

Verão 2011

Principais oportunidades para hoteleiros e prestadores de serviços de turismo

Março

Sumário

Oportunidades

Reino Unido – Londres e Manchester

Alemanha – Centro-Oeste e Sul

França – Paris e Oeste

Áustria – Viena e Graz

Países Baixos – Amesterdão

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

Notas

O presente relatório apresenta as rotas regulares para a Madeira, não considerando as ligações *charter* e refere-se apenas a operações directas (não inclui os voos da Air Berlin via Palma de Maiorca).

É considerado o número máximo de frequências semanais durante os meses de Julho e Agosto, portanto os restantes meses do período em análise podem apresentar um número menor de frequências.

OPORTUNIDADES

Oportunidades - principais regiões

Mercado de Origem	Oportunidade
Reino Unido	Londres e Manchester
Alemanha	Centro-Oeste e Sul
França	Paris e Oeste
Áustria	Viena e Graz
Países Baixos	Amesterdão

Para o Verão de 2011, a Madeira terá um crescimento de 2 frequências semanais, face ao período homólogo anterior. O maior crescimento regista-se no Reino Unido.

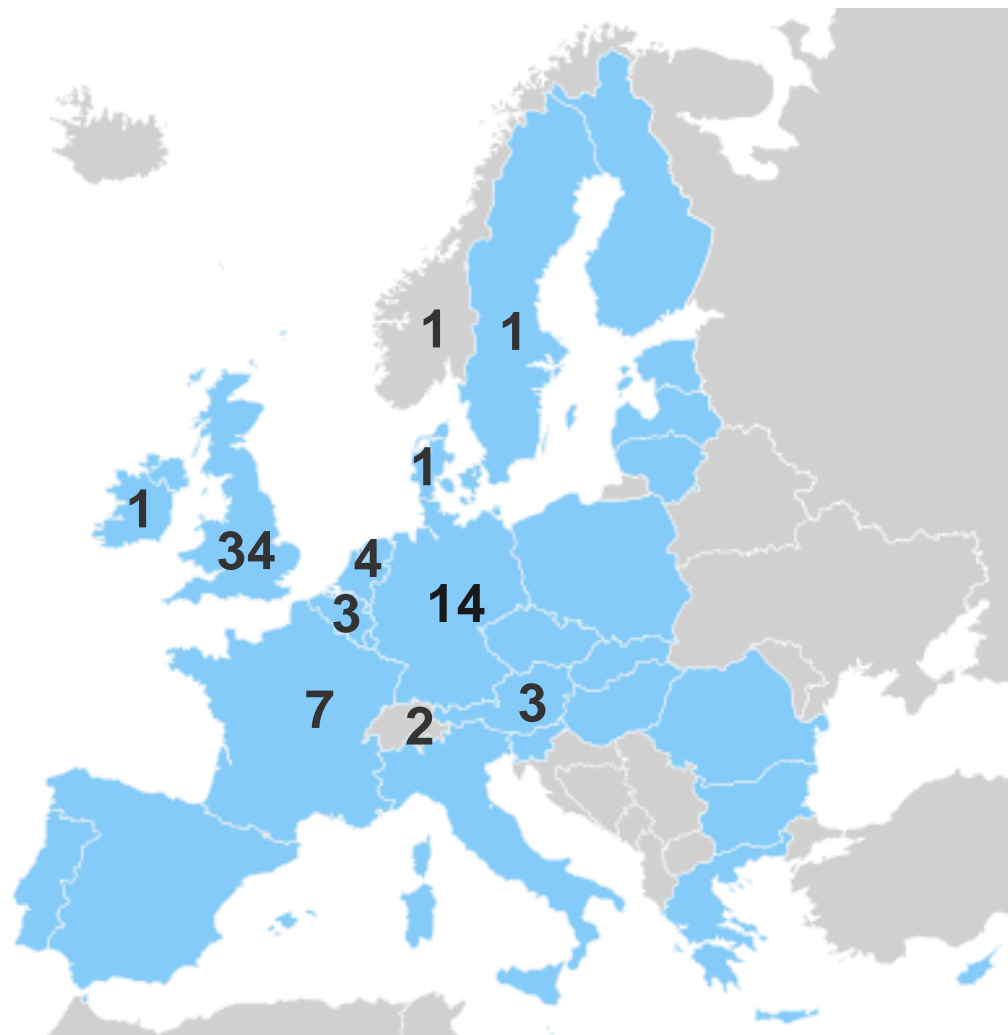
O Reino Unido é o principal mercado para a Madeira, seguido da Alemanha e juntos concentram mais de 2/3 do total da operação para o Funchal. As suas principais cidades têm ligações para a Madeira.

Para o Verão de 2011, Londres é, de longe a cidade mais importante – com 19 frequências. A segunda e a terceira são Paris e Amesterdão, com 5 e 4 frequências semanais, respectivamente.

Em relação às companhias aéreas, a easyJet é a que oferece o maior número de voos internacionais para a Madeira – 13 operações semanais. Em seguida, a Air Berlin e a Thomson oferecem 10 frequências semanais, cada.

Em termos de desenvolvimento, a Jet2 e a Transavia apresentam os seus maiores crescimentos para o destino – a Jet2 aumento o número de rotas e de frequências e a Transavia aumenta o número de frequências.

Frequências semanais directas (todas as rotas)



Reino Unido – Londres e Manchester

ASPECTOS GERAIS

Londres com uma oferta de 19 frequências semanais através de companhias *low cost*, tradicionais e *charters*, é a principal área de captação. Manchester com uma combinação de transportadoras híbridas e *charters* na rota é também uma oportunidade significativa.

Os esforços devem ser focados na facilidade em viajar para a Madeira – mais voos a partir dos principais aeroportos de Londres (combinação de *seat-only* e operadores turísticos); Manchester tem uma segunda frequência operada pela Jet2, perfazendo agora 5 voos semanais na rota.

Frequência semanal de voos operados para a Madeira

	easyJet	Jet2	TAP	Thomas Cook	Thomson	Total
Londres	9	-	7	-	3	19
Manchester	-	2	-	1	2	5
Total	9	2	7	1	5	24



Reino Unido – Londres e Manchester

ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores Económicos [2008]

Indicadores Económicos	Inner London	Outer London	Great Manchester
PIB (milhões €)	266.982	120.463	68.199
PIB <i>per capita</i> em PPS (€)	85.800	25.300	25.700
Rendimento disponível dos particulares (€) (*)	24.733	20.020	15.449

(*) Referente a 2007

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

Em 2008, no indicador PIB *per capita*, a região Inner London posicionou-se 199,0% acima da média do Reino Unido (28.700 €), enquanto as regiões de Outer London e de Great Manchester se posicionaram abaixo, 11,8 e 10,5%, respectivamente. O Reino Unido, no mesmo ano, atingiu os 14,3% acima da média verificada na U.E. 27 (25.100€).

Em 2007, no indicador relativo ao rendimento disponível, as regiões de Inner London, Outer London e Great Manchester apresentam ligeiros decréscimos face ao ano anterior.

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

População: 7,6 milhões de pessoas em Londres e 61,0 milhões no Reino Unido, em 2010.

População que faz férias: 42,8 milhões de pessoas, o que representa uma quota de 70,2%.

Total de viagens: 87 milhões de viagens, das quais 54,9 milhões são *outbound* e 32,1 milhões são *inbound*, com quotas de 63,1% e 36,9%, respectivamente.

Principais países de destino: Espanha, Estados Unidos da América, Alemanha, França, Itália, República da Irlanda, Países Baixos, Turquia e Suíça.

Principais motivações nas viagens de *outbound*: Férias 65,7% (36,1 milhões), Negócios 11,7% (6,4 milhões), Visita a Familiares e Amigos – VFR 19,8% (10,9 milhões) e outros 2,5% (1,4 milhões).

Fonte: EdT em Londres e Turismo de Portugal, IP

Reino Unido – Londres e Manchester

OPORTUNIDADES

Com a oferta dos 16 voos semanais da easyJet e da TAP, Londres é o principal mercado para a Madeira na captação de passageiros independentes, e em conjunto com os 3 voos operados pela Thomson (principal companhia da Thomson Holidays), Londres deve ser um mercado prioritário. Devem focar-se as tradicionais férias de 7 dias, assim como a oportunidade de fazer *short/weekend-breaks* na Madeira.

Manchester aumenta a sua presença na Madeira. A Jet2 tem agora 2 frequências semanais (*seat-only* e reservas por

operadores). Esta forte e emergente área de captação pode contribuir para o sucesso do destino.

ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Londres oferece uma vasta gama de ligações aéreas a partir dos seus dois principais aeroportos de lazer (Gatwick e Luton), pelo que, a Madeira compete com muitos destinos no Sul da Europa.

A Jet 2 aumenta a sua operação a partir de Manchester, focalizando esforços em destinos fora do continente europeu.



easyJet: Rotas de Londres



Jet2: Rotas de Manchester

Alemanha – região Centro-Oeste e Sul

ASPECTOS GERAIS

A região Centro-Oeste é vital para o destino Madeira, servida por 3 companhias aéreas, que combinam o produto *seat-only* e reservas através de operadores turísticos. Similarmente, a região Sul, forte e abundante área de captação, deve ser prioritária na promoção da Madeira.

A variedade de transportadoras é importante para o posicionamento nas regiões – com forte potencial para operadores e *seat-only*, o Funchal pode oferecer uma vasta variedade de experiências de férias.

Frequência semanal de voos operados para a Madeira

	Air Berlin	Condor	TuiFly	Total
Colónia	-	-	1	1
Dusseldorf	2	-	-	2
Frankfurt	-	1	1	2
Munique	1	1	-	2
Nuremberga	1	-	-	1
Estugarda	-	-	1	1
Total	4	2	3	9



Alemanha – região Centro-Oeste e Sul

ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores Económicos [2008]

Indicadores Económicos	Colónia	Dusseldorf	Darmstadt (Franfurt)
PIB (milhões €)	133.236,0	179.340,0	153.928,0
PIB per capita em PPS (€)	29.100	33.100	39.100
Rendimento disponível dos particulares (€) (*)	18.862,0	19.289,0	19.289,0

Indicadores Económicos	Oberbayern (Munique)	Mittelfranken (Nuremberga)	Estugarda
PIB (milhões €)	182.535,0	59.783,0	145.012,0
PIB per capita em PPS (€)	40.500	33.500	34.700
Rendimento disponível dos particulares (€) (*)	20.982	19.113,0	20.535

(*) Referente a 2007

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

Em 2008, no indicador PIB *per capita*, as regiões em análise posicionam-se acima da média germânica (29.000€). Realça-se as regiões que integram Munique e Frankfurt, com diferenças superiores a 35%. A Alemanha encontra-se 15,5% acima da média verificada na U.E. 27 (25.100€).

No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2007, as regiões e cidades identificadas apresentam crescimentos positivos, face ao ano anterior.

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

População: 3,4 milhões de pessoas em Berlim e 82,2 milhões na Alemanha, em 2010.

População que faz férias: 62,2 milhões de germânicos, o que representa uma quota de 75,7%.

Total de viagens: 113,3 milhões de viagens, das quais 76,5 milhões são *outbound* e 36,8 milhões são *inbound*, com quotas de 67,5% e 32,5%, respectivamente.

Principais países de destino: França, Espanha, Itália, Áustria, Turquia, Reino Unido, Países Baixos, Suíça, Grécia e Polónia.

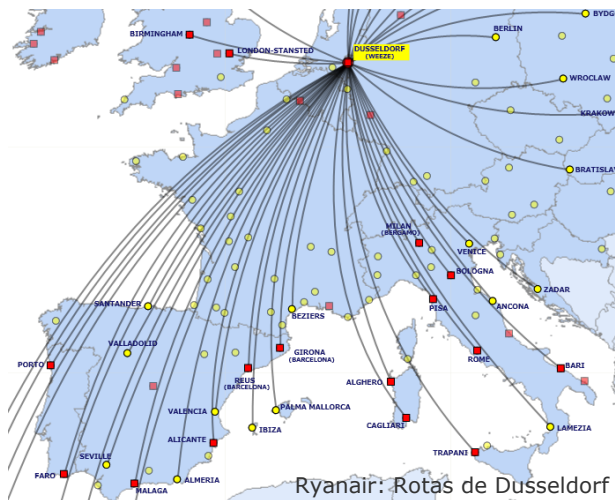
Principais motivações nas viagens de *outbound*: Lazer 74,4% (56,9 milhões), Negócios 11,8% (9 milhões), Visita a Familiares e Amigos – VFR 10,1% (7,7 milhões) e Outros 3,7% (2,8 milhões).

Fonte: Turismo de Portugal, IP

OPORTUNIDADES

Nas áreas de Colónia, Düsseldorf e Frankfurt destaque para as 5 frequências semanais operadas por companhias *low costs* e híbridas, boas oportunidades para o potencial *seat-only*, bem como para consolidação com os operadores.

O perfil do turista de Estugarda e Munique e a variedade de companhias que servem o Funchal, permitem também o crescimento do produto *seat-only* e dos operadores. A oportunidade está na diversidade e frequência das ligações aéreas para a Madeira e na oferta do produto *seat-only* e *packages* dinâmicos ou tradicionais por operadores .



ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Na região Centro-Oeste, a oferta *low cost* apresenta um crescimento exponencial, com as bases da Ryanair em Düsseldorf e Frankfurt a oferecer uma vasta gama de destinos de férias de Verão e lazer. Também a Air Berlin tem uma base forte em Düsseldorf.

Estugarda tem a segunda base da germanwings, o que significa que a Madeira compete com muitos destinos ilha no Sul da Europa, oferecidos pela companhia a partir deste hub.



França – Paris e Oeste

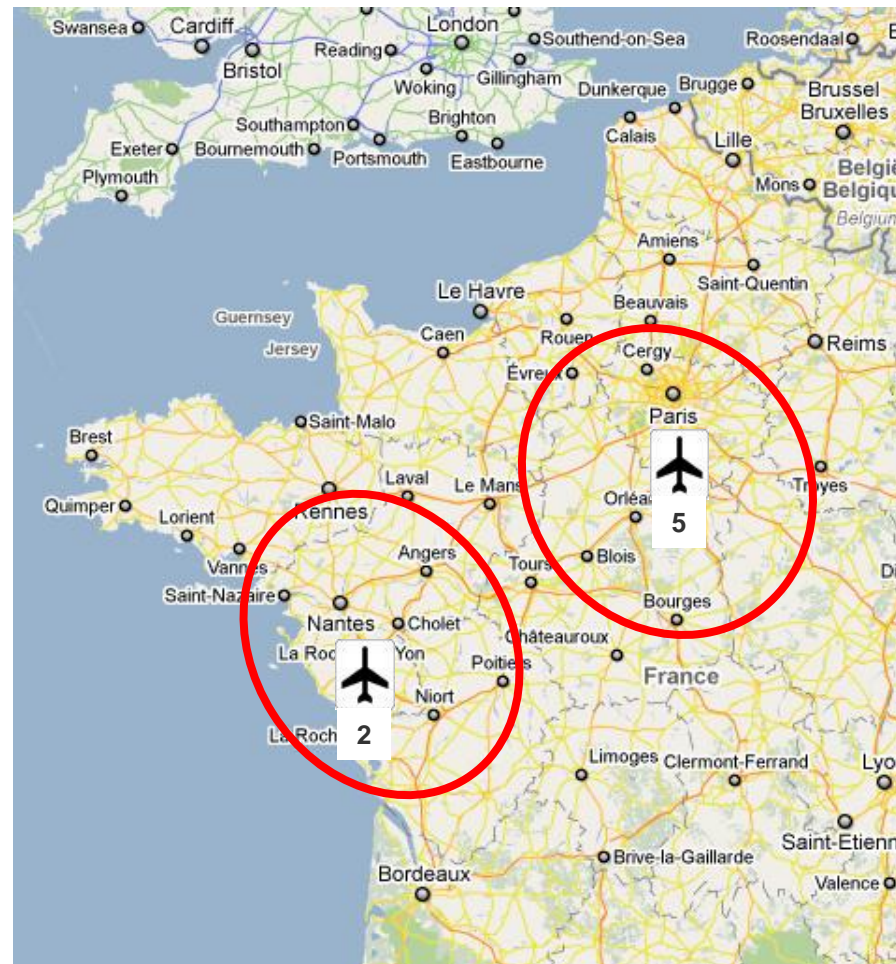
ASPECTOS GERAIS

Paris e a região Oeste de França dispõem de uma forte oferta para este Verão operada pela Transavia (via Porto). Esta companhia aérea fornece *seat-only* e tem compromissos com operadores – oferece uma variada gama de segmentos de férias na Madeira.

Através de uma oferta forte e conveniente – permitindo *seat-only* ou *package* dinâmicos e reservas por operadores – a Transavia pode ajudar a Madeira a posicionar-se como um forte destino de Verão.

Frequência semanal de voos operados para a Madeira

	Aigle Azur	Transavia	Total
Paris	1	4	5
Nantes	-	2	2
	1	6	7



França – Paris e Oeste

ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores Económicos [2008]

Indicadores Económicos	Île de France (Paris)	Pays de la Loire (Nantes)
PIB (milhões €)	558.330	96.470
PIB <i>per capita</i> em PPS (€)	42.000	24.100
Rendimento disponível dos particulares (€) (*)	21.072	16.491

(*) Referente a 2007

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

Em 2008, no indicador PIB *per capita*, Île de France (Paris) posicionou-se 57,3% acima e Pays de la Loire (Nantes) 9,7% abaixo, da média francesa (26.700 €).

Para o mesmo indicador a França encontra-se 6,4% acima da média verificada na U.E. 27 (25.100 €).

No indicador relativo ao rendimento disponível, para o ano de 2007, Île de France (Paris) apresenta um crescimento de 6,9% e Pays de la Loire (Nantes) 3,4%, face ao ano anterior.

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

População: 2,2 milhões de pessoas em Paris e 65 milhões em França, em 2010.

População que faz férias: 50,6 milhões de pessoas, o que representa uma quota de 77,9%.

Total de viagens: 202,3 milhões de viagens, das quais 31,1 milhões são *outbound* e 171,2 milhões são *inbound*, com quotas de 15,4% e 84,6%, respectivamente.

Principais países de destino: Espanha, Itália, Reino Unido, Marrocos, Tunísia, Estados Unidos da América, Alemanha, Portugal, Bélgica e Turquia.

Principais motivações nas viagens de *outbound*: Lazer 78% (24,3 milhões), Negócios 10% (3,1 milhões) e Outros 12% (3,7 milhões).

Fonte: EdT em Paris e Turismo de Portugal, IP

França – Paris e Oeste

OPORTUNIDADES

Paris, com 5 frequências semanais, é a segunda cidade mais importante para a Madeira. A Aigle Azur e a Transavia combinam a sua oferta posicionando-se no produto *seat-only* e nos principais operadores turísticos.

Por isso, o passageiro independente deve ser, novamente, um segmento alvo de atenção e a ilha posicionada como um destino com oferta forte e preços competitivos, sendo assim um destino atractivo para passageiros independentes e *packages* dinâmicos.



Transavia: Rotas de Paris

Da mesma forma, com o recomeço da rota da Transavia a partir de Nantes neste período, a região Oeste é novamente um potencial mercado, ao qual se deve dar atenção.

ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Paris tem boas ligações com o Sul da Europa e consequentemente com os destinos concorrentes da Madeira, através das bases que a Transavia e a easyJet desenvolvem na capital francesa. Assim, o impulso ao produto *seat-only* e ao passageiro independente é maior, mas também oferece muito mais competição na escolha do destino de férias.



easyJet: Rotas de Paris

Áustria – Viena e Graz

ASPECTOS GERAIS

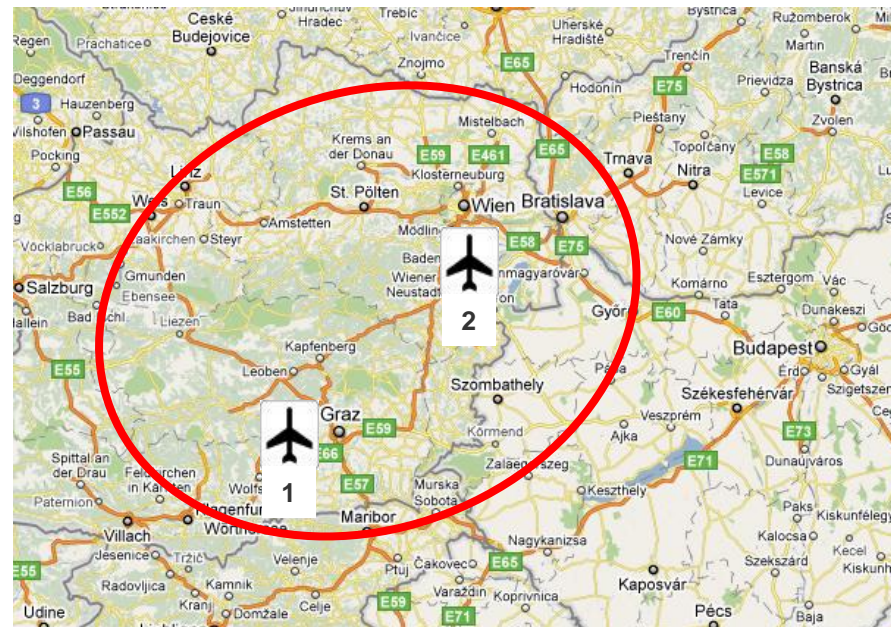
Para o Verão de 2011, a Madeira conta com 2 frequências semanais a partir da capital austríaca. A rota é operada pela Austrian Airlines (Lauda Air) e pela FlyNiki (Air Berlin), com ambas as companhias a oferecerem os seus produtos através de operadores e posicionando-se também na venda do produto *seat-only* quando procurado.

Graz aparece este Verão com um voo directo operado pela Air-Berlin – e como segunda cidade deve ser prioritária.

Com 3 frequências semanais, a Madeira tem uma boa oportunidade para promover férias de Verão neste mercado.

Frequência semanal de voos operados para a Madeira

	Austrian (Lauda Air)	FlyNiki (Air Berlin)	Total
Viena	1	1	2
Graz	-	1	1



Áustria – Viena e Graz

ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores Económicos [2008]

Indicadores Económicos	Viena	Steiermark (Graz)
PIB (milhões €)	75.049	35.445
PIB per capita em PPS (€)	40.900	26.900
Rendimento disponível dos particulares (€)	19.485	18.347

(*) Referente a 2007

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

Em 2008, no indicador PIB *per capita*, a região de Viena posicionou-se 31,5% acima da média da Áustria (31.100 €), enquanto a região de Steiermark (Graz) se posicionou abaixo (-13,5%).

Para o mesmo indicador a Áustria encontra-se 23,9% acima da média verificada na U.E. 27 (25.100 €).

No indicador relativo ao rendimento disponível em 2007, Viena apresenta um crescimento de 2,7% e Steiermark (Graz) de 4,5%, face ao ano anterior.

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

População: 1,7 milhões de pessoas em Viena e 8,4 milhões na Áustria, em 2010.

População que faz férias: 5,2 milhões de pessoas, o que representa uma quota de 61,9%.

Total de viagens: 18,1 milhões de viagens, das quais 11,7 milhões são *outbound* e 6,4 milhões são *inbound*, com quotas de 64,5% e 35,5%, respectivamente.

Principais países de destino: Itália, Croácia, Alemanha, Espanha, Grécia, Turquia, França, Egipto, Reino Unido e Hungria.

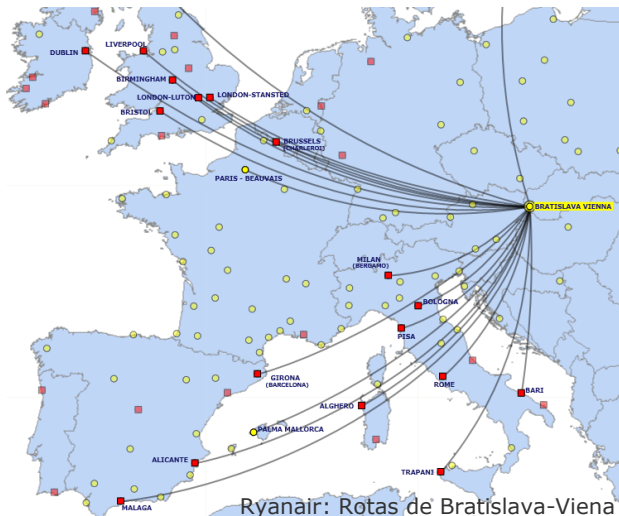
Principais motivações nas viagens de *outbound*: Lazer 67% (7,8 milhões), Negócios 16% (1,9 milhões) e Outros 17% (2 milhões).

Fonte: Turismo de Portugal, IP

Áustria – Viena e Graz

OPORTUNIDADES

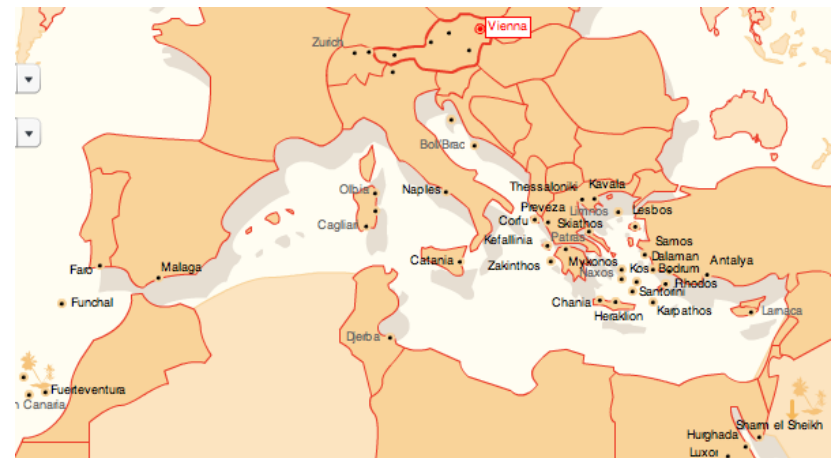
A Lauda Air, companhia aérea de lazer da Austrian Airlines, que serve destinos de férias, vende lugares através do *Website* da Austrian; com 1 frequência semanal, permite à Madeira posicionar-se como destino para passageiros independentes, bem como através de operadores. Igualmente, a Air Berlin, através da FlyNiki, oferece 1 serviço semanal via *Website* para passageiros independentes. E, este Verão, Graz – segunda cidade austríaca – tem uma ligação directa para o Funchal.



Assim, é oportuno posicionar a Madeira como destino fácil para visitar neste Verão, a partir das principais cidades austríacas.

ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Viena é fraca em serviços *low costs*, sendo o aeroporto de Bratislava (Eslováquia) que serve os austríacos que procuram companhias independentes. A Austrian, com a operação da Lauda Air é muito forte no mercado – vende muito destinos no Sul da Europa nos meses de Verão.



Lauda Air: Rotas de Viena

Países Baixos – Amesterdão

ASPECTOS GERAIS

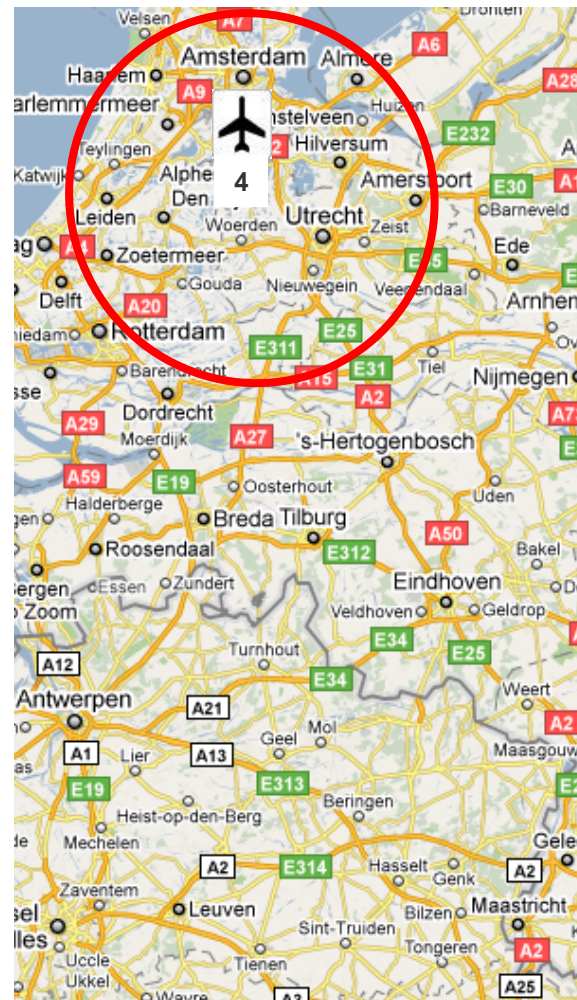
Para o Verão de 2011, o mercado apresenta um ligeiro crescimento no número de frequências semanais.

Com 4 ligações semanais a partir de Amesterdão, o mercado deve ser alvo de atenção por parte dos hoteleiros.

Um factor importante nos Países Baixos é a variedade de companhias aéreas: a ArkeFly serve predominantemente a Tui Netherlands (*packages*), a Transavia é híbrida (*seat-only* e operadores).

Frequência semanal de voos operados para a Madeira

	ArkeFly	Transavia	Total
Amesterdão	2	2	4



Países Baixos – Amesterdão

ALGUNS INDICADORES ECONÓMICOS

Indicadores Económicos [2008]

Indicadores Económicos	Noord-Holland (Amesterdão)
PIB (milhões €)	108.946
PIB <i>per capita</i> em PPS (€)	38.200
Rendimento disponível dos particulares (€) (*)	16.488

(*) Referente a 2007

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

Em 2008, no indicador PIB *per capita*, a região de Noord-Holland (Amesterdão) posicionou-se 14% acima da média dos Países Baixos (33.500 €).

Para o mesmo indicador os Países Baixos encontram-se 33,5% acima da média verificada na U.E. 27 (25.100 €).

No indicador relativo ao rendimento disponível em 2007, Noord-Holland (Amesterdão) apresenta um crescimento de 8,2%, face ao ano anterior.

CARACTERIZAÇÃO DO CONSUMIDOR

População: 758 mil pessoas em Amesterdão e 16,5 milhões nos Países Baixos, em 2010.

População que faz férias: 12,6 milhões de pessoas, o que representa uma quota de 76,4%.

Total de viagens: 42 milhões de viagens, das quais 23,8 milhões são *outbound* e 18,2 milhões são *inbound*, com quotas de 56,7% e 43,3%, respectivamente.

Principais países de destino: França, Alemanha, Espanha, Áustria, Bélgica, Itália, Turquia, Grécia, Estados Unidos da América e Reino Unido.

Principais motivações nas viagens de *outbound*: Lazer 85% (20,2 milhões), Negócios 9% (2,1 milhões) e Outros 6% (1,4 milhões).

Fonte: EdT em Haia e Turismo de Portugal, IP

Países Baixos – Amesterdão

OPORTUNIDADES

O mercado holandês tem boas ligações para o Funchal – a principal mensagem deve ser sobre a facilidade de visitar o destino neste Verão.

As duas companhias que operam a rota trabalham com operadores, bem como vendem *seat-only* (package dinâmicos) – por isso, Amesterdão é uma importante área de captação à qual se deve dar atenção.

ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

A Transavia é a principal transportadora a partir dos Países Baixos e oferece muitos voos para o Sul da Europa. Por outro lado, a ArkeFly oferece muitas rotas de lazer para destinos fora da Europa, no Verão de 2011.

A Ryanair aumenta a sua operação em Eindhoven (1 hora a sul de Amesterdão) – a oferta de uma grande variedade de destinos de Verão, constitui uma boa oportunidade para o turista independente.

