIAS
TurismoLanzarote