

Alemanha 2015

Caraterização do mercado emissor

ÍNDICE

Perfil do mercado	3
Mercado turístico	7
Mercado para Portugal	15

Perfil do mercado

A Alemanha é o maior mercado europeu e um dos mais competitivos a nível mundial.

No contexto da UE, a Alemanha representa 16% da população (cerca de 81 milhões de habitantes) e gera 20% do PIB da união. A nível mundial, a Alemanha é responsável por 7,7% das exportações e 6,3% das importações globais. Em termos do PIB a pm, a Alemanha é a 4ª maior economia a nível mundial, a seguir aos EUA, à China e ao Japão.

O PIB per capita é um bom indicador de qualidade de vida e, no caso da Alemanha, este foi 34.780 € em 2013, ocupando o 6º lugar entre os países da UE e o 16º no conjunto de 183 países.

Avaliadas pelo PIB a pm, as regiões que mais contribuem para a economia alemã, são: Renânia do Norte-Vestfália, com uma quota de 22%, Baviera (18%), Baden-Wurtemberg (15%), Hessen (9%), e Baixa Saxónica (9%), segundo os dados Federal Statistical Office Germany, e, 2013. Segundo a mesma fonte, o Estado de Hamburgo é o que apresenta o PIB *per capita* mais elevado, 61% acima da média nacional, seguido de Bremen (+37%), Hessen (+22%) e Baviera (+15%).

A Alemanha tem um papel muito relevante na economia portuguesa – 2º cliente e 2º fornecedor – absorvendo 11,6% do total das exportações e fornecendo 11,4% do total das importações nacionais (2013).

De acordo com as projeções do EIU, em 2015 o crescimento do PIB alemão não irá além de 1,2%, prevendo-se um crescimento médio anual de 1,9% para o período 2015-2019.

Segundo o Global Competitiveness Index 2014/15, a Alemanha ocupa a 5ª posição no índice de competitividade. Em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), elaborado pela ONU para medir o progresso de um país, a Alemanha ocupou o 6º lugar na tabela de 178 países analisados, em 2013.

A nível etário, 55% da população situa-se na faixa etária dos 25-64 anos. A faixa etária acima de 65 anos representa 21% da população total.

Alemanha

Perfil do mercado



Contactos úteis no mercado:

Equipa do Turismo de Portugal na Alemanha - Berlim

Portugiesisches Fremdenverkehrsamt

Zimmerstr. 56

D-10117 Berlin – Deutschland

Tel.: 0049302541060

Fax: 00493025410699

João Sampaio e Castro, Coordenador – joão.castro@turismodeportugal.pt – Tel.: 0049302541060

Designação oficial: República Federal da Alemanha

Capital: Berlim

Localização: Europa Central

Fronteiras terrestres: 3.694 km com a Áustria (801 km), Bélgica (133 km), Dinamarca (140 Km), França (418 km), Luxemburgo (128 km), Holanda (575 km), Polónia (447 km), República Checa (704 km) e Suíça (348 km)

Área total: 357.022 km²

Estrutura Administrativa: 16 estados, Baden-Wuerttemberg, Bayern (Bavaria), Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen (Hesse), Mecklenburg-Vorpommern (Mecklenburg-Western Pomerania), Niedersachsen (Lower Saxony), Nordrhein-Westfalen (North Rhine-Westphalia), Rheinland-Pfalz (Rhineland-Palatinate), Saarland, Sachsen (Saxony), Sachsen-Anhalt (Saxony-Anhalt), Schleswig-Holstein, Thuringen (Thuringia)

Sistema político: República Federal

Chefe de Estado: Presidente Joachim Gauck, desde 23 de março de 2012

Primeiro-Ministro: Chanceler Angela Merkel, desde 22 de novembro de 2005

Poder Legislativo: Constituído pelo Conselho Federal ou Bundesrat, a câmara alta (69 votos que representam os estados) e pelo Parlamento Federal ou Bundestag, a câmara baixa (630 membros eleitos por voto popular)

Fuso horário: +1h

Unidade monetária: Euro (€)

Idioma oficial: Alemão

Fonte: CIA – Central Intelligence Agency

Alemanha

Perfil do mercado

Indicadores económicos globais

(e) estimativa (p) previsão

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit

Principais indicadores económicos globais	Unidade	Anos		
		2014 (e)	2015 (p)	2016 (p)
Crescimento do PIB mundial	%	2,3	2,9	2,9
Crescimento do PIB UE 28	%	1,3	1,6	1,7
Preço do petróleo	10 ³ US\$	99,4	80,3	84
Taxa de juro €(3 meses)	%	0,2	0,1	0,4
Taxa de câmbio	US\$: €	1,33	1,22	1,18

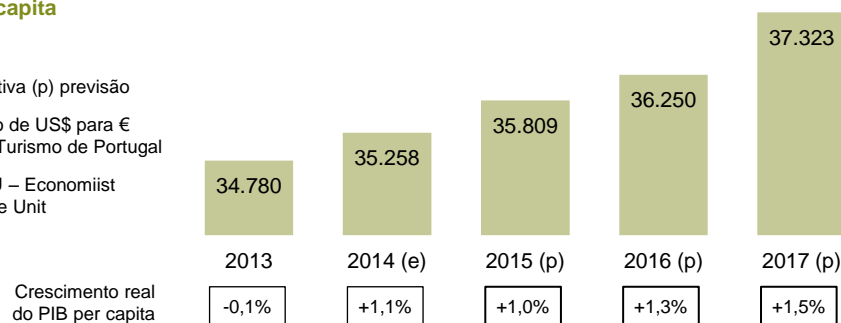
PIB per capita

[€]

(e) estimativa (p) previsão

Conversão de US\$ para € feita pelo Turismo de Portugal

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit



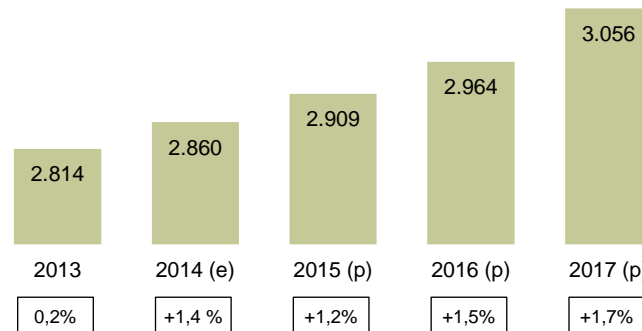
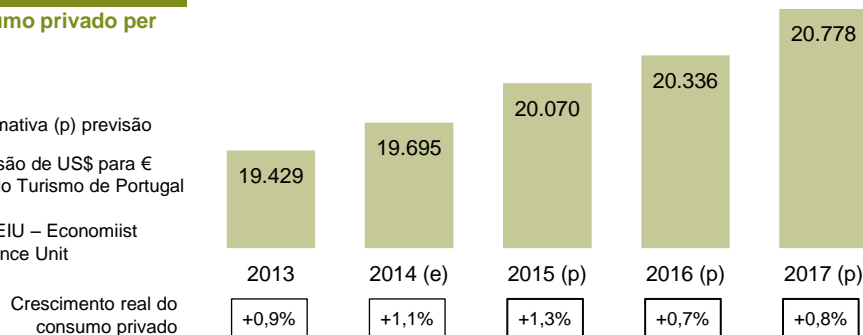
Consumo privado per capita

[€]

(e) estimativa (p) previsão

Conversão de US\$ para € feita pelo Turismo de Portugal

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit



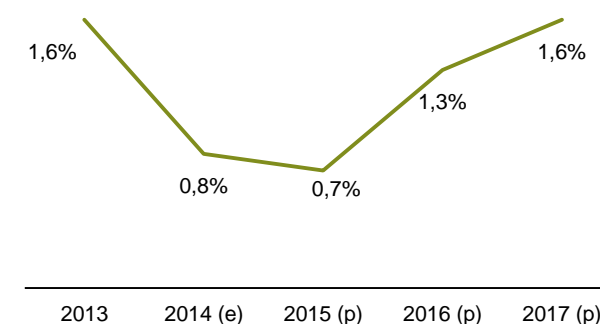
PIB

[mil milhões de €]

(e) estimativa (p) previsão

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit

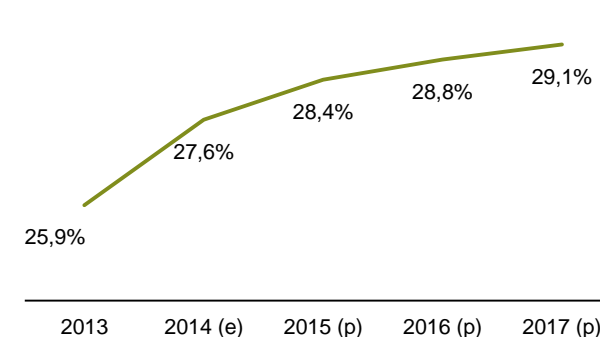
Crescimento real do PIB



Taxa de inflação

(e) estimativa (p) previsão

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit



Taxa de poupança nacional

(e) estimativa (p) previsão

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit

Alemanha

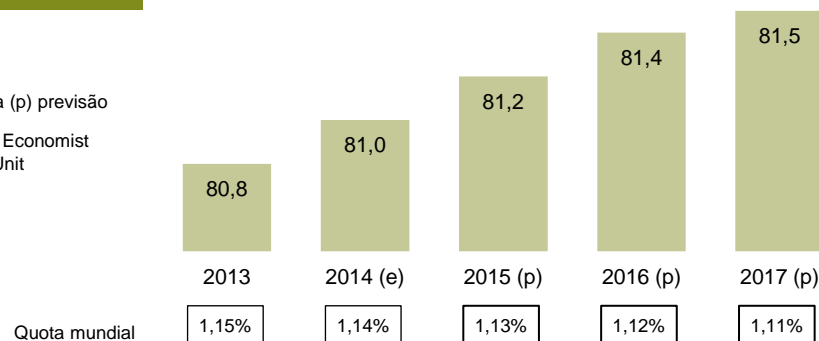
Perfil do mercado

População

[milhões]

(e) estimativa (p) previsão

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit



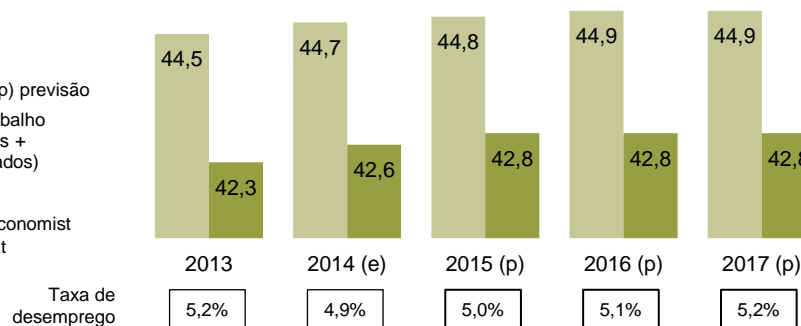
Emprego

[milhões]

(e) estimativa (p) previsão

■ Força de trabalho (empregados + desempregados)
■ Emprego

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit

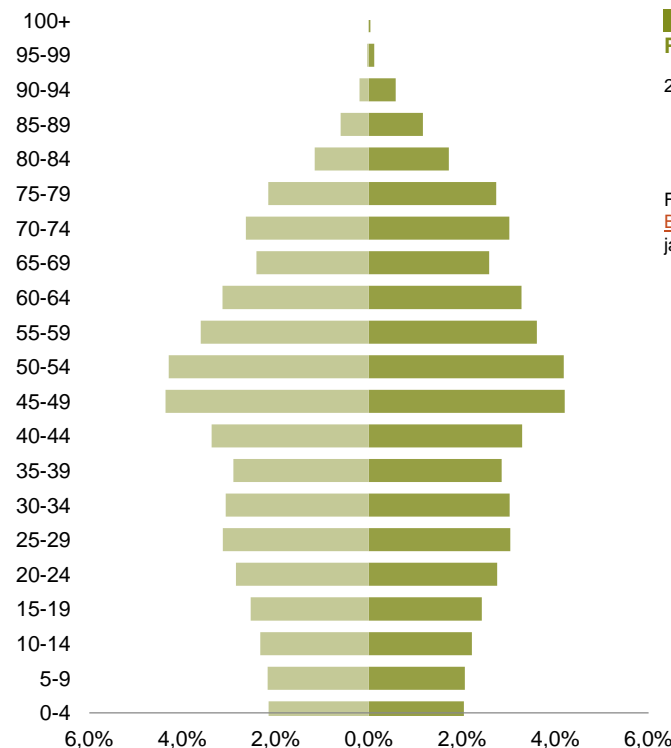
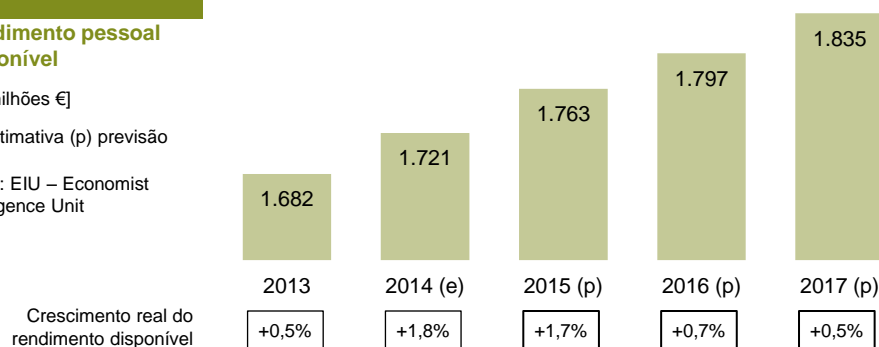


Rendimento pessoal disponível

[mil milhões €]

(e) estimativa (p) previsão

Fonte: EIU – Economist Intelligence Unit

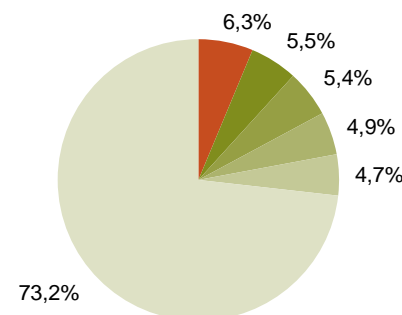


Pirâmide etária

2014 [quota]

■ Homens
■ Mulheres

Fonte: [United States Census Bureau](#) acessido a 27 de janeiro



Distribuição regional (NUTs II) da população

2013 [quota]

■ Düsseldorf
■ Upper Bavaria
■ Colónia
■ Stuttgart
■ Darmstadt
■ Outros

Fonte: [Eurostat](#) acessido a 8 de fevereiro

Mercado turístico

A Alemanha é o segundo maior mercado emissor de turistas a nível mundial (a China ocupa a 1ª posição), tendo gerado cerca de 84,4 milhões de turistas, em 2013, o que representa uma quota de 7,8% do total da procura turística mundial.

Os principais destinos turísticos dos alemães foram a França (quota 15%), a Áustria (quota 14%), a Espanha (quota 12%) e a Itália (quota 11%) que concentram 52% dos fluxos de outbound.

Em 2013, aferido pelo indicador gastos turísticos no estrangeiro, o mercado alemão ocupou a 3ª posição mundial, logo após a China e os EUA, concentrando uma quota na ordem de 7,6%. Nesse ano, o gasto médio do turista alemão, por viagem ao estrangeiro, ascendeu a 906 € e a duração média de viagem foi de 12 dias.

O escalão etário dos alemães que mais viajam é o dos 35-49 anos, que concentra uma quota de 27,7%.

De acordo com o relatório das preferências dos europeus face às férias (Eurobarometer CE), a propensão para fazer férias no exterior é superior na Alemanha face à média europeia (2013), em parte explicado pelo seu elevado poder de compra.

Destaque para os casais e para as famílias que concentram uma quota de 26,0% e de 19,5%, respetivamente, do total das viagens para o estrangeiro. Os alemães mantêm o hábito de tirar férias nos meses mais quentes – época alta (33,6% de julho a setembro).

De acordo com o estudo da Reiseanalyse (RA 2014/15), a fidelidade aos destinos é bastante elevada – mais de metade das viagens emissoras (54,5%) são para destinos já visitados.

As principais regiões geradoras de turistas para o estrangeiro são as que detêm maior volume de habitantes e elevado poder de compra: Renânia do Norte–Vestefália – Dusseldorf, é a região com maior emissão de turistas para o estrangeiro (22,1% de quota), seguido da Baviera – Munique, (13,6%), de Baden-Wurtemberg – Estugarda, (12,4%) e Baixa Saxónia – Hanôver, (9,5%).

Os três maiores operadores germânicos são: Tui, DER Touristik e Thomas Cook, que concentram 42,5% de quota de mercado.

A Lufthansa é a principal companhia aérea a operar na Alemanha, sendo responsável por 33,4% do total dos passageiros transportados, seguida da Air Berlin, com 13,9% de quota, e da germanwings (subsidiária da Lufthansa), com quota de 8,2%.

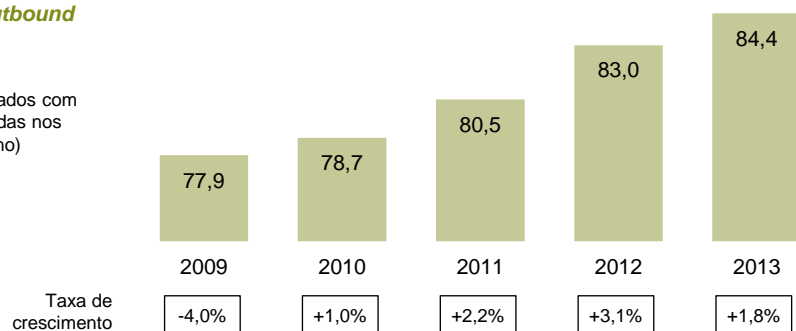
Alemanha

Mercado turístico

Fluxos de *outbound*

[milhões]

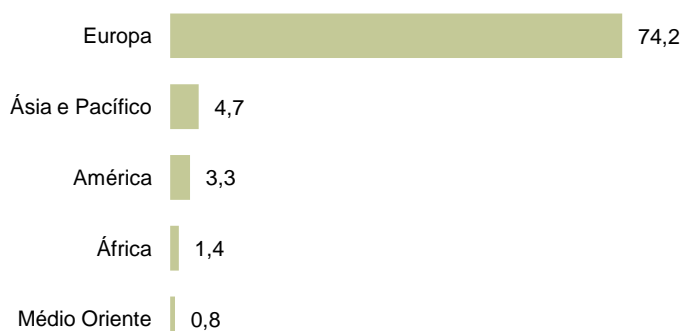
Fonte: OMT (dados com base em chegadas nos países de destino)



Fluxos de *outbound* para as grandes regiões

2013 [milhões]

Fonte: OMT (dados com base em chegadas nos países de destino)

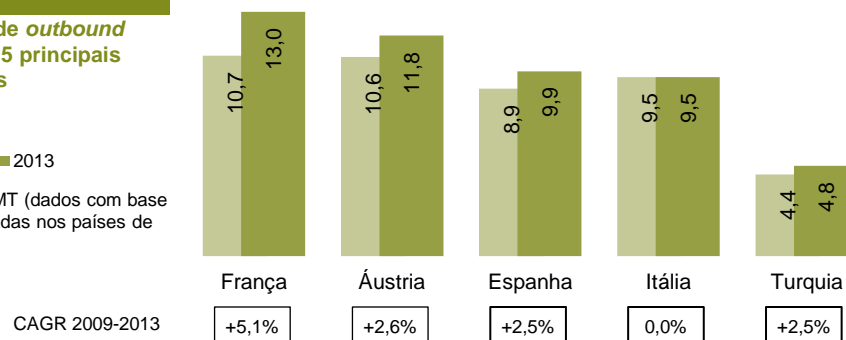


Fluxos de *outbound* para os 5 principais destinos

[milhões]

■ 2009 ■ 2013

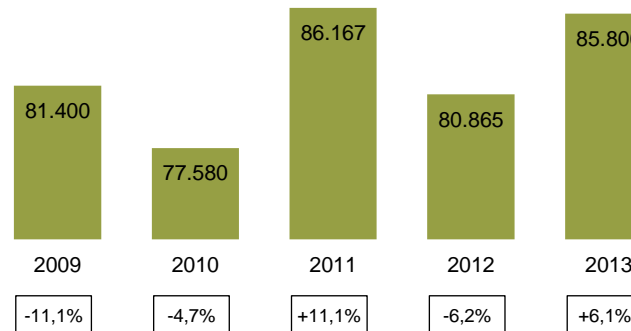
Fonte: OMT (dados com base em chegadas nos países de destino)



Gastos turísticos

[mil milhões US\$]

Fonte: OMT (dados com base em informação fornecida pelos organismos nacionais de estatísticas)



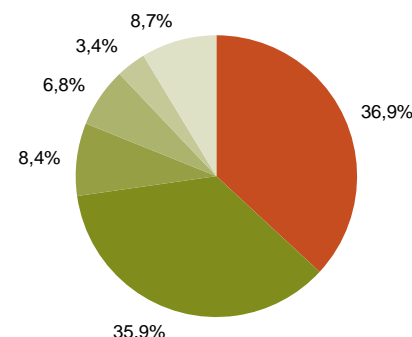
Taxa de crescimento

Fluxos de *outbound* para as 5 principais regiões intermédias

2013 [quota]

■ Europa Ocidental
■ Europa Sul e Mediterrânica
■ Norte da Europa
■ Europa Central e Oriental
■ Sudeste Asiático
■ Outras

Fonte: OMT (dados com base em chegadas nos países de destino)

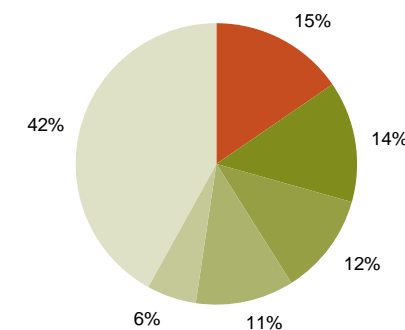


Fluxos de *outbound* para os 5 principais destinos

2013 [quota]

■ França ■ Áustria
■ Espanha ■ Itália
■ Turquia ■ Outros

Fonte: OMT (dados com base em chegadas nos países de destino)



Alemanha

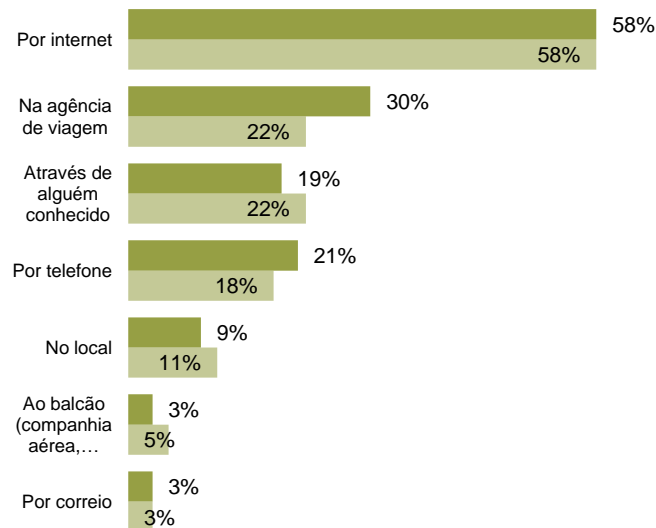
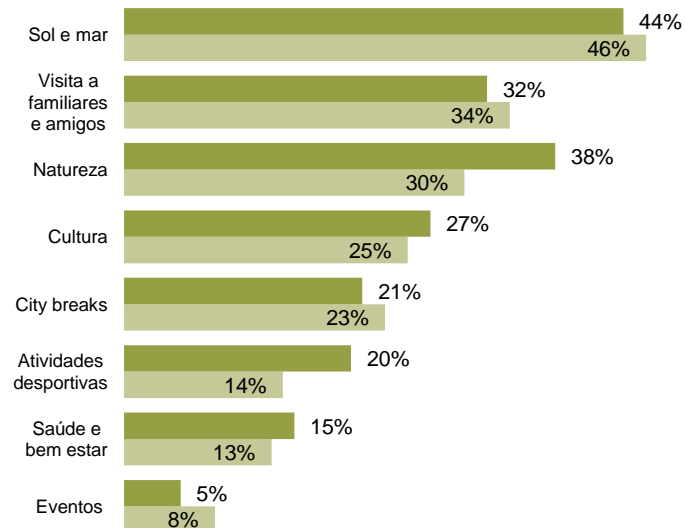
Mercado turístico

Motivação da viagem

2013

■ Alemanha
■ UE 28

Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014



Organização da viagem

2013

■ Alemanha
■ UE 28

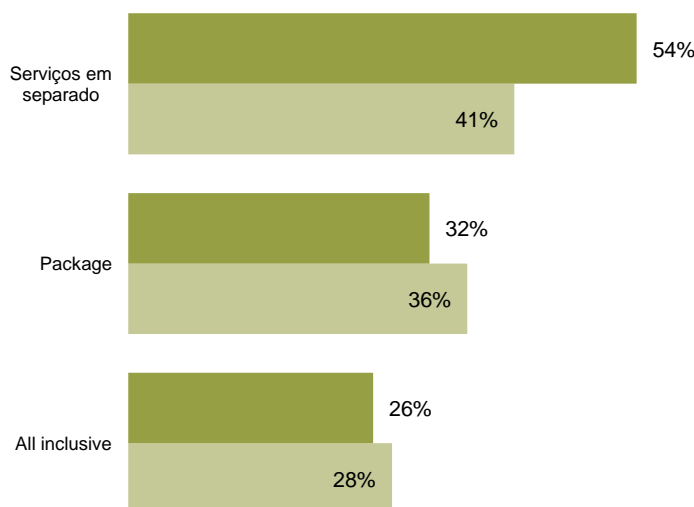
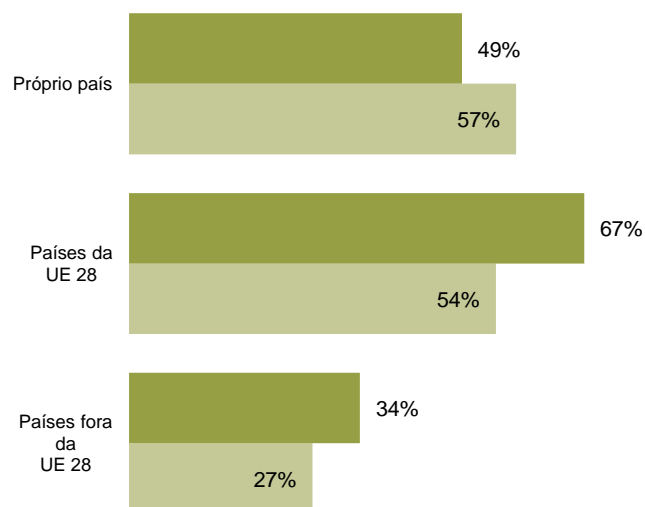
Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014

Principais destinos

2013

■ Alemanha
■ UE 28

Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014



Estrutura da viagem

2013

■ Alemanha
■ UE 28

Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014

Alemanha

Mercado turístico

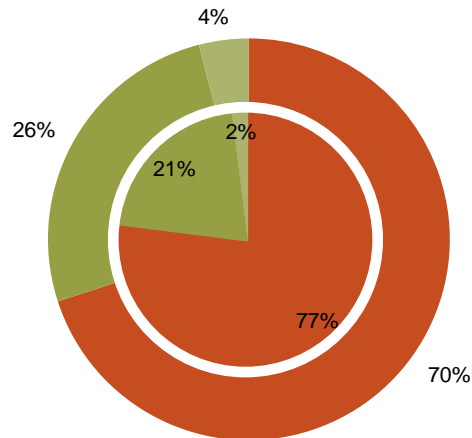
Realização de viagens

2013

- Viajou (pelo menos uma vez)
- Não viajou
- Não sabe

UE 28 gráfico exterior
Alemanha gráfico interior

Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014

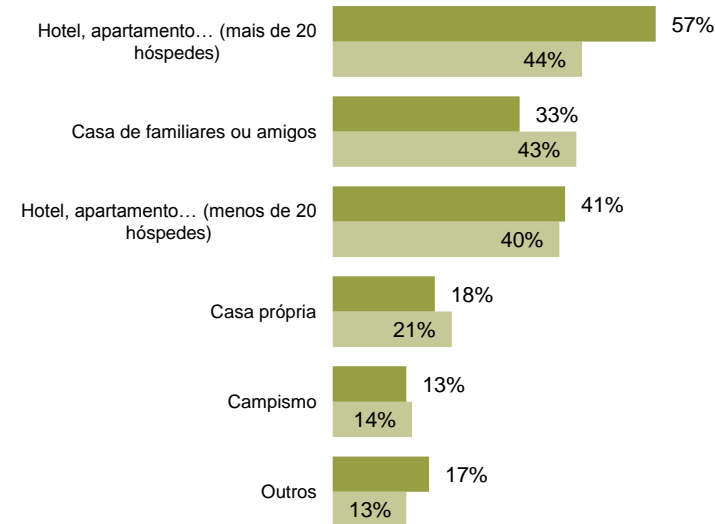


Tipologia de alojamento nas viagens pessoais

2013 [pelo menos quatro noites consecutivas]

- Alemanha
- UE 28

Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014



Principais razões para não viajar

2013

- Alemanha
- UE 28

Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014



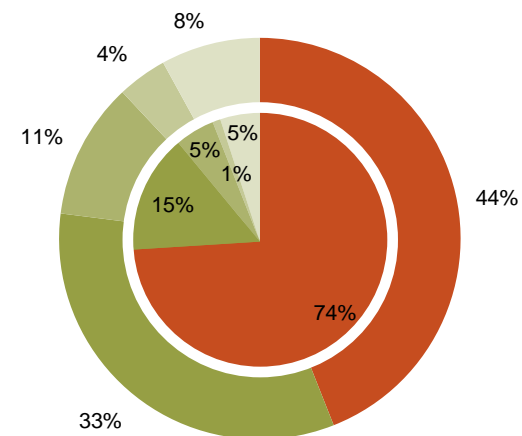
Influência da situação económica nos planos de férias para 2014

- Vai de férias sem alteração de planos
- Vai de férias com alteração de planos
- Não vai de férias este ano

- Nunca vai de férias
- Não sabe

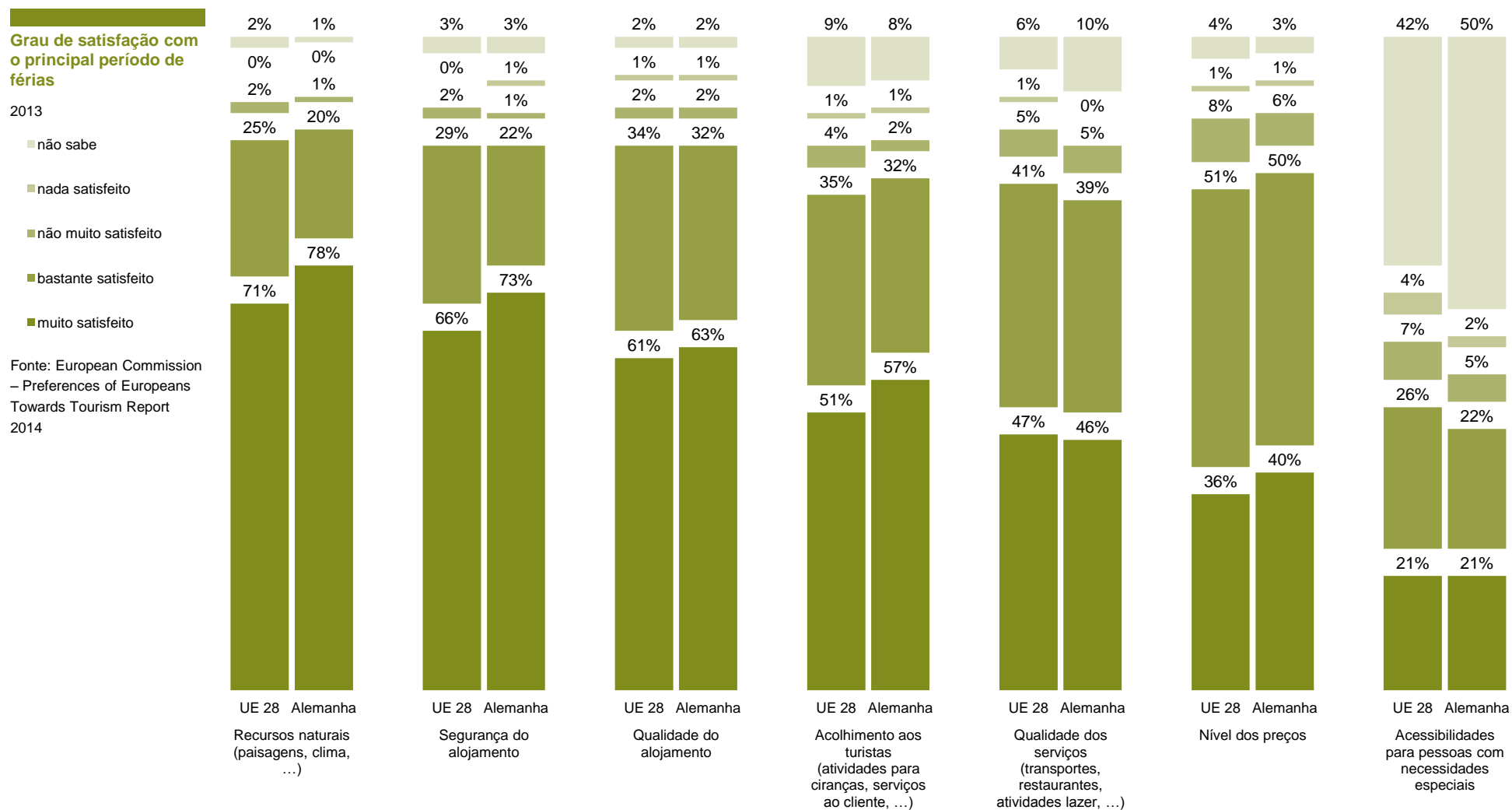
UE 28 gráfico exterior
Alemanha gráfico interior

Fonte: European Commission – Preferences of Europeans Towards Tourism Report 2014



Alemanha

Mercado turístico



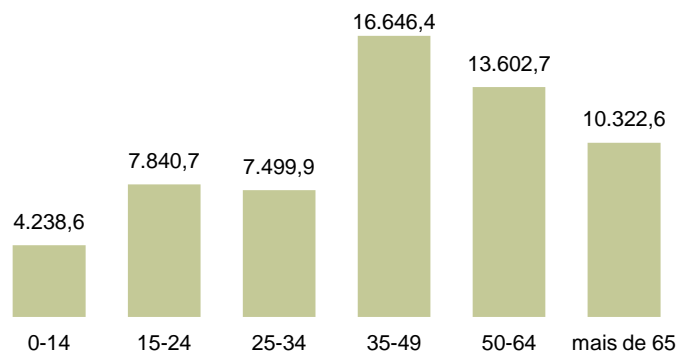
Alemanha

Mercado turístico

Quem faz férias por grupo etário

2013 [milhares de pessoas]

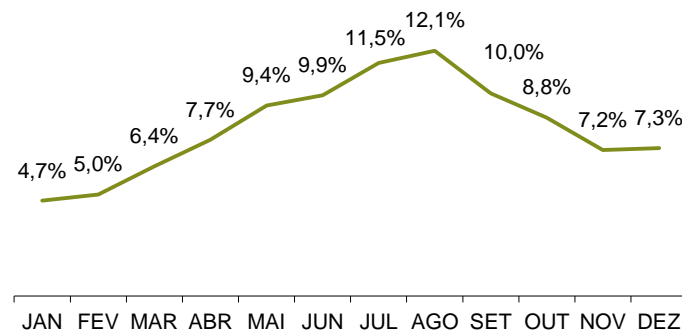
Fonte: Euromonitor International/ Tourism Flows Outbound in Germany



Sazonalidade

2013 [% de pessoas]

Fonte: Euromonitor International/ Tourism Flows Outbound in Germany

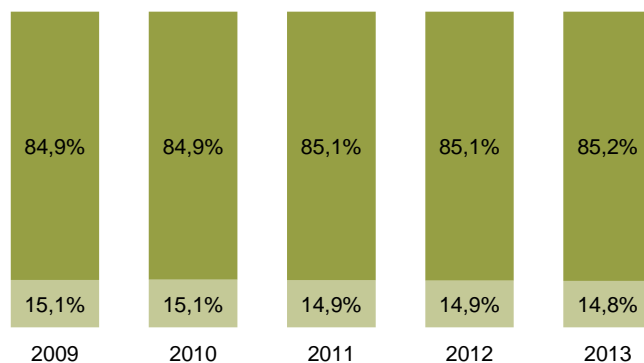


Viagens de lazer vs. viagens de negócios

[quota de viagens]

- Lazer
- Negócios

Fonte: Euromonitor International/ Tourism Flows Outbound in Germany

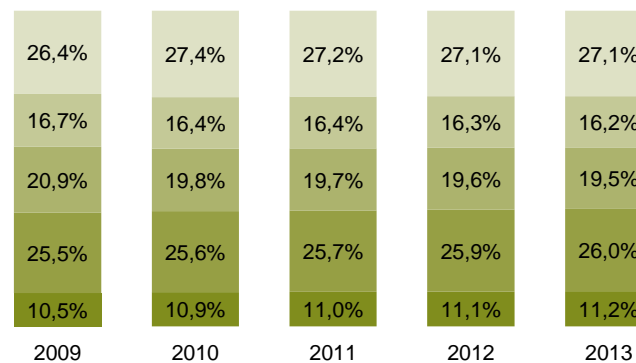


Com quem viajam em lazer

[quota de viagens]

- Outros
- Grupo
- Família
- Casais
- Solteiros

Fonte: Euromonitor International/ Tourism Flows Outbound in Germany



Gastos turísticos

[quota de gastos]

- Alojamento
- Entretenimento
- Excursões
- Restauração
- Compras
- Viagens internas
- Outros

Fonte: Euromonitor International/ Tourism Flows Outbound in Germany



Alemanha

Mercado turístico

Viagens

[milhares]

Fonte: Euromonitor
International/ Tourism Flows
Outbound in Germany

Mercado	2011	2012	2013	2014 (p)	2016 (p)	2018 (p)
Áustria	10.929	11.410	12.106	12.293	12.565	12.710
Brasil	433	442	449	453	460	463
China	382	390	397	402	409	412
República Checa	1.349	1.336	1.456	1.491	1.545	1.581
Dinamarca	1.786	1.827	1.855	1.876	1.900	1.910
França	7.838	8.140	8.001	7.917	7.791	7.743
Grécia	2.039	1.919	1.880	1.857	1.831	1.820
Hungria	1.014	1.083	1.121	1.146	1.173	1.190
Índia	157	166	174	180	187	192
Itália	9.009	9.567	9.276	9.049	8.749	8.574
Holanda	2.871	2.971	2.958	2.949	2.947	2.965
Polónia	2.620	2.686	2.745	2.790	2.858	2.905
Rússia	620	630	642	650	659	664
Espanha	9.031	9.383	9.683	9.862	10.126	10.282
Suíça	3.593	3.597	3.482	3.439	3.375	3.337
Turquia	4.826	4.947	5.239	5.460	5.777	5.975
Reino Unido	2.599	2.409	2.558	2.633	2.735	2.798
EUA	1.581	1.610	1.632	1.649	1.676	1.687
Outros	26.769	27.572	28.344	28.902	29.761	30.317
TOTAL	89.444	92.083	93.996	94.999	96.523	97.525

Gastos turísticos

[milhões €]

Fonte: Euromonitor
International/ Tourism Flows
Outbound in Germany

Mercado	2011	2012	2013	2014 (p)	2016 (p)	2018 (p)
Áustria	6.839	7.249	7.902	8.158	8.510	8.721
Brasil	801	825	857	870	886	896
China	740	780	794	791	791	796
Dinamarca	941	960	997	1.006	1.020	1.028
Espanha	6.523	6.445	6.535	6.512	6.507	6.544
EUA	3.125	3.238	3.319	339	3.370	3.388
França	4.102	4.291	4.179	4.030	3.857	3.767
Grécia	1.748	1.692	1.682	1.631	1.555	1.516
Holanda	2.804	2.963	2.957	2.903	2.821	2.778
Hungria	789	822	858	868	882	888
Índia	279	293	308	315	323	328
Itália	5.734	6.405	6.111	5.729	5.330	5.112
Polónia	2.033	2.098	2.194	2.225	2.269	2.295
Reino Unido	1.614	1.379	1.551	1.586	1.634	1.662
Rep. Checa	1.663	1.608	1.912	1.963	2.046	2.104
Rússia	953	1.006	1.052	1.075	1.102	1.115
Suíça	2.543	2.535	2.368	2.239	2.121	2.068
Turquia	3.186	3.224	3.617	3.738	3.921	4.026
Outros	14.266	15.065	15.834	16.169	16.605	16.825
TOTAL	60.682	62.878	65.026	62.147	65.551	65.854

Alemanha

Mercado turístico

Principais agências de viagens

[milhões €]	Empresas	Faturação 2013	Var. 13-12 %
Fonte: Turismo de Portugal/ Equipa de Turismo na Alemanha	DER Touristik	4.329,3	1,2%
	TUI Leisure Travel	3.441,0	3,1%
	Lufthansa CityCenter	2.328,0	2,1%
	BCD Travel	1.722,1	-2,2%
	Thomas Cook Partner	1.445,0	6,4%
	Carlson Wagonlit Travel	977,0	0,6%
	OFT	519,7	2,2%
	TVG	353,8	11,2%
	Reisecenter Alltours	272,4	4,4%

Principais agências de viagens online

[milhões €]	Agência	Faturação 2013	Var. 13-12 %
Fonte: Turismo de Portugal/ Equipa de Turismo na Alemanha	DB Vertrieb	2.144,0	5%
	Unister	1.300,0	10%
	Expedia	990,0	14%
	Holidaycheck	680,0	18%
	Schmetterling Reisen	651,6	13%
	Odigeo	640,0	2%
	TUI Deutschland	450,0	84%
	Comvel	280,0	-3%
	Thomas Cook	238,0	40%
	Travel Viva AG	234,1	25%

Principais operadores turísticos

Empresas	Vendas 2014	Var. 14-13 %
TUI Deutschland	4.400,0	-1,8%
Thomas Cook Group	3.440,0	1,2%
DER Touristik	3.215,0	2,0%
FTI Group	2.100,0	13,5%
Alltours Flugreisen	1.470,0	1,4%
Aida Cruises	1.300,0	4,0%
Schauinsland Reisen	970,0	23,7%
TUI Cruises	400,0	26,2%
Phoenix Reisen	296,8	5,5%
Hapag Lloyd	285,5	8,7%

[milhões €]

Fonte: Turismo de Portugal/
Equipa de Turismo na
Alemanha

Principais companhias aéreas

Companhia aérea	Passageiros 2014	Var. 14-13 %
Lufthansa	69.541.631	-4,3%
Air Berlin	28.953.484	3,6%
germanwings	16.991.936	41,6%
easyjet	5.929.320	12,5%
Ryanair	5.139.349	3,1%
KLM	3.656.263	-1,5%
Turkish Airlines	3.574.542	11,7%
British Airways	3.495.847	3,0%
Air France	3.350.565	-12,4%
Condor	2.875.372	14,9%

[número]

Fonte: AENA – Aeropuertos
Españoles y Navegacion
Aérea

Mercado para Portugal

A Alemanha é o 2º maior mercado da procura externa para Portugal, aferido pelo indicador dormidas (quota de 13,7%) e o 4º mercado quando avaliado pelos indicadores hóspedes (10,6%) e receitas turísticas (10,5%).

Em 2014, o mercado foi responsável por 4,4 milhões de dormidas, 984,3 mil hóspedes e 1.094 milhões de euros de receitas turísticas, indicador que registou um crescimento na ordem dos dois dígitos (13,8%).

O Algarve é o principal destino nacional dos turistas alemães que visitam Portugal (37%), seguido da Madeira (34%), e de Lisboa (17%), em 2013.

Na perspetiva dos destinos, a Alemanha é o 1º mercado no conjunto da procura externa para os Açores e a Madeira, em dormidas.

65% dos alemães ficam alojados em hotéis.

Setembro e outubro são os meses de maior procura, concentrando 24% dos fluxos turísticos do mercado.

Inquérito de satisfação realizado no verão 2014 (Intercampus), revela:

- 55% dos alemães que nos visitam já estiveram em Portugal;
- 71% vêm acompanhados de outros adultos; 19% viaja sozinho e 10% viaja na companhia da família e crianças;
- 26% dos alemães considerou Portugal como destino de férias influenciado pela internet e 26% pela recomendação de F&A;
- o clima e a paisagem, a sugestão de F&A, o acolhimento, o preço da viagem/ estadia, foram os principais critérios de decisão da escolha de Portugal como destino de férias;
- 86% dos alemães ficaram muito satisfeitos com as férias em Portugal; 98% viram as suas expetativas satisfeitas ou superadas.

Os três maiores operadores alemães (Tui, DER Touristik e Thomas Cook) apresentam uma gama diversificada de ofertas: Sol e Mar, Touring, City Breaks, Fly&Drive, Casas e Apartamentos, all inclusive, segmento de Luxo, MICE, Last Minute. Outros operadores, como a Olimar (especialista para Portugal), FTI, Alltours, Schauinsland, Studiosus, Nicko e Wikinger disponibilizam ofertas similares.

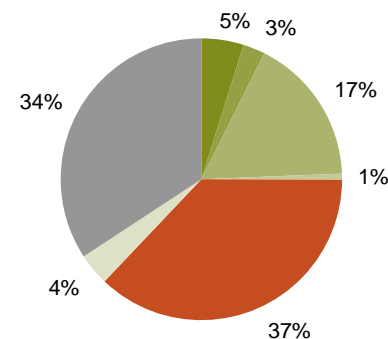
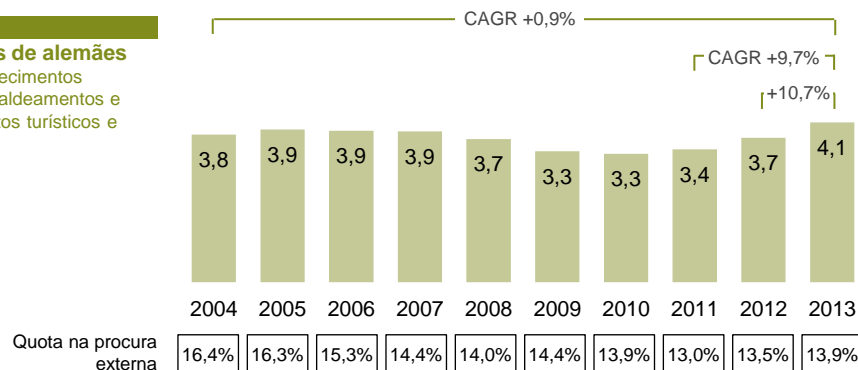
Alemanha

Mercado para Portugal

Dormidas de alemães em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos e outros

[milhões]

Fonte: INE



Distribuição das dormidas de alemães por NUT II

2013 [quota]

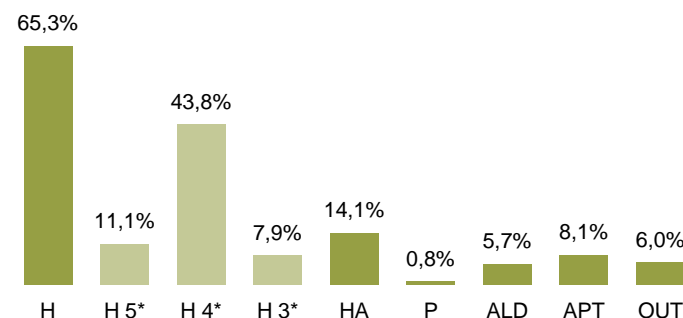
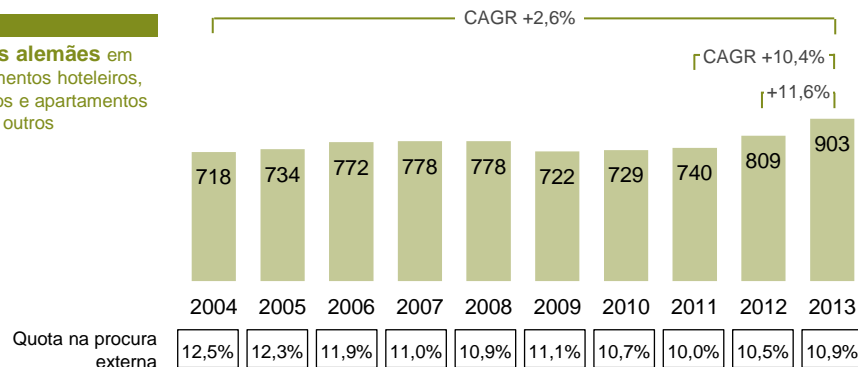


Fonte: INE

Hóspedes alemães em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos e outros

[milhares]

Fonte: INE



Distribuição das dormidas de alemães por tipologia de alojamento

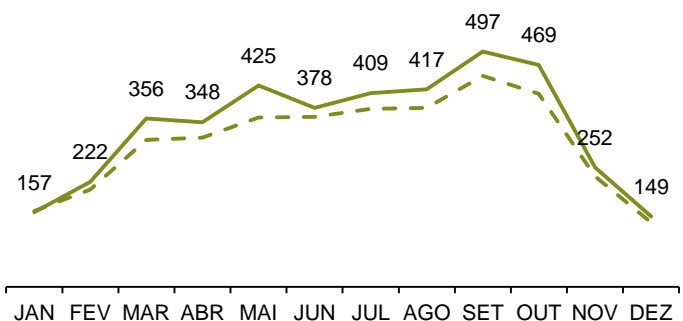
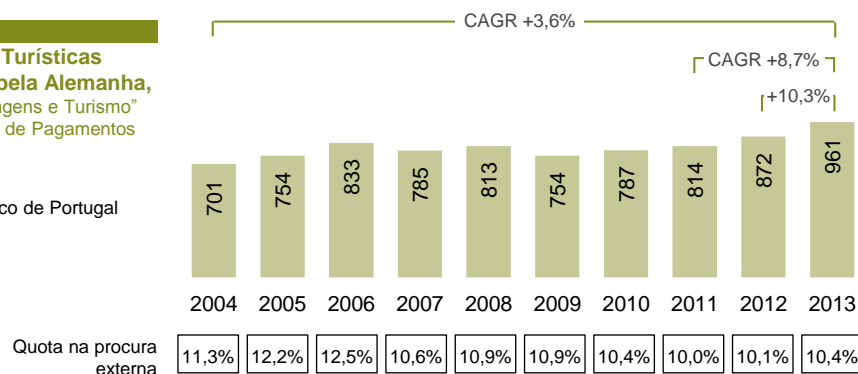
2013 [quota]

Fonte: INE

Receitas Turísticas geradas pela Alemanha, rubrica "Viagens e Turismo" da Balança de Pagamentos

[milhões €]

Fonte: Banco de Portugal



Distribuição das dormidas de alemães por meses

[milhares]



Fonte: INE

Alemanha

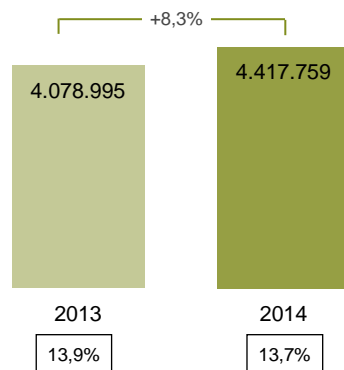
Mercado para Portugal

Dormidas de alemães em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos e outros

[unidade]

Fonte: INE

Quota na procura externa

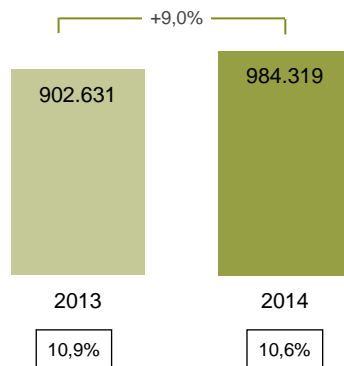


Hóspedes alemães em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos e outros

[unidade]

Fonte: INE

Quota na procura externa

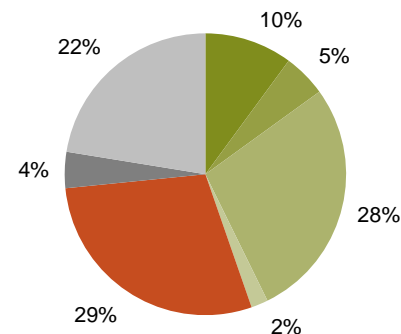
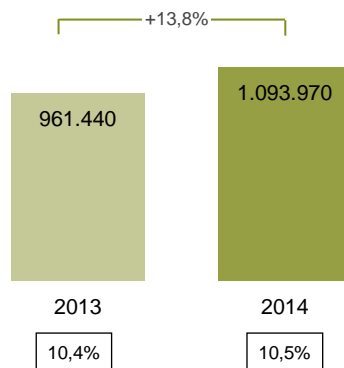


Receitas Turísticas geradas pela Alemanha, rubrica "Viagens e Turismo" da Balança de Pagamentos

[milhares €]

Fonte: Banco de Portugal

Quota na procura externa

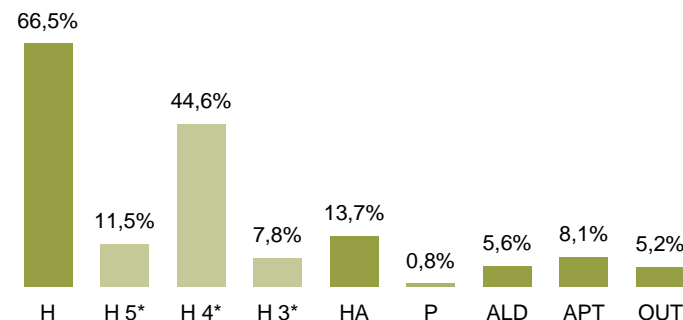


Distribuição das dormidas de alemães por NUT II

2014 [quota]

- Norte
- Centro
- Lisboa
- Alentejo
- Algarve
- Açores
- Madeira

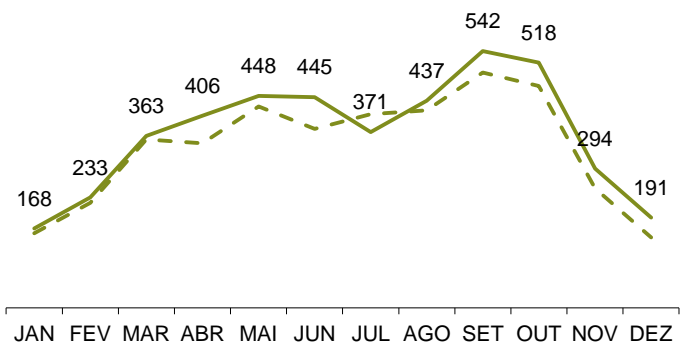
Fonte: INE



Distribuição das dormidas de alemães por tipologia de alojamento

2014 [quota]

Fonte: INE



Distribuição das dormidas de alemães por meses

[milhares]

- 2013
- 2014

Fonte: INE

Alemanha

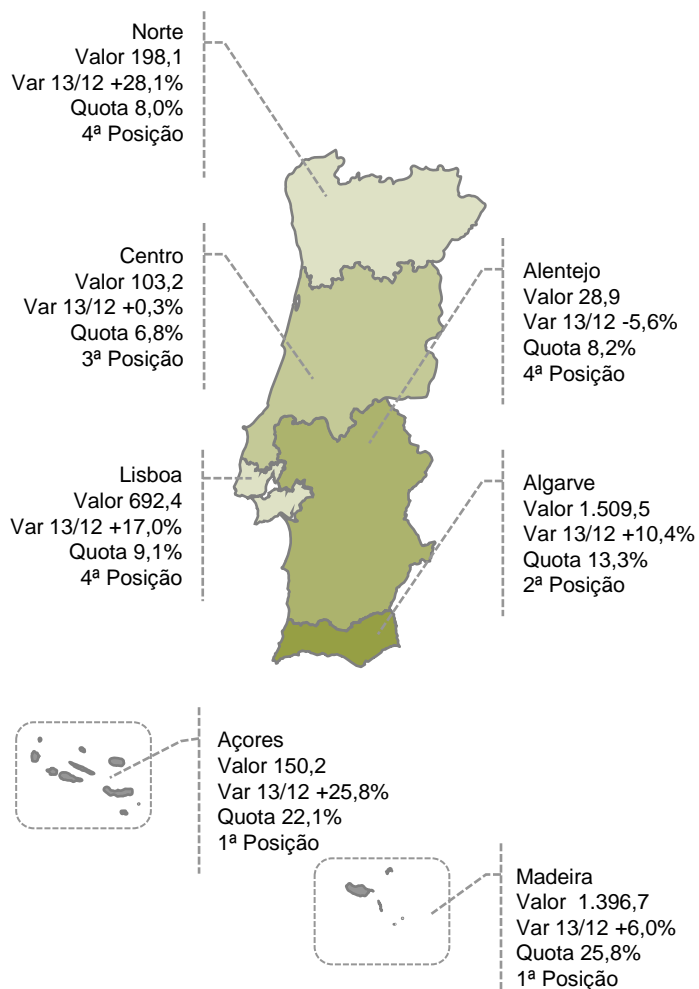
Mercado para Portugal

Distribuição das dormidas de alemães por NUT II

2013 [milhares]

Quota e posição no conjunto da procura externa

Fonte: INE

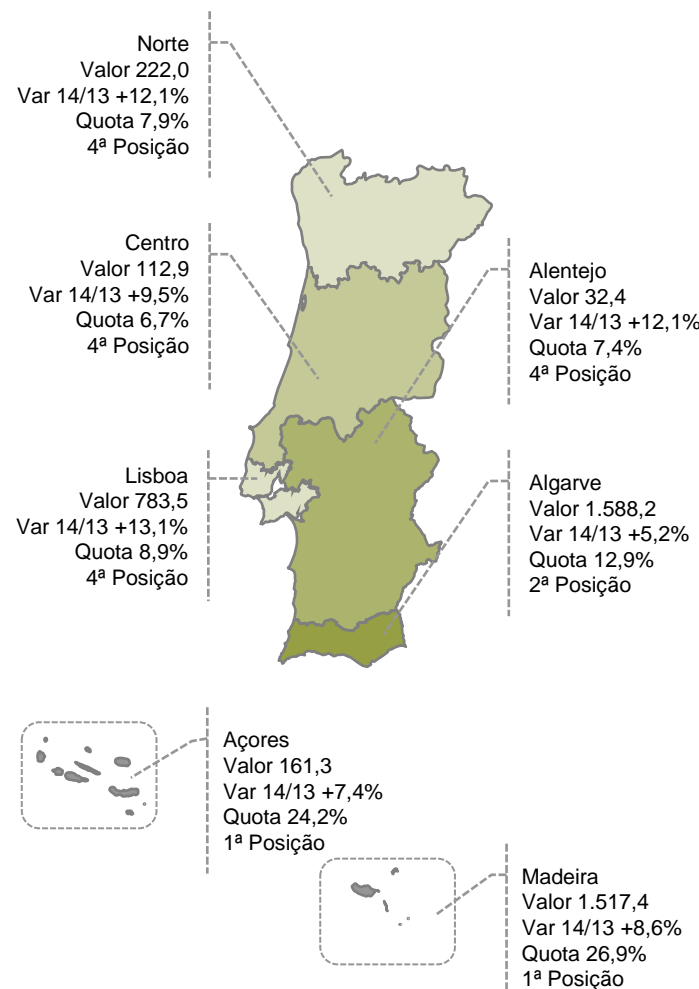


Distribuição das dormidas de alemães por NUT II

2014 [milhares]

Quota e posição no conjunto da procura externa

Fonte: INE



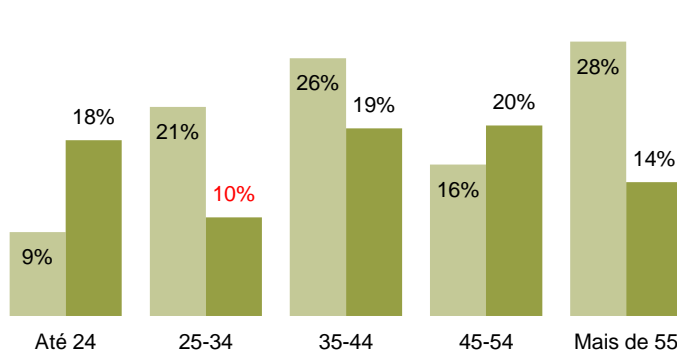
Alemanha

Mercado para Portugal

Escalão etário de quem visita Portugal

- Inverno 2012
- Inverno 2014

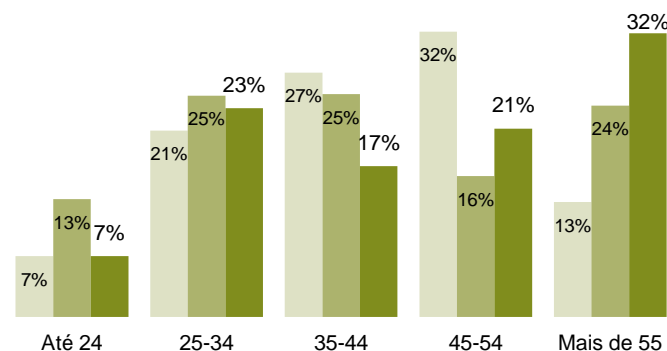
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Escalão etário de quem visita Portugal

- Verão 2012
- Verão 2013
- Verão 2014

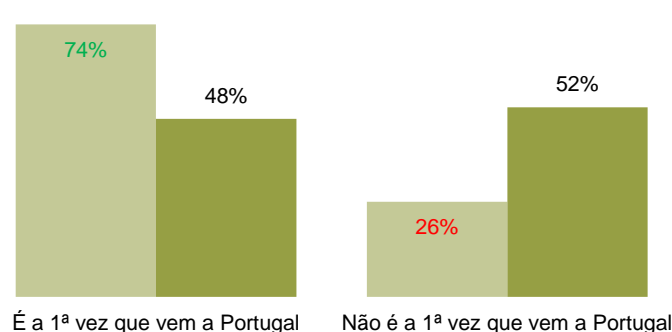
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Frequência da visita a Portugal

- Inverno 2012
- Inverno 2014

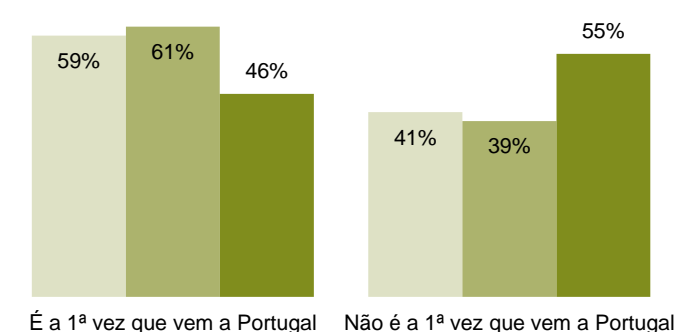
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Frequência da visita a Portugal

- Verão 2012
- Verão 2013
- Verão 2014

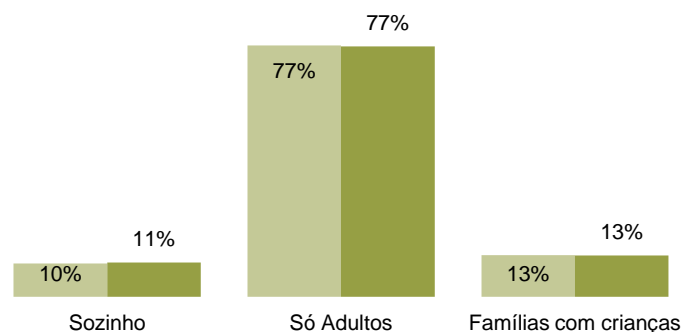
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Com quem se deslocou a Portugal

- Inverno 2012
- Inverno 2014

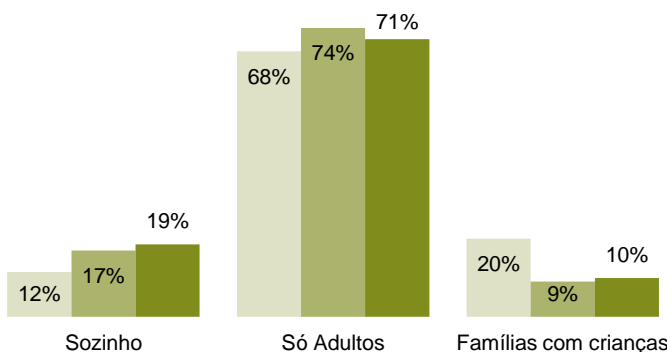
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Com quem se deslocou a Portugal

- Verão 2012
- Verão 2013
- Verão 2014

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



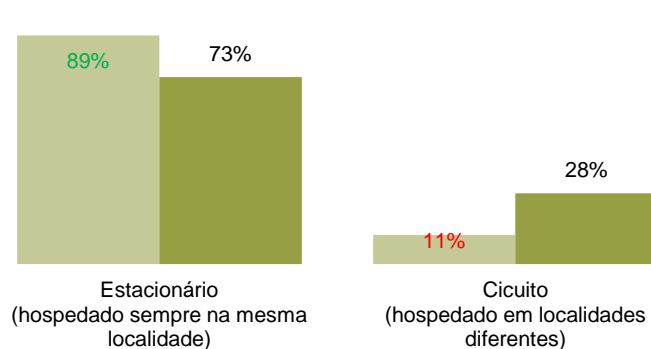
Alemanha

Mercado para Portugal

Estacionário vs. Circuito

- Inverno 2012
- Inverno 2014

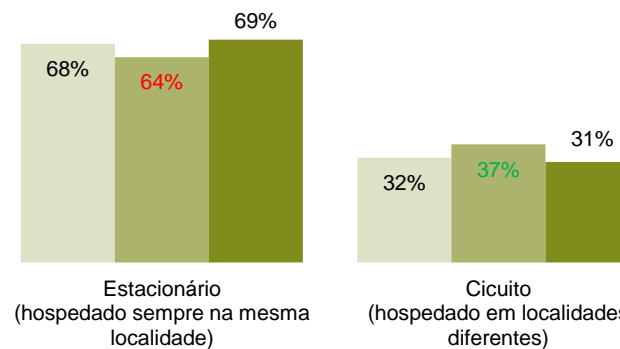
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Estacionário vs. Circuito

- Verão 2012
- Verão 2013
- Verão 2014

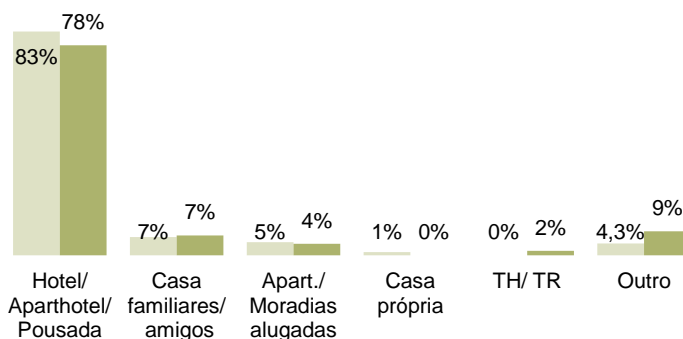
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Tipo de alojamento

- Inverno 2012
- Inverno 2014

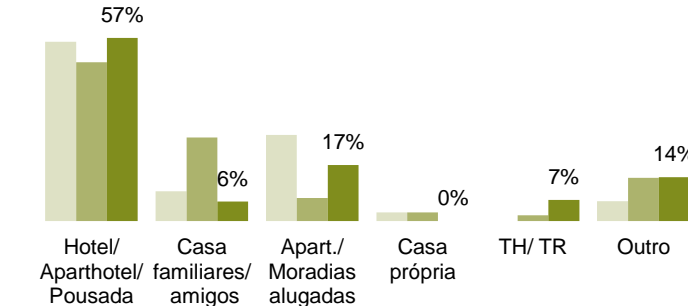
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Tipo de alojamento

- Verão 2012
- Verão 2013
- Verão 2014

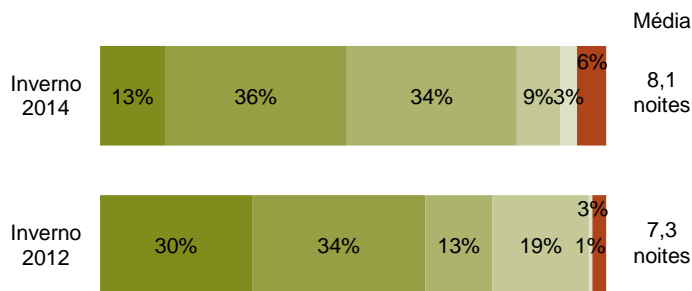
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Número de noites passadas em Portugal

- Menos de 4 noites
- 4 a 6 noites
- 7 noites
- 8 a 13 noites
- 14 noites
- mais de 14 noites

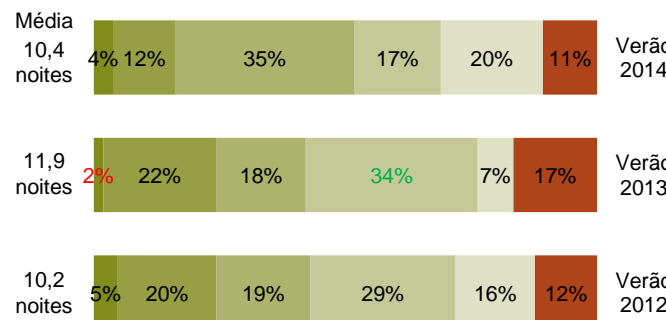
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Número de noites passadas em Portugal

- Menos de 4 noites
- 4 a 6 noites
- 7 noites
- 8 a 13 noites
- 14 noites
- mais de 14 noites

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



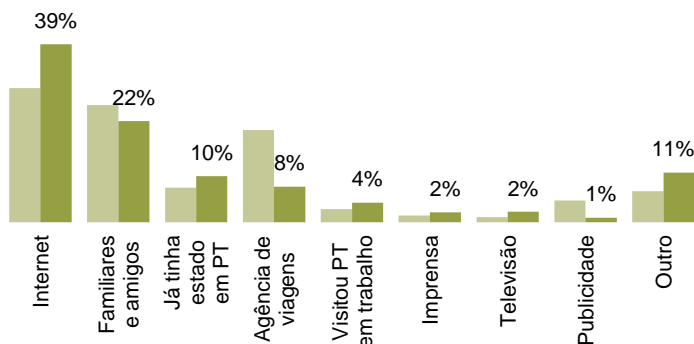
Alemanha

Mercado para Portugal

Impulsionadores das férias em Portugal

■ Inverno 2012
■ Inverno 2014

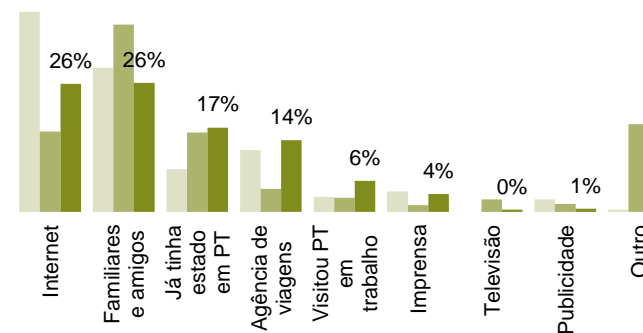
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Impulsionadores das férias em Portugal

■ Verão 2012
■ Verão 2013
■ Verão 2014

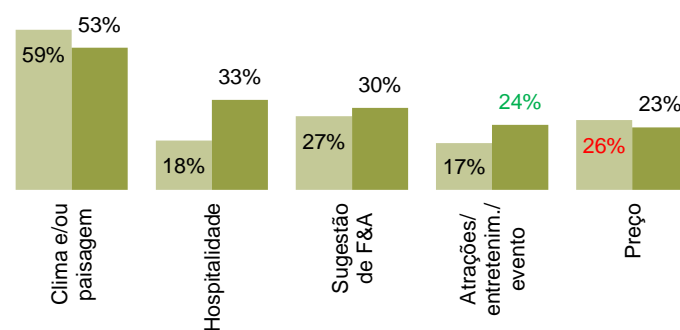
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Cinco principais critérios de decisão da escolha de Portugal, em 2014

■ Inverno 2012
■ Inverno 2014

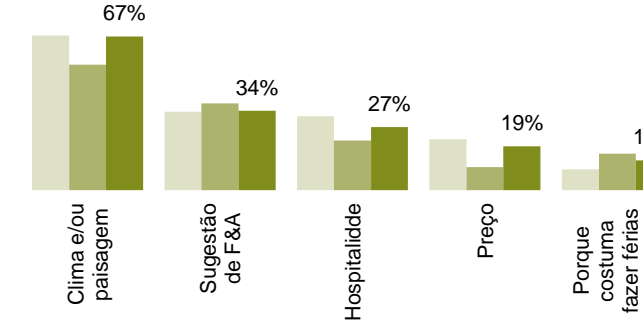
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2014)



Cinco principais critérios de decisão da escolha de Portugal, em 2014

■ Verão 2012
■ Verão 2013
■ Verão 2014

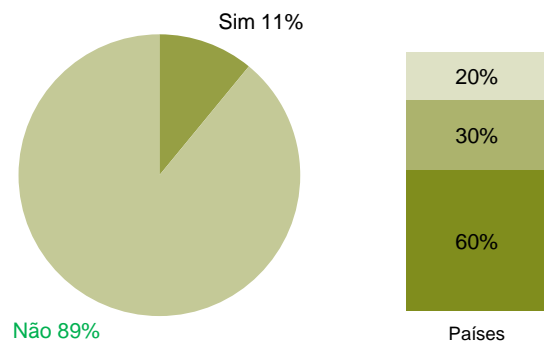
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Ponderou outro país como destino de férias

Inverno 2014
■ França
■ Itália
■ Espanha

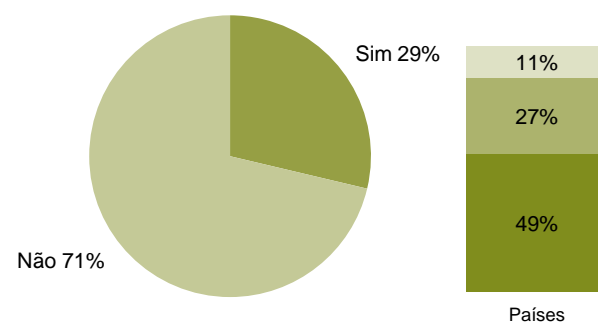
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (INTERCAMPUS 2014)



Ponderou outro país como destino de férias

Verão 2014
■ França
■ Itália
■ Espanha

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (INTERCAMPUS 2014)



Alemanha

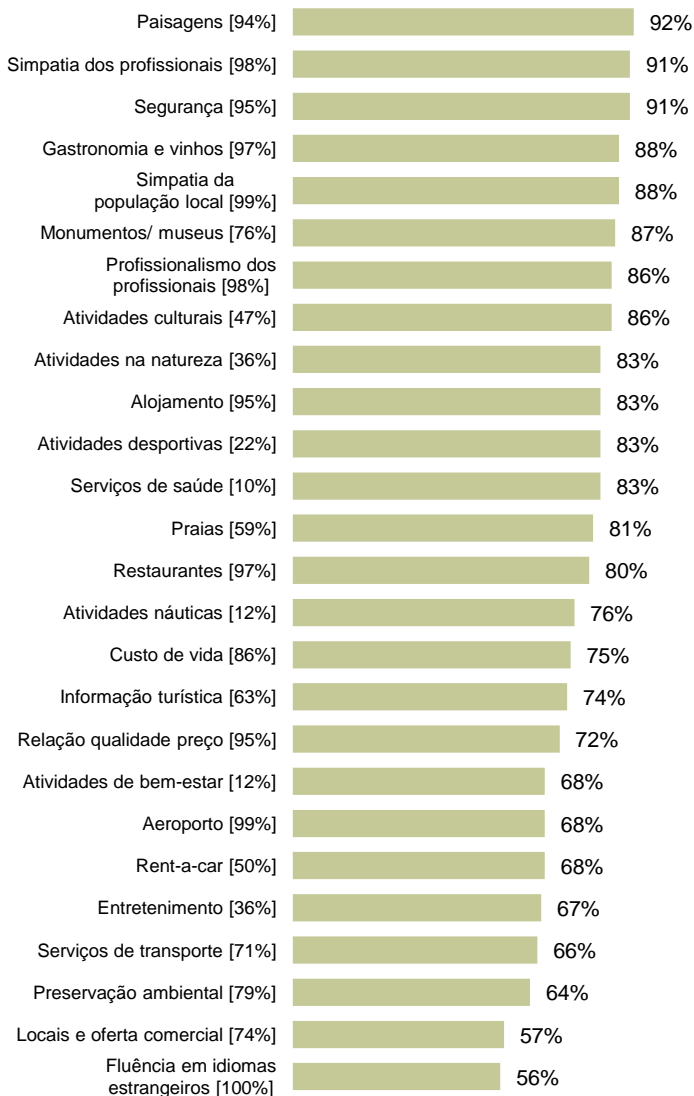
Mercado para Portugal

Grau de satisfação face aos pontos de contacto durante as férias

Inverno 2014

[] frequência relativa de utilização dos pontos de contacto durante as férias

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (INTERCAMPUS 2014)



Grau de satisfação face aos pontos de contacto durante as férias

Verão 2014

[] frequência relativa de utilização dos pontos de contacto durante as férias

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (INTERCAMPUS 2014)



Alemanha

Mercado para Portugal

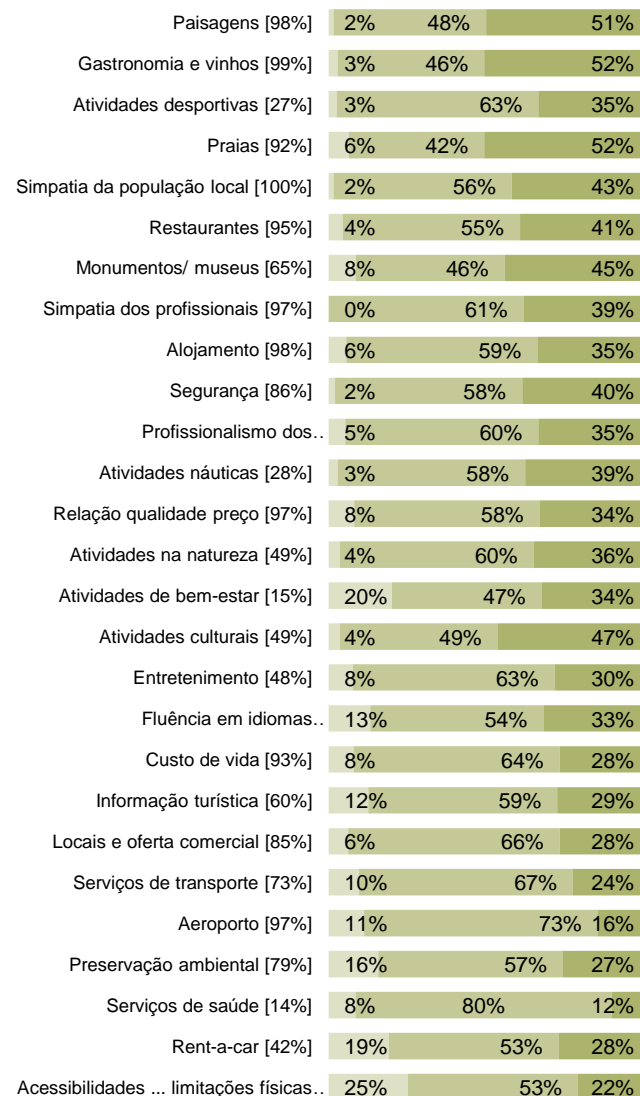
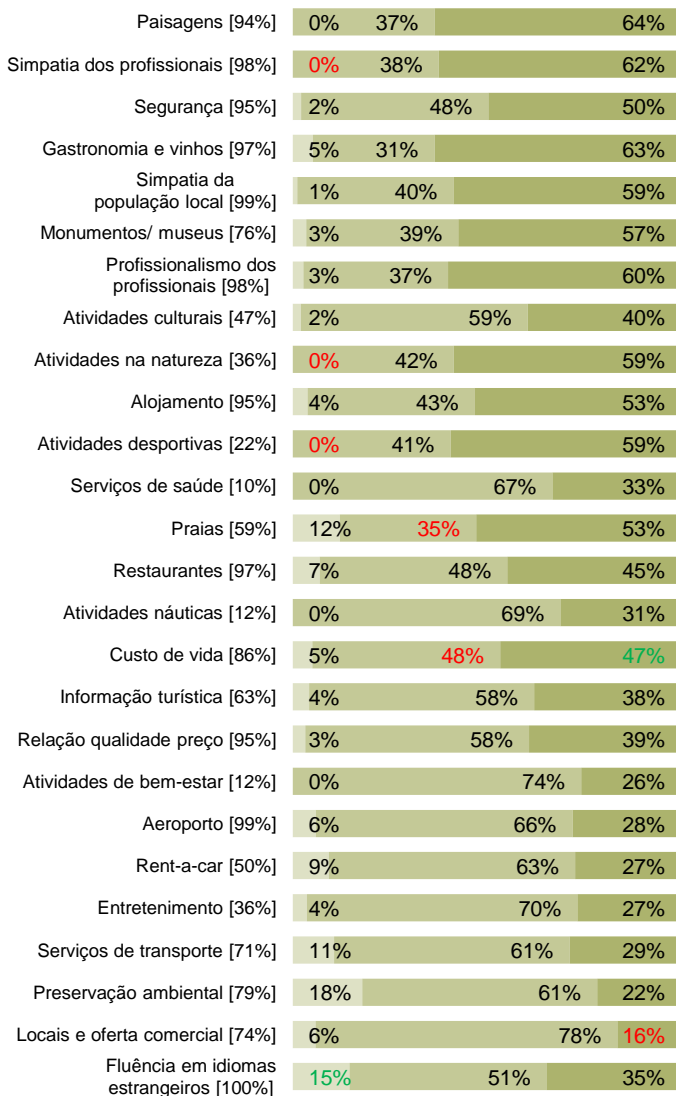
Correspondência com as expectativas face aos pontos de contacto durante as férias

Inverno 2014

- Abaixo
- Correspondeu
- Acima

[] frequência relativa de utilização dos pontos de contacto durante as férias

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (INTERCAMPUS 2014)



Correspondência com as expectativas face aos pontos de contacto durante as férias

Verão 2014

- Abaixo
- Correspondeu
- Acima

[] frequência relativa de utilização dos pontos de contacto durante as férias

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (INTERCAMPUS 2014)

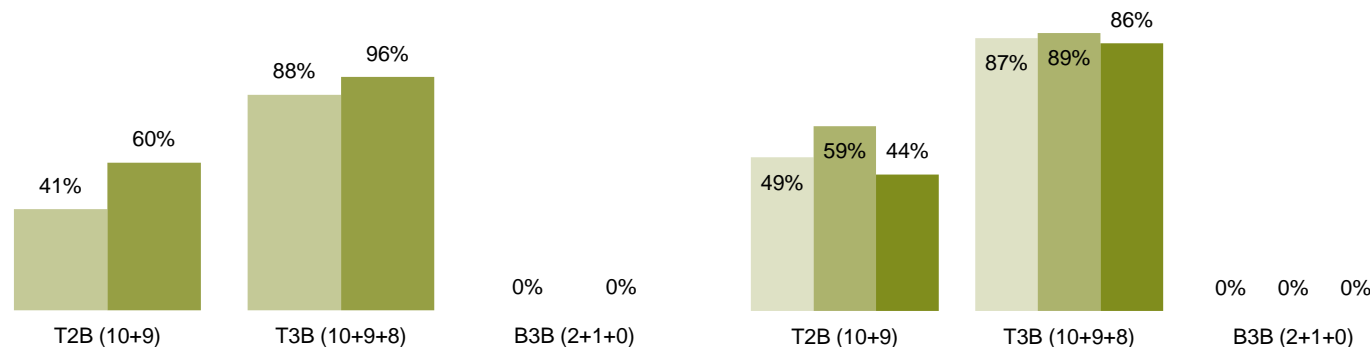
Alemanha

Mercado para Portugal

Satisfação global com as férias em Portugal

- Inverno 2012
- Inverno 2014

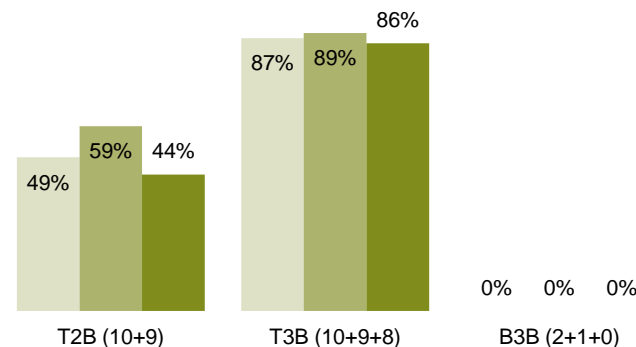
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS (2014))



Satisfação global com as férias em Portugal

- Verão 2012
- Verão 2013
- Verão 2014

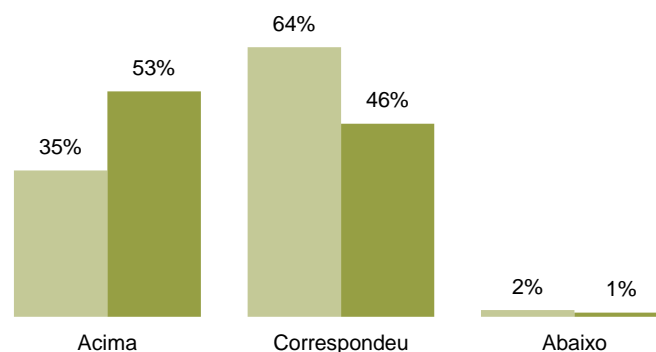
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Correspondência com as expectativas

- Inverno 2012
- Inverno 2014

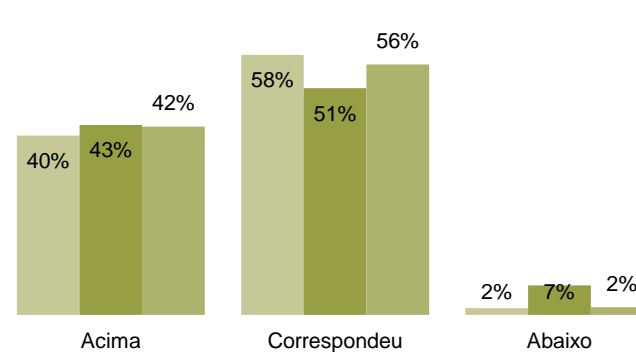
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS (2014))



Correspondência com as expectativas

- Verão 2012
- Verão 2013
- Verão 2014

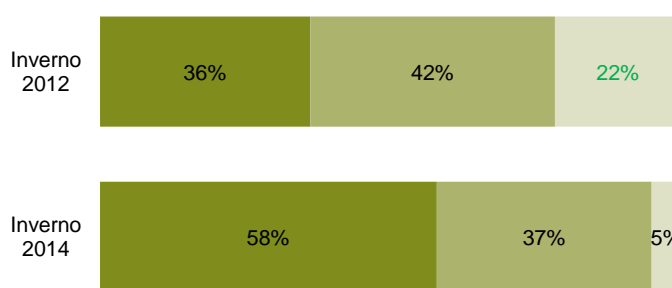
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Probabilidade de regressar a Portugal nos próximos 3 anos

- De certeza voltarei
- Provavelmente voltarei
- Provavelmente/ de certeza não voltarei

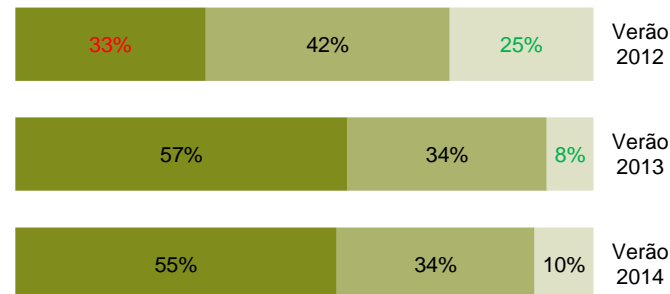
Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS (2014))



Probabilidade de regressar a Portugal nos próximos 3 anos

- De certeza voltarei
- Provavelmente voltarei
- Provavelmente/ de certeza não voltarei

Fonte: Estudo de avaliação da satisfação dos turistas que visitam Portugal (GFK 2012 e INTERCAMPUS 2013 e 2014)



Alemanha

Mercado para Portugal

Ligações aéreas entre Portugal e a Alemanha

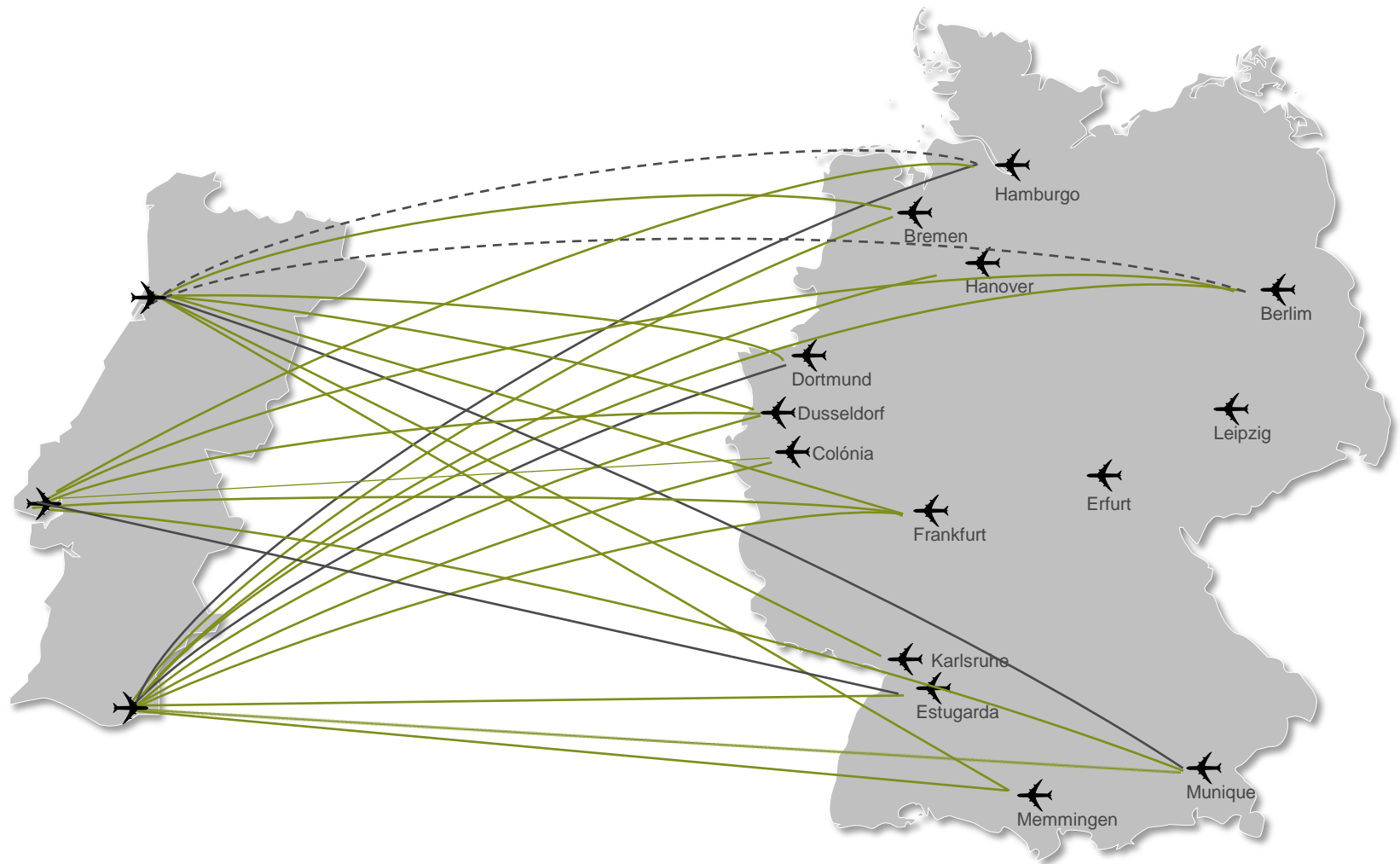
- S14
- - - W14
- S14 + W14

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

Açores com ligações a Frankfurt, Dusseldorf, Munique (S14)



Madeira com ligações a: Dusseldorf, Frankfurt, Munique, Leipzig, Estugarda, Hanover, Berlim, Colónia, Hamburgo (S14+W14), Bremen, Erfurt, Karlsruhe (S14)



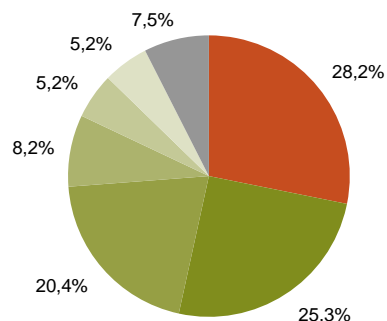
Alemanha

Mercado para Portugal

Principais companhias aéreas a operar entre Portugal e a Alemanha

- Lufthansa
- TAP Portugal
- Ryanair
- Air Berlin
- Germanwings
- TUIfly GmbH
- Outros

Fonte: ANA – Aeroportos de Portugal

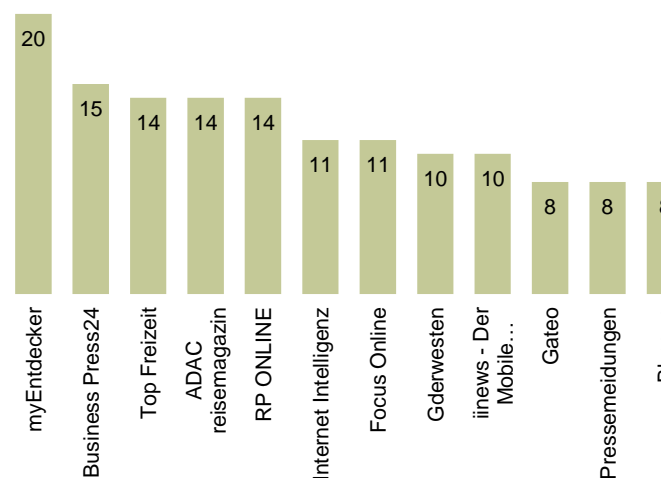


Principais media alemães com referências ao destino Portugal

1º semestre 2014 [nº de artigos]

Nota: Total de 819 artigos

Fonte: Communication Performance H1 2014/ CISION Power your story



Fonte: Communication Performance H1 2014/ CISION Power your story.

Principais operadores turísticos alemães que programam Portugal

Fonte: Turismo de Portugal/ Equipa de Turismo na Alemanha

Principais operadores turísticos que programam Portugal

- Tui Deutschland
- Thomas Cook
- DER Touristik
- FTI Group
- Schauinsland Reisen
- Wikinger Reisen
- Olimar
- Alltours
- Nicko Tours
- Studiosus Reisen/Marco Polo

Operadores turísticos alemães por produto e por NUT II

Fonte: Turismo de Portugal/ Equipa de Turismo na Alemanha

Produto	OT	NUT II	OT
Sol e Mar	142	Norte	112
Fly and Drive	30	Centro	84
Golfe	49	Lisboa	140
City breaks	56	Alentejo	62
Touring	150	Algarve	119
(Pousadas)	23	Açores	132
Turismo religioso	26	Madeira	85

Ficha técnica

© Turismo de Portugal, IP

Título:

Alemanha 2015

Caraterização do mercado emissor


Direção de Planeamento Estratégico

Equipa técnica:

António Mello e Luísa Romão

Edição:

Fevereiro de 2015

Documento publicado no  **PROTURISMO**
GERIR COM CONHECIMENTO