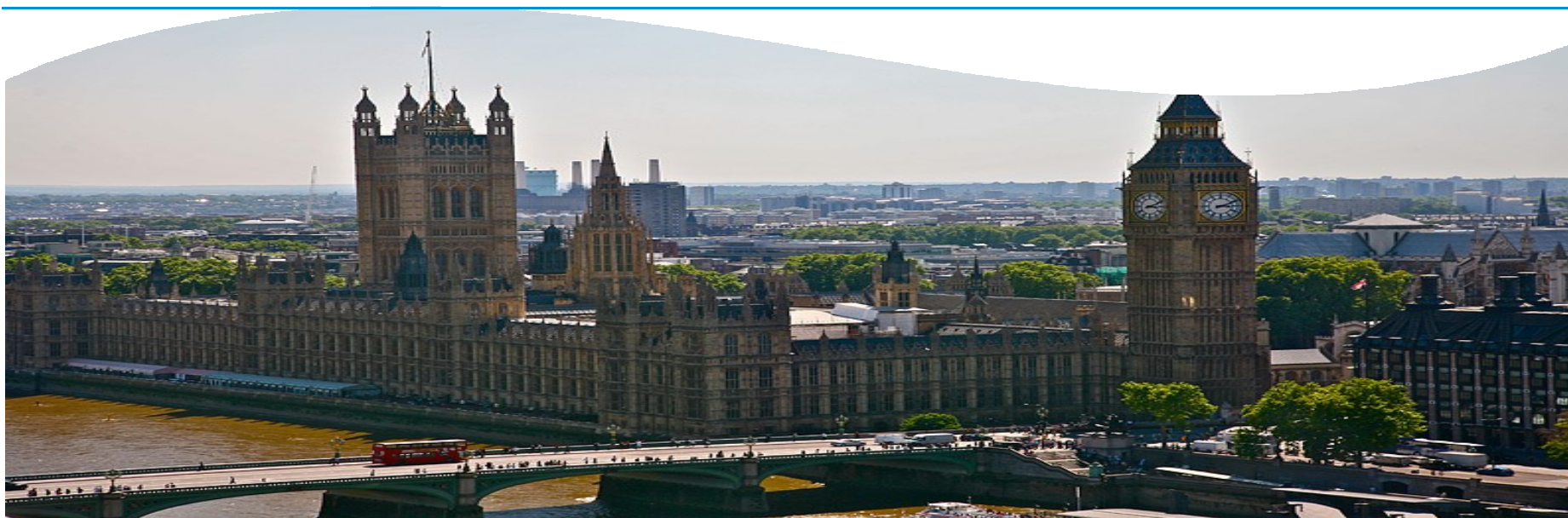


Dossier de Mercado

REINO UNIDO

Outubro 2011



Sumário

1. IMPRESSÃO DIGITAL	3
Dados Políticos	3
Dados Geográficos	4
Dados Demográficos	4
2. AVALIAÇÃO DA SITUAÇÃO ECONÓMICA	5
3. CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO EMISSOR	7
Evolução dos Fluxos	7
Perfil e Comportamento da Procura	11
4. ANÁLISE DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO	15
Transporte Aéreo	15
Operação Turística	20
Mercado Online	24
5. COMPORTAMENTO DO MERCADO PARA PORTUGAL	27
Dimensão do Mercado	27
Perfil e Comportamento da Procura	32
Operação Turística	34
6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	41
7. ANÁLISE SWOT	44
Forças/Fraquezas	44
Oportunidades/Ameaças	45

Reino Unido

1. IMPRESSÃO DIGITAL



FONTE: CIA – The World Factbook, World Trade Organization, Outubro 2011

Dados Políticos

Designação oficial: Reino Unido – abrange a Grã-Bretanha (Inglaterra, Escócia e o País de Gales) e a Irlanda do Norte

Chefe de Estado e Primeiro-Ministro: Rainha Elizabeth II (desde Fevereiro 1952) e David Cameron (desde Maio de 2010)

Governo: Nomeado pelo Primeiro-Ministro

Poder Legislativo: Parlamento constituído por Câmara dos Lordes (618 lordes – 500 membros vitalícios, 92 hereditários e 26 do clero) e Câmara dos Comuns (646 membros desde as eleições de 2005 – eleitos por voto popular, por um período de 5 anos).

Três Principais Partidos: Partido Trabalhista, Partido Conservador e Democratas Liberais

Estrutura Administrativa: **Inglaterra** – 46 municípios, designadamente o município de Londres com 32 freguesias; **Irlanda do Norte** – 26 municípios; **Escócia** – 32 municípios; **Gales** – 22 municípios

Unidade Monetária: Libra (£)

Idioma Oficial: Inglês; existem idiomas próprios no País de Gales (galês) e na Escócia (gaélico)

Reino Unido

Dados Geográficos

Localização: arquipélago a noroeste da Europa, entre o Oceano Atlântico e o Mar do Norte

Superfície: 243.610 km² (d.q. terra: 241.930 e água: 1.680). Inclui Rockall e Ilhas Shetland

Fronteira Terrestre: 360 km, com a Irlanda

Capital: Londres

Dados Demográficos

População: 62.698 mil habitantes (2011)

Densidade Populacional: 257,4 hab./km² (2011)

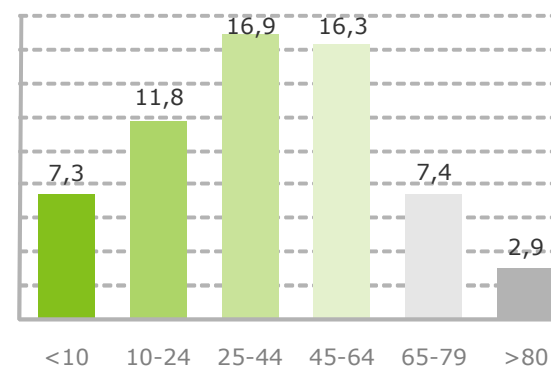
Esperança Média de Vida: 80 anos (2011)

No conjunto da população (62,7 milhões de habitantes, em 2011), as duas faixas etárias mais numerosas são as dos 25 aos 44 anos (quota 26,9% correspondente a 16,9 milhões habitantes) e dos 45 aos 64 anos (quota 25,2% face aos 16,3 milhões habitantes).

População - evolução e projecção

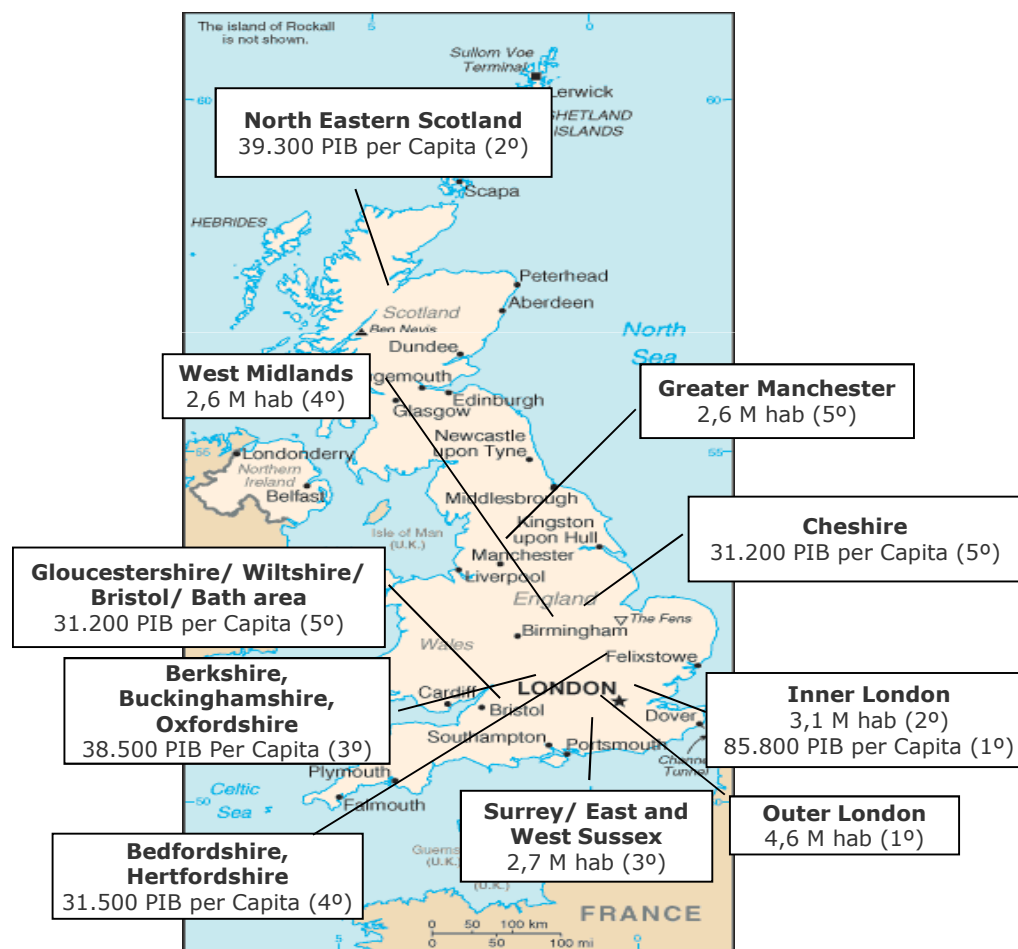
Anos	Número (milhares)	Δ	
		%	Abs.
1950	50.127		
1980	56.314	12,3	6.187
1990	57.493	2,1	1.179
2000	59.522	3,5	2.029
2005	60.441	1,5	919
2010 p	62.348	3,2	1.907
2015 p	64.088	2,8	1.740
2020 p	65.761	2,6	1.673
2025 p	67.244	4,9	3.156

População por Grupos Etários - nº, milhões [2011]



FONTE: US Census Bureau, Outubro 2011

2. AVALIAÇÃO DA SITUAÇÃO ECONÓMICA



Fonte: CIA - The World Factbook; Eurostat

Em 2010, no conjunto dos 36 Regiões Britânicas, as 5 com maior número de habitantes foram: Outer London (capital Londres), Inner London (Londres), East and West Sussex (Kinstone, Brighton, Hove), West Midlands (Birmingham) e Greater Manchester (Manchester, Salford), que concentram 25,2% do total da população do Reino Unido, a que correspondem 15,6 milhões de habitantes.

Londres é a capital da Inglaterra e do Reino Unido, a sua área urbana tem cerca de 7,7 milhões de habitantes (12,4% da população).

Aferido o indicador PIB per capita, a região Inner London é a que apresenta o PIB *per capita* mais elevado, posicionou-se 199,0% acima da média do Reino Unido, em 2008.

Segue-se o Estado de North Eastern Scotland, que regista um valor 36,9% acima da média nacional, seguido de Berkshire Bucks and Oxfordshire (+34,1%), Bedfordshire Hertfordshire (+9,8%) e os Estados de Gloucestershire Wiltshire Bristol e Cheshire (ambos totalizam um valor 8,7% acima da média nacional). Em média, o PIB *per capita* do Reino Unido ascendeu a 28.700 €, em 2008.

Reino Unido

Em 2010, o Reino Unido, avaliado pelo PIB pm, posicionou-se como a 6ª economia mundial e a 3ª maior economia da Europa logo após a Alemanha e a França, foi o 10º exportador e o 6º importador a nível mundial.

Atualmente a economia do Reino Unido encontra-se muito fragilizada (após saída da maior recessão económica no final de 2009), com um sector financeiro enfraquecido (representa 77,1% do PIB), um elevado nível de endividamento e um nível de competitividade cada vez mais baixo.

A economia do país, na última década passou da 4ª para a 12ª posição, no ranking do World Economic Forum. A indústria transformadora perdeu peso na economia e 50% dos seus empregos. Como exportador mundial, em 2000 representava uma quota de 4,4% e 2,7% em 2010.

A diminuição do défice orçamental (redução da dívida pública de 10,1% do PIB em 2010 para cerca de 1,5% em 2014), considerado como um dos mais altos da UE e o crescimento (recuperação económica) são as grandes metas do governo.

Indicadores	Unidade	Anos							
		2007	2008	2009	2010 (e)	2011 (p)	2012 (p)	2013 (p)	2014 (p)
População	Milhões	61,0	61,4	61,8	62,3	62,7	63,1	63,6	64,0
PIB pm	10 ⁹ USD	2.812	2.682	2.180	2.250	2.470	2.511	2.656	2.696
PIB per capita	USD	46.106	43.688	35.277	36.139	39.384	39.768	41.783	42.117
Crescimento real do PIB (pc)	Δ %	2,7	-0,1	-4,9	1,4	1,0	0,9	1,7	1,1
Consumo privado (pc)	Δ %	2,2	0,4	-3,2	0,7	-0,8	0,4	1,3	0,9
Consumo público (pc)	Δ %	1,3	1,6	1,0	1,0	0,5	-1,0	-1,0	-0,7
Formação bruta de capital fixo (pc)	Δ %	7,8	-5,0	-15,4	3,7	1,6	3,0	4,0	0,8
Taxa de desemprego	%	5,3	5,6	7,6	7,8	7,9	8,2	8,0	7,8
Taxa de inflação	%	2,3	3,6	2,2	3,3	4,5	2,9	3,0	3,2
Dívida pública	% do PIB	44,5	52,1	68,2	76,1	79,5	84,0	86,6	90,0
Saldo do sector público	% do PIB	-2,7	-4,9	-11,2	-10,3	-8,8	-7,9	-6,5	-5,8
Balança corrente	10 ⁹ USD	-71,1	-41,2	-37,1	-71,6	-66,6	-65,5	-61,2	-44,9
Taxa de câmbio	US\$:£ (av)	2,00	1,86	1,56	1,55	1,62	1,59	1,62	1,58
Taxa de câmbio	€:£ (av)	1,46	1,26	1,12	1,16	1,15	1,17	1,26	1,29

(a) estimativa; (p) previsão

FONTE: EIU, Outubro 2011

Reino Unido

3. CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO EMISSOR

Evolução dos Fluxos

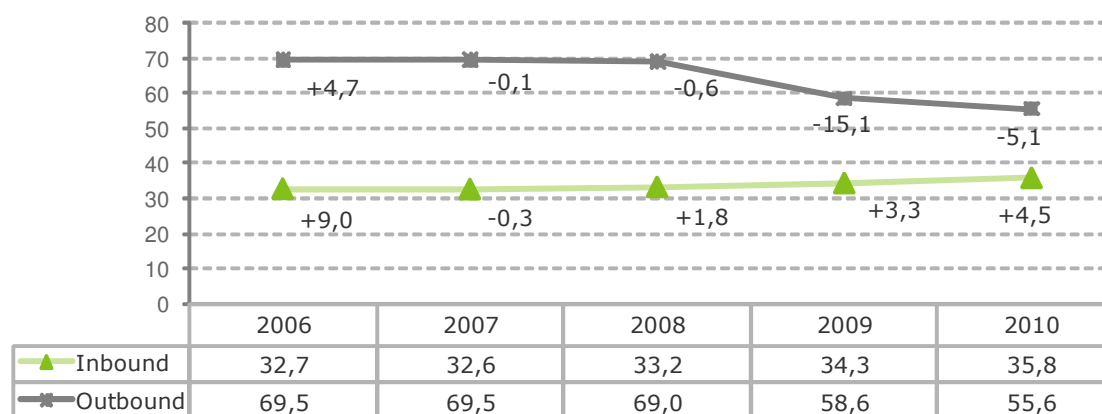
Não obstante o comportamento menos favorável registado nos últimos anos, o Reino Unido continua a ser um dos principais mercados geradores de fluxos turísticos à escala mundial, com 55,6 milhões de saídas em 2010.

Este mercado detém uma quota de 6,8% dos fluxos turísticos mundiais, e ocupa a 3ª posição logo após a Alemanha e os EUA.

Nesse ano observou-se uma forte representatividade do mercado *outbound* vs. mercado interno (1,6 vezes superior) – 55,6 milhões contra 35,8 milhões de turistas.

No período 2006-2010, o mercado de *outbound* registou um crescimento médio anual negativo -5,4% vs. +2,3% apresentado pelo mercado interno .

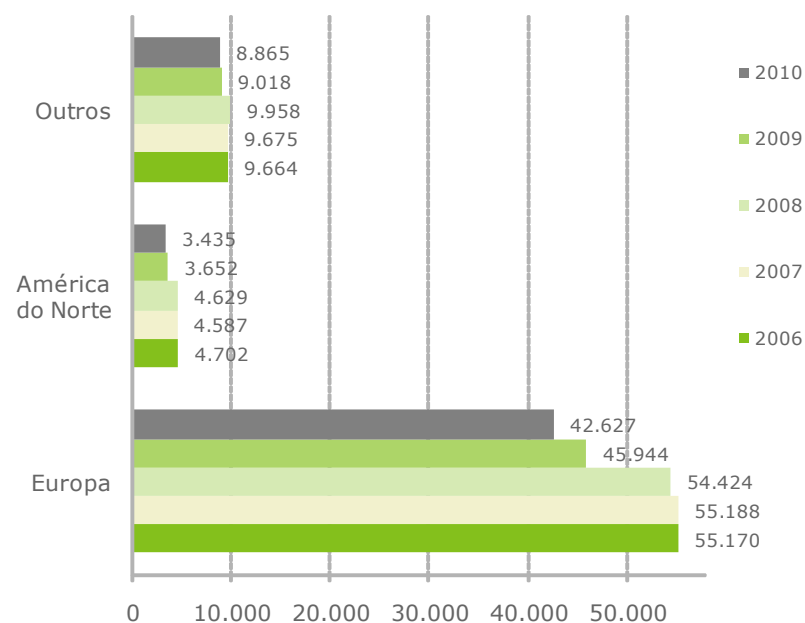
Fluxos turísticos - milhões de pessoas; Δ %



FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office, Euromonitor

Reino Unido

Principais destinos mundiais por macro-região - milhares

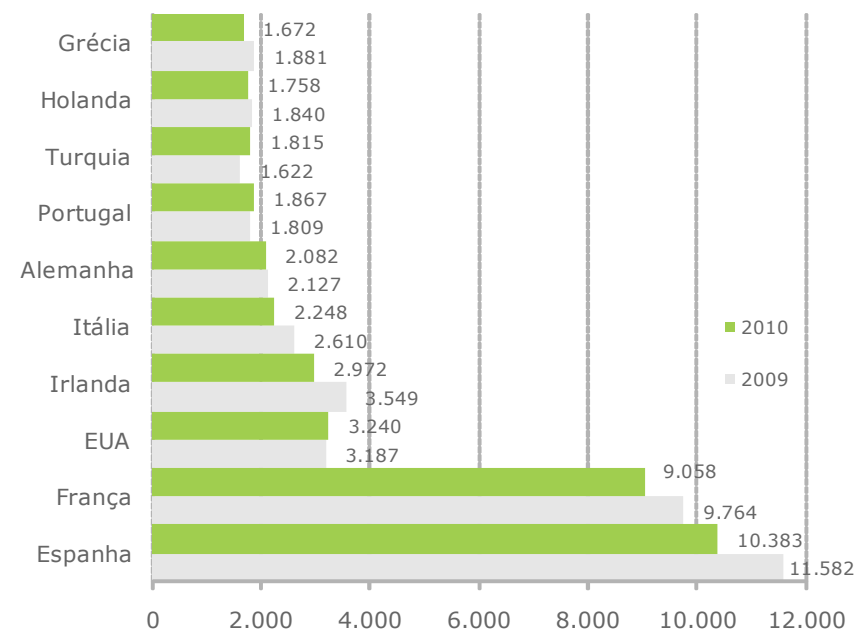


FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics

Em 2010, a Europa, com 42,6 milhões de chegadas, regista uma quota de 77,6% da procura do mercado, e a América do Norte detém uma quota de 6,3% do mercado de outbound.

O continente europeu e americano apresentam uma quebra generalizada dos fluxos de turistas, em resultado da crise económica internacional e da desvalorização da Libra.

TOP 10 dos países de destino - milhares de pessoas



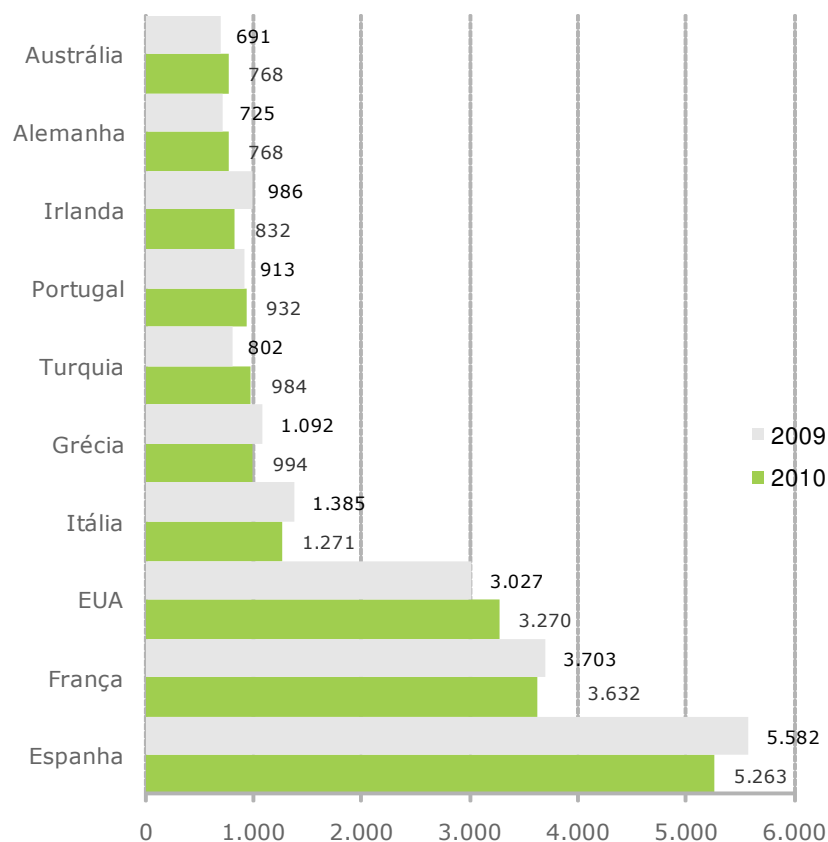
FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics

Nesse ano, os principais destinos turísticos do Reino Unido foram a Espanha e a França, concentrando 35,0% dos fluxos de *outbound* gerados pelo mercado.

Deste conjunto de destinos, Portugal ocupa o 7º lugar, com quota de 3,4%, e regista um crescimento +3,2% face a 2009, em sintonia com a Turquia (+11,9%) e EUA (+1,7%).

Reino Unido

Top 10 dos gastos nos países de destino - milhões £



FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics

Em 2010, aferido pelos gastos turísticos, o mercado britânico ocupou a 4 posição mundial (quota 5,3%) atrás da Alemanha (8,5%), EUA (8,1%) e China (6,0%), totalizando 31,8 mil milhões £. O mercado britânico gastou, em média, 572£ por turista, o que totaliza um gasto médio diário de 52£.

Nesse ano, a Europa concentrou 60,9% dos gastos turísticos realizados pelo mercado emissor britânico no exterior. A Espanha, a França e os EUA, são os principais "alvos" dos gastos dos turistas britânicos, concentrando 38,2% do total dos gastos efectuados no estrangeiro (12,2 milhões de €).

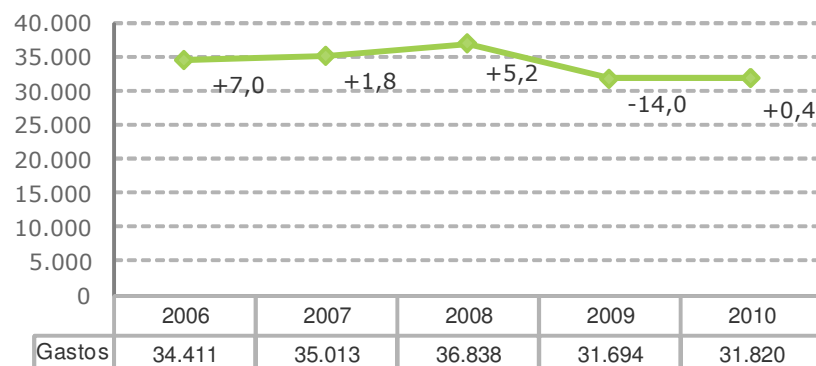
Portugal, posiciona-se na 7^o posição no contexto global, com quota de 2,9% do total dos gastos no mercado exterior e regista um crescimento de 2,1%, comparativamente a 2009. Dentro dos destinos TOP 10, a Turquia apresenta a melhor performance com um crescimento de 22,7%.

Os gastos dos turistas britânicos nos principais destinos incidem, em maior grau, no Alojamento (26,2%), na Restauração (25,7%) e nas Viagens Internas que apresentam também uma quota significativa (21,5%).

Cerca de 82% dos gastos de *outbound* reportam à motivação Lazer (inclui Férias, Inclusive Tour e Visitas a Familiares e Amigos) e os Negócios totalizam uma quota de 14%.

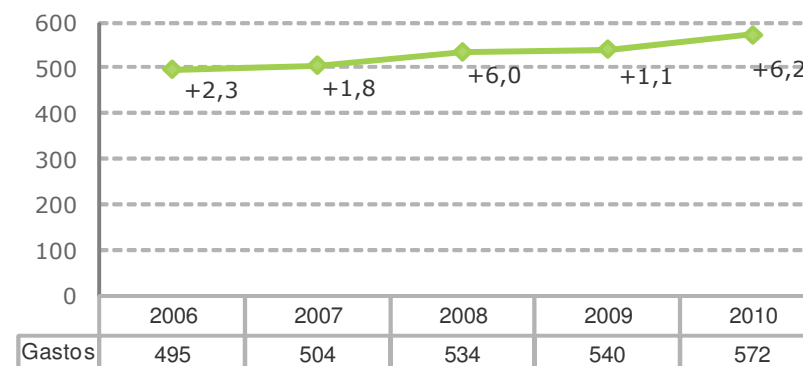
Reino Unido

Gastos em outbound - milhões £; Δ %



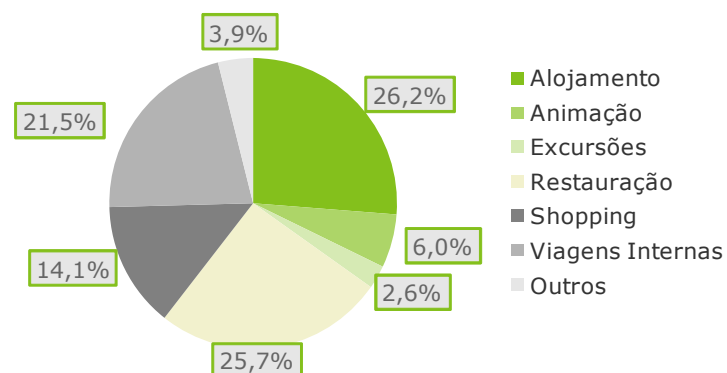
FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office

Gasto médio por turista de outbound - £; Δ %



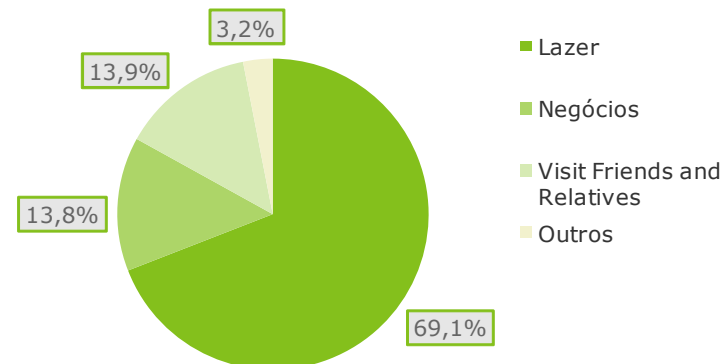
FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office

Gastos em outbound por sector - quota
[2010]



FONTE: UK Tourism Survey

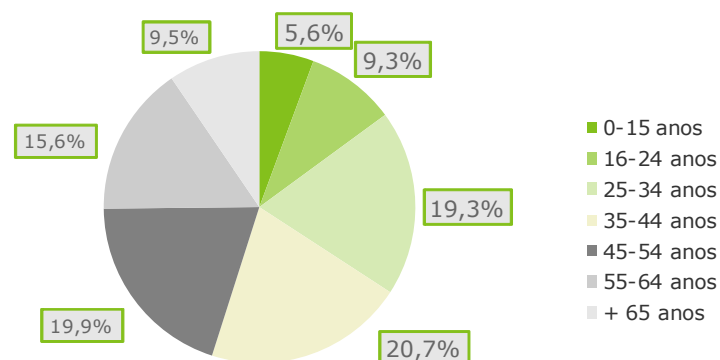
Gastos em outbound por motivação - quota
[2010]



FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office

Reino Unido

População com férias no exterior por grupo etário - quota [2010]



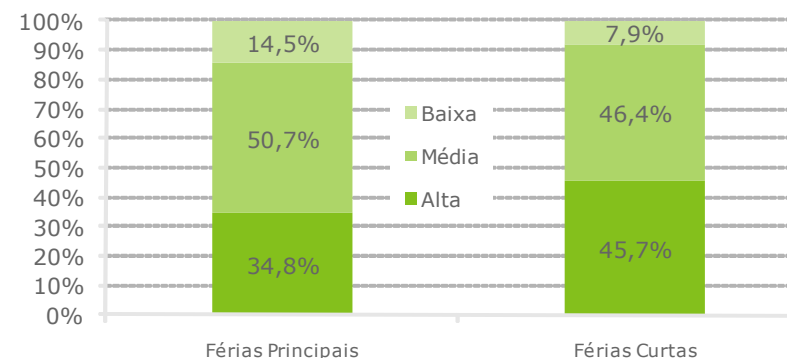
FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office, Travel Trends

Perfil e comportamento da procura

Observa-se que a faixa etária com maior representatividade de turistas deste mercado é a das 3 faixas etárias compreendidas entre os 25 e os 54 anos, que concentram 59,9% do total da procura, em 2010.

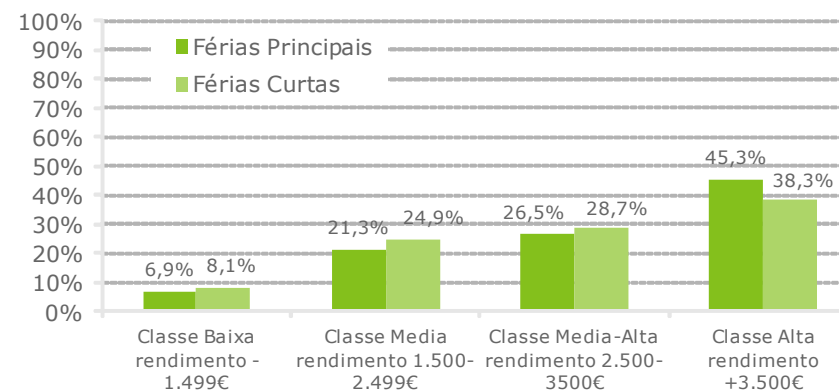
Nesse ano, a nível do mercado de *outbound*, as Classes Sociais Alta e Média têm grande apetência para viajar, concentrando quotas significativas quer nas viagens de férias principais quer nas viagens *short-breaks*. A nível de rendimento, a Classe Alta britânica tem vindo a aumentar a sua propensão para viajar para o estrangeiro.

População com férias outbound por classe social - quota [2010]



FONTE: ETM - UK Tourism Survey; Travel Group Ireland

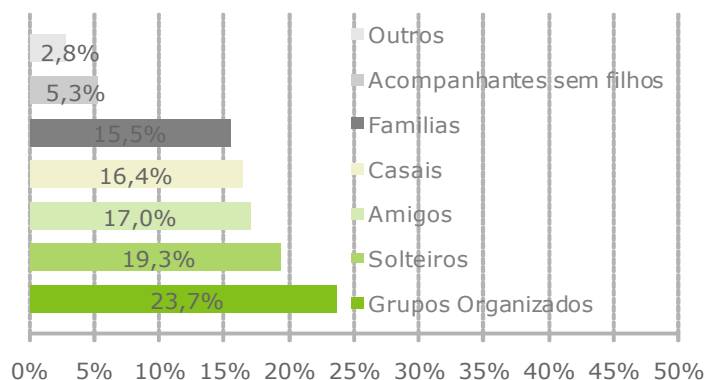
População com férias outbound por rendimento - quota [2010]



FONTE: ETM - UK Tourism Survey; Travel Group Ireland

Reino Unido

Com quem viajam para o estrangeiro - quota [2010]



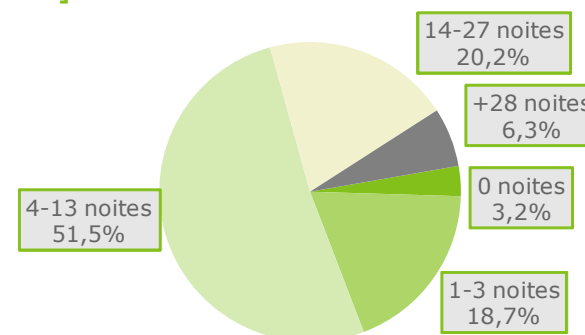
Fonte: ETM - UK Tourism Survey; Travel Group Ireland

Destaque para os turistas que viajam em Grupos Organizados que concentram uma quota de 23,7% e para os Solteiros com quota de 19,3% do total das viagens para o estrangeiro.

A estadia média dos turistas do Reino Unido em destinos internacionais é, em 51,5% dos casos, de 4 a 13 noites, decorrente das férias principais. O forte peso da estadia média de 14 a 27 noites (20,2% dos casos) resulta das estadias prolongadas e turismo residencial e as estadas até 3 noites (18,7%) é fruto das viagens de negócios/short breaks.

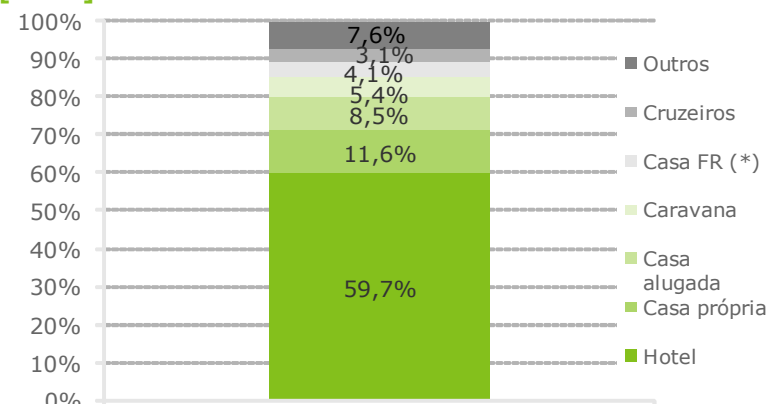
Os hotéis concentram 59,7% da procura externa, sendo as categorias de 4 e 5 estrelas as mais expressivas (68,7%).

Duração da viagem de outbound - quota [2010]



Fonte: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office

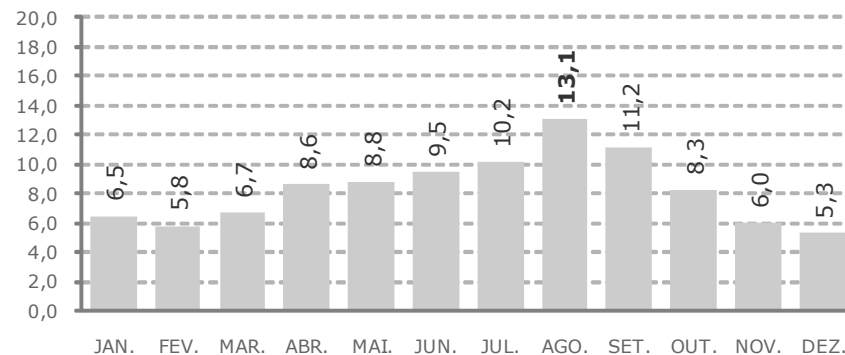
Meio de alojamento nas viagens de outbound - quota [2010]



Fonte: UK Tourism Survey; Travel Group Ireland

Reino Unido

Sazonalidade dos turistas de outbound - quota [2010]



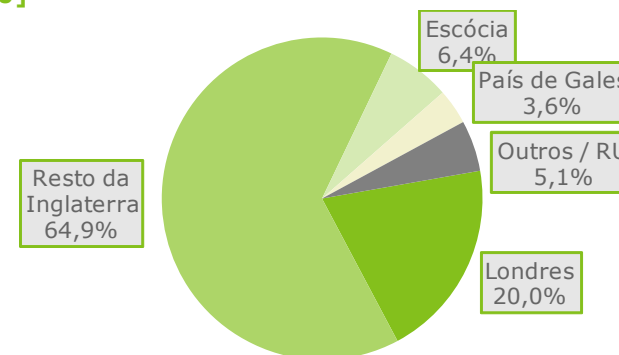
FONTE: MQ6 Transport Travel and Tourism

Uma grande parte dos britânicos mantém o hábito de tirar férias nos meses mais quentes do ano – época alta (34,5% de Julho a Setembro). A época baixa (Janeiro, Fevereiro, Março, Novembro e Dezembro) totaliza 30,3% do total das viagens, e a época média detém uma quota de 35,2%.

Londres é a maior região emissora de turistas para o estrangeiro, concentrando 20,4% do total de viagens.

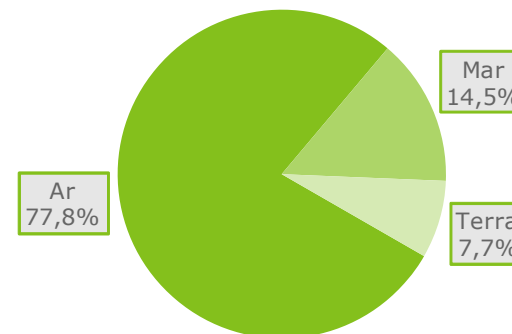
Cerca de 77,8% dos turistas utilizaram o avião como principal meio de transporte nas suas deslocações para o exterior. As viagens marítimas representam 14,5% do mercado global, e o uso do "EuroTunel" detém os restantes 7,7% do mercado.

Principais regiões emissoras de outbound - quota dos turistas [2010]



FONTE: MQ6 Transport Travel and Tourism, Oxford Economics-Tourism

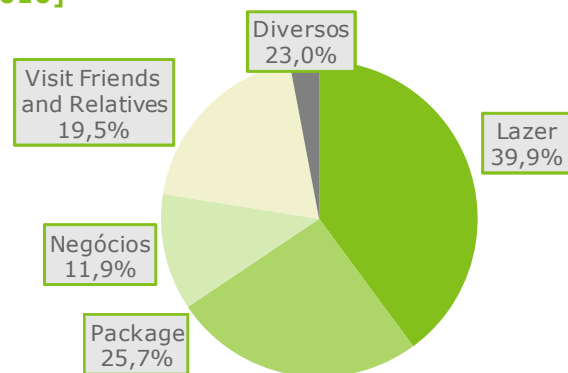
Modo de viajar para o exterior - quota de turistas [2010]



FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office

Reino Unido

Motivação da procura para o exterior - quota dos turistas [2010]



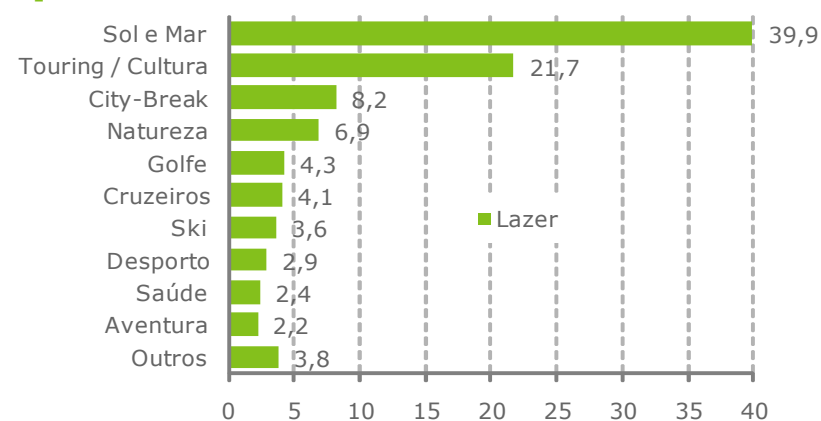
FONTE: MQ6 Travel and Tourism - National Statistics Office

Em 2010, regista para o facto da maioria das viagens dos britânicos para o estrangeiro ter como motivação o Lazer, representando 85,1% do total de viagens ao exterior (inclui Lazer, *Inclusive Tour* e *Visit Friends and Relatives*). Os negócios (inclui a componente de individuais e a motivação Meeting & Incentives), concentram uma quota de 11,9%.

O Sol e Mar constitui a componente principal do Lazer, regista uma quota de 39,9%, seguido do Touring / Turismo Cultural que totaliza uma quota na ordem de 21,7%.

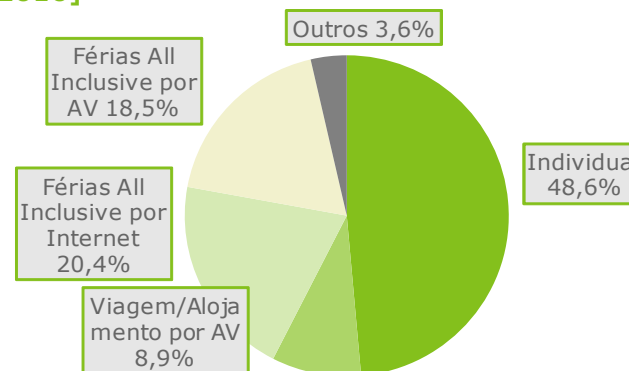
Cerca de 48,6% das viagens ao estrangeiro dos residentes britânicos são organizadas de forma independente.

Tipo de férias dos britânicos no exterior - componente lazer % [2010]



FONTE: IPK International

Organização das viagens de outbound - quota dos turistas [2010]



FONTE:IPK International

Reino Unido

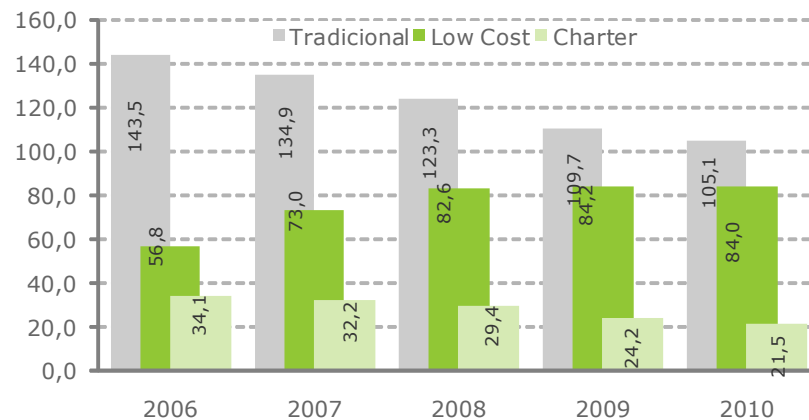
4. ANÁLISE DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Transporte Aéreo

Entre 2006 e 2010, no fluxos de passageiros operados por via aérea com origem e destino no mercado britânico nas diferentes tipologias, constatamos que o número de passageiros cresceu a uma média de 10,3% ao ano na tipologia dos voos *low cost*, v.s. -7,5% e -10,9%, nas tipologias dos voos tradicionais e *charters*, respetivamente.

Assiste-se ao aumento de voos *low cost* traduzido num ganho absoluto de 27,2 milhões de passageiros face a 2006.

Evolução do transporte aéreo - milhões de passageiros

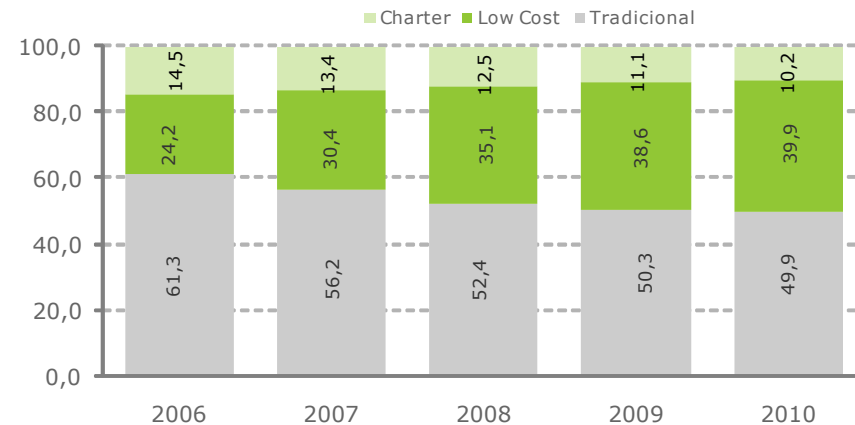


FONTE: CAA Airport Statistics, UK Airport News

Em 2010, os voos regulares representaram 89,8% do total de viagens aéreas realizadas com origem e destino no Reino Unido. Os 10,2% de voos *charter* demonstram ainda o peso das viagens organizadas com a motivação Lazer.

Cerca de 39,9% dos passageiros transportados foram operados por voos *low cost*, face aos 24,2% registados em 2006, ou seja no período em análise observa-se um ganho de quota (+15,7 p.p.). Em contraste, registo para a diminuição de quota dos voos tradicionais (-11,4 p.p.) e *charters* (-4,3 p.p.), respetivamente.

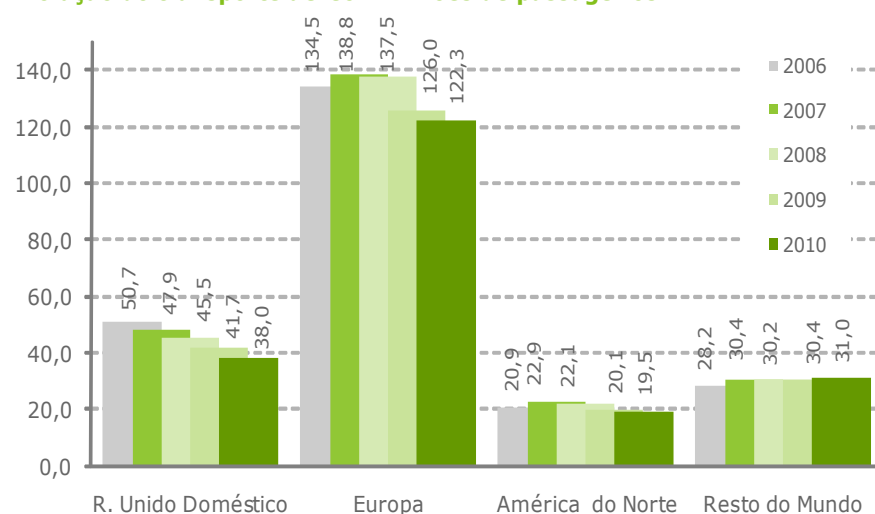
Evolução do transporte aéreo - quota do total de passageiros %



FONTE: CAA Airport Statistics, UK Airport News

Reino Unido

Evolução do transporte aéreo - milhões de passageiros

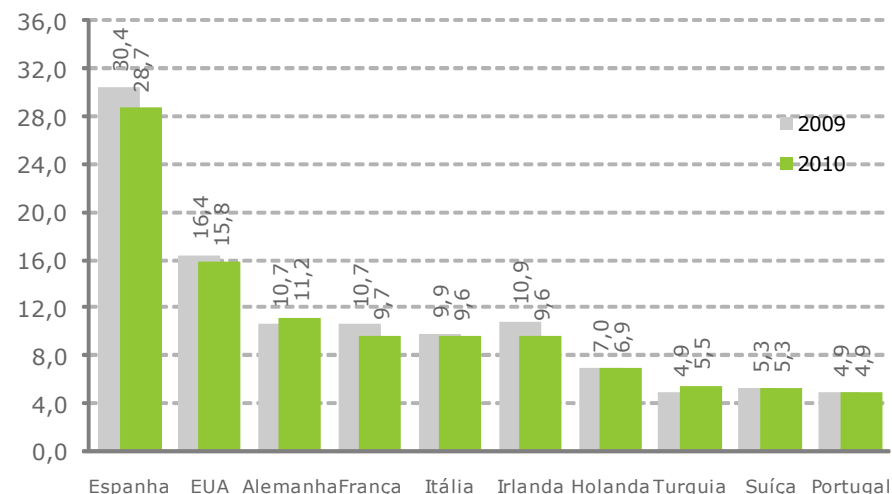


FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

Em 2010, o continente europeu apresentou uma quota de 58,0% dos fluxos de passageiros (Origem/Destino) operados por via aérea, quota que é o reflexo da localização e vocação turística do país, assim como da preferência dos britânicos por destinos na Europa (Touring/ Short Breaks e Sol e Mar).

Observa-se que nas viagens long-haul, a América do Norte registou uma quota de 9,2%, o Resto Mundo (14,7%) e as Viagens Domésticas (19,1%).

Top 10 Mercados origem e destino UK- quota de passageiros (%)



FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

A Espanha surge como o principal destino e origem de fluxos aéreos do mercado do Reino Unido, totalizando 28,7 milhões de passageiros transportados por via aérea nos aeroportos existentes entre os dois países, o que resulta numa quota de mercado na ordem de 16,6%.

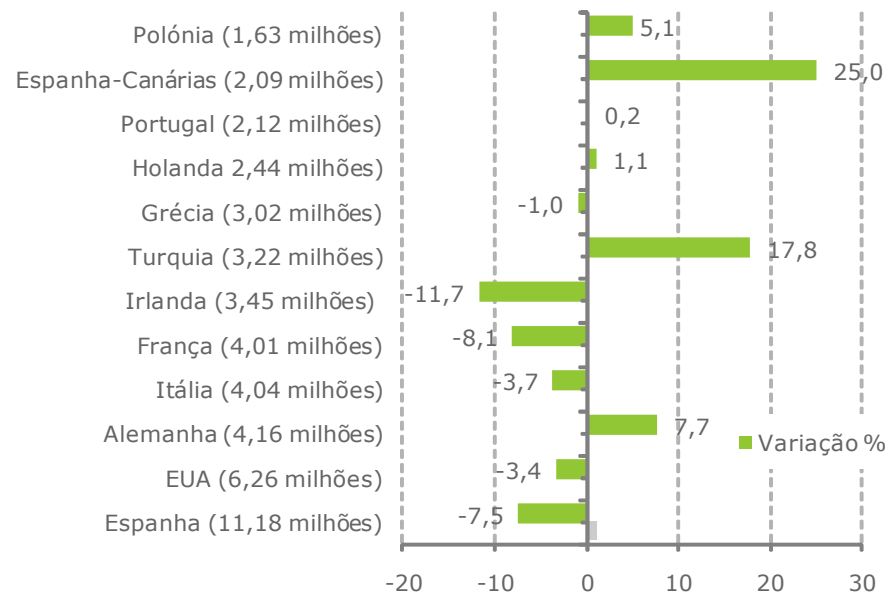
Portugal encerra o TOP 10, com uma quota de 2,8%, correspondendo a 4,9 milhões de passageiros gerados entre aeroportos britânicos e portugueses.

Reino Unido

No período de Verão (Maio a Agosto de 2010), o volume de passageiros por países com origem e destino para o Reino Unido ascendia a 70,4 milhões face aos 70,6 milhões registados no período homólogo anterior (-0,3%). Destaque para as Ilhas Canárias e Turquia que registam as melhores performances em contraste com a Irlanda e França.

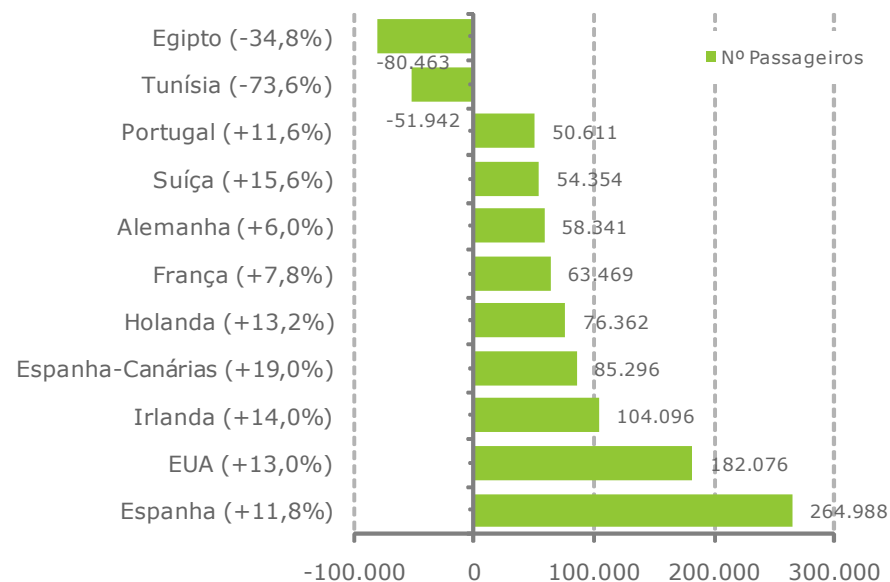
O Tráfego aéreo internacional processado nos aeroportos do Reino Unido registou um aumento de 7,7% em Maio de 2011, representado um acréscimo de mais 1,15 milhões de passageiros face ao mês de Maio de 2010. A Espanha (+11,8%) e as Canárias (+19,0%) crescem acima da média e Portugal regista também um crescimento superior (+11,6%).

**Top 12 - Variação % / mercados de origem e destino UK
[Maio a Agosto 2010 v.s. Maio a Agosto 2009]**



FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

**Variação nº de passageiros / mercados de origem e destino UK
[Maio 2011 v.s. Maio 2010]**



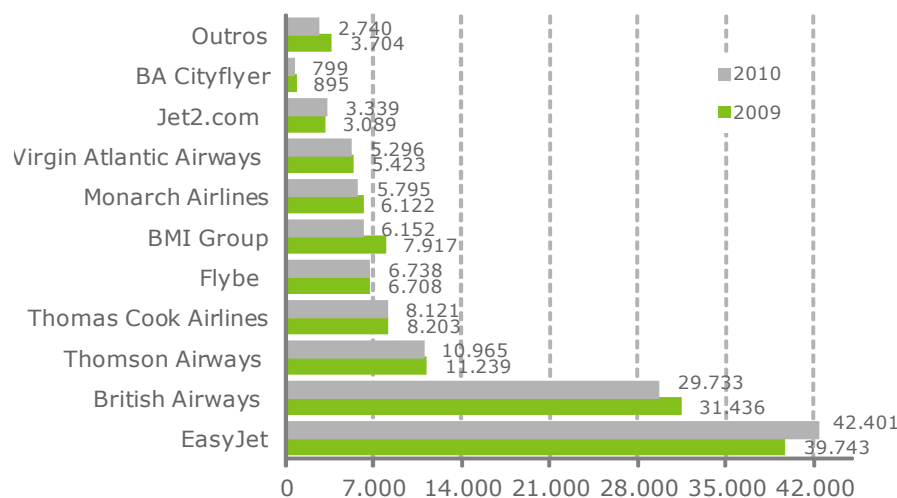
FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

Reino Unido

Em 2010, destaque para a companhia *low cost* easyJet, que tem vindo a reforçar a sua posição no mercado, ocupando o 1º lugar, com 34,7% de quota de mercado, correspondente a 39,7 milhões de passageiros.

A British Airways é a 2ª companhia aérea do mercado, com 24,4% do total das viagens realizadas, com perda de quota de mercado. Thomson Airways segue na 3ª posição e mantém quota estacionária (9,0%). A Flyglobespan que se posicionou no 10º lugar em 2009, encerrou a sua atividade.

Principais comp. aéreas britânicas - total passageiros milhares

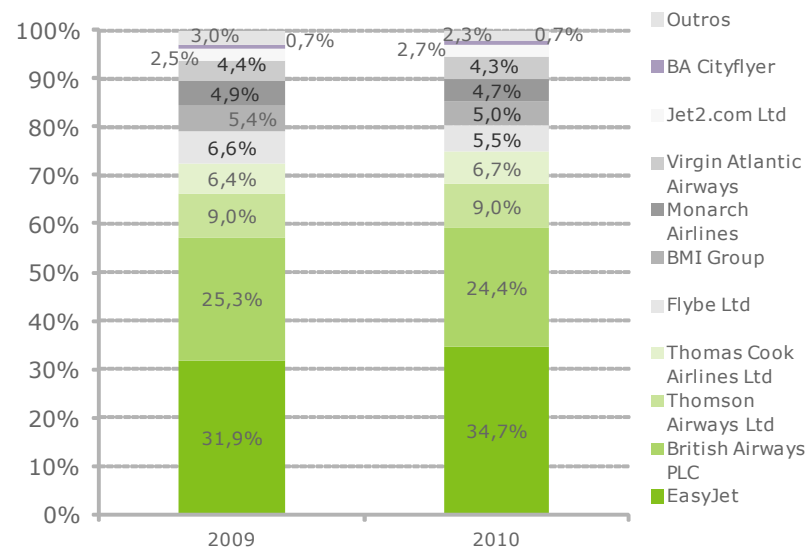


FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

A Ryanair, que ocuparia o 1º lugar deste *ranking* britânico, é uma companhia aérea originária da República da Irlanda, e ocupa um lugar de relevo no ranking mundial (8º lugar).

A fusão entre as companhias aéreas British Airways e a Iberia (International Airlines) resulta na 4ª maior companhia a nível europeu (53,7 milhões passageiros), atrás da Lufthansa (90,2 milhões - inclui a Swiss International Air Lines, Austrian Airlines e bmi), da Ryanair (71,2 milhões) e da Air France-KLM (70,8 milhões).

Principais comp. aéreas britânicas - quota passageiros



FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

Reino Unido



FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

TOP 10 dos aeroportos britânicos - número total de passageiros transportados (milhares)

Aeroportos britânicos	2010	Δ %10/09	Quota (*)	
			2010%	Δ 10/09 p.p.
Heathrow	65.745	-0,2	31,2	1,0
Gatwick	31.342	-3,1	14,9	0,0
Stansted	18.562	-7,0	8,8	-0,3
Manchester	17.663	-5,2	8,4	-0,2
Luton	8.734	-4,2	4,1	0,0
Edinburgh	8.594	-5,0	4,1	-0,1
Birmingham	8.564	-5,8	4,1	-0,1
Glasgow	6.522	-9,6	3,1	-0,2
Bristol	5.723	1,9	2,7	0,1
Liverpool	5.008	2,6	2,4	0,1
Outros	34.199	-5,8	16,2	-0,4

(*) do total de passageiros transportados

FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

Em 2010 foram processados cerca de 210,7 milhões de passageiros nos 25 aeroportos britânicos, um decréscimo de -3,4% face ao ano anterior.

Heathrow continua a ser o maior aeroporto do Reino Unido (4º mundial e 1º europeu), com cerca de 66 milhões de passageiros transportados, e uma quota de 31,2% do total. Os 6 aeroportos que servem a área de Londres (Gatwick, Heathrow, London City, Luton, Southend e Stansted) movimentam 59,6% do volume global, o que traduz a importância e poder de compra dos residentes britânicos sediados na área metropolitana da capital britânica.

Reino Unido

Operação Turística

TOP 10 UK Operadores Turísticos - passageiros autorizados

Operadores	Dezembro 2010/ Setembro 2011	Quota	Dezembro 2009/ Setembro 2010	Quota
Thomas Cook	4.325.835	24,7%	4.472.039	23,8%
TUI UK	3.996.493	22,8%	4.185.968	22,3%
Expedia, Inc	492.698	2,8%	489.021	2,6%
Gold Medal Travel	427.000	2,4%	684.050	3,6%
Travelworld Vacations	399.500	2,3%	400.000	2,1%
Virgin Holidays	336.789	1,9%	399.529	2,1%
Trailfinders	331.538	1,9%	367.732	2,0%
Jet2Holidays	228.963	1,3%	218.963	1,2%
On the Beach	207.946	1,2%	207.946	1,1%
The Airline Seat	189.430	1,1%	198.430	1,1%
Outros	6.604.598	37,7%	7.144.588	38,1%

Nota: Membros da Air Travel Organiser's Licensing (ATOL)

FONTE: CAA - Civil Aviation Authority

Operadores	2009 Vendas (£ milhões)	Quota	2010 Vendas (£ milhões)	Quota
Thomas Cook Group Plc/Cooperative	6.791	27,0%	9.465	36,0%
TUI AG	8.504	33,0%	9.776	37,2%

FONTE: Euromonitor International; Travel Weekly

Segundo a fonte ATOL, a Thomas Cook é líder do mercado britânico, com uma quota de 24,7% e um volume de passageiros na ordem de 4,3 milhões, seguido da TUI, com 22,8% de quota e um volume de passageiros de 3,99 milhões no período Dezembro de 2009 a Setembro de 2010. Estes dois principais grupos concentraram neste período uma quota global de 47,5% do mercado organizado.

A TUI e a Thomas Cook fundiram-se, respetivamente, em 2007, com as empresas britânicas First Choice e My Travel, assistindo-se nos últimos anos a um forte domínio destes dois grandes grupos na "orientação" dos principais fluxos de turistas britânicos para o exterior.

A Thomas Cook irá fortalecer a sua posição com a integração com a Co-operative Group (14º operador britânico), já que recebeu recentemente autorização provisória da Autoridade Britânica da Concorrência para poder concluir a fusão com este grupo até ao final deste ano (estrutura de capital 70% Thomas Cook e 30% Co-operative). O negócio irá criar a maior rede de agências de viagens de retalho no Reino Unido (1200 lojas) com 8900 empregados.

Em 2010 se efectuarmos as sinergias destes 2 grupos, a sua facturação ascende a 9,5 milhões £ correspondendo a uma quota 36,0%, face aos 9,8 milhões £, e quota 37,2% da TUI.

Reino Unido

Breve Caracterização - TUI Group actividade global

Marcas: Cerca de 200 marcas - Tui, Thomson, Fritidsresor, Marmara, Quark Expeditions, Late Rooms.com, Hotelbeds, Hayes&Jarvis, Mostravel, 2 Wentys, Austravel, Crystal Holiday, Skytours, Thomson Holidays, First Choise, Thomsonfly, Magic, Simply , TUI Cruises Hapag-lloyd, Jetair, wing.ca, Nouvelles Frontieres, Arke, entre muitas outras.

Mercados e Facturação : Actua em 27 mercados, com destaque - Alemanha (3.800 £ milhões em 2010 - Quota no mercado 29%), Reino Unido e Irlanda (3.392£ milhões - Quota 45%), França (2.031 £ milhões - Quota 25%), Bélgica (1861 £ milhões- Quota 45%), Holanda (1.211 £ milhões- Quota de 20%), mercado Nórdico (797 £ milhões - Quota de 27%), Áustria (324 £ milhões - Quota 37%) e Suíça (183 £ milhões - Quota 15%).

Rede de Distribuição : 3.500 lojas - Thomson-600 lojas, First Choice 328 lojas, allers Pegasus (34 lojas), Travel House Group (104 lojas), Team Lincoln (5 call centers), Glasgow (1 call centre), The First Resort Thomson TV, First Choice Retail (275 lojas), Retail (1 Call Centres), First Choice Holiday (1 Call Center), Holiday Hypermakets (38 lojas),etc.

Companhias Aéreas: TUI Travel detém uma frota de 143 aviões, Thomsonfly, Arkefly, Jetairfly, Tuifly, Corsairfly.

Hotéis: 261 hotéis (29% Hóteis 5 estrelas, 60% de 4 estrelas, e 11% de 3 estrelas) com capacidade para 170.000 camas em 27 países.

Volume de Negócios do Grupo: £ 16,3 mil milhões em 2010.

Dados Gerais: 30 milhões de clientes, cerca de 3.200 agências de viagens e +49.000 empregados.

Web-sites: www.tui-group.com, www.tui.com, www.thomson.co.uk, www.hotelsbeds.com, www.laterooms.com, www.hayesandjarvis.co.uk, www.magictravelgroup.co.uk, www.world-of-tui.com, etc.

Breve Caracterização - Thomas Cook Group actividade global

Marcas: Mais de 100 marcas - Nechermann, Ving, Condor, Sunquest, Spies, Airtours, Sunwing Resort, Sunworld, Funsun, belairtravel.com, medhotels.com, Albatours, Direct Holidays, Intair, aquatour, Sunset, Jet Tours, Sun Set, Flexible Trips, Goal Medal, Hotels4U, Elegant Resorts, entre muitas outras.

Mercados e Facturação: Actua em 27 mercados, Reino Unido, Irlanda, Índia e Médio Oriente (2010 - £ 3.143 milhões, quota na facturação do Grupo 35,3% / 2009 - £ 3.098 milhões, quota 33,4%), Europa Continental (2010 - £ 3.671 milhões, Quota 41,3% / 2009 - £ 4.000 milhões, quota 43,2%) , Norte da Europa (2010 - £ 1.014 milhões, Quota 11,4% /2009 - £1.059 milhões quota 11,4%), América do Norte (2010 - £ 353 milhões, quota 4,0% /2009 - £ 370 M, quota 4,0%), Companhias Aéreas Alemanha (2010 - £ 996 milhões, quota 8,0% /£ 2009 - £ 1,061 M, quota 8,0%).

Rede de Distribuição : + de 3.400 Lojas de retalhos (incluindo franchising) Thomas Cook Plus (6 "Travel Warehouses"), Thomas Cook Direct (4 "Call Centres"), Thomas Cook TV; entre outros.

Companhias Aéreas: Thomas Cook, 94 aviões; MyTravel Airways UK, Thomas Cook Airlines, Condor.

Hotéis: 80 hotéis e resorts distribuidos pelo continente.

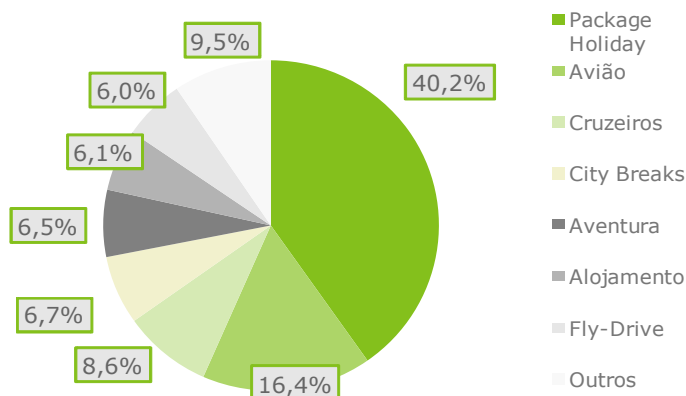
Volume de Negócios do Grupo: £ 8,9 mil milhões em 2010.

Dados Gerais: 22,5 Milhões de passageiros, 21% de reservas online, + de 31.000 empregados , divisões principais no Reino Unido, Alemanha, Europa do Norte, América do Norte, Europa Continental, Médio Oriente

Web-sites: www.thomascookgroup.com, www.thomascook.com, ww.caa.co.uk, www.thomascook.com/hotels, book.flythomascook.com, www.mytravel.com,www.thomascookairlines.co.uk, etc.

Reino Unido

Operadores Turísticos - quota das vendas por produto [2010]



FONTE: Euromonitor International, Trade Press

TOP 10 Principais Operadores Turísticos on line UK vendas, milhões €

Operadores on line	2010
TUI UK (Thomson/ Firstchoice)	2.789
Thomas Cook	1.814
Expedia	975
Last Minute	633
Cheapflights	405
Booking.com	301
Opodo	294
Ebookers	292
Orbitz	243
Travel Republic	197

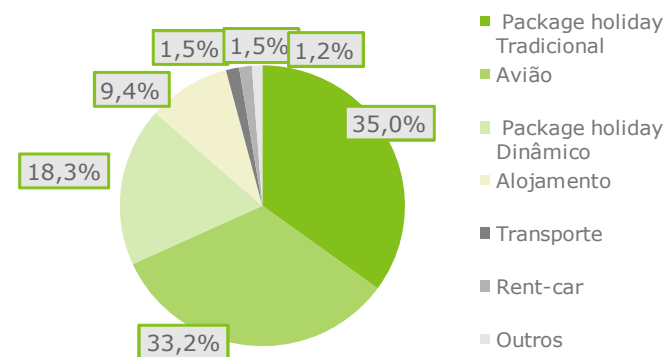
FONTE: Travel Mode

As vendas *Packages* de férias tradicionais por parte dos Operadores Turísticos tradicionais são responsáveis conjuntamente com as vendas de avião e de cruzeiros por 65% do total das compras feitas pelos turistas britânicos.

Nas vendas dos Operadores Turísticos on line, os *packages* de férias tradicionais, de voos e *packages* dinâmicos, totalizam 86,5% do total das vendas no mercado em 2010.

Os principais operadores turísticos tradicionais criaram plataformas *on line*, os dois grandes grupos (Tui e Thomas Cook) lideram o Top de Operadores *on line*, seguido dos operadores especializados no segmento *on line*.

Op. Turísticos on line - quota das vendas por produto [2010]



FONTE: Euromonitor International Trade Press

Reino Unido

Top 10 das Agências de Viagens - Volume de vendas [2010]

Agências de Viagens	Quota
Thomas Cook / My Travel	28,0%
TUI Thomson / First Choice	26,5%
Advantage Travel Centers	12,2%
Co-operative Travel	4,5%
Global Travel	3,6%
Worldchoice	2,6%
Mid Counties Co-op	2,6%
HaysTravel	1,6%
Travel Counsellors	1,1%
Flight Centre	0,5%
Outros	16,9%

FONTE: Hitwise

Top 10 das Agências de Viagens on line - nº visitas [2010]

Agências de Viagens	Website	Quota
Thomson	www.thomson.co.uk	8,10%
Expedia	www.expedia.co.uk	6,94%
Thomas Cook	www.thomascook.com	5,84%
Last minute	www.lastminute.com	5,69%
Travelrepublic	www.travelrepublic.co.uk	4,48%
FirstChoice	www.firstchoice.co.uk	2,59%
Skyscanner	www.skyscanner.net	2,59%
Cheapflights	www.cheapflights.co.uk	2,48%
Travelsupermarket	www.travelsupermarket.com	2,45%
Travelzoo	www.travelzoo.com/uk	2,18%

FONTE: Hitwise

Relativamente ao retalho de viagens – dominado pelos mesmos grupos do mercado grossista – as agências pertencentes ao Grupo Thomas Cook/ MyTravel lideram o mercado, em 2010, com uma quota global de 28,0%, seguida do Grupo TUI/ First Choice e suas demais agências com 26,5% de quota.

Na 3º posição surge Advantage Travel Centers que compreendem cerca de 350 empresas no Reino Unido, que no total são responsáveis por 800 lojas de venda ao público na área do Turismo. Estes 3 grupos totalizam no seu conjunto uma quota global de 66,7% do mercado.

Os grandes operadores dominam também a oferta da indústria turística na Internet, estando presentes entre os 10 *websites* on line mais visitados. Em 2010, a TUI, com a marca Thomson, lidera o mercado *on line*, com uma quota de cerca de 8,1%. A First Choice posiciona-se em sexto lugar (2,6%). A Thomas Cook/ My Travel figura na 3º posição (5,8%).

Nesse ano, nos operadores on line especializados, realce para a Expedia que concentrou uma quota de 6,9% e a Lastminute.com que apresentou uma quota de 5,7%, posicionando-se no 2º e 4º lugar, respetivamente.

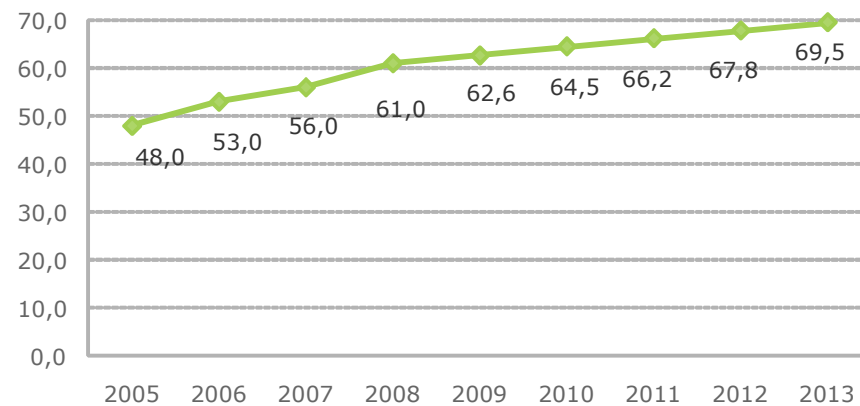
Reino Unido

Mercado Online

Segundo o eMarketer, o mercado *on line* no Reino Unido registrará um crescimento sustentado no número de utilizadores nos próximos anos (48,0% da população, em 2005, v.s. 69,5%, em 2013, representando um universo de 29,3 milhões de pessoas v.s. 43,7 milhões).

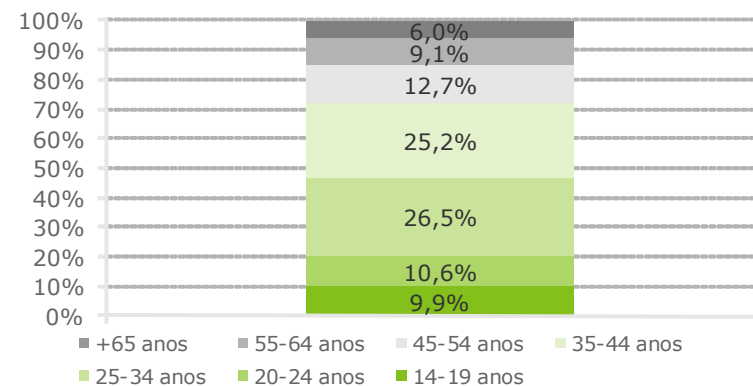
Segundo a TravelDailyNews, cerca de 43% dos britânicos que partiram de férias, em 2010, utilizaram a Internet para preparar a viagem (23,9 milhões de britânicos), dos quais 49% efetuaram as suas reservas (11,7 milhões).

Utilização da Internet - população, %



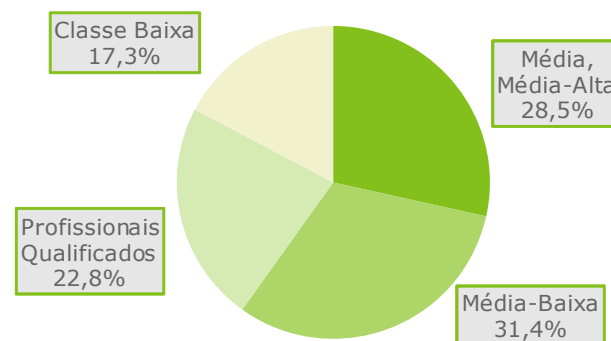
FONTE: e-Marketer, 2011

Utilização da Internet por grupo etário - quota [2010]



FONTE: e-Marketer, 2011

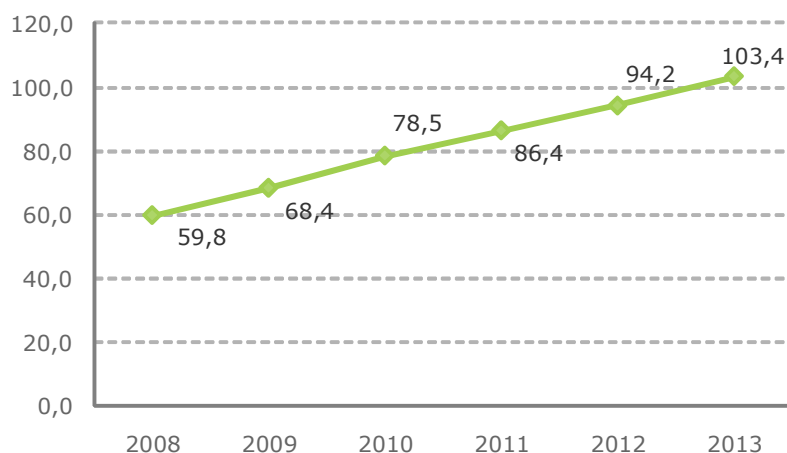
Utilizadores de Internet que visitaram sites de viagens - por segmento sócio-económico [2010]



FONTE: e-Marketer 2011

Reino Unido

E-commerce - vendas, bilhões £



FONTE: eMarketer 2010

O investimento em publicidade on line no Reino Unido registrará um crescimento contínuo, passando de 59,8 mil milhões £, em 2008, para 103,4 mil milhões £, em 2013, ou seja um crescimento na ordem dos 73% .

Em 2010, o nível de investimento por parte do Reino Unido representou uma quota de 36% do total investido na Europa, o que traduz a importância deste mercado. As compras/ reservas *on-line* dos turistas britânicos são significativas – 46% dos britânicos recorre à Internet para efetuar uma compra *on line* na marcação das suas férias.

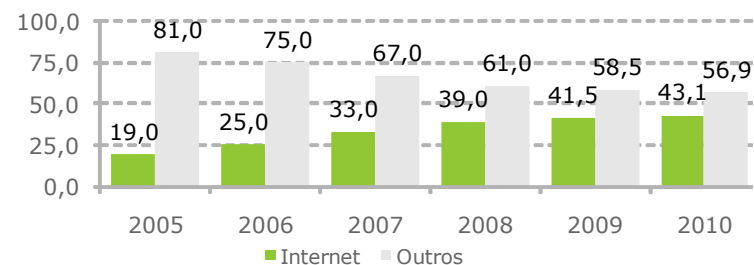
TOP 20 Travel Websites no Reino Unido [2010]

Media	Total visitas (milhares)	Quota %
Travel-specific	24.482	56,3
Expedia Inc	4.535	10,4
National Rail (UK)	3.536	8,1
TravelAdNetwork	2.862	6,6
Transport for London	2.678	6,2
FirstChoice Holidays PLC	2.503	5,8
Priceline.com Incorporated	2.169	5,0
Travelocity	2.110	4,9
Easyjet.com	1.981	4,6
Ryanair	1.746	4,0
Trainline	1.641	3,8
Thomas Cook Group PLC	1.576	3,6
TUI Group	1.383	3,2
National Express Group	1.288	3,0
British Airways	1.275	2,9
Virgin Travel	1.245	2,9
FirstGroup PLC	1.220	2,8
Stagecoachbus Group	1.211	2,8
Cheapflights Sites	1.142	2,6
Travelodge	1.120	2,6
BAA Airports	1.110	2,6

FONTE: Comscore, Key Measures Travel Sector 2011

Reino Unido

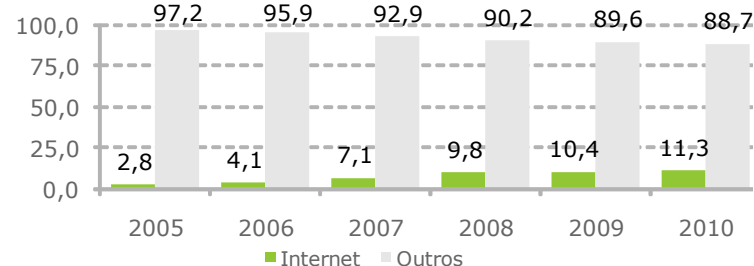
Canais de distribuição - reservas para o exterior, %



Assiste-se a um forte crescimento da Internet como canal de distribuição, o qual tem vindo a retirar quota de mercado aos canais tradicionais.

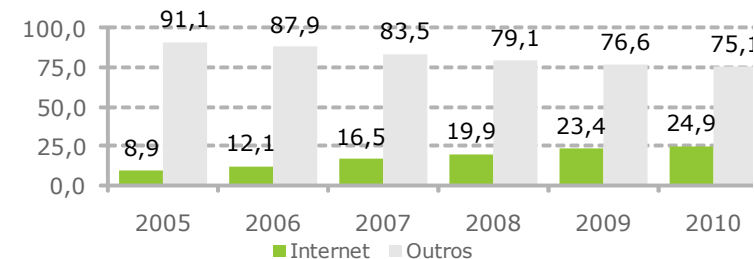
Segundo a fonte eMarketer, cerca de 56,9% dos turistas britânicos organizou a totalidade ou parte da sua viagem para o exterior através dos Operadores/ Agências de Viagens, em 2010, face aos 43,1% que reserva exclusivamente *on-line*.

Alojamento - vendas para o exterior, %



A nível do alojamento, 88,67% dos turistas do Reino Unido compram estes serviços na sua globalidade ou parcialmente via Agências/ Operadores. Em 2010, a quota de mercado do alojamento em transacções *on-line* ainda não é muito significativa (11,3%), facto que reflete hábitos ainda não muito maduros de utilização da Internet como canal para operações comerciais.

Transporte aéreo - vendas para o exterior, %



Quanto ao transporte aéreo, a quota na venda de bilhetes de avião pela Internet já tem mais relevância (24,9%), com tendência para crescer cada vez mais.

A Internet tem vindo a afirmar-se no mercado enquanto importante canal de distribuição para reservas de transporte aéreo.

FONTE: eMarketer, 2011

5. COMPORTAMENTO DO MERCADO PARA PORTUGAL

Dimensão do Mercado

Em 2010, o mercado britânico posicionou-se nos 1º e 2º lugares do *ranking* dos mercados externos para Portugal, aferido pelos indicadores das dormidas e dos hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos, respectivamente. Ao nível da geração de receitas, este mercado ocupa a 1ª posição no conjunto da procura externa para os destinos nacionais, registando quotas acima dos 16% nos principais indicadores estatísticos.

Nesse ano este mercado apresentou níveis de performance positivos face ao ano anterior, no indicador hóspedes e receitas turísticas com acréscimos que variam entre os (+1,5%) e (+6,1%), respetivamente, registando o indicador das dormidas o comportamento mais desfavorável, com um decréscimo (-3,1%).

Posição do Reino Unido na procura externa para Portugal

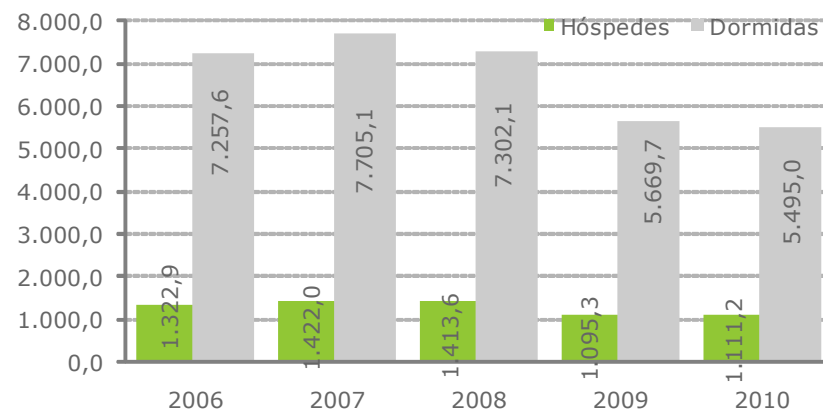
	2010	Δ 10/09 %	Abs.	Posição	Quota %	Δ p.p.
Receitas do Turismo (milhões)	1.385,1	6,1	80,2	1	18,2	-0,7
Hóspedes (*) (milhares)	1.111,2	1,5	15,9	2	16,3	-0,6
Dormidas (*) (milhares)	5.495,0	-3,1	-174,7	1	23,3	-1,1

(*) Em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos

FONTES: BP - Banco de Portugal, Maio 2011; INE - Instituto Nacional de Estatística, Junho 2011

Reino Unido

Hóspedes e Dormidas (*) - milhares de pessoas e noites



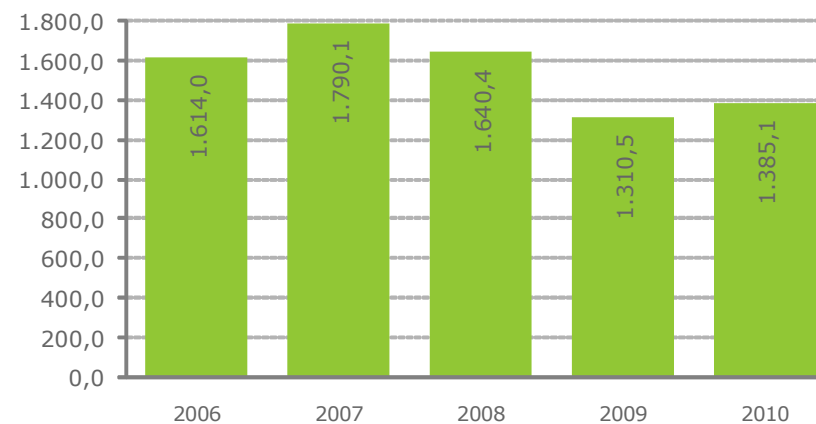
(*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos

Nota: Os dados a partir de 2001 não são comparáveis com os anos anteriores por alterações metodológicas

FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Julho 2011

A evolução do número de dormidas apresenta um comportamento similar ao registado para o número de hóspedes, contudo, tem sido ligeiramente mais desfavorável, comparativamente com a evolução do número de hóspedes, indicador de menores estadias médias do mercado britânico em Portugal – diminuição da taxa de crescimento média anual de (-6,7%) para as dormidas contra uma decréscimo de (-4,3%) ao ano para o número de hóspedes, entre 2006 e 2010.

Receitas Turísticas - milhões €



FONTE: BP - Banco de Portugal, Abril 2011

Destaque para o comportamento menos desfavorável das receitas (-3,8% ao ano) face às dormidas (-6,7%) e hóspedes (-4,3%), desde 2006. A nível das receitas turísticas, o mercado apresenta um comportamento oscilante:

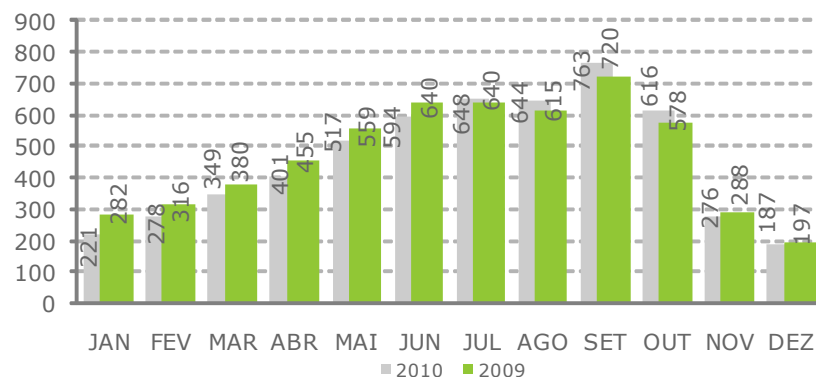
+10,9% de variação média anual no período 2006-07

-8,2% de variação média anual no período 2007-10

Este comportamento negativo pós 2007 é explicado, pela crise internacional que afetou os fluxos de *outbound* do mercado do Reino Unido e pela desvalorização da libra.

Reino Unido

Sazonalidade em Portugal - dormidas, milhares [2010]

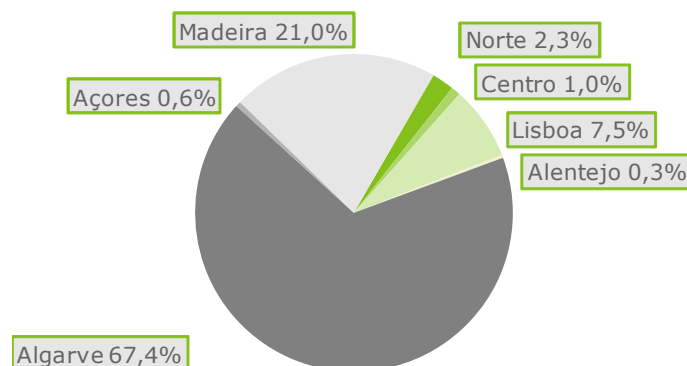


(*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos
FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Junho 2011

A sazonalidade da procura do Reino Unido para Portugal revela que 37,4% dos fluxos ocorrem durante a época alta (Julho, Agosto e Setembro), 38,7% na época média (Abril, Maio, Junho e Outubro) e 23,9% na época baixa. Comparativamente a 2009, regista-se um ganho da de quota na época alta (+2,6 p.p.), por contrapartida de perdas de quota nas épocas média (-0,6 p.p.) e baixa (-2,0 p.p.).

Destaque ainda para o nível de fluxos registado no mês de Setembro (13,9% do total) sendo o mês que regista o maior volume de turistas britânicos para Portugal.

Dormidas (*) por NUT's II - quota [2010]



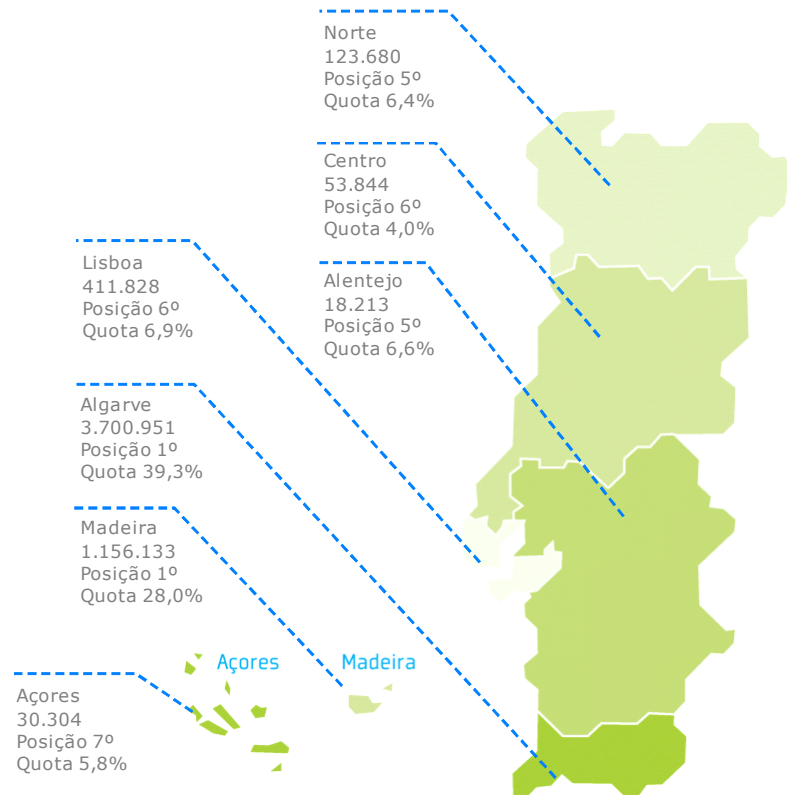
(*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos
FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Junho 2010

O Algarve é o principal destino dos turistas britânicos em território nacional, com uma quota da ordem dos 67,4%, em 2010, em grande parte explicado pela capacidade de tráfego aéreo, pelas tarifas reduzidas das companhias *low cost* e pela notoriedade que o destino goza no mercado, não obstante registar um decréscimo de (-3,2%), face a 2009.

Segue-se a Madeira, com uma quota de 21,0%, apresenta uma quebra de (-7,0%) face a 2009 em contraste com Lisboa, que detém uma quota de 7,5% da procura e registou um crescimento (+8,0%). O Norte e o Centro, a par dos Açores e Alentejo, são destinos com menor procura.

Reino Unido

Representatividade do Reino Unido na procura externa dos destinos regionais - dormidas (*), número; posição; quota [2010]



(*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos

FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Junho 2011

1. Na perspetiva dos destinos regionais, o mercado britânico detém quotas significativas no conjunto da procura externa para o Algarve e para a Madeira, com 39,3% e 28,0%, respetivamente, ocupando o 1º lugar para estes dois destinos regionais.

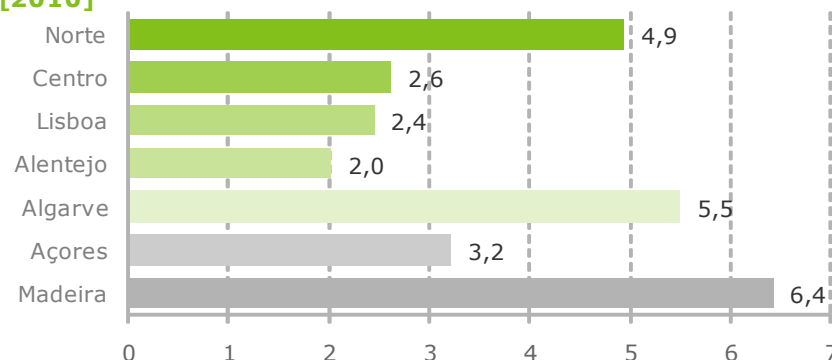
2. Registo para o comportamento negativo do mercado para o Algarve com um decréscimo de quota (-1,9 p.p.) em contraste com a Madeira que regista um aumento (+1,0 p.p.), em 2010, comparativamente a 2009.

3. Para Lisboa, o Reino Unido posiciona-se no 6º lugar, detendo uma quota significativa (6,9%), apresentando um comportamento estagnado face ao ano anterior.

4. Para os restantes destinos regionais, o mercado do Reino Unido apresenta um interesse relevante no conjunto das respectivas "carteiras" de mercados emissores, encontrando-se entre a 5ª posição (Norte e Alentejo), a 6ª (Centro) e a 7ª (Açores) do *ranking* da procura externa, com quotas unitárias que rondam os 4,0 a 6,6%.

Reino Unido

Estada Média (*) em Portugal - número [2010]

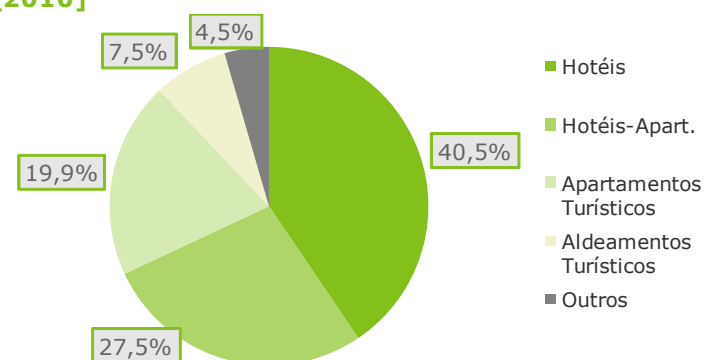


(*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos
FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Junho 2011

Na avaliação da estada média dos turistas britânicos em Portugal, destacam-se a Madeira (6,4 dias), o Algarve (5,5 dias), e o Norte (4,9 dias) assim como, em menor escala, os Açores (3,2 dias), tratando-se de destinos mais associados a operações *package*, face a estadas de duração mais curta nas restantes regiões (entre 2,0 e 2,6 dias).

Em 2010 com exceção do Alentejo, regista-se uma ligeira diminuição ou estagnação da estada média face a 2009. A estada média do turista do Reino Unido em Portugal é de 4,9 dias (2010).

Dormidas (*) por tipologia de alojamento - quota [2010]



(*) Procura em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos
FONTE: INE - Instituto Nacional de Estatística, Junho 2011

Nas suas estadas em Portugal, os britânicos optam pela hotelaria tradicional, com cerca de 40,5% do total de dormidas, seguindo-se os Hotéis-Apartamentos (27,5%) e os meios complementares de alojamento – Apartamentos (19,9%) e Aldeamentos Turísticos (7,5%).

As unidades hoteleiras são dominantes no Algarve, com os Hotéis e Hotéis-Apartamentos a registarem quotas próximas de 30%, logo seguido pelos apartamentos Turísticos (27,5%). Na Madeira, o alojamento hoteleiro é dominante, com mais de 48,2% do total da procura, seguindo-se os Hotéis-Apartamentos, com 39,2%.

Reino Unido



Perfil e Comportamento da Procura

Para os turistas britânicos, o clima e a paisagem são o maior fator impulsionador na escolha de Portugal como destino de lazer na fase inicial de planeamento das suas férias.

O Algarve destaca-se dos demais, e é o destino regional que tende a ser mais visitado pelos turistas do Reino Unido.

Critérios de decisão da escolha de Portugal como destino de férias [Agosto 2011]

Factores	UK
O clima e/ou a paisagem	63%
A sugestão de familiares ou amigos	43%
Preço da viagem e/ou estadia / Uma promoção especial	27%
A forma hospitaleira de acolhimento de Portugal	37%
A proximidade de Portugal	19%
A segurança de Portugal	21%
As atracções / O entretenimento / Ocorrência de um evento	12%
A informação nas redes sociais / Na Internet	11%
A recomendação de um TO, Ag. Viagens ou Comp. Aérea	9%
As infra-estruturas (de alojamento e restauração)	9%
Porque costuma fazer férias em Portugal	4%
Um artigo de imprensa, rádio ou televisão	3%
Outros motivos (não especificados)	8%

FONTE: GFK Metris – Estudo de satisfação de turistas

Segundo o National Statistics Office, a via aérea concentra cerca de 98,2% dos turistas britânicos que se dirigiram a Portugal, em 2010. No caso de Portugal, estima-se que a motivação Lazer e a associada ao Package Tour e às VFR têm um “peso” significativo, representando cerca de 96,1%.

Nesse ano, a estadia média dos turistas do Reino Unido Portugal é, em 66,5% dos casos, de 4 a 13 noites.

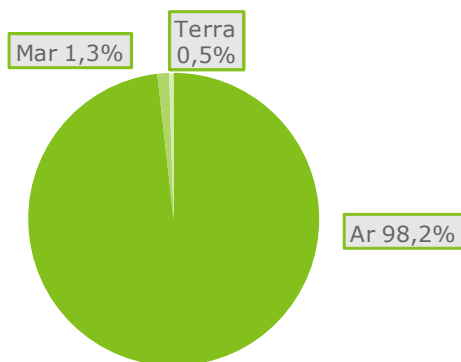
Viagens para Portugal por destino e concelho [Agosto 2011]

Destino Regional e Concelho	UK
Algarve	72%
Lisboa	15%
Sintra	4%
Estoril/Cascais	4%
Porto	6%
Centro de Portugal	7%
Norte de Portugal	5%
Madeira	7%
Alentejo	2%
Coimbra	0%
Braga	2%
Fátima	0%
Açores	0%

FONTE: GFK Metris – Estudo de satisfação de turistas

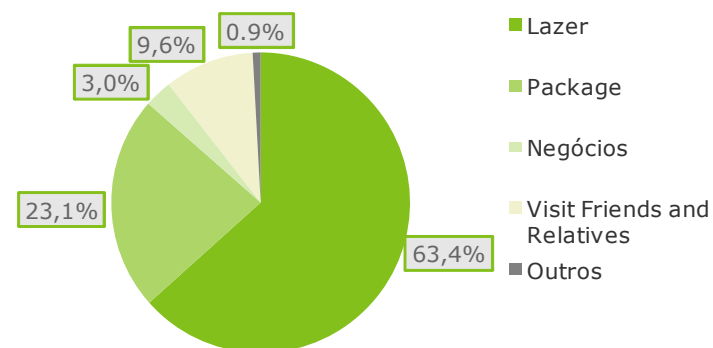
Reino Unido

Modo de viajar para Portugal - quota dos turistas [2010]



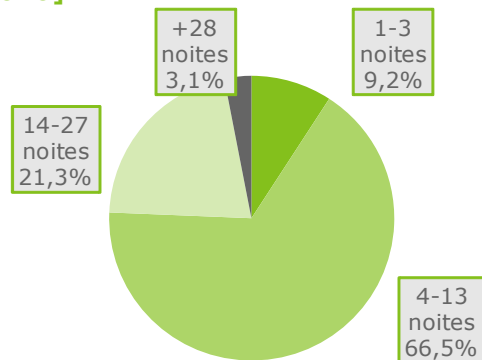
FONTE: Travel Trends - National Statistics Office

Motivação das viagens para Portugal - quota [2010]



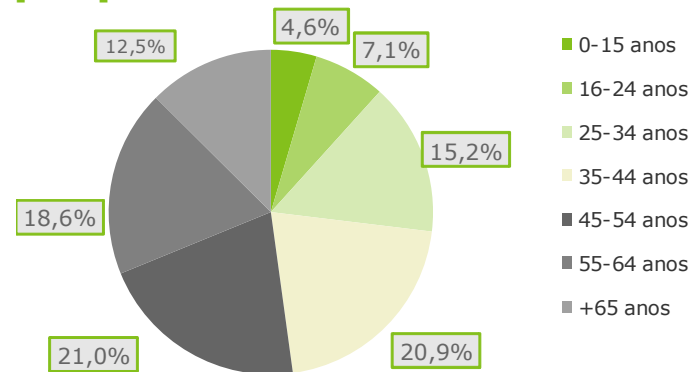
FONTE: Travel Trends - National Statistics Office

Duração das viagens para Portugal - quota [2010]



FONTE: Travel Trends - National Statistics Office

Viagens para Portugal por grupo etário - quota [2010]



FONTE: TravelTrends - National Statistics Office

Reino Unido

Operação Turística

Durante o período em análise, os voos *low cost* têm vindo a ganhar quota de mercado – 43,4% em 2006 contra 67,6% em 2010 – em detrimento das operações em voos tradicionais e *charters*.

Para o Inverno IATA 2010/11 (Novembro e Dezembro 2010, Janeiro a Março 2011), o Reino Unido regista uma média anual de 248 voos diretos por semana com destino a Portugal, correspondendo uma capacidade de 39,1 mil lugares disponíveis semanais.

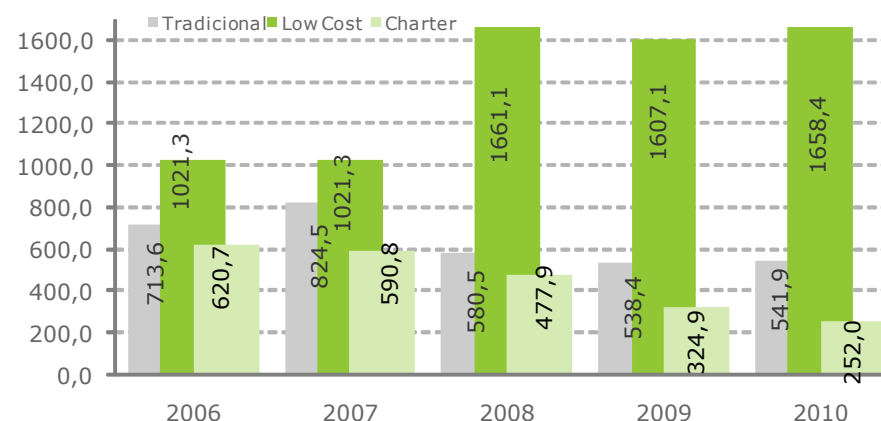
Para o Verão IATA 2010/11, o Reino Unido regista uma média anual de 476 voos diretos por semana com destino a Portugal, correspondendo a uma capacidade disponível de 78,1 mil lugares por semana.

Voos operados - Inverno IATA 2010/11

Aeroporto	Nº destinos	Nº Frequências semanais	Nº Lugares disponíveis
Porto	3	36	6.009
Lisboa	3	83	11.718
Faro	18	98	16.431
Madeira	10	31	4.944
Total	34	248	39.102

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Evolução do transporte aéreo - milhões de passageiros



FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Voos operados - Verão IATA 2010

Aeroporto	Nº destinos	Nº Frequências semanais	Nº Lugares disponíveis
Porto	7	39	6.510
Lisboa	7	110	16.036
Faro	21	297	50.843
Ponta Delgada	1	1	161
Madeira	12	29	4.582
Total	48	476	78.132

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Dossier de Mercado

Reino Unido



Lugares entre o Reino Unido e Portugal - milhares [2010]

Lugares Disponíveis Aeroporto	Tradic.	Low Cost	Soma Regular	Charters	Total	Δ % 10/09				Quota %			
						Tradic.	Low Cost	Charters	Total	Tradic.	Low Cost	Charters	Total
Porto	218,5	419,9	638,4	13,5	651,8	-2,5	10,5	48,4	6,3	33,5	64,4	2,1	100,0
Lisboa	1.102,8	380,9	1.483,7	15,2	1.498,9	4,5	0,4	29,4	3,6	73,6	25,4	1,0	100,0
Faro	155,1	2.931,5	3.086,6	362,0	3.448,6	-13,1	0,1	-28,1	-4,5	4,5	85,0	10,5	100,0
Açores	11,7	0,0	11,7	0,6	12,4	-36,2	-	43,6	-34,3	94,8	0,0	5,2	100,0
Madeira/Porto Santo	109,5	188,9	298,4	222,3	520,7	7,2	3,4	-3,0	1,3	21,0	36,3	42,7	100,0
Total	1.597,5	3.921,3	5.518,8	613,6	6.132,4	1,2	1,3	-18,6	-1,1	26,1	63,9	10,0	100,0

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Em 2010, constata-se que a evolução do número de lugares em voos tradicionais está em decréscimo para todos os aeroportos nacionais, exceto para Lisboa e Madeira. As operações *low cost* concentradas no aeroporto do Porto, Lisboa, Faro e Madeira apresentam uma tendência positiva, embora Lisboa e Faro registem crescimentos pouco significativos. Por sua vez, as operações *charter* são negativas para Faro e Madeira e positivas para os restantes aeroportos.

Cerca de 63,9% dos lugares disponíveis do mercado para Portugal foram disponibilizados em voos *low cost*.

Em 2010, 73,6% dos lugares disponíveis do mercado foram oferecidos por voos tradicionais para Lisboa face aos 33,5% do Porto. Nesta tipologia de voo, os Açores apresentam quota substancial de 94,8%, a Madeira (21,0%) e Faro (4,5%).

Por sua vez em Faro, as *low cost* representaram 85,0% dos lugares do total dos voos com origem no mercado. Em Lisboa, a quota das *low cost* totaliza 25,4%, no Porto este peso ascende a 64,4%, e na Madeira a quota totaliza 36,3%.

Os voos *charter* têm maior expressão sobretudo na Madeira (42,7%) e menor escala em Faro (10,5%).

Reino Unido

Transporte Aéreo com origem no Reino Unido [2010]

Passageiros Desembarcados (milhares)	2010				Δ% 10/09				Quota %			
	Aeroporto	Trad.	LC	Charter	Total	Trad.	LC	Charter	Total	Trad.	LC	Charter
Porto	62,1	177,4	3,9	243,4	-12,3	14,2	50,7	6,4	25,5	72,9	1,6	100,0
Lisboa	382,4	173,6	3,9	559,9	5,8	0,3	0,0	4,0	68,3	31,0	0,7	100,0
Faro	56,4	1.229,4	153,2	1.439,0	-15,1	2,4	-29,8	-3,1	3,9	85,4	10,7	100,0
Açores	3,7	0,0	0,1	3,8	2,7	-	-	5,8	97,1	0,0	2,9	100,0
Madeira/Porto Santo	37,3	78,0	91,0	206,3	3,6	-0,1	-9,1	-3,7	18,1	37,8	44,1	100,0
Total	541,9	1.658,4	252,0	2.452,4	0,7	3,2	-22,4	-0,7	22,1	67,6	10,3	100,0

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Dos cerca de 2,5 milhões de passageiros britânicos desembarcados em Portugal, em 2010, cerca de 58,7% tiveram como destino Faro (1,4 milhões). Lisboa posiciona-se em 2º lugar, com uma quota de 22,8% (560 mil). Porto e Madeira registam quotas menos expressivas, na ordem dos 9,9% e 8,4%, respetivamente. Os Açores apresentam uma quota modesta (0,2%).

Nesse ano, a nível global, registo para o comportamento negativo Faro (decréscimo de -3,1%) e Madeira (-3,7%) por oposição ao Porto (+6,4%) Lisboa (+4,0%) e Açores (+5,8%), comparativamente a 2009.

Em 2010, os passageiros desembarcados em operações *low cost* totalizaram 67,6% do total dos desembarcados, sendo esta proporção de 85,4% para Faro, 72,9% para o Porto, 37,8% para a Madeira e 31,0% para Lisboa.

O número de passageiros britânicos desembarcados em Portugal em voos *low cost* tem vindo a aumentar significativamente, registando um crescimento médio anual de 12,9%, desde 2006. Em 2010, cerca de 1,7 milhões de passageiros britânicos desembarcados em Portugal foram operados por voos *low cost* face aos 1,0 milhões de passageiros, em 2006.

Reino Unido

Passageiros Desembarcados entre o Reino Unido e Portugal - milhares [2010]

Passageiros Desembarcados Origem	PORTO				LISBOA				FARO			
	Valor	Δ % 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ % 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ % 10/09	Quota	Δ 10/09 pp
London, Gatwick	106.157	128,1	43,6	23,3	76.019	7,2	13,6	0,4	331.443	-17,6	23,0	-4,0
London, Heathrow	8.911	-72,1	3,7	-10,3	359.207	4,4	64,2	0,3	14	100,0	0,0	0,0
London, Stansted	97.334	-17,3	40,0	-11,5	537	253,3	0,1	0,1	148.483	7,8	10,3	1,0
Manchester	0	-100,0	0,0	-1,0	7.519	-9,9	1,3	-0,2	139.731	-15,5	9,7	-1,4
London, Luton Internationa	968	431,9	0,4	0,3	73.558	-5,4	13,1	-1,3	92.620	-3,4	6,4	0,0
Bristol	9.066	9,7	3,7	0,1	12.115	-28,4	2,2	-1,0	85.542	32,6	5,9	1,6
Birmingham Internl.	9.838	-100,0	4,0	-1,6	0	-100,0	0,0	-0,1	98.550	-100,0	6,8	0,9
Liverpool/Intl	9.289	6,9	3,8	0,0	19.101	0,0	3,4	-0,1	88.761	28,8	6,2	1,5
Nottingham, East Midlands	2	-	0,0	0,0	5	-	0,0	0,0	72.717	-20,7	5,1	-1,1
Belfast	0	-	0,0	0,0	145	-	0,0	0,0	72.936	15,7	5,1	0,8
Outros	1.849	533,2	0,8	0,6	11.648	1.497,8	2,1	1,9	308.174	0,3	21,4	0,7
Total	243.414	6,4	100,0	0,0	559.854	4,0	100,0	0,0	1.438.971	-3,1	100,0	0,0

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

Em 2010, Gatwick constitui o principal aeroporto de origem do tráfego aéreo para o Porto, com uma quota de 43,6%, seguido de Stansted (40,0%) e em menor escala de Birmingham (4,0%) e Heathrow (3,7%). Os voos operados pela Ryanair (predominantes em Stansted, Birmingham, Liverpool e Bristol), pela TAP (Gatwick e Heathrow) e Easyjet (Gatwick) contribuem para maior peso destes aeroportos nos fluxos dos turistas britânicos com destino para o Porto.

Relativamente a Lisboa, o aeroporto de Heathrow concentra 64,2% do total de fluxos de passageiros do Reino Unido desembarcados em Lisboa.

Seguem-se Gatwick (13,6%) e Luton (13,1%). Destaque para a TAP e British Airways com forte representatividade no transporte de passageiros de Heathrow para Lisboa, assim como a TAP (Gatwick) e easyJet (Gatwick, Luton e Liverpool).

Com destino a Faro, Gatwick é o aeroporto de origem de 23,0% do tráfego com voos operados em maior escala pela easyJet, Monarch e British Airways. Seguem-se Stansted (10,3%), Manchester (9,7%), Birmingham (6,8%), Luton (6,4%) e Liverpool (6,2%), com voos operados em maior grau pela Easyjet, Ryanair, Monarch e Jet2. Os aeroportos de Nottingham e Belfast (5,1%) também merecem referência.

Reino Unido

Passageiros Desembarcados entre o Reino Unido e Portugal - milhares [2010]

Passageiros Desembarcados Origem	AÇORES				MADEIRA / PORTO SANTO				TOTAL PORTUGAL			
	Valor	Δ 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ 10/09	Quota	Δ 10/09 pp	Valor	Δ 10/09	Quota	Δ 10/09 pp
Londres, Gatwick	2.360	-6,4	61,5	-8,0	78.820	7,7	38,2	4,1	594.799	-0,1	24,3	0,2
Londres, Heathrow	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	-0,9	368.132	-2,6	15,0	-0,3
Manchester	0	-	0,0	0,0	31.467	8,7	15,3	1,7	277.821	-2,4	11,3	-0,2
London, Stansted	1.365	23,5	35,6	5,1	29.783	6,9	14,4	1,4	178.398	-12,9	7,3	-1,0
Londres, Luton	0	-	0,0	0,0	4.193	-28,4	2,0	-0,7	171.339	-4,6	7,0	-0,3
Bristol	0	-	0,0	0,0	19.250	-4,9	9,3	-0,1	125.973	14,6	5,1	0,7
Birmingham International	0	-	0,0	0,0	10.434	-8,9	5,1	-0,3	118.822	4,5	4,8	0,2
Liverpool International	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	117.151	21,1	4,8	0,9
Nottingham	0	-	0,0	0,0	1.954	-41,9	0,9	-0,6	74.678	-21,4	3,0	-0,8
Glasgow International	0	-	0,0	0,0	0	-	0,0	0,0	73.081	15,9	3,0	0,4
Outros	113	-	2,9	2,9	30.375	-26,5	14,7	-4,6	352.159	0,7	14,4	0,2
Total	3.838	5,8	100,0	0,0	206.276	-3,7	100,0	0,0	2.452.353	-0,7	100,0	0,0

FONTE: ANA - Aeroportos de Portugal

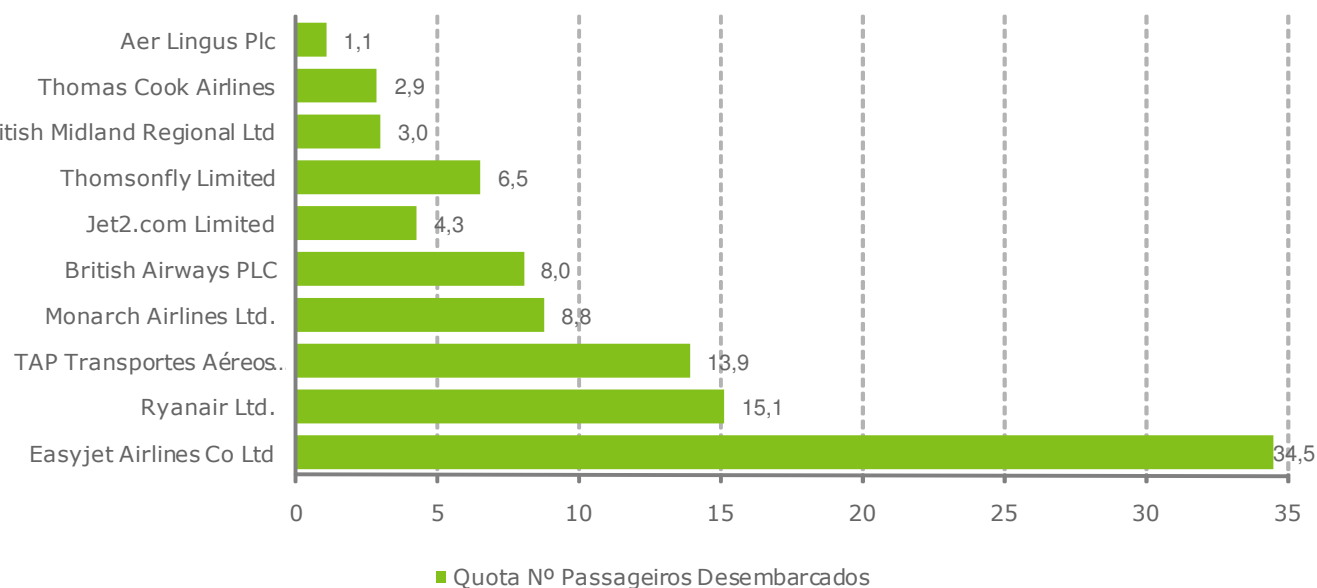
No que se refere aos Açores, o principal aeroporto de origem dos fluxos de passageiros britânicos continua a ser Gatwick, com 61,5% de quota (voos operados pela companhia Sata), seguido do aeroporto de Stansted, com 35,6% (voos operados pela CITGO Petroleum Corporation).

Para a Madeira, Gatwick (quota de 38,2%) destaca-se como o principal aeroporto de origem dos fluxos turísticos, voos operados em maior escala pela TAP e GB Airways, e em menor grau, pela easyjet e Thomsonfly. Segue-se Manchester com uma quota de 15,3% com os voos a serem operados pelas companhias Thomsonfly, Thomas Cook Airlines e Jet 2.

Stansted e Bristol concentram quotas de 14,4% e 9,3%, respetivamente, dos fluxos aéreos, sendo a easyjet a responsável pela totalidade de tráfego para a Madeira.

A nível global, dos 2,5 milhões de passageiros britânicos desembarcados em Portugal, 57,6% têm origem na cidade de Londres (6 aeroportos) com destaque para Gatwick (24,3%), Heathrow (15,0%), Stansted (7,3%) e Luton (5,1%). Manchester (quota 7,3%), Bristol (5,1%), Birmingham (4,8%), Liverpool (4,8%), Nottingham (3,0%), Glasgow (3,0%), Belfast (2,9%), Leeds (2,4%), Newcastle (2,1%) e Outros (10,4%) são os aeroportos com ligações a Portugal.

TOP 10 Companhias Aéreas - Voos com origem no Reino Unido com destino para Portugal / Quota % [2010]



FONTE: ANA

A nível global, em 2010, a easyjet concentrou uma quota de 34,5% do total de passageiros desembarcados em Portugal com origem no mercado britânico (847,0 mil passageiros), seguido da Ryanair (15,1% quota correspondente a 371,4 mil passageiros), TAP (13,9% quota e 341,5 mil passageiros), Monarch Airlines (8,8% quota e 215,3 mil passageiros) e British Airways (8,0% quota e 197,4 mil passageiros) e Thomsonfly (6,5% quota e 160,4 mil passageiros).

Por sua vez numa 2ª linha surgem a Jet 2 (4,3% quota e 105,2 mil passageiros), British Midland Regional (2,9% quota e 71,0 mil passageiros), Thomas Cook Airlines (2,0% quota e 48,4 mil passageiros) e Aer Lingus (1,1% quota e 26,8 mil passageiros).

Reino Unido

Operadores Turísticos que programam Portugal Dezembro de 2010 / Setembro 2011

Destino	Número de Operadores Turísticos
Norte	64
Centro	42
Lisboa	88
Alentejo	32
Algarve	99
Madeira	70
Açores	34

FONTE: Equipa de Turismo - Londres

Portugal continua a ter uma importante programação junto dos circuitos de distribuição turística britânicos não só com a oferta de *packages* de Sol e Mar, como também de ofertas de Turismo Cultural (*Touring* e *City/ Short Breaks*), Turismo Activo, Cruzeiros, Golfe entre outros.

De acordo com a base de dados da Equipa de Turismo no Reino Unido, existem actualmente cerca de 246 operadores com programação regular para Portugal (lista divulgada no site www.portugaloffice.org.uk), dos quais vários operadores programam, em simultâneo, diversos destinos regionais.

Operadores Turísticos que programam Portugal Dezembro de 2010 / Setembro 2011

Produto	Número de Operadores Turísticos
Sun and Beach	70
City breaks	41
Coach tours	19
Nautical and Cruises	18
Cultural and Landscape	38
Gastronomy and Wines	23
Golf	53
Health & Wellness	26
Horse Riding	11
Pilgrimages	12
Villas & Apartments	57
Walking & Trekking	32

FONTE: Equipa de Turismo - Londres

Os principais produtos programados no mercado, no período de Dezembro de 2009 a Setembro de 2010 são:

Algarve - Sol e Mar, Golfe, MICE, Saúde e Bem Estar

Lisboa - *City/ Short-Breaks*, MICE, *Touring* e Golfe

Madeira - Sol e Mar/ *Touring*, Turismo Natureza, MICE, Saúde e Bem Estar

Norte - *City/ Short-Breaks*, MICE, *Touring*, Turismo Natureza

Açores - Turismo Natureza e *Touring*

Alentejo/ Centro - *Touring* e Turismo Natureza

Reino Unido



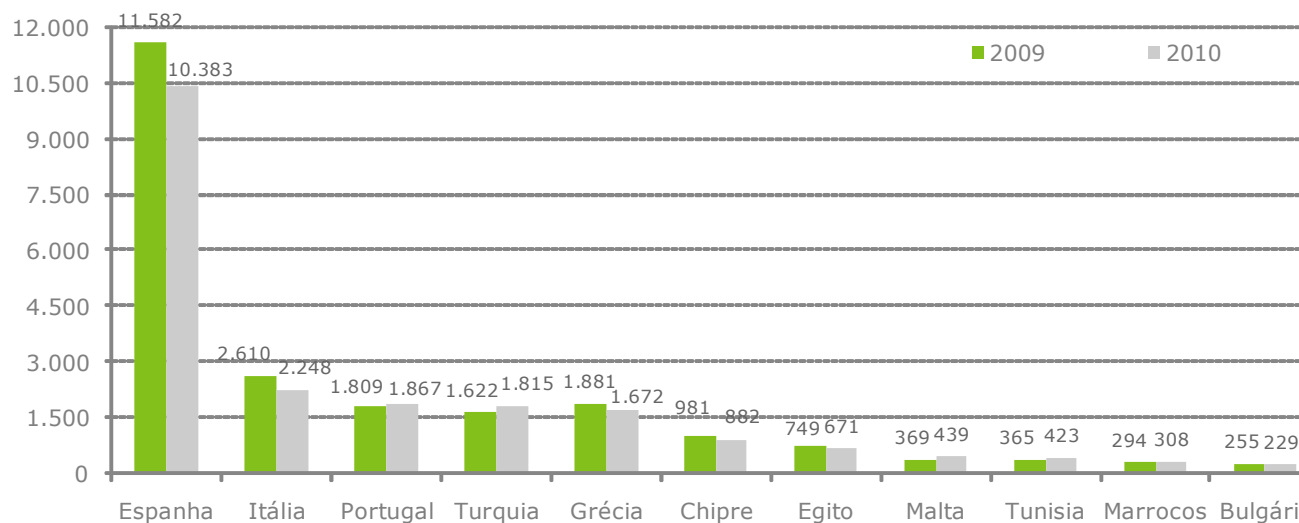
6. ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Em 2010, em termos de turistas provenientes do Reino Unido, a Espanha lidera o *competitive set* dos destinos concorrentes de Portugal na Bacia do Mediterrâneo com uma quota global de 18,7%.

Destaque para Portugal, que se posicionou no mesmo ano em 3º lugar neste conjunto, e deteve uma quota de 3,4%, em 2010.

Portugal, Turquia, Malta, Tunísia e Marrocos apresentam taxas de crescimento face a 2009, em contraste com os outros destinos deste conjunto.

Turistas (milhares) com origem no mercado britânico e destino Países da bacia do mediterrâneo



FONTE: Travel Trends - National Statistics Office

Reino Unido

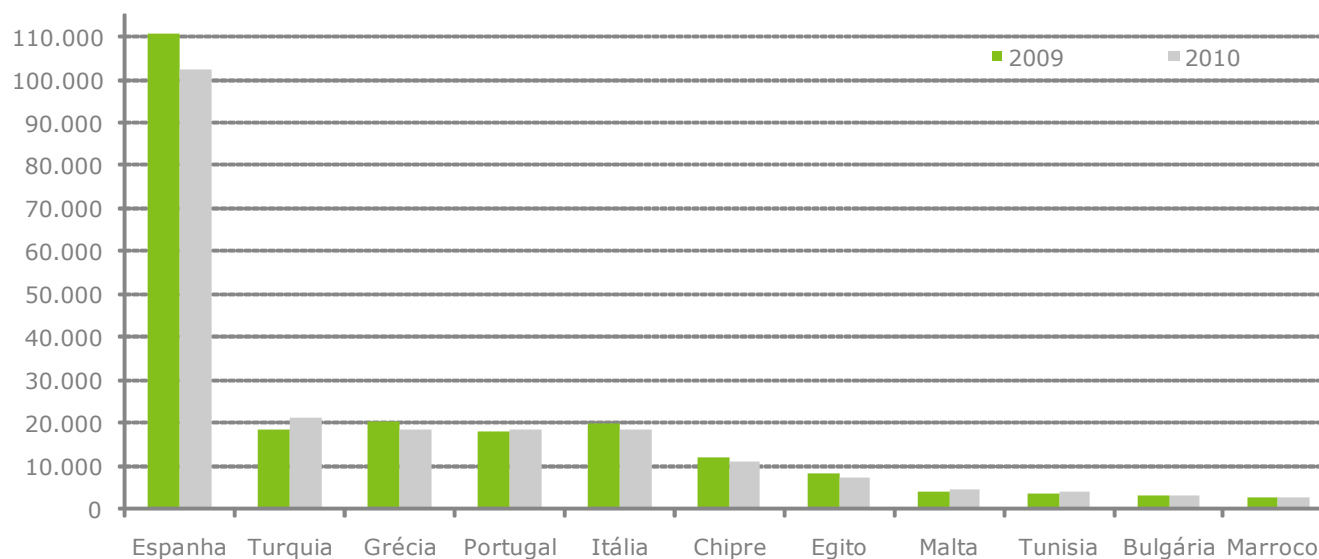


Em 2010, em termos do indicador número de dormidas global em todos os estabelecimentos dos residentes do Reino Unido, a Espanha à semelhança do indicador turistas também lidera o *competitive set* dos destinos concorrentes de Portugal na Bacia do Mediterrâneo, apresentando uma quota global de 16,9%.

Portugal neste indicador face aos turistas desce um lugar, ocupando a 4º posição no conjunto de países em referência, e registando uma quota de 3,1% nesse ano.

Destaque para a Turquia que se posiciona no 2º lugar com uma quota de mercado no valor de 3,5%.

Dormidas (milhares) com origem no mercado britânico e destino Países da bacia do mediterrâneo



FONTE: Travel Trends - National Statistics Office

Reino Unido

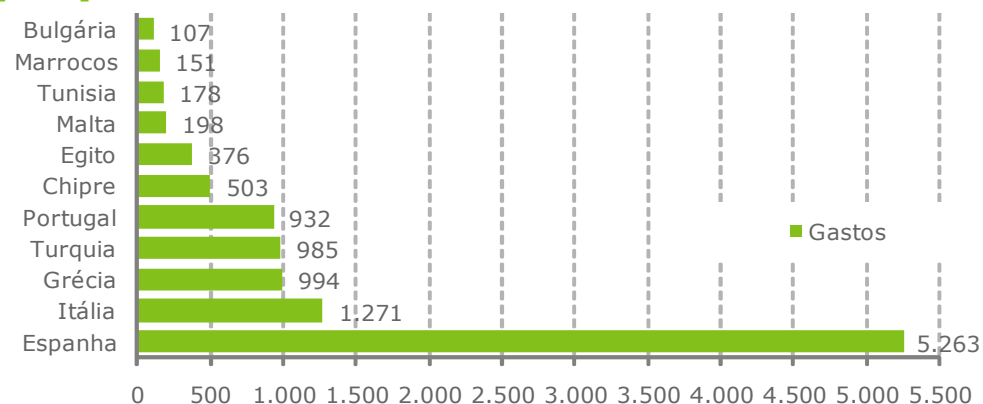
A nível dos gastos dos turistas britânicos no exterior, à semelhança do indicador turistas, o ranking dos destinos permanece similar com a Espanha a ser o principal “alvos” dos gastos dos turistas britânicos, com quota unitária de 16,5%.

A Itália, 2º principal destino enquanto recetor de gastos turísticos britânicos, registou uma quota unitária de 4,0%.

Cerca de 2,9% do total dos gastos de britânicos no exterior foram efetuados em Portugal, posicionando-se em 5º lugar no contexto destes mercados.

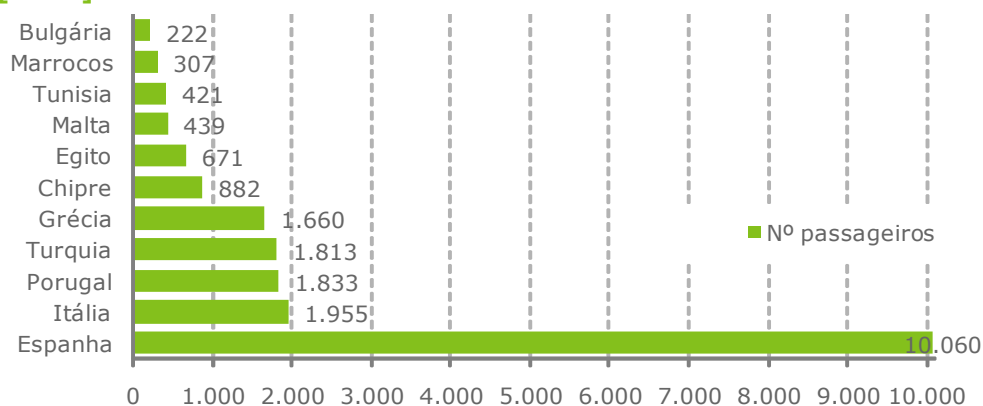
Com base nos dados da ONS (entidade oficial de estatística britânica), em 2010, a Espanha surge como o principal destino turístico do Reino Unido, concentrando 23,2% dos fluxos de passageiros de voos internacionais gerados pelo mercado (43,2 milhões de passageiros transportados por via aérea). Portugal surge no 3º lugar com uma quota global de 4,2 no conjunto dos países da bacia do mediterrâneo .

Gastos (milhões £) dos britânicos nos países da bacia do mediterrâneo [2010]



FONTE: Travel Trends - National Statistics Office

Nº passageiros com origem no Reino Unido /Países do Mediterrâneo (milhares) [2010]



FONTE: Travel Trends - National Statistics Office

Reino Unido

7. ANÁLISE SWOT

Forças

- Perceção positiva da imagem do destino quando comparado com alguns dos principais destinos concorrentes;
- Forte ligação histórica/ cultural entre Portugal e o Reino Unido, associado a um forte conhecimento do destino Algarve;
- Modernização da oferta turística nacional e surgimento de novas áreas de oferta tanto ao nível do produto como de destino;
- Existência de ligações aéreas consolidadas, especialmente *low cost*;
- Destino seguro, pacífico e de fácil comunicação;
- Boa qualidade na oferta de Sol e Mar;
- Boa reputação como destino de Golfe.

Fraquezas

- Crise da economia global e suas repercussões na União Europeia;
- Alguma oferta hoteleira delapidada e desajustada às expectativas do mercado britânico;
- Oferta pouca significativa ao nível de *packages all inclusive* comparativamente a alguns nossos mercados concorrentes;
- Concentração da procura no Algarve e Madeira;
- Relação preço/qualidade pouco competitiva quando comparada com destinos emergentes;
- Preço médio da cama em hotelaria mais alto que a média dos destinos concorrentes;
- Mercado com forte dependência do Reino Unido;
- Rigidez na política de preços para a operação turística britânica.

Reino Unido



Oportunidades

- Diversificação da oferta, em particular em temáticas relacionadas com a natureza e com forte componente ecológica;
- A boa e variada gastronomia portuguesa facilmente apreciada pelos britânicos;
- Estreitamento de relações com operadores/agentes de nicho de mercado;
- Novas ligações para os diversos destinos regionais;
- Desenvolvimento de meios de comunicação online;
- Grau de confiança positivo na utilização da internet como meio de compra;
- Mercado com forte apetência para o gozo de férias no estrangeiro;
- Situação da Tunísia e Egito com a conseqüente quebra Britânica para estes destinos, poderá constituir um reforço de turistas para o Algarve e a Madeira.

Ameaças

- Desvalorização da libra esterlina face ao euro, acrescida da crise económica internacional;
- Perceção do destino Portugal fortemente associada ao mono-produto sol e mar
- Falta de competitividade de Portugal face aos destinos fora da zona euro;
- Cortes de capacidade por parte dos grandes OT's;
- Decréscimo da estada média;
- Turismo interno britânico e boa qualidade em destinos concorrentes;
- Baixo nível de investimento em promoção no mercado de alguns destinos regionais, particularmente para a diversificação da oferta;
- Manutenção da forte actividade promocional dos destinos concorrentes: Espanha, Egito, Tunísia, Chipre, Bahamas, Marrocos, Turquia, Grécia, África do Sul e Dubai.

Reino Unido

Ficha Técnica

© Turismo de Portugal, IP

Título:

Dossier de Mercado Reino Unido

Direcção de Estudos e Planeamento Estratégico/Departamento de Informação Estatística

Equipa técnica:

Dr. António Mello (pesquisa e texto, Webdesign e tratamento de imagem)

Edição:

Novembro de 2011

Documento publicado no