

Portugal

Données générales	Données économiques
Nom : Portugal Régime politique : République Capitale : Lisbonne Monnaie : Euro Population : 10.6 millions d'habitants	PNB/Hab : 14 350€ Taux de chômage : 6.70% Taux d'inflation : 2.40% Taux de croissance : 1%

➤ **Données touristiques générales :**

• **Les vacances**

Taux de départ en vacances : 53.2%
22 jours de congés annuels.

• **Les séjours à l'étranger**

Nombre de départs à l'étranger (2003) : 989 000

Taux de départs à l'étranger (2003) : 20%

Dépenses à l'étranger : 2 224 millions d'euros

Principales destinations étrangères

Espagne	Brésil	France
---------	--------	--------

• **Les principaux bassins émetteurs :**

Bassins de Lisbonne et de Porto.

➤ **Comportements et tendances des consommateurs**

• **Mode de consommation et sources d'informations**

Informations et achats touristiques

Plusieurs émissions nationales et certaines chaînes câblées sont consacrées aux voyages.

Salons grand public organisés par les voyagistes avec ventes directes en promotion : Enorme succès depuis 2 ans.

16,5 % sont passés par une agence de voyages (qui ont maintenu leur chiffre d'affaires par rapport à 2003).

Les principaux voyagistes proposent leurs produits en ligne.

Apparition de nouveaux opérateurs par Internet.

32% des internautes ont navigué sur des sites touristiques en 2003. Seul 9% d'entre eux ont effectué une réservation et 3% ont réalisé un achat en ligne (peu de confiance dans la sécurité des moyens de paiements).

Réservations de dernière minute pour août principalement, pour profiter des promotions.

• **Motivations**

Choix de la destination est très influencé par les effets de mode et les campagnes publicitaires.

Les Portugais recherchent la plage (72 % ont préféré la plage pour leurs vacances principales), le soleil, les forfaits tout compris, les vols charters.

Les touristes portugais s'intéressent de plus en plus à la « redécouverte » de l'Europe traditionnelle : culture et gastronomie notamment.

Recherche de produits haut de gamme pour une certaine clientèle : golf, tourisme fluvial, thalasso.

Ils font davantage attention au prix car leur pouvoir d'achat est faible.

- **Saisonnalité**

L'été reste la période privilégiée pour partir en vacances : août 63.1%, juillet 24.4%

Type et durée de séjours

De nombreux jours fériés et ponts tout au long de l'année.

De nombreuses liaisons aériennes, Lisbonne à 2 heures de Paris.

Voyages scolaires (culturels, parcs à thème), surtout en mars.

Grande tradition des voyages de fin d'année et de fin d'études.

Été : Destinations exotiques, forfaits tout compris, charters.

Tourisme culturel, Art de Vivre, recherche de l'authenticité et de la tradition, correspond aux nouveaux pays de l'U.E. mais aussi à la France.

Tourisme religieux, avec une clientèle brésilienne qui rentre en Europe par le Portugal : Lourdes, Lisieux, Chartres, Paray, etc.

Tourisme d'affaires (Séminaires sur Paris IDF, Riviera) : Les incentive à gros budgets se font sur des destinations exotiques pour lesquelles les charters se maintiennent toute l'année mais aussi sur la France (Ile-de-France, Riviera-PACA...).

Durée moyenne du séjour : 3,6 nuits - 2,2 voyages/an/voyageur

On assiste à un fractionnement des séjours, les portugais recherchent des séjours de plus courte durée et à proximité.

- **Les consommateurs**

Un temps de travail important : le temps de travail hebdomadaire est de 40h et les Portugais bénéficient de 22 jours de congés par an.

➤ **Destination France :**

Séjours	596 000	Durée moyenne du séjour	6 jours
Nuitées	3.5 millions	Dépenses	244 millions d'€

- **Les régions préférées (nuitées en hôtellerie)**

Paris IDF	Aquitaine	PACA	Midi-pyrénées	Poitou-Charente	Rhône-Alpes	Centre	Languedoc-Roussillon
50%	10%	8%	8%	5%	4%	3%	2,5%

- **Hébergement**

Fréquentation de l'hôtellerie française

	Arrivées	Nuitées
Hôtellerie de tourisme	227 888	475 105
Hôtellerie de plein air	15 940	47 607

- **Motivations**

On constate une croissance des produits parcs à thèmes, les produits neige et les produits haut de gamme.

➤ **Tendances et perspectives du marché**

L'ouverture de nouvelles lignes aériennes à des tarifs avantageux pourrait provoquer une augmentation rapide des courts séjours en dehors du territoire national.

Les plus de 55 ans devraient représenter 29% de la population en 2010. Toutefois il convient de distinguer les seniors actifs et les retraités qui eux disposent de peu de moyens pour voyager.

➤ **Les cibles prioritaires**

Le grand public : CSP+, urbains de 25 à 55 ans, seniors actifs, étudiants(voyages de fin d'année et fin d'étude).

Le segment affaire : homme d'affaires individuels, segment « incentive ».

Les professionnels : agences de voyages et compagnies aériennes.

➤ **Les produits prioritaires :**

• **Produits d'appel**

Hébergement de charme, montagne (été/hiver), tourisme urbain.

• **Produits de découverte**

Marchés/shopping.

• **Produits de consommation**

Tourisme d'affaires, tourisme urbain, art de vivre (gastronomie), culture/patrimoine, montagne (été/hiver).

• **Produits de niche**

Tourisme des jeunes, tourisme religieux/pèlerinage.