

# Análise dos Mercados Emissores

---



Análise da actividade turística  
(Inverno 2010 / 2011)

Dezembro de 2010

---

---

# Análise dos Mercados Emissores

## Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Índice

1. Reino Unido	pág. 3
2. Alemanha	pág. 6
3. Holanda	pág. 11
4. Suécia, Noruega, Dinamarca e Finlândia	pág. 12
5. Espanha	pág. 14
6. França	pág. 16
7. Itália	pág. 18
8. Expectativas para o Inverno 2010/2011 transversais aos vários mercados emissores	pág. 19
9. Conclusões	pág. 22

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (1/3)

- De acordo com a *GFK - Ascent* o mercado britânico registou uma quebra de 5% no volume de viagens realizadas durante a época de Verão, registando-se, contudo, uma subida do preço médio.
- Um estudo efectuado pela *Google* sobre as pesquisas realizadas durante o mês de Agosto no mercado emissor britânico revela que a *Thomson* e a *First Choice* foram os *sites* de operadores mais consultados. No que se refere a destinos, destaque para a Turquia (5% das pesquisas) seguida pelo Egipto (Sharm-el-Sheik) e Chipre (2%, respectivamente) e por Ibiza e Creta (1%). O principal destino urbano foi Paris (1% das pesquisas).
- Um estudo da *Amex Foreign Service* sobre os destinos *all inclusive* mais procurados pelos britânicos revela que o Egipto e a Turquia mantêm uma elevada popularidade. A opção por este produto está associada à segurança proporcionada face à depreciação da libra.
- Um estudo da *Mintel* revela que os britânicos deverão gastar mais em férias até 2015. Esta tendência deverá, no entanto, ser influenciada pelas alterações cambiais, o aumento do IVA e dos custos de combustíveis. A praia e as férias em família continuarão a dominar as preferências deste mercado emissor embora alguns nichos de mercado e destinos registem crescimentos significativos.
- Um estudo recente da *PWC* revela a alteração do perfil do consumo do mercado britânico face a estudos realizados antes da recessão económica. Verifica-se, agora, o regresso dos turistas aos destinos preferidos, embora optando por estadias mais curtas e com gastos inferiores. Contudo, de destacar o facto dos turistas estarem a viajar menos do que no passado, tendo 30% dos inquiridos revelado não ter férias há 12 meses.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (2/3)

- A *lasminute.com* anunciou os seus esforços para manter um desempenho positivo em 2010 alertando, no entanto, para as dificuldades de 2011, ano de "soft demand".
- A possível criação de *easyJet Holidays* como terceiro grupo de viagens do Reino Unido terá reflexos positivos no mercado britânico, visto que tem mais de 17% de quota do tráfego britânico.
- A *Thomson* e a *First Choice* anunciaram o aumento da sua capacidade para a próxima época de Inverno para o Egipto, a Tunísia e Marrocos. Por outro lado, a *Thomson* e a *Monarch* anunciaram um aumento de capacidade de 18% a 20% para as Canárias.
- Segundo a *co-operative Travel* a procura para destinos como Marrocos, Egipto, Tunísia e Turquia deverá ultrapassar a dos destinos tradicionais de Sol e Mar no Mediterrâneo, como a Costa do Sol e Algarve, até ao final de 2011.
- A *British Airways* anunciou o reforço da sua presença em Espanha. Na época de Verão de 2011 esta companhia aérea duplicará o número de voos entre Málaga e Londres *Gatwick* para assim oferecer um total de 28 frequências semanais entre as duas cidades. A *British Airways* salienta ainda o facto de os voos deixarem de ter origem em *Heathrow* e passarem para *Gatwick*.
- A *Ryanair* anunciou a intenção de cortar a sua capacidade para a época de Inverno em cerca de 16%, associando esta medida ao aumento da *Air Passenger Duty*. Estima-se que sejam anulados cerca de 2 milhões de lugares, maioritariamente de e para o aeroporto de *Stansted*; no entanto, a companhia aérea anunciou novos voos para o Porto e para Faro desde Londres *Gatwick* cujo início se perspectiva para o final do mês de Outubro de 2010.
- A *Jet 2* anunciou que a partir de Abril de 2011 começará a voar entre Glasgow e Faro.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (3/3)

- Decorrente de um investimento de € 4 milhões da *Turespaña* e do Governo das Baleares, diversas companhias aéreas britânicas aumentarão em 15% os lugares disponíveis para estas Ilhas na próxima época de Verão. Destaque para a *Jet2* (+30%), *Thomas Cook* (+19%) e para a *Monarch* (+10%). Outras companhias que seguirão esta tendência são a *Vueling*, a *Air Berlin*, a *Air Europa*, a *British Airways* e a *BmiBaby*.
- As agências de viagens britânicas estão confiantes numa recuperação da procura para as Ilhas Baleares, tendo anunciado que perspectivam crescimentos de 2,5% a 4% este ano.
- As Canárias deverão registar um desempenho positivo este Inverno. De acordo com os dados relativos às reservas aéreas desde o mercado emissor britânico, o Arquipélago regista um aumento de procura de 3%, fortemente impulsionado pelo aumento registado por Fuerteventura (+41%). De destacar que Lanzarote e Gran Canaria registam decréscimos de 4% e 1%, respectivamente, enquanto Tenerife regista um ligeiro crescimento (0,3%).
- A Cosmos anunciou que as reservas para a actual época de Inverno para Portugal estão 25% acima do registado no ano passado, sendo o terceiro destino mais popular deste operador. Entre os principais segmentos de procura, destaque para os golfistas e para os seniores.
- O relatório *Travel Trends Survey* da *TripAdvisor* revela que 10% dos britânicos pretende viajar mais em 2011 do que em 2010 e que, por oposição, se regista um decréscimo daqueles que planeiam realizar pelo menos um período de férias internamente (67% face a 73% do ano anterior). Destaque para os 66% dos britânicos que planeiam fazer férias de longo curso em 2011.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (1/5)

- O *Bundesbank* reviu em alta a previsão de crescimento da economia alemã. De acordo com esta fonte, perspectiva-se que, até ao final de 2010 a economia deste país cresça 3,4%, face aos 2% inicialmente previstos.
- De acordo com o Instituto Económico IFO, o índice que mede a confiança dos empresários alemães subiu em Outubro para os 108 pontos, face aos 107 do mês anterior. Este índice está agora no valor mais altos dos últimos três anos e meio.
- De acordo com o *ADAC Reisemonitor* mais de 70% dos alemães planeiam fazer férias em 2011. Para 28% dos inquiridos o destino escolhido será o próprio país, seguido de Itália (11%) e de Espanha (10%).
- De acordo com os dados recolhidos no mercado até ao final do mês de Agosto pela *GfK*, regista-se um aumento de 11,1% nas receitas e de 3,4% nas reservas efectuadas para a próxima época de Inverno. Relativamente a férias para a época de Inverno, a *GfK* anunciava, então, um crescimento de 19,3%.
- Relativamente aos destinos mais procurados destacam-se o Egipto, as Canárias e a Turquia. O aumento da procura para o Egipto é justificado pela oferta de novos hotéis e pelo desenvolvimento da região de Marsa Alam. Perspectiva-se para este destino um aumento de procura de cerca de 10%, resultado do aumento de capacidade oferecida pelos operadores e companhias aéreas, o que resulta em decréscimo do preço.
- Até ao final do mês de Setembro, as reservas registaram um aumento de 5%, segundo a *TUI*. Este operador assistiu a um forte aumento de *late bookings*, tendo as reservas aumentado 18% durante os meses de Agosto e Setembro, em relação a igual período do ano passado.



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (2/5)

- De acordo com as pesquisas TATS referentes ao mês de Setembro, as reservas de férias no mercado alemão continuam a aumentar, tendo-se registado um aumento de 8,5% em relação ao mesmo mês de 2009. A mesma fonte refere que, em Outubro, o crescimento do número de reservas foi de 13,1% o que corresponde a um aumento de 7% nos dez primeiros meses do ano, em comparação com o período homólogo de 2009.
- Ainda de acordo com os dados mais recentes da TATS, entre Novembro de 2009 e Outubro de 2010 registou-se um aumento de 3% das receitas dos agentes de viagem alemães. Relativamente aos meses de Verão, registou-se um aumento de 7,1%, destacando-se o mês de Agosto (+8,7%).
- A *Thomas Cook* perspectiva terminar 2010 com um aumento de 4% no número de reservas, em relação a 2009. Na apresentação das brochuras para a próxima época de Verão de 2011, o operador anunciou que baixará os preços para Maiorca em 2,5% enquanto os preços para outros destinos de Espanha subirão 2,2%, com excepção de Ibiza onde os preços se manterão estáveis.
- Por outro lado, a *Thomas Cook* adquiriu o operador *Oger Tours*, especialista em viagens para a Turquia. A *Thomas Cook* procura desta forma reforçar a sua posição neste país, posicionando-se em primeiro lugar deslocando a TUI para segundo.
- Este operador (*Thomas Cook*) registou um desempenho positivo desde este mercado emissor durante a época de Verão. O operador revelou um crescimento de 4% nas reservas da Europa Central (que inclui para além da Alemanha, a Áustria e a Suíça), tendo destacado a importância das reservas de última hora. Os preços, por seu turno, decresceram em média 3%, facto que a *Thomas Cook* associa às campanhas promocionais originadas pelas companhias aéreas e pelos hoteleiros.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (3/5)

- A partir de Janeiro de 2011 as companhias aéreas alemãs deverão cobrar uma nova taxa aérea (*ecological aviation tax*), uma medida decretada pelo Governo com o intuito de aumentar as receitas fiscais germânicas. Esta taxa terá três patamares e os valores associados serão € 8 para distâncias até 2500 km, € 25 para voos até 6000 km e € 45 para distâncias superiores. A sua aplicação tem levantado alguma controvérsia, tendo os operadores indicado que irão debitar os custos aos clientes, acrescidos dos custos administrativos.
- Entre os principais destinos de Inverno do mercado emissor alemão destacam-se o Egipto, as Ilhas Canárias e a Turquia. O Egipto prevê um crescimento de 10% face ao Inverno passado enquanto as Canárias apostaram em campanhas de *marketing* e de descontos para as reservas antecipadas, o que lhe tem permitido manter-se enquanto principal destino de Inverno deste mercado. Em relação à Turquia, o aumento da oferta da capacidade por parte dos operadores tem conduzido a preços mais competitivos. Entre os destinos *long-haul* destaque para a Tailândia.
- A *TUI Germany* adquiriu uma participação de 49% no operador especialista em viagens *long-haul* *Boomerang Reisen*, vocacionado para viagens individuais para a Austrália, Nova Zelândia, Pacífico Sul, África e Canadá. A partir de Outubro, a TUI oferecerá nos seus canais de distribuição produtos deste operador.
- O quinto maior operador do mercado alemão, a FTI, anunciou que vai aumentar a sua capacidade para a época de Inverno de 2010/ 2011 em cerca de 14%. O seu programa será divulgado através de 17 brochuras esperando-se que os principais destinos operados sejam Egipto, Turquia, Canárias e México. A oferta para a Europa também será aumentada, nomeadamente para Portugal e Espanha.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (4/5)

- O operador *Alltours* anunciou que, na época de Inverno, baixará os seus preços em média 4,5%. Com esta medida pretende inverter a quebra de procura registada nas passadas épocas de Inverno de 2009/ 2010 e de Verão de 2010. Assim, destaque para as reduções de preço no Egipto (-7%), Turquia (-3,5%), Canárias (-3%) e Maiorca (-2%).
- As novidades do operador *Alltours* para esta época de Inverno incluem o aumento da capacidade para a Tailândia e o início da operação para o Sri Lanka; entre os destinos de média distância destaque para o aumento da oferta para o Egipto e Canárias.
- Este operador reportou um aumento de 20% nas reservas para a próxima época de Inverno, sendo a Turquia, o Egipto e as Ilhas Baleares os destinos que registam maior crescimento. No entanto, o operador refere que os volumes de vendas estão ainda em níveis inferiores aos registados em 2008.
- Também o operador *budget 1-2-Fly*, do Grupo TUI, anunciou a estratégia de baixa de preços para aumentar o seu volume de vendas. No caso deste operador, os decréscimos serão em média de 3%, sendo que para Portugal se irá registar um decréscimo de 4% dos preços praticados.
- O operador *online JT Touristik* planeia oferecer soluções menos exploradas para se diferenciar dos concorrentes. Assim, destaque para destinos como Bali, Tailândia e Estados Unidos.
- Ainda sobre a próxima temporada de Verão de 2011, o operador refere que, em relação aos destinos, Espanha deverá continuar a ser o mais procurado, seguido da Alemanha, Tunísia, Itália e Grécia. Entre os destinos *long-haul* destacam-se Cuba, México e República Dominicana.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (5/5)

- A TUI Alemanha anunciou que irá aumentar os seus preços no Verão de 2011 em relação a 2010, salientando, no entanto que, ainda assim, se manterão abaixo dos preços praticados em 2009. O operador justificou este aumento com o crescimento da procura registado no Verão e que se deverá prolongar na época de Inverno, sendo o crescimento alcançado até ao momento de 10%.
- A TUI revela ainda que os destinos *long-haul* registam este Inverno um aumento de 30%. Entre os destinos mais procurados destacam-se Maiorca e Turquia enquanto o crescimento registado pelo Egipto e Marrocos faz ponderar a possibilidade de aumentar os lugares em oferta. Entre os destinos *long-haul* de referir a procura para a República Dominicana.
- As três marcas da *Rewe Dertour*, *Meier's Weltreisen* e *ADAC Reisen* registaram aumentos de 12% no volume de reservas referentes à presente época de Inverno, destacando-se o aumento das reservas para destinos Europeus (+23%) e para destinos *long-haul* (+15%).
- No relatório da IPK é revelado que entre os alemães, 49% viajará este ano tanto quanto no ano anterior, 22% viajará menos e 13% não realizará qualquer viagem de férias. No entanto, 16% revelou a intenção de aumentar o número de viagens em relação ao ano anterior.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (1/1)

- A *Yunoo*, uma empresa especializada no estudo e análise de dados, revelou uma tendência continuada de descida de gastos do consumidor holandês durante as suas férias. Assim, este ano os holandeses gastaram, em média, € 897 nas férias de Verão, valor que, em 2009, era de € 972 e, em 2008, de € 1003.
- De acordo com um estudo recente desenvolvido no mercado holandês, as férias na neve na Holanda representam uma quota de mercado significativa. No entanto, devido ao envelhecimento dos turistas que viajam com esta motivação e às alterações climáticas, o mesmo estudo indica que o número de férias na neve tem vindo a diminuir.
- O operador turístico alemão *Alltours* espera conseguir um crescimento de dois dígitos, na Holanda durante a época de Inverno, pelo quinto ano consecutivo. A estratégia do operador inclui a redução dos preços em cerca de 4,5% face aos preços oferecidos na época de Inverno de 2009/2010 bem como o aumento das propostas para unidades de 4\* e 5\*.
- A *Transavia* pretende aumentar em 25% a sua oferta de voos na próxima época de Inverno de 2010/ 2011 como forma de reforçar a oferta de destinos de *ski*.
- A *KLM* anunciou que competirá via preço. A companhia aérea pretende recuperar a procura turística por parte dos homens de negócios e dos turistas pretendendo alcançar este objectivo através do aumento de frequências e da oferta de tarifas mais competitivas para os destinos mais populares na Europa.
- A *Holland International* oferece, em colaboração com o Ministério do Turismo de Espanha, aos consumidores com mais de 55 anos a possibilidade de passar férias em destinos espanhóis a preços muito atractivos.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (1/2)

- As reservas de viagens na Escandinávia, durante a época de Verão, registaram um aumento significativo nas últimas semanas do mês de Agosto, o que parece indiciar a manutenção da tendência para compras *last minute*.
- A Turquia foi o destino de Verão mais procurado pelo mercado emissor da Suécia, facto justificado pela competitividade dos preços oferecidos e à promoção agressiva efectuada pelas autoridades turcas. Alguns operadores turísticos suecos perspectivam que, também em 2011, a Turquia será um destino importante.
- O operador *Star Tour* anunciou que 2010 foi o seu melhor ano de sempre, tanto no que se refere ao volume de receitas como número de clientes. A Grécia e a Turquia foram os destinos mais procurados, planeando o operador aumentar a sua operação em mais 20 mil lugares na época de Verão de 2011.
- Os operadores suecos aumentaram a sua capacidade em oferta para a época de Inverno entre 12% e 15% em relação à mesma época do ano passado.
- De acordo com o jornal finlandês *Vasabladet* metade da capacidade em oferta para a época de Inverno foi já vendida. O destino mais procurado pelos finlandeses são as Canárias destacando-se, ao nível dos destinos *long-haul*, a Tailândia e o Egipto. De referir ainda que, este Inverno, se regista uma procura significativa para cidades europeias, privilegiando-se o alojamento em hotéis de categoria superior.
- A *SAS*, a *British Airways*, a *Luthansa* e a *KLM* lançaram campanhas promocionais na Suécia com vista a incentivar os turistas deste mercado emissor a viajar no Outono. Estima-se que, no total, serão vendidos um milhão de bilhetes nestas condições.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (2/2)

- As reservas de voos regulares e *charter*, na Suécia, registam um aumento de 37% face a igual período do ano anterior. Até ao momento os destinos mais populares são Espanha, Egipto e Estados Unidos. Destaque para os crescimentos registados pelo *Gran Canaria* (+50%) e por Tenerife (+40%).
- De acordo com o instituto de estatísticas da Dinamarca o número de voos originados na Dinamarca aumentou cerca de 13% no último quadrimestre comparado com o mesmo período do ano passado.
- Na Noruega os destinos com maior destaque são as Ilhas Canárias, o Egipto e a Tailândia. A capacidade total estimada neste mercado emissor ronda os 25 mil lugares, cerca de 3 mil dos quais concentrados na época de Natal.
- A *Transavia* planeia encerrar a sua operação na Dinamarca a partir de 1 de Abril de 2011, tendo referido o excesso de oferta neste mercado, a crise criada pelas poeiras vulcânicas, a crise financeira mundial e a revalorização do dólar em relação ao euro como factores determinantes para a decisão. Actualmente, esta companhia opera um voo entre Copenhaga e Faro.
- Consequência do fim da operação da *Transavia* na Dinamarca, a *Norwegian* anunciou a sua intenção de expandir de forma significativa o seu mercado neste país a partir da Primavera de 2011. Para já, sabe-se que a companhia aérea planeia aumentar a sua operação para Barcelona, Roma, Málaga, Nice e Salzburgo.
- A *Star Tour* anunciou um aumento de viagens para destinos de Sol. Segundo o operador turístico do universo TUI, as baixas temperaturas registadas na Dinamarca e a neve que se tem feito sentir desencadearam a venda de produtos para destinos do Sul da Europa. De destacar no entanto que, de acordo com a *Spies*, 75% a 80% das vendas se têm concentrado nas Canárias.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (1/2)

- De acordo com dados do Banco de Espanha, a despesa dos espanhóis no estrangeiro teve um aumento de 2,7% no primeiro semestre de 2010, em relação ao período homólogo de 2009. Contudo, de destacar que no ano anterior a despesa tinha decrescido 14%.
- Até 2000, mais de 50% dos turistas espanhóis optavam pela compra de um *package* turístico para as suas viagens; após dez anos de perda de representatividade, esta opção voltou a ganhar quota de mercado. Este facto está associado à necessidade de controlar os custos das deslocações.
- Os turistas espanhóis têm vindo a recuperar a sua confiança registando-se, pela primeira vez desde 2007, um aumento dos gastos no estrangeiro de 3,6%.
- A *Vueling* deixou de operar a rota Madrid - Lisboa a 30 de Outubro devido ao horário do voo, considerado tardio (12h00) pelos passageiros que utilizam esta rota.
- A partir da mesma data, a *easyJet* anunciou uma nova rota que ligará Lisboa a Barcelona. Os voos são diários e a operação decorre durante os dias úteis.
- A *Vueling* anunciou que em 2011 abrirá duas novas bases em Espanha e incorporará seis novos aviões à sua frota. Quanto à abertura de bases no estrangeiro, a companhia não descarta a possibilidade, afirmando no entanto ser um plano a mais longo prazo.
- A *Iberia* anunciou o lançamento de novas rotas com partida em Madrid para Orán (Argélia), Córdoba (Argentina) e San Salvador (El Salvador) no próximo Inverno. Relativamente ao mercado português, a Iberia vai aumentar a frequência entre Lisboa e Madrid para 35 voos semanais em cada sentido, e entre o Porto e Madrid para 27 voos. A companhia regional da Iberia realizará ainda 5 voos semanais entre Lisboa e Valência e 1 entre Lisboa e Ibiza.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (2/2)

- Consequência directa do acordo de *joint-venture* anunciado pelas companhias *Iberia*, *American Airlines* e *British Airways*, a partir de Abril de 2011 serão lançadas novas rotas entre as quais se destaca Madrid-Los Angeles. Este acordo, prevê ainda que *Barajas* seja um dos principais *hubs* entre a Europa e a América do Norte.
- A *British Airways* anunciou o reforço da sua presença em Espanha. Na época de Verão de 2011 esta companhia aérea duplicará o número de voos entre Málaga e Londres *Gatwick* para assim oferecer um total de 28 frequências semanais entre as duas cidades. A *British Airways* salienta ainda o facto de os voos deixarem de ter origem em *Heathrow* e passarem para *Gatwick*.
- A *Orizonia*, o maior grupo turístico espanhol, onde se inclui a *Iberojet* anunciou as suas previsões para 2011, onde se destaca o aumento de 10% no volume de vendas e o aumento de 7% no número dos passageiros.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (1/2)

- Alguns operadores *online* do mercado têm registado aumentos de procura face ao ano anterior, nomeadamente nos meses compreendidos entre Setembro e Novembro. A *ebookers*, por exemplo, registou um crescimento de reservas de 140% para férias no mês de Novembro enquanto as férias de Natal registam um aumento de 48%.
- A companhia aérea *easyJet* continua a apostar em Marrocos, tendo anunciado recentemente uma quinta ligação para este país. Depois de Agadir, Casablanca, Marraquexe e Tanger é agora anunciada uma rota para Fez, que será operada na época de Inverno de 2010/ 2011 três vezes por semana. De referir que Marrocos é um destino popular de Inverno no mercado francês.
- Entre as principais novidades do operador turístico *Fram* para a época de Inverno destaque para os destinos de *medium haul* e para as ofertas em Marrocos e Egipto. Nos destinos *long-haul*, o operador lançou dois novos destinos, Peru e Uzbequistão, reforçando a oferta para a Indonésia.
- O grupo *Air France/ KLM* prevê aumentar a sua oferta entre 2% e 3% na época de Inverno, depois de dois anos em que o grupo cortou a capacidade oferecida.
- A *Ryanair* anunciou o fim da sua base em Marselha em Janeiro de 2011 devido à abertura de um processo judicial contra a companhia aérea. Neste processo, interposto pelas autoridades francesas, a *Ryanair* é acusada de "trabalho dissimulado" por ter trabalhadores em França contratados sobre normas laborais irlandesas. Desde este aeroporto são operados voos para o Porto e para Faro.
- Simultaneamente, a *Transavia* anunciou que irá começar a operar desde este aeroporto um voo para Monastir, a partir do dia 22 de Outubro. A companhia *low-cost* do grupo *Air France* refere ainda que, futuramente, anunciará outras rotas a operar desde Marselha.

# Análise dos Mercados Emissores

## Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (2/2)

- O relatório da IPK para a ITB sobre as tendências dos principais mercados emissores revela que o mercado francês é um dos mais animados. Neste mercado, 41% dos inquiridos revela que viajará em 2011 o mesmo que em 2010, enquanto 22% tem a intenção de aumentar a frequência das suas viagens.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 (1/1)

- O operador *King Holidays* revelou que nos primeiros cinco meses de 2010 registou um aumento de reservas de 7,5%, destacando-se Portugal, destino que registou um aumento de procura de 15%.
- Nos últimos seis meses, a despesa dos italianos no estrangeiro cresceu 1,6%.
- As dormidas de italianos em Lisboa continuam a subir graças as ligações das companhias *TAP*, *Alitalia* e *easyJet*.
- Através de *codeshare* entre a *TAP* e a *Alitalia* existem agora 14 novas ligações entre Portugal e Itália. Esta medida permitirá alargar e diversificar as regiões emissoras de turistas italianos para Portugal.
- O operador *Viaggi di Ataltide* continua a apostar nos destinos nacionais, oferecendo nas suas novas brochuras propostas para a Ilha da Madeira, para o Porto Santo e para Portugal Continental, sendo as propostas dominadas por *city breaks* e *tours*.
- Observadores locais afirmam que o ano 2011 não será um ano positivo, prevendo que apenas em 2014 sejam alcançados os níveis de actividade turística de 2007.
- Assim, perspectiva-se que no ano de 2011 a actividade turística esteja condicionada (1) pelas eleições gerais; (2) pela quebra de rendimento de aplicações em títulos de Estado; e (3) pela incerteza no domínio das vendas *online*.
- Contudo, prevê-se que cerca de 75% dos italianos gozarão um período de férias em 2011 e que os produtos associados ao Sol e Mar serão a principal motivação da viagem.

### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 transversais aos vários mercados emissores (1/3)

- A *Boeing* atrasou a entrega do novo modelo 787 *Dreamliner* para o primeiro trimestre de 2011, face às previsões anteriores que apontavam para o final de 2010, tendo justificado este facto com o atraso no recebimento de um motor necessário para a fase de testes do modelo.
- A *TUI Travel* anunciou que, com a utilização do modelo *Boeing Dreamliner* tornará mais acessíveis as viagens de *long-haul*. Este avião permitirá maior poupança de combustível e estará equipado com sistemas que reduzirão os sintomas de *jet-lag*, tornando mais viáveis as estadias de 1 semana em destinos longínquos. O operador já anunciou que oferecerá destinos como o Havai, Vietname ou Madagáscar em programas de uma semana.
- De acordo com uma pesquisa do *ebookers* com base em 4 mil consumidores, realizada antes do Verão, as férias continuavam a ser a primeira preferência dos consumidores. No que respeita aos produtos mais procurados, destacam-se, por ordem, o Sol e Mar, os spa e os *city breaks* culturais.
- As viagens de negócios deverão continuar a aumentar durante 2011, de acordo com as previsões divulgadas pela Egencia. Esta fonte salienta que as tarifas aéreas deverão manter-se estáveis ou aumentar ligeiramente, enquanto as unidades hoteleiras deverão aumentar os seus preços. Espera-se que as empresas voltem a dar importância às viagens de negócios, atenuando os cortes orçamentais registados no ano passado.
- Para esta época de Inverno 2010/ 2011 o operador TUI espera um nível de receita comparável ao do ano passado, embora anuncie um forte aumento da capacidade em oferta (+14%). Em relação aos preços, prevê-se que os destinos *mid-haul* estejam 1% mais baratos, onde se inclui as Ilhas Canárias e Espanha Continental. Para a Turquia os preços deverão manter-se estáveis, enquanto para o Egipto deverão aumentar.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 transversais aos vários mercados emissores (2/3)

- A oferta de destinos *long-haul* deverá aumentar 10%, sendo o Panamá e Ilha Formosa os novos destinos em oferta. Quanto às tarifas, os destinos da Ásia (+4%) e África do Sul (12%) deverão aumentar, enquanto os Estados Unidos deverão estabilizar. Por oposição, os *packages* da TUI para o Brasil, México, Cuba e Costa Rica estarão mais baratos.
- O grupo *Thomas Cook* anunciou que, a partir do Verão de 2011, terá maior capacidade de oferta nas categorias de 4\* e 5\* na Turquia, Grécia, Egipto e México.
- Resultado de uma pesquisa elaborada pela TUI sobre o segmento de procura dos 40 aos 55 anos, o operador anunciou que em 2011 lançará programas exclusivos para casais que viajam sem crianças. Entre os destinos propostos inclui-se o Algarve, Itália e Turquia.
- A *Thomas Cook* anunciou que este Inverno não irá alterar os seus preços, mantendo o seu posicionamento com descontos de 5% a 10% para as Maldivas, Egipto, Maurícias, México e República Dominicana. Para este último destino os descontos podem chegar aos 26%.
- O Grupo *Thomas Cook* apresentou um balanço provisório de fecho do ano fiscal que termina a 30 de Setembro. De acordo com o Grupo, as vendas acumuladas no mercado britânico apresentam um decréscimo de 1% em relação a 2009, enquanto na Europa Central se registou um aumento de 4%.
- O operador *TUI* anunciou a sua estratégia para a época de Inverno. O objectivo do operador passou pela expansão do seu portfolio e na aposta na diferenciação, tendo lançado novos conceitos, como um produto direccionado para casais e pela expansão de conceitos bem sucedidos a novos mercados, como a exportação do conceito *Sensatori*, *Splash* e *Holiday Village* do Reino Unido para os países nórdicos.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Expectativas para o Inverno 2010 / 2011 transversais aos vários mercados emissores (3/3)

- A *Viking Airlines* suspendeu temporariamente as suas operações para se submeter a um processo de reorganização e de reestruturação. Durante a época de Inverno, os voos serão operados pela associada grega *Viking Hellas Airlines*.
- A *Riu Hotels & Resorts* vai duplicar a sua presença em Marrocos em 2011, através da abertura de duas unidades em Agadir e uma em Marraquexe, totalizando assim uma oferta de 1776 quartos neste destino.
- Espanha, França e Itália anunciaram a realização de uma campanha de promoção conjunta a realizar na China, Índia e Brasil. Esta acção será financiada pelos três países europeus e contará com um único operador, oferecendo circuitos integrados sob o tema "*Pasion Europea*".
- Marrocos reforça a sua aposta no turismo e no desenvolvimento da sua costa atlântica, através do reposicionamento de Agadir e da criação de novos destinos balneares. Estão ainda previstas várias infra-estruturas de apoio, tais como auto-estradas e um novo terminal em Essaouira.
- O preço do petróleo subiu para máximos de 2 anos, aproximando-se do patamar de USD 90 por barril. O registo maior que o esperado da criação de emprego em Outubro nos Estados Unidos da América acabou por ser decisivo para esta evolução, com os investidores a considerarem que este é um sinal de que a economia norte-americana está a recuperar com maior vitalidade, o que tenderia a pressionar em alta os preços do petróleo.
- Um estudo recente elaborado pelo *Euromonitor* sintetiza as características do mercado turístico nos próximos anos. Assim, estima-se que (1) se mantenha a procura pela melhor relação qualidade /preço; (2) aumente a importância das redes sociais no turismo; (3) se mantenha a opção de compra *last minute*; e (4) se generalize o uso dos *smartphones*.

## Análise dos Mercados Emissores

### Análise da actividade turística (Inverno 2010 / 2011) Dezembro de 2010



### Conclusões

- Apesar de alguns países darem já sinais de retoma económica, as vendas registadas nos principais mercados emissores europeus ainda estão abaixo dos níveis registados antes da crise, ainda que se registem crescimentos ao nível das receitas em relação ao ano anterior.
- Consequência desta crise e de alguma perda de poder de compra por parte dos turistas, tendem a ser beneficiados destinos com boa relação percebida de qualidade/ preço, bem como destinos com oferta *all inclusive*.
- Destaque para destinos *long-haul*, nomeadamente para a Tailândia, e para a Turquia, Egipto e outros destinos de Leste da Bacia do Mediterrâneo, para os quais os operadores têm vindo a aumentar a capacidade e a baixar os preços, tornando-os mais competitivos.
- Em relação à próxima época de Verão de 2011, de destacar o facto dos operadores estarem a apostar nas vendas antecipadas bem como no aumento da oferta já instalada em destinos de Sol e Mar da Bacia do Mediterrâneo.

# Análise dos Mercados Emissores

---



Análise da actividade turística  
(Inverno 2010 / 2011)

Dezembro de 2010

---

---