

Turismo Mundial



Survey on the Attitudes of Europeans Towards Tourism – Analytical Report (notas de leitura)

**FLASH EURO BAROMETER n° 258– The Gallup Organisation,
March 2009**

**(requested) Directorate General Enterprise and Industry –
European Commission**

EURO BAROMETER -

Survey on the Attitudes of Europeans Towards Tourism – Analytical Report

(notas de leitura)

Inquérito sobre as Atitudes dos Europeus relacionadas com o Turismo – Relatório Analítico

Tendências de viagem:

• Em termos globais, dois terços dos cidadãos da UE (67%) realizou em 2008 uma visita privada, passando pelo menos uma noite fora de casa; 58% gozaram férias, definidas por uma estadia em algum lugar fora das suas residências, com a duração de pelo menos quatro noites consecutivas, por razões privadas.

• Nos países com rendimentos superiores (por exemplo, a maioria dos países pré - UE 27), é normal que mais de três quartos dos cidadãos viajem pelo menos uma vez por ano; nos restantes países (pós – UE 27 e incluindo Portugal) essa percentagem é cerca de metade.

• Os destinos turísticos mais populares da UE foram a Espanha, Itália, França e Grécia – que continuam a dominar os planos actuais de férias para 2009.

• Em Fevereiro de 2009 (data do inquérito), 28% dos cidadãos da UE encontravam-se ainda indecisos sobre o tipo de férias que pretendiam realizar, havendo dúvidas sobre a possibilidade da sua realização.

• A proporção daqueles que estão certos de que não irão viajar em 2009 (19%) foi inferior à proporção daqueles que não gozaram férias em 2008 (32%).

• Quatro em cada dez europeus viajaram em 2008 e possui planos de férias para 2009. No entanto, 17% daqueles que viajaram no ano passado, ainda estão hesitantes sobre a realização de férias em 2009 – a sua decisão será crucial para a indústria europeia do turismo. O estudo mostrou que 23% dos holandeses e italianos, 21% dos espanhóis, 17% dos franceses e 16% dos alemães e britânicos inquiridos pertencem a esta categoria turística "vulnerável", em termos de perspectivas.

• O turismo interno assume uma importância cada vez maior: em 2008, 43% dos inquiridos gozou férias no seu próprio país, por comparação aos 48% que irão gozar férias no seu país residente em 2009 (quem já conhece o seu destino em 2009). Verifica-se uma procura significativamente menor para outros países da UE em 2009, comparado com 2008 (24% e 31%, respectivamente). Contudo, os destinos exteriores à UE ganharam alguma popularidade, provavelmente devido às taxas de câmbio cada vez mais favoráveis da zona euro (28% planeia visitar países fora da UE em 2009, ligeiramente superior a 26% em 2008).

EURO BAROMETER -

Survey on the Attitudes of Europeans Towards Tourism – Analytical Report

(notas de leitura)

Orçamento para férias:

- A maioria dos cidadãos que não gozou férias em 2008 justificou-se pela falta de recursos financeiros.

- Cerca de 41% dos europeus com planos de férias em 2009, sente que tem recursos suficientes para o fazer. 40% afirmou precisar de fazer poupança extra. Cerca de 11%, porém, afirmou ter graves problemas financeiros que poderão afectar os seus planos de férias. Apenas em seis Estados-Membros, em que uma clara maioria planeia ter férias, existe a confiança de poder dar-se ao luxo de gozar férias em 2009: Finlândia (69%), Países Baixos (66%), Suécia, Luxemburgo, Dinamarca (todos com 62%) e Áustria (60%).

- Alguns padrões nos dados deste estudo podem mostrar que o abrandamento económico pode ter um maior impacto na indústria turística.

- 42% dos europeus que verificarem que as suas finanças não são suficientes para cobrir o montante total dos planos de férias, pretende desistir das férias de Inverno. 23% afirmou poupar dinheiro viajando durante a época baixa (actualmente metade das férias dos cidadãos da UE têm lugar em Julho e Agosto) e 20% disse que consideraria ficar

mais perto de casa. As reservas de última hora poderão igualmente ganhar mais popularidade: 12% escolhem essa estratégia para reduzir os custos. Finalmente, 15% afirmou conseguir poupar em alojamento e 8% sobre o tipo de transporte.

- As actividades completares ao Turismo – Comércio, Saúde, etc. - poderão sofrer danos pela diminuição das viagens, pois grande parte dos europeus indicaram que iriam cortar custos em compras e serviços, no caso de possuírem menos dinheiro para gastar.

Destinos:

- 47% dos europeus indicou que o lazer era o objectivo principal das suas férias em 2008. 20% foi especificamente motivado pela praia e 17% concentrou-se principalmente nas experiências inter-culturais (por exemplo, visitando cidades, eventos culturais, etc.).

- Em média, os turistas europeus preferem ter valor pelo dinheiro (33%) em detrimento do "preço baixo" (16%). Para 13% dos inquiridos a segurança do destino é importante e 12% indicou a qualidade.

EURO BAROMETER -

Survey on the Attitudes of Europeans Towards Tourism – Analytical Report

(notas de leitura)

•O preço constitui uma preocupação nos países onde menos pessoas gozam férias. Isto mostra que a falta de rendimento disponível por parte de uma grande parte da população é uma barreira para viajar – Hungria, Polónia, Roménia, Letónia e Lituânia.

•A maioria dos europeus (54%) preferiu destinos turísticos convencionais. Cerca de 28%, são atraídos para destinos não-convencionais.

•A maioria dos europeus nomeou o ambiente do destino (atractividade global) como a principal causa da escolha do destino (31%), seguindo-se o património cultural (24%) e a animação (15%).

Reservas:

•A maioria de turistas da UE (56%) organizou as suas próprias férias. 16% reservou bilhetes de transporte ou alojamento através de uma agência de viagens e cerca de 20 % optou por um pacote turístico, reservado através de uma agência de viagens (9%) ou on-line (10%).

•Os turistas que passaram as férias de 2008 no seu país de residência efectuaram a reserva da sua viagem e alojamento individualmente (72% em comparação com

47% que viajou para outro país da UE e 42% que viajou para fora da UE).

•Existe uma clara preferência pelas fontes de informação não institucionais sobre os potenciais destinos de férias. A maioria dos entrevistados disse que se baseou principalmente no boca-a-boca na escolha de destinos turísticos: 57% utilizou as suas redes sociais para obter informação sobre destinos de viagens e 31% baseou-se na sua experiência pessoal.

•A Internet tem vindo a tornar-se claramente na fonte de informação mais influente: 38% utilizou este meio que fornece informação comercial, bem como análises e recomendações de terceiros.

•Os *media*, como jornais, televisão e rádio foram menos propensos a influenciar as escolhas dos destinos.

Link:

http://ec.europa.eu/public_opinion/flashes/fl_258_en.pdf