

# ROTAS AÉREAS PARA O ALGARVE

---



## Verão 2010

Março

---

---

## Sumário

Oportunidades

Reino Unido – Londres / Midlands e Noroeste

Alemanha – Centro-Oeste / Sul

Irlanda – Dublin

Países Baixos

Escandinávia – cidades capital

Espanha – Madrid

- Aspectos Gerais
- Alguns Indicadores Económicos
- Caracterização do Consumidor
- Oportunidades
- Análise da Concorrência

## Notas

O presente relatório tem como objectivo, dar a conhecer a hoteleiros e prestadores de serviços de turismo as principais oportunidades que devem ser exploradas na procura de mercados para o Algarve.

O relatório destaca as principais áreas de captação que podem constituir um maior potencial de crescimento de fluxos para o destino Algarve no próximo Verão e identifica os mercados que oferecem melhores ligações ao destino.

Este relatório não identifica todas as rotas/ ligações para o Algarve e deve ser usado como um meio de conhecimento/ identificação de quais são os mercados que devem ser alvo de promoção.

## OPORTUNIDADES

### Oportunidades - principais regiões

Mercado de Origem	Oportunidade
<b>Reino Unido</b>	Londres Midlands e Noroeste
<b>Alemanha</b>	Centro-Oeste (Vale do Ruhr) Sul (Bavaria)
<b>Irlanda</b>	Dublin
<b>Países Baixos</b>	Todo o país
<b>Escandinávia</b>	cidades capital
<b>Espanha</b>	Madrid

Para o Verão de 2010, a maioria dos mercados e das companhias aéreas mantêm a sua programação e a nova base da Ryanair em Faro potencia novas oportunidades em alguns mercados. No seu conjunto, a operação prevista engloba 350 voos regulares por semana, provenientes de 12 países.

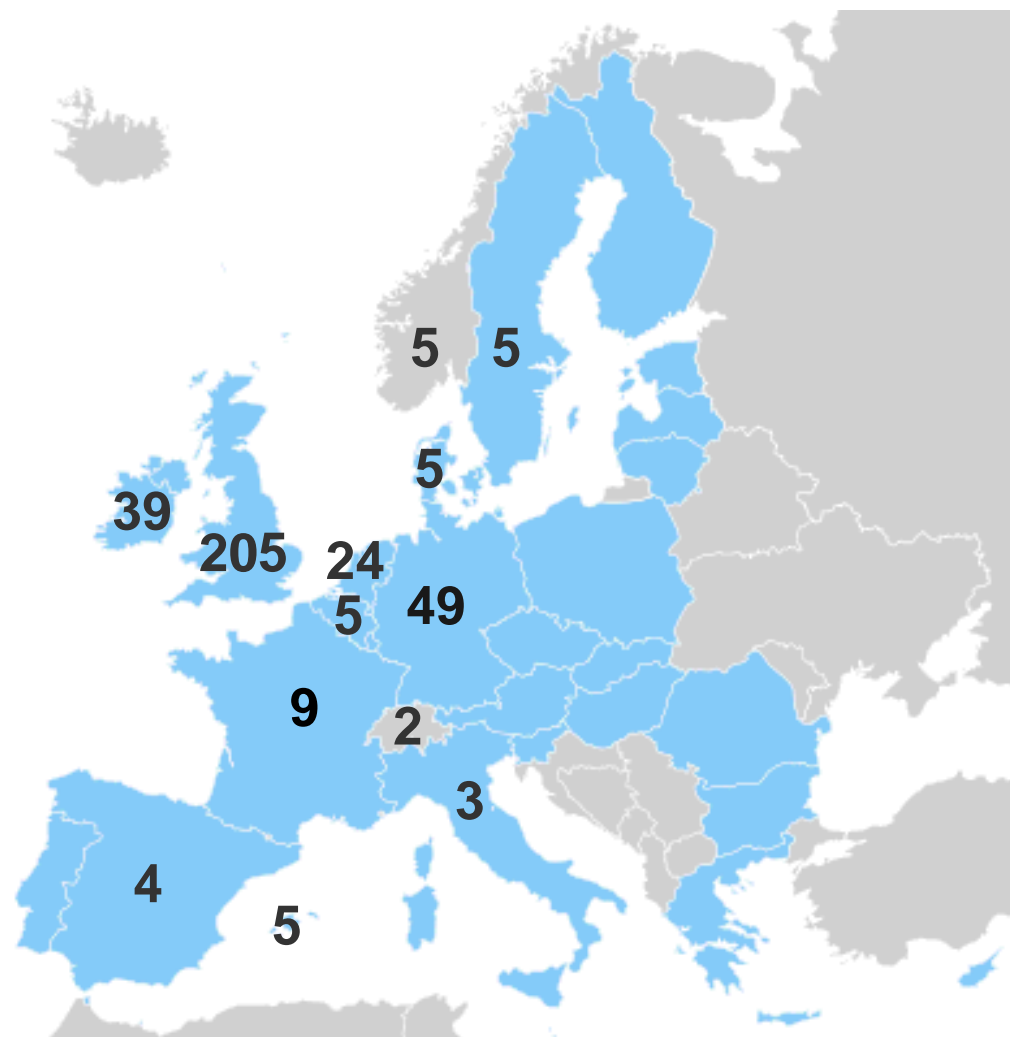
O Reino Unido é o principal mercado de origem, concentrando mais de 60% da operação para o Algarve, com voos semanais provenientes de 15 cidades. Em segundo lugar, encontra-se a Alemanha, que oferece mais de 50 frequências semanais com origem em 9 cidades. A Irlanda posiciona-se na terceira posição, com cerca de 40 voos semanais provenientes dos seus 4 principais aeroportos.

Londres é a maior cidade que tem ligações com Faro, seguindo-se Düsseldorf e Dublin.

A easyJet continua a ser a companhia aérea com mais ligações a Faro, oferecendo cerca de 100 frequências semanais, enquanto a Ryanair é a companhia que liga o Algarve ao maior número de destinos, com uma oferta de ligações com origem em 27 cidades e 11 países europeus.

Com base na análise da operação tradicional – voos regulares e *low-cost*, para o Verão 2010, as áreas de captação identificadas são indicadas como constituindo oportunidades para captação de potenciais fluxos turísticos, quer pelo significativo número de lugares disponíveis bem como pela área de cobertura das transportadoras que operam no destino.

## Frequências semanais directas (todas as rotas)



## Reino Unido – Londres

### ASPECTOS GERAIS

Londres, com mais de 80 voos semanais, é a cidade com o maior número de ligações a Faro.

Com esta forte oferta, diversificada em operação *low-cost*, tradicional e *charter*, Londres constitui a principal área de captação no Reino Unido.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	British Airways	easyJet	Monarch	Ryanair	Total
<b>Londres</b>	14	49	12	7	82



## Reino Unido – Londres

### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos [2007]

Indicadores Económicos	Inner London	Outer London
<b>PIB (milhões €)</b>	288.090,2	139.751,3
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	83.200	26.600
<b>Rendimento disponível dos particulares (€) (*)</b>	25.403,3	20.439,5

(\*) Referente a 2006

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, a região Inner London posicionou-se 185,9% acima da média do Reino Unido (29.100 €), enquanto a região Outer London posicionou-se 8,6% abaixo. O Reino Unido, no mesmo ano, atingiu os 16,9% acima da média verificada na U.E. 27.

No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2006, Inner London apresenta um crescimento de +6,6% e Outer London +3,6%, face ao ano anterior.

### CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

**População:** 6,7 milhões de pessoas, em Londres e 58,8 milhões no Reino Unido, em 2008.

**População que faz férias:** n.d.

**Total de viagens:** 58,5 milhões de viagens de *outbound* no Reino Unido.

**Principais países de destino:** Espanha, França, Estados Unidos da América, República da Irlanda, Itália, Alemanha, Grécia, Holanda, Portugal e Bélgica.

**Principais motivações nas viagens de outbound:** Férias (38,4 milhões), Negócios (7 milhões), Visita a Familiares e Amigos – VFR (11,5 milhões) e outros (1,6 milhões).

Fonte: EdT em Londres

## Reino Unido – Londres

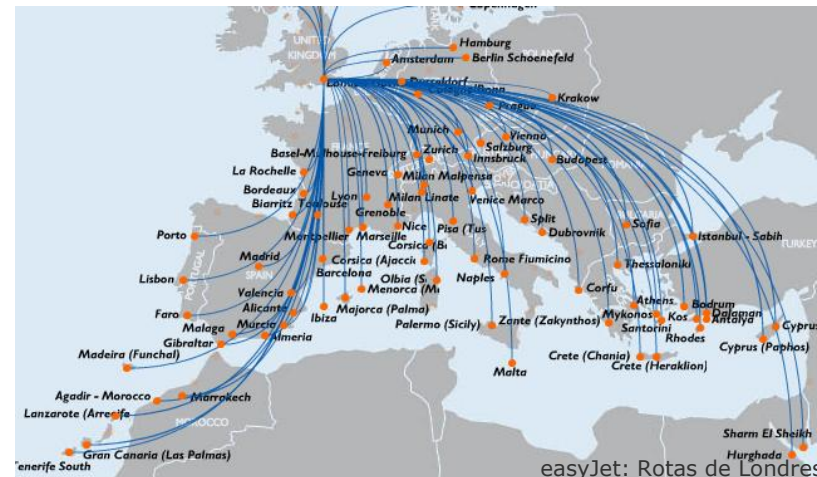
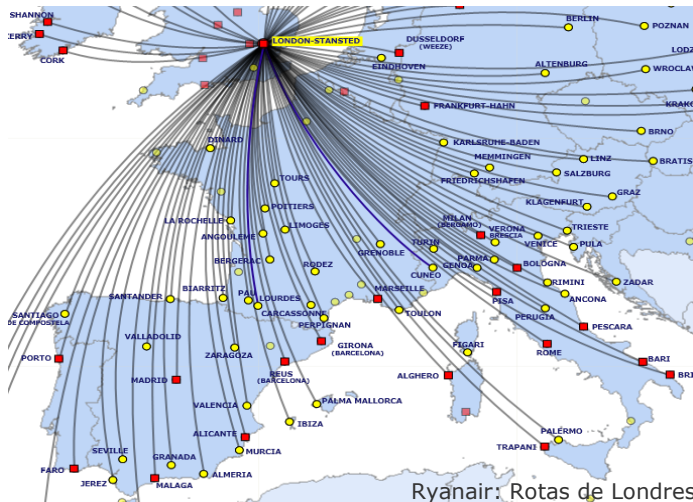
### OPORTUNIDADES

A facilidade das ligações a Faro, com mais de 80 voos semanais provenientes dos 4 principais aeroportos, constitui uma grande oportunidade para o posicionamento da oferta do destino Algarve, no mercado do Reino Unido.

Um trabalho conjunto com as companhias easyJet e Ryanair, que se posicionam totalmente no produto *seat-only*, pode trazer mais oportunidades, enquanto a Monarch disponibiliza os seus lugares aos operadores Cosmos e Monarch Holidays.

### ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Londres oferece uma vasta diversidade de rotas aéreas a partir dos seus 3 principais aeroportos de lazer (Gatwick, Luton e Stansted). Consequentemente, nesta importante área de captação de fluxos turísticos, o Algarve compete com os principais destinos de sol e mar no Sul da Europa.



## Reino Unido – Midlands e Noroeste

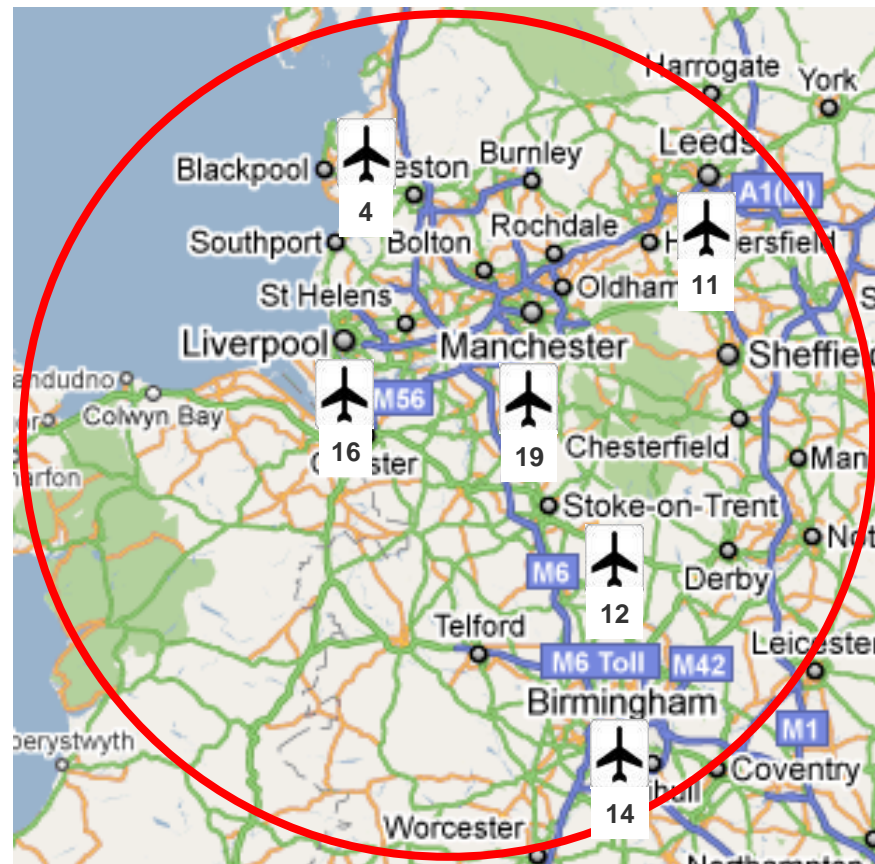
### ASPECTOS GERAIS

A região Central e Noroeste, coberta por 76 voos semanais, é uma área de captação com interesse para o Algarve.

É uma região com um grande volume populacional onde possuem já um bom conhecimento do Algarve.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	bmibaby	easyJet	Jet2	Monarch	Ryanair	Total
<b>Birmingham</b>	3	-	-	7	4	14
<b>Blackpool</b>	-	-	4	-	-	4
<b>East Midlands</b>	7	-	-	-	5	12
<b>Leeds</b>	-	-	7	-	4	11
<b>Liverpool</b>	-	12	-	-	4	16
<b>Manchester</b>	-	-	7	12	-	19
<b>Total</b>	10	12	18	19	17	76



### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos

[2007]

Indicadores Económicos	West Midlands (Birmingham)	Lancashire (Blackpool)	Derbyshire e Nottighamshire	East Midlands		West Yorkshire (Leeds)	Merseyside (Liverpool)	Great Manchester (Manchester)
				Leicestershire, Rutland e Northants	Lincolnshire			
<b>PIB (milhões €)</b>	78.878,9	37.472,6	59.439,6	54.220,0	16.559,2	64.822,9	32.289,1	77.501,1
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	26.200	22.400	25.000	28.500	20.700	25.800	20.700	26.200
<b>Rendimento disponível dos particulares (€) (*)</b>	14.346,6	15.267,1	15.942,8	16.950,3	16.316,8	15.329,5	15.371,9	15.551,3

(\*) Referente a 2006

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, as regiões de:

- West Midlands (5,2%),
- Derbyshire e Nottighamshire (0,4%),
- Leicestershire, Rutland e Northants (14,5),
- West Yorkshire (3,6%)
- e Great Manchester (5,2%),

posicionaram-se acima da média registada na U.E. (24.900€).

No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2006, as regiões analisadas apresentam uma evolução positiva face ao ano anterior.

## Reino Unido – Midlands e Noroeste

### OPORTUNIDADES

A região de Midlands e Noroeste é a segunda região com melhores ligações a Faro. A principal mensagem a transmitir é a facilidade em viajar para o Algarve, no Verão de 2010. Com oferta de variadas ligações e boa capacidade, os preços devem ser baixos para estimular a procura e beneficiar o Algarve como destino de fácil acesso.

O mercado tem também um forte conhecimento do Algarve, e a oferta do produto Golfe pode constituir um importante incentivo para viagens ao Algarve.



### ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

São muitos os destinos no Sul da Europa servidos pelos vários aeroportos e rotas a partir desta importante área de captação.

A Jet2 aumenta a sua oferta de destinos a partir de Leeds e Manchester e a Monarch oferece mais rotas, a partir da sua base em Birmingham, com destino à Turquia. A Ryanair e a easyJet são ambas bastante fortes nas suas rotas provenientes de Liverpool, dirigem a sua oferta para o produto família e férias de sol e mar.



## Alemanha – região Centro-Oeste (Vale Ruhr)

### ASPECTOS GERAIS

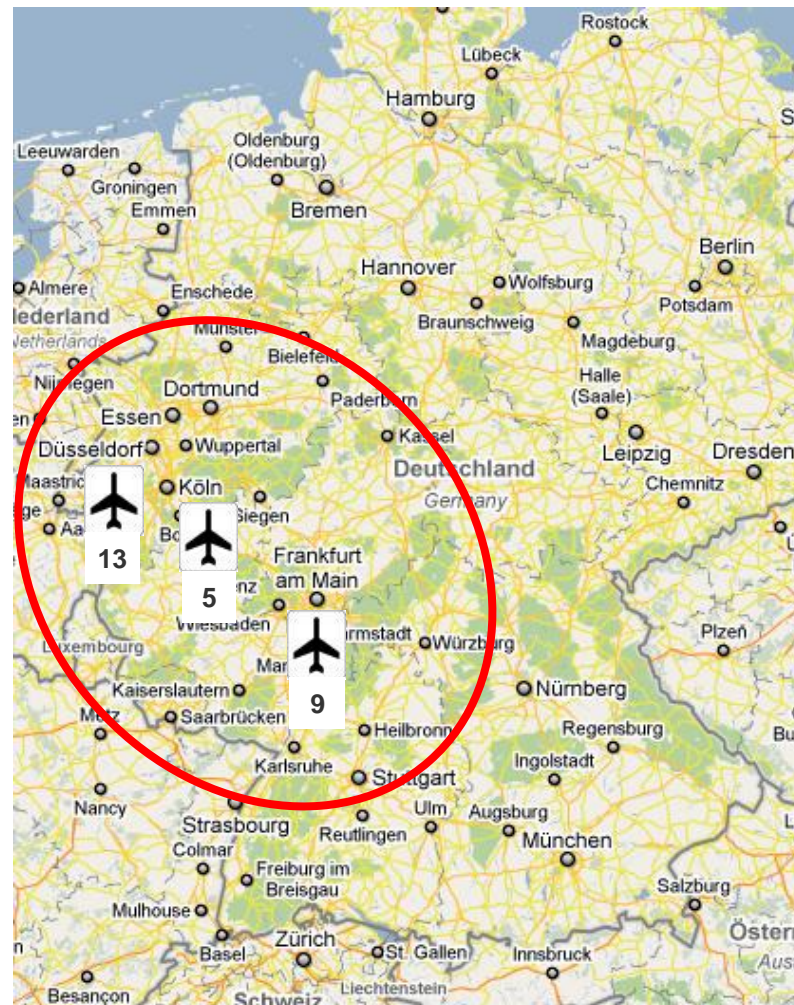
As principais cidades com ligações directas para Faro são:

- Colónia, Dusseldorf e Frankfurt.

Esta região industrial é um importante mercado de captação para o Algarve, que concentra já aproximadamente 50% dos voos operados para Faro.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	Air Berlin	germanwings	Ryanair	TuiFly	Total
<b>Colónia</b>	2	3	-	-	5
<b>Dusseldorf</b>	3	-	7	3	13
<b>Frankfurt</b>	-	-	6	3	9
<b>Total</b>	5	3	13	6	27



## Alemanha – região Centro-Oeste (Vale Ruhr)

### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos [2007]

Indicadores Económicos	Colónia	Dusseldorf	Darmstadt (Frankfurt)
<b>PIB (milhões €)</b>	131.954,8	169.603,9	150.265,1
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	29.400	31.800	38.900
<b>Rendimento disponível dos particulares (€) (*)</b>	18.556,1	18.871,2	18.880,6

(\*) Referente a 2006

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, Colónia posicionou-se 2,1% acima da média germânica (28.800 €), Düsseldorf 10,4% e Darmstadt (Frankfurt) 35,1%.

Para o mesmo indicador a Alemanha encontra-se 15,8% acima da média verificada na U.E. 27.

No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2006, Colónia apresenta um crescimento de 1,9%, face ao ano anterior, Düsseldorf 1,9% e Darmstadt (Frankfurt) 1,8%.

### CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

**População:** 82,3 milhões de pessoas, em 2008.

**População que faz férias:** 64,9 milhões de germânicos, com mais de 14 anos, realizaram férias.

**Total de viagens:** 79,8 milhões de viagens.

**Principais países de destino:** França, Áustria, Espanha, Itália, Turquia, Reino Unido, Holanda, Grécia, Suíça, Dinamarca e Portugal (15ª posição).

**Principais motivações nas viagens de outbound:** Lazer (74%), Negócios (13%), Visita a Familiares e Amigos – VFR (9%) e Outros (4%).

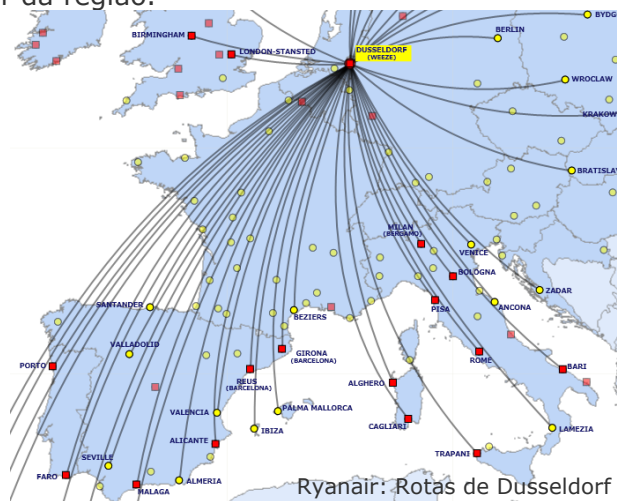
Fonte: Dossier de Mercado – Alemanha 2010, Turismo de Portugal, IP

## Alemanha – região Centro-Oeste (Vale Ruhr)

### OPORTUNIDADES

As áreas de captação das cidades de Colónia, Dusseldorf e Frankfurt, que concentram quase 50% das ligações aéreas com destino a Faro, disponibilizam horários atractivos e facilidade em viajar para Faro.

A Air Berlin, germanwings e TuiFly optam, preferencialmente, pela venda a operadores turísticos (Tui e Olimar), e oferecem os lugares disponíveis nos seus sites. Enquanto a Ryanair oferece toda a capacidade no seu site a passageiros independentes. No Verão de 2010, a Ryanair posiciona-se como a transportadora que opera o maior número de voos a partir da região.



### ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

O Algarve enfrenta uma forte concorrência em Dusseldorf, cidade a partir da qual a Ryanair e a Air Berlin servem os principais destinos balneários no Sul da Europa.

Também a germanwings, com a sua base em Colónia, disponibiliza uma forte oferta para os potenciais destinos concorrentes do Algarve.



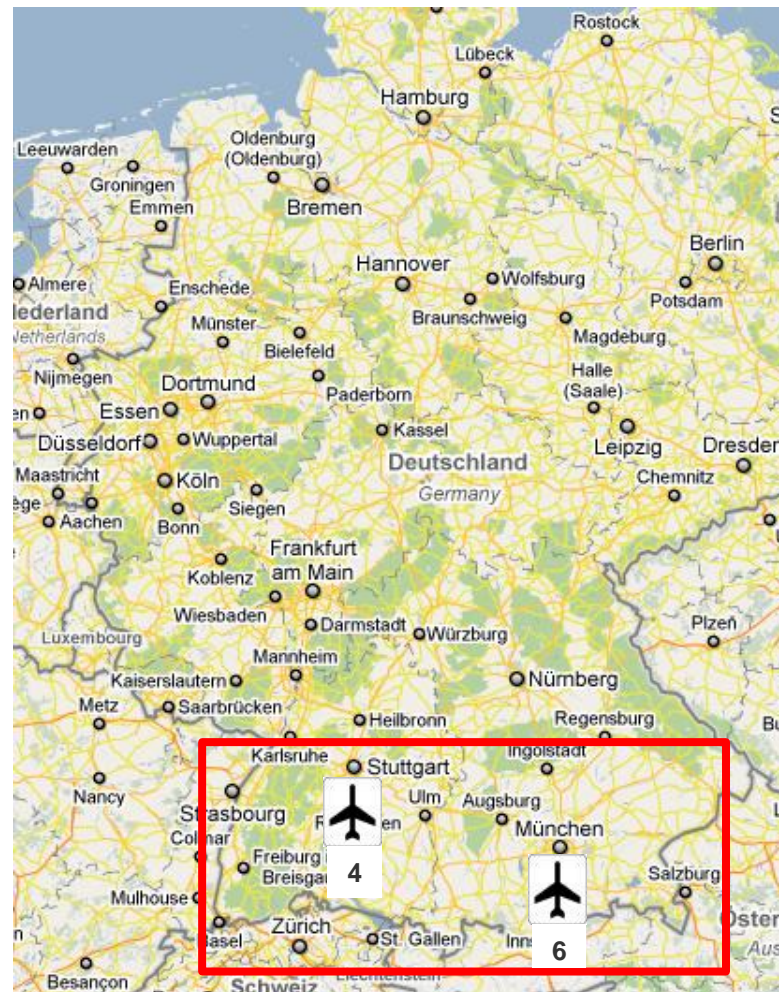
## Alemanha – região Sul (Bavaria)

### ASPECTOS GERAIS

Com a nova rota Munique-Faro que a Ryanair lança para o Verão de 2010, em conjunto com a oferta da germanwings a partir de Estugarda, a região Sul da Alemanha e a Bavaria podem constituir uma forte área de captação.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	Air Berlin	germanwings	Ryanair	TuiFly	Total
<b>Munique</b>	1	-	3	2	6
<b>Estugarda</b>	-	2	-	2	4
<b>Total</b>	1	2	3	4	10



## Alemanha – região Sul (Bavaria)

### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos [2007]

Indicadores Económicos	Estugarda	Oberbayern (Munique)
<b>PIB (milhões €)</b>	144.457,5	180.383,2
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	35.200	41.000
<b>Rendimento disponível dos particulares (€) (*)</b>	19.942,6	20.456,5

(\*) Referente a 2006

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, Estugarda posicionou-se 22,2% acima da média germânica (28.800 €) e Oberbayern (Munique) 42,4%.

Para o mesmo indicador a Alemanha encontra-se 15,8% acima da média verificada na U.E. 27.

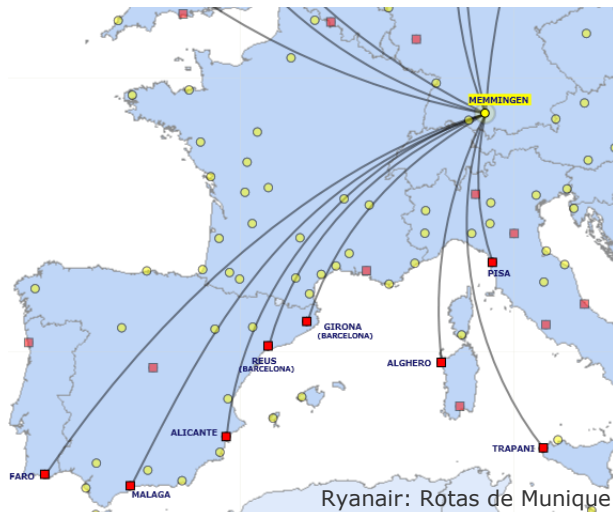
No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2006, Estugarda apresenta um crescimento de 2,6%, face ao ano anterior e Oberbayern (Munique) 1,8%.

## Alemanha – região Sul (Bavaria)

### OPORTUNIDADES

Munique tem constituído uma boa oportunidade com a oferta das companhias Air Berlin e TuiFly, optando, ambas, pela venda a operadores turísticos e passageiros independentes. Contudo, para o Verão de 2010, a Ryanair vai oferecer 3 frequências semanais e a Air Berlin e a TuiFly mantêm a sua oferta. Para além disso, a germanwings reinicia, no Verão de 2010, a sua rota a partir de Estugarda com 2 voos semanais.

Consequentemente, só vale a pena considerar o produto *seat-only* oferecido pela Ryanair pelo seu posicionamento como oferta de como é fácil viajar para o Algarve.



### ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A Ryanair, opera, através da sua nova rota a partir de Munique, também para Málaga e Alicante, ligações que têm como consequência uma concorrência directa ao Algarve, a transportadora tem também ligações a Sardenha e Sicília. Com origem no principal aeroporto em Munique, a Condor, transportadora *charter*, é a principal companhia aérea que opera para todos os destinos de praia no Sul da Europa.

Também a germanwings, com a sua segunda base em Estugarda, oferece fortes ligações a muitos destinos concorrentes do Algarve.



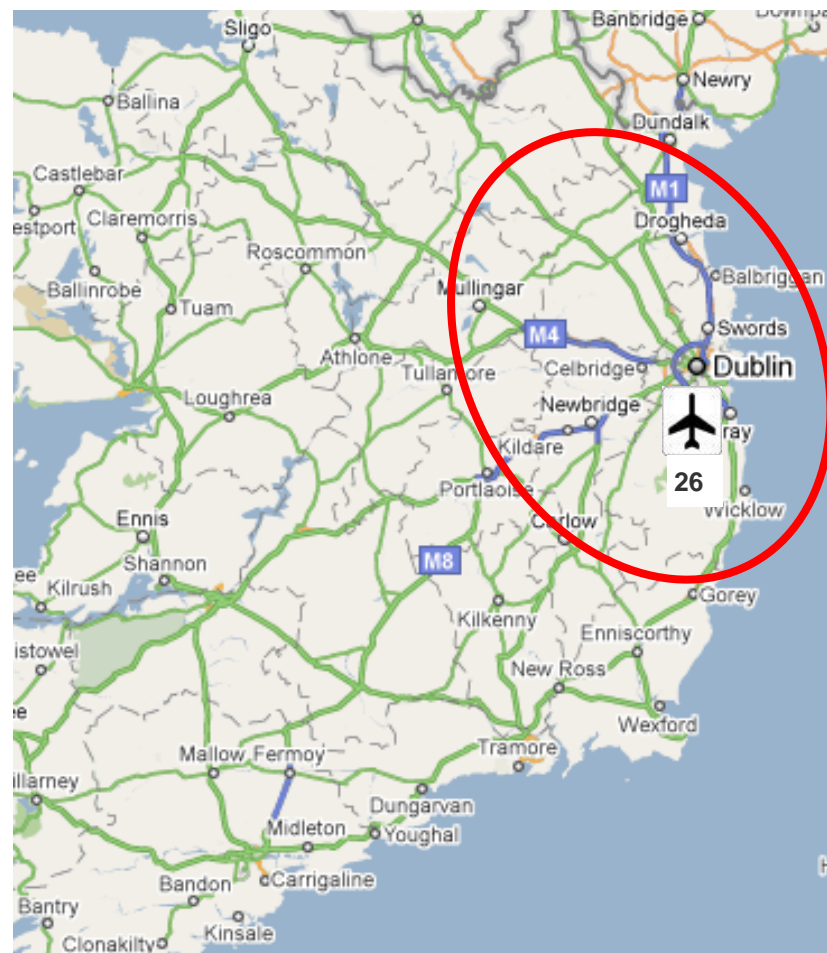
## Irlanda – Dublin

### ASPECTOS GERAIS

A rota de Dublin para Faro, operada pela Aer Lingus e pela Ryanair, com 11 e 15 frequências semanais, respectivamente, representa mais de dois terços de todos os voos da Irlanda para o Algarve.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	Aer Lingus	Ryanair	Total
<b>Dublin</b>	11	15	26



## Irlanda – Dublin

### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos [2007]

Indicadores Económicos	Sul e Leste (Dublin)
<b>PIB (milhões €)</b>	186.799,7
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	34.100
<b>Rendimento disponível dos particulares (€) (*)</b>	17.234,5

(\*) Referente a 2006

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, a região Sul e Leste (Dublin) posicionou-se 12,2% acima da média irlandesa (36.900 €) e 66,1% acima da média verificada na U.E. 27.

No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2006, Dublin apresenta um crescimento de +4,2%, face ao ano anterior.

### CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

**População:** 4 milhões de pessoas, em 2008.

**População que faz férias:** 1 milhão de pessoas faz férias pelo menos uma vez por ano.

**Total de viagens:** 7,008 milhões de viagens. Das quais 10,3% são viagens internas, distribuídas por viagens de Férias (52,7%), VFR (31,9%), Negócios (7,9%) e outras (7,5%) e 89,7% são viagens de outbound, distribuídas por viagens de Férias (57,1%), VFR (25,7%), Negócios (11,4%) e outras (5,7%).

**Principais países de destino:** Espanha, Estados Unidos da América, França, Grécia, Portugal e Reino Unido.

**Principais motivações nas viagens de outbound:** Sol e Mar, Actividades desportivas – onde o Golf é um produto muito forte – e Cultura.

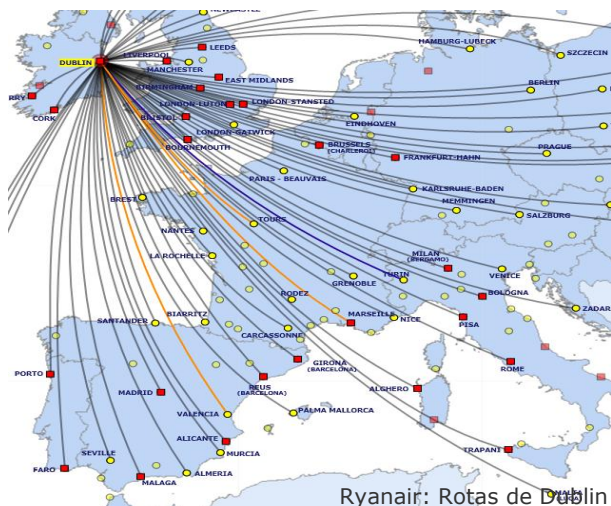
Fonte: EdT em Dublin

## Irlanda – Dublin

### OPORTUNIDADES

A Aer Lingus e a Ryanair operam 26 voos por semana na rota Dublin-Faro, oferta que contribui para a facilidade em viajar para Faro, muito importante para o posicionamento da oferta hoteleira na área de captação de Dublin.

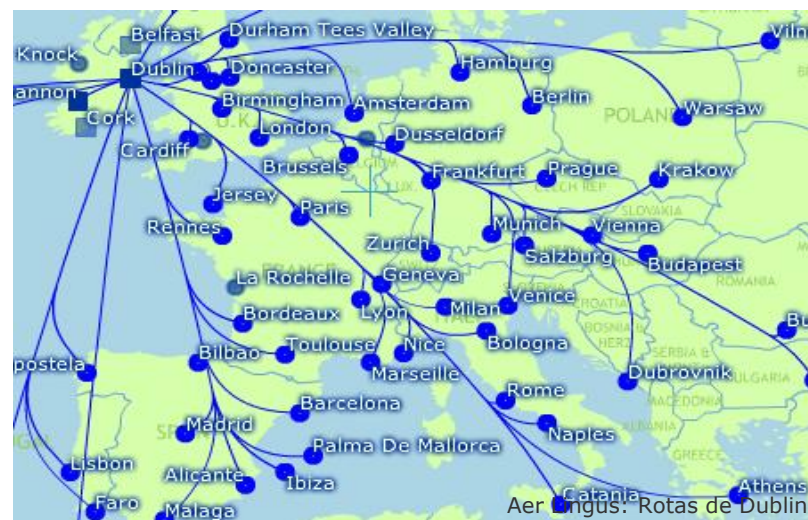
O mercado irlandês está muito familiarizado com os produtos *seat-only* e *packages* dinâmicos, o que, na perspectiva dos Hotéis, é uma oportunidade para aumentar a oferta existente na comunidade de Dublin e assim potenciar um aumento nos negócios. A oferta dos produtos golfe e lazer, com sol e praia são a chave para o marketing.



### ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A Aer Lingus e a Ryanair controlam o mercado irlandês, onde ambas têm uma forte operação para o Sul da Europa, em particular destinos de sol e mar.

Dada a forte presença destas transportadoras *low-cost*, bem como, passageiros que procuram desenvolver as suas próprias férias – passageiros independentes, o mercado da operação *charter* encontra-se em declínio.



## Países Baixos

### ASPECTOS GERAIS

No Verão de 2010, a Ryanair quebra o monopólio da Transavia no mercado holandês.

A Ryanair vai operar a partir de Eindhoven e Maastricht.

As duas companhias aéreas vão operar 25 voos semanais directos para Faro.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	Ryanair	Transavia	Total
<b>Amsterdão</b>	-	5	5
<b>Eindhoven</b>	5	3	8
<b>Maastricht</b>	5	-	5
<b>Roterdão</b>	-	7	7
<b>Total</b>	10	15	25



## Países Baixos

### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos [2007]

Indicadores Económicos	Países Baixos
<b>PIB (milhões €)</b>	568.664,0
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	32.900,0

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, os Países Baixos posicionaram-se 32,2% acima da média verificada na U.E. 27 (24.900 €).

### CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

**População:** 16,6 milhões de pessoas, em 2008.

**População que faz férias:** cerca de 82% da população faz férias.

**Total de viagens:** 35,9 milhões de viagens. Das quais 48,6% são viagens internas e 51,4% são viagens de outbound.

**Principais países de destino:** França, Alemanha, Espanha, Reino Unido, Bélgica, Itália, Áustria, Turquia, Grécia e Portugal.

**Principais motivações nas viagens de outbound:** Sol e Mar (20%), City-Breaks (13%), Touring Cultural (12%), Natureza (11%), Visita a Familiares e Amigos – VFR (8%), Turismo Activo (7%) e Outros (29%).

Fonte: EdT em Hais



## Espanha – Madrid

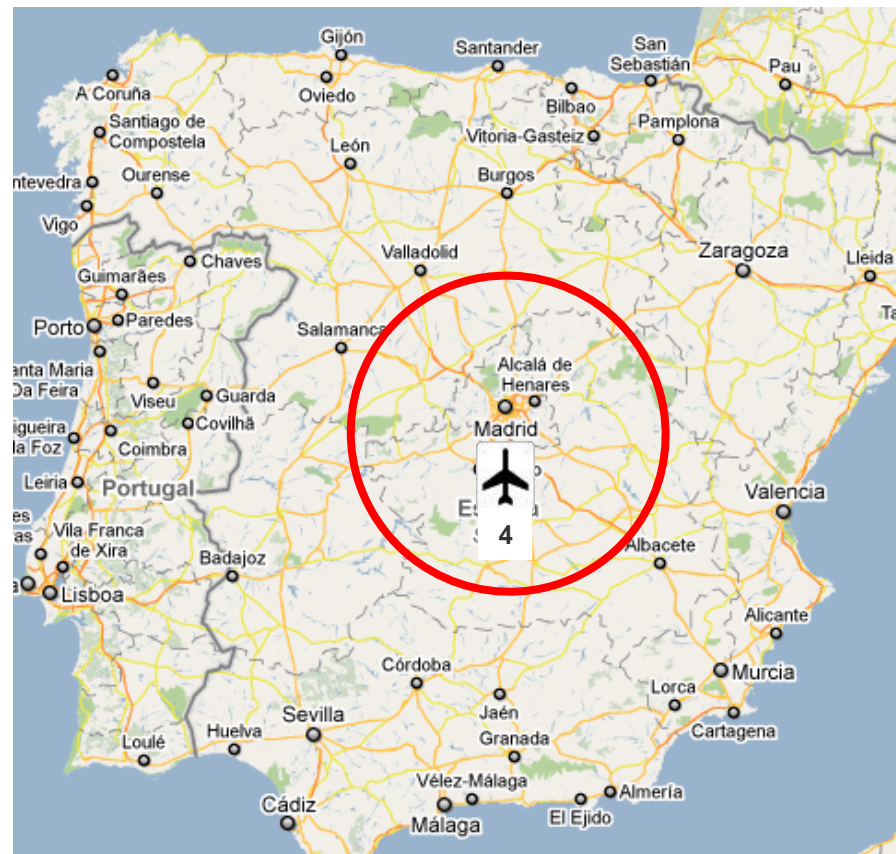
### ASPECTOS GERAIS

No Verão de 2010, a Ryanair vai operar novamente na rota Madrid-Faro.

Esta operação, com 4 frequências semanais, pode constituir uma boa oportunidade para promover o Algarve como destino alternativo às Ilhas Baleares.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	Ryanair
<b>Madrid</b>	4



## Espanha – Madrid

### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos [2007]

Indicadores Económicos	Comunidade de Madrid
<b>PIB (milhões €)</b>	186.799,7
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	34.100
<b>Rendimento disponível dos particulares (€) (*)</b>	17.234,5

(\*) Referente a 2006

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, a Comunidade de Madrid posicionou-se 30,2% acima da média espanhola (26.200 €) e 36,8% acima da média verificada na U.E. 27.

No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2006, a Comunidade de Madrid apresenta um crescimento de +4,4%, face ao ano anterior.

### CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

**População:** Comunidade de Madrid – 6,4 milhões de pessoas; cidade de Madrid – 3,3 milhões de pessoas, em 2008.

**População que faz férias:** 4,6 milhões de pessoas (72%).

**Total de viagens:** 30,7 milhões de viagens, distribuídas por viagens de Férias (56%), Negócios (19%) e VFR (20%). Das quais 92% são viagens internas e 8% são viagens de outbound. O outbound total do mercado de Espanha concentra uma quota de 21,7%.

**Principais países de destino:** França, Portugal, Itália, Andorra, Reino Unido, Alemanha e Marrocos.

**Principais motivações nas viagens de outbound:** Turismo Cultural (tradições, museus, monumentos, povo, gastronomia e vinhos); Descanso (sol e mar, campo, spas); Prática Desportiva (ski, golfe, surf, windsurf) e Visita a Familiares e Amigos – VFR.

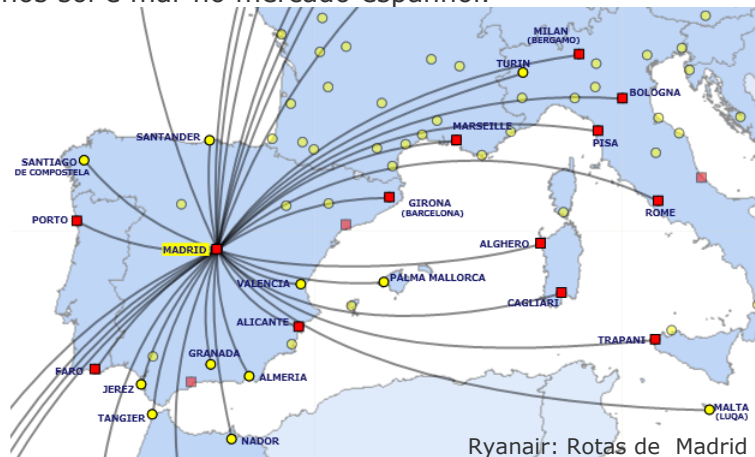
Fonte: EdT em Madrid

## Espanha – Madrid

### OPORTUNIDADES

A Ryanair lança 4 voos semanais a partir de Madrid. O principal mercado de Madrid está familiarizado com o serviço *low-cost* para Palma, Malaga e Alicante, etc., para férias de lazer e *short-breaks*. Este novo serviço posiciona o Algarve como destino competitivo, na região de Madrid.

A promoção deverá ter por base a diferença que o hotel/destino podem oferecer face ao que o mercado está familiarizado – o que nos diferencia de Malaga, etc.? Esta deverá ser a chave para a promoção da oferta dos hotéis, para posicionamento do Algarve acima dos tradicionais destinos sol e mar no mercado espanhol.



### ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A easyJet e a Ryanair oferecem uma forte programação a partir de Madrid para destinos Sol e Mar.

Estes transportadores oferecem ligações a muitos destinos espanhóis – costa espanhola, Baleares e Canárias, bem como, a *resorts* italianos e destinos em Marrocos.



## Escandinávia – cidades capital

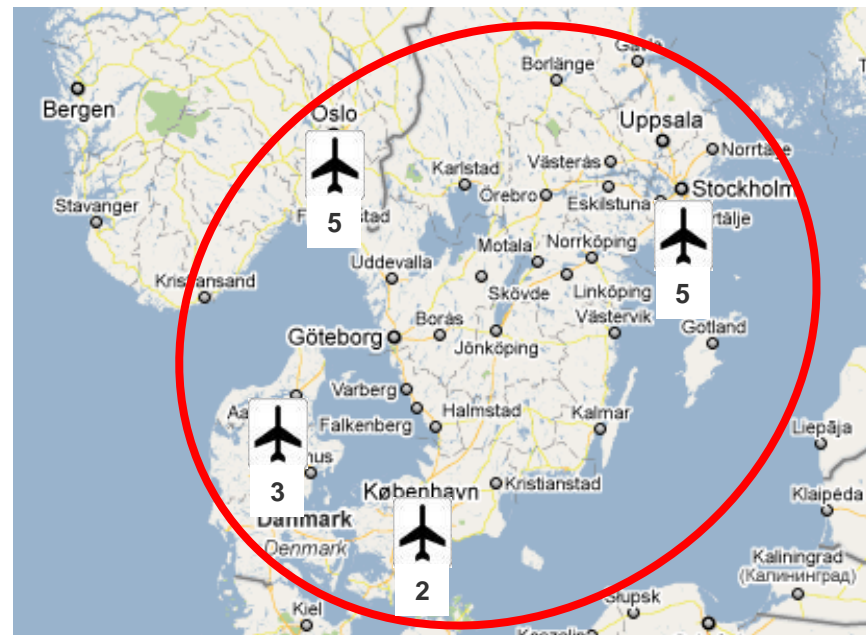
### ASPECTOS GERAIS

Para o Verão de 2010, a Ryanair lança voos alocados ao produto *seat-only* provenientes de Oslo e Estocolmo, o que constitui uma oportunidade para o novo segmento passageiro independente, enquanto a norwegian se focaliza no modelo tradicional dos operadores turísticos.

O novo produto *seat-only*, de baixo custo, é oferecido em primeira mão pela Ryanair para o Algarve, oferecendo a possibilidade de mudança do modelo tradicional para uma nova abordagem mais dinâmica.

#### Frequência semanal de voos operados para o Algarve

	norwegian	Ryanair	Total
<b>Billund</b>	-	3	3
<b>Copenhaga</b>	2	-	2
<b>Oslo</b>	2	3	5
<b>Estocolmo</b>	2	3	5
<b>Total</b>	6	9	15



## Escandinávia – cidades capital

### ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

#### Indicadores Económicos [2007]

Indicadores Económicos	Syddanmark (Billund)	Hovedstaden (Copenhaga)	Oslo	Estocolmo
<b>PIB (milhões €)</b>	46.312,2	84.542,9	n.d.	93.818,3
<b>PIB per capita em PPS (€)</b>	28.200	37.400	n.d.	41.000
<b>Rendimento disponível dos particulares (€) (*)</b>	12.462,6	13.265,4	n.d.	16.178,5

(\*) Referente a 2006

FONTE: Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>)

Em 2007, no indicador PIB per capita, verificam-se os seguintes comportamentos: Hovedstaden (Copenhaga) posicionou-se 23,8% acima da média da Dinamarca (30.200 €); e Estocolmo posicionou-se 34% acima da média da Suécia (30.600€). A Dinamarca encontra-se 21,3% acima da média verificada na U.E. 27, a Noruega 79,2% e a Suécia 22,8%.

No indicador relativo ao rendimento disponível, as regiões apresentam uma evolução positiva face ao ano anterior.

### CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

#### População:

Copenhaga – 1,2 milhões de habitantes;  
Oslo – 575 mil; e  
Estocolmo – 795 mil, em 2008.

#### População que faz férias: n.d.

#### Total de viagens:

Dinamarca – 8,5 milhões de viagens de outbound;  
Noruega – 6,6 milhões; e  
Suécia – 10,7 milhões.

#### Principais países de destino:

Dinamarca – Alemanha, Suécia, Espanha e Itália;  
Noruega – Suécia, Dinamarca, Espanha e Alemanha; e  
Suécia – Alemanha, Espanha, R. Ásia-Pacífico e Dinamarca.

#### Principais motivações nas viagens de outbound:

Dinamarca – Lazer (70%), Business (14%), VFR /Outros (15%);  
Noruega – Lazer (64%), Business (20%), VFR/Outros (16%); e  
Suécia – Lazer (64%), Business (25%), VFR/Outros (11%).

Fonte: Germany The Travel Destination

## Escandinávia – cidades capital

### OPORTUNIDADES

Devido à inexistência do produto *seat-only*, o passageiro independente tem sido muito fraco. Agora, a operação da Ryanair com origem em Billund, Oslo e Estocolmo, constitui uma boa oportunidade para a promoção de *short-breaks* no mercado escandinavo, bem como *golfing breaks* e *packages* Sol e Mar.

Promover os hotéis em sites turísticos e participar em feiras de turismo, posicionando-os como oportunidades para a realização de férias de forma independente no Algarve.

A norwegian oferece, no Verão de 2010, 2 voos semanais com origem em Copenhaga – fornece lugares para passageiros independentes e operadores turísticos.

### ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A Ryanair apresenta um forte crescimento nas ligações a Oslo e Estocolmo e faz uma forte concorrência à norwegian.

Igualmente, a Cimber Sterling iniciou a sua operação em Copenhaga – oferece uma forte rede para o Sul da Europa.

