

Després de tancar un nou estiu de rècord les agències de viatges debaten sobre els reptes de futur del sector al XXIII Fòrum d'ACAVE



- **Més de 200 agències de viatges i professionals del turisme han participat en el XXIII Fòrum d'ACAVE, que avui s'ha celebrat al Sant Pau Recinte Modernista de Barcelona.**
- **ACAVE ha presentat als mitjans de comunicació els resultats d'una enquesta on s'augura una tardor i hivern molt positiva per a la reserva de viatges malgrat els escenaris de desacceleració econòmica que preveuen els experts.**

Barcelona, 3 d'octubre de 2023 – Els reptes de les agències de viatges i el seu paper en la cadena de valor del turisme són els dos temes que han centrat el debat del **XXIII Fòrum d'ACAVE**, la principal trobada per analitzar les tendències de futur del sector de les agències de viatges a Espanya que cada tardor organitza ACAVE. Aquesta edició, que s'ha celebrat a Sant Pau Recinte Modernista de Barcelona ha reunit més de 200 participants.

Jordi Martí, president d'ACAVE, considera que *"les agències de viatges, com altres sectors, experimentaran en els propers anys una important transformació. Ens enfrontem a notables reptes com canvis en els hàbits de consum, l'aparició de la intel·ligència artificial i per suposat el canvi climàtic. No hem de tenir por al canvi. De fet, el sector de les agències de viatges ha estat un dels que millor ha sabut transformar-se i adoptar amb naturalitat fenòmens com la digitalització. Davant d'aquest context vam veure imprescindible que el Fòrum anual d'ACAVE centrara el seu debat en aquests canvis"*.

En la inauguració oficial del Fòrum, **Maria Velasco González**, assessora de la Secretaria d'Estat de Turisme, ha explicat que *"una de les conseqüències de la pandèmia és que el valor social del turisme s'ha incrementat. Els viatges han d'oferir nous valors, com la sostenibilitat, i s'han d'enfrontar a nous reptes, com la digitalització. Europa vol la transformació verda de les seves economies, i per això hem d'apostar per l'oportunitat que ofereixen els Fons Next Generation, que poden ajudar-nos en aquest doble objectiu de transició digital i sostenibilitat"*.

La primera taula de debat s'ha centrat en **l'estratègia dels proveïdors turístics i el valor de les agències de viatges en la distribució turística**. **Antonio Linares**, director de vendes per a Espanya, Portugal i nord d'Àfrica IBERIA & BRITISH AIRWAYS, ha explicat que les agències materialitzen la il·lusió de viatjar. Són portaveus dels productes de les aerolínies i també dels viatges finals. L'acompanyament i el factor humà marquen la diferència, i aquí les agències de viatges són molt importants. Per la seva banda, **Guillermo Turner**, director de vendes d'IRYO, ha destacat el rol fonamental que duen a terme les agències per a companyies com la seva: la capacitat d'actuar com a prescriptors. **Francisco Farrás**, director general d'AVIS BUDGET GROUP, creu fermament en el paper de les agències i les considera un soci estratègic, perquè són fonamentals com a canal i no s'entén el país sense el seu suport. Les persones busquen l'experiència total i les agències de viatge són claus en això. **Hugo Rovira**, director general de NH HOTEL GROUP, PART OF MINOR HOTELS, per a sud d'Europa, Tunísia i USA, ha tancat el debat posant en valor el factor humà que aporten les agències davant l'automatització de la tecnologia: el viatger resol en un sol lloc tot el que necessita. En definitiva, són capaços d'oferir un vestit a mida, i això és el que les diferencia davant l'auge de la tecnologia.

En la segona sessió, en la qual s'han abordat els **nous reptes de les agències de viatges**, **Arnau Boronat**, CEO de POL VIATGES, ha considerat que la transició ecològica, especialització i digitalització són els tres principals reptes als quals s'enfronten les agències. **Eduard Bogatyr**, director general de TUI IBERIA, ha afirmat que el major repte és tenir personal qualificat per al tracte personalitzat i cara a cara amb el client. *"El nostre futur depèn de la qualitat del nostre assessorament"*, ha dit. I ha apuntat també que cal tornar a ser un sector atractiu per al nou talent. Un altre repte que ha plantejat és atraure el nou client, el client jove, disposat a pagar l'experiència (per exemple, per anar a un concert) i, per això, cal aprendre el llenguatge de les noves generacions. Per la seva banda, **Paula Fuster**, directora general de >Atlanta a Reed & Mackay Company, considera un repte clau adaptar-se als nivells d'exigència del client, especialment en l'àmbit MICE. Referint-se a la gestió del talent, ha demanat considerar l'especialització en la formació que hi ha fora de les nostres fronteres i que fariem bé d'implantar aquí. Finalment, **Rosó Morlà**, directora comercial de RACCS, ha afirmat que no cal oblidar-se que el de les agències és un sector resiliènt: *"Portem dos anys de restabliment i estem encara en un moment econòmicament complicat. El repte és agafar aquesta necessitat de viatjar que ha crescut després de la pandèmia i encaixar-lo en el moment convuls actual. Caldrà buscar altres viatgers, altres maneres de viatjar, oferir noves experiències."*

L'últim debat ha consistit en un diàleg sobre les tendències dels viatgers davant l'evolució econòmica entre la conductora de l'esdeveniment, la periodista **Cristina Riba**, i l'analista econòmic i divulgador tecnològic **Marc Vidal**. Ha explicat que a nivell global no hem arribat a nivells prepandèmia a causa dels nivells alts d'inflació.

Vidal ha comentat que el discurs oficial distorsiona la realitat: el nostre país creix en l'últim tram d'enguany, però no creix igual des del 2020. En relació a les agències de viatges, aquestes han viscut tants canvis que hauran d'assumir un altre camí el 2025. I ha exposat una idea: que les agències de viatges s'haurien d'anomenar "fabricants de records", perquè el client entengués que un viatge no és una despesa, sinó una inversió.

En la clausura, el conseller d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya, **Roger Torrent**, ha explicat que les agències, com qualsevol altre sector econòmic, s'han de transformar associant-se amb tecnologies disruptives. "*Davant d'una ciutadania cada vegada més exigent, les agències han d'aportar valor per mantenir la competitivitat*".

També hi va ser present, realitzant la clausura de l'esdeveniment, **Jordi Valls**, tinent alcalde d'Economia, Hisenda, promoció Econòmica i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona, qui va destacar la importància del factor humà en les agències de viatges.

L'enquesta d'ACAVE

L'enquesta que avui s'ha presentat s'ha realitzat entre les més de 400 agències que formen part d'ACAVE i que representen tant sector emissor i receptor a nivell nacional, tant en l'àmbit de touoperadors, minoristes i de creuers.

En aquesta ocasió s'ha preguntat també per alguns dels temes que es tractaran al Fòrum, com per exemple quins són **els nous reptes als quals s'enfronten les agències de viatges**:

- Els enquestats han situat com a principal repte l '**encariment dels preus**, un fenomen transversal que ha afectat tots els productes turístics que conformen el viatge combinat: transport, allotjament, restauració o activitats.
- A continuació, identifiquen el repte de la **transformació digital i la intel·ligència artificial**, un procés que comporta grans oportunitats, però del qual ningú pot anticipar una direcció clara.
- En tercer lloc, s'apunta a la **incertesa econòmica**: aquest factor està obligant moltes empreses a treballar amb escenaris a curt termini que els impedeixen la planificació estratègica.
- Seguidament els enquestats van coincidir a apuntar el repte de l '**escassetat de personal qualificat**, una conseqüència encara de la pandèmia que va fer que molts professionals canviessin de sector.
- Un altre repte per a les agències és **el canvi climàtic**, potser un dels factors que més s'espera que afecti tant l'activitat de les destinacions turístiques com el comportament del consumidor a curt i mitjà termini.
- L'últim dels factors en què les agències coincideixen és **la competència dels mercats emergents**.

A més, l'enquesta ha preguntat sobre quines són **les tendències dels viatgers que hem d'esperar davant l'evolució econòmica en el curt i mitjà termini**. Les agències han coincidit a assenyalar dues tendències a priori contràries però que demostren que hi ha dos perfils de viatger molt marcades:

- La primera és la del **viatger prudent** que anticipa la reserva del seu viatge per assegurar-se el millor preu i que contracta les seves vacances tan aviat com detecta una finestra de preus favorable: una tendència que les agències asseguruen que seguirà a l'alça.

- La segona i contraposada és la del **viatger amb incertesa** que s'espera a l'últim moment per reservar. No ho fa amb l'expectativa de trobar millors preus com succeïa abans de la pandèmia, sinó per la incertesa de la seva pròpia situació personal i econòmica.
- Una altra tendència que s'està notant és la **reducció de la durada dels viatges**: els clients continuen considerant les vacances com una prioritat, però en redueixen el preu per poder-les afrontar econòmicament.
- Una última tendència, encara incipient, està vinculada al canvi climàtic: s'està començant a notar que hi ha **clients que trien destinacions amb temperatures favorables a l'estiu** i amb menor risc de patir onades de calor. Aquesta tendència s'està notant especialment entre els clients del segment sènior.

Balanç d'estiu i previsió de tardor i hivern de 2023

Les agències enquestades per ACAVE fan un balanç molt positiu de la temporada d'estiu que va acabar aquest mes de setembre. Un **50% de les agències de viatges va registrar increments en les vendes d'entre un 5 i un 15%** respecte a la mateixa temporada del 2022. Un altre 41% de les agències enquestades va tancar l'exercici d'estiu per sobre del 15% d'increment en vendes respecte al 2022. Aquests increments han estat comuns a agències emissores, receptives i també especialitzades en creuers.

Per a la tardor i l'hivern s'espera que la venda de viatges es mantingui malgrat les previsions de recessió per a alguns mercats emissors europeus i un encariment dels preus que encara no amaina. **Un 59% de les agències esperen que les vendes creixin entre un 5 i un 15%** respecte a la tardor i hivern del 2022. Un altre 18% espera que aquest creixement sigui per sobre del 15%. Un altre 23% espera repetir els resultats de 2022.

Un 63% de les agències afirma que ara per ara encara no ha notat cap símptoma de fre en la reserva de viatges. Un 18% sí que ho ha notat, però estan convençuts que l'activitat es recuperarà amb les vendes d'última hora.

Balanç i previsions agències emissores

Entre les destinacions nacionals més demandades pels espanyols aquest estiu van destacar especialment Andalusia, els dos arxipèlags (Balears i Canàries), seguits per Catalunya i la Costa Atlàntica. Entre les destinacions internacionals més demandades encapçala la llista Estats Units, seguit de costes i illes del Mediterrani, Orient Pròxim i Mitjà, Àfrica, països asiàtics i seguits a més distància per Creuers, Sud-amèrica.

Preguntats sobre **les previsions per a la tardor i l'hivern 2023**, un 65% afirma que la inflació no afectarà les reserves dels espanyols, mentre que un altre 6% espera un alentiment de l'activitat, encara que al final la gent acabi contractant a l'últim moment. Mentrestant, hi ha un 29% d'enquestats que considera que el client espanyol viatjarà menys en aquest període.

Balanç i previsions agències receptives

Per **mercats d'origen**, el més important va ser França, seguida per aquest ordre per Regne Unit (el mercat que més ha crescut aquest any), Estats Units (que continua creixent temporada rere temporada) i Països Nòrdics.

Entre les destinacions nacionals més demandades pels viatgers internacionals va destacar en primer lloc Catalunya, seguida de prop per Andalusia, Balears, i destinacions urbanes com Barcelona i Madrid, que han registrat els majors increments respecte a la temporada 2022. També destaca la Costa Atlàntica (Galícia, Astúries, Cantàbria i Euskadi) i en menor mesura altres destinacions d'interior.

Preguntats sobre **les previsions per a la tardor i l'hivern 2023**, un 75% espera que la contractació de viatges continui creixent mentre que un 25% espera un cert alentiment de l'activitat.

Sobre ACAVE

ACAVE, patronal d'agències de viatges d'àmbit estatal amb seu a Catalunya, és l'associació més representativa d'Espanya amb més **400 associats i al voltant de 1.000 punts de venda a tot Espanya**. Formen part de l' Associació agències de les diferents tipologies: emissores vacacionals i corporatives, tour operadors, receptives de costa i de ciutat, agències online i de creuers.

Per a més informació:

Oriol García

Mòbil + 34 608 512 909

oriolgarcia@mahala.es