

A Alta Velocidade e o Turismo.

Bolsa de Turismo de Lisboa - BTL
14 de Janeiro de 2010



Agenda

- Objectivos do projecto
- Principais conclusões do projecto
- Recomendações estratégicas

Agenda

- Objectivos do projecto
- Principais conclusões do projecto
- Recomendações estratégicas

A Alta Velocidade e o Turismo

Objectivos do projecto

Principais objectivos do projecto:

- Conhecer e analisar o posicionamento assumido pelos principais *players* turísticos a nível nacional sobre o impacte da rede ferroviária de Alta Velocidade na sua actividade e no sector em geral;
- Enquadrar o impacte do desenvolvimento das redes de Alta Velocidade no sector do turismo em Espanha e França;
- Aferir o impacte no panorama turístico nacional da introdução de uma rede ferroviária de Alta Velocidade no território.



Analisar os reflexos do transporte ferroviário de Alta Velocidade no panorama turístico nacional e identificar oportunidades e riscos para o sector do turismo

Agenda

- Objectivos do projecto
- Principais conclusões do projecto
- Recomendações estratégicas

Benchmark Espanha e França

A Alta Velocidade e o Turismo

Benchmark Espanha e França

Principais impactes da Alta Velocidade no turismo:



Impactes

Alteração do perfil do turista

Aumento das viagens de curta duração

Maior frequência das viagens e pressão para a redução da estada média

Adaptação dos produtos turísticos a estadas médias mais reduzidas

Aumento das viagens de fim-de-semana e das estadas em segundas residências

Aumento do investimento em imobiliária residencial

Aumento do Turismo de Negócios

Novos pacotes turísticos com a Alta Velocidade para o segmento *corporate*

Aumento do número de estabelecimentos hoteleiros e da oferta de restauração

Redução das ligações concorrenciais à Alta Velocidade

A Alta Velocidade e o Turismo

Benchmark Espanha e França

Principais medidas promocionais da Alta Velocidade e do sector do turismo:

Medidas promovidas pelas entidades públicas do sector turístico

Promoção da AV nos principais mercados emissores e em mercados longínquos

Campanhas de comunicação direccionadas para o Turismo de Negócios

Promoção da AV como modo de transporte de lazer em campanhas turísticas regionais

Medidas promovidas pelos operadores ferroviários

Promoção da AV associada a actividades de lazer

Promoção das actividades turísticas das regiões nos comboios de AV

Promoção do Turismo de Negócios, Cultural, de 3.ª idade e Juvenil

Promoções e ofertas especiais para famílias, jovens e grupos

Criação de pacotes e promoções de destinos com Alta Velocidade

Oferta de tarifas especiais para operadores turísticos



A Alta Velocidade ferroviária em França e Espanha

Análise qualitativa

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise qualitativa

Potenciais alterações no sector turístico nacional com a introdução da Alta Velocidade

Produtos turísticos	Impacte da Alta Velocidade ferroviária	
	Segmentos de mercado	
	<i>Corporate</i>	<i>Leisure</i>
Sol e Mar	1	2
Touring Cultural e Paisagístico	1	4
<i>City Breaks</i>	2	5
MICE/ Turismo de Negócios	5	1
Turismo de Natureza	1	2
Golfe	1	3
Turismo Náutico	1	2
Resorts Integrados e Turismo Residencial	1	4
Saúde e Bem-Estar	1	2
Gastronomia e Vinho	1	3

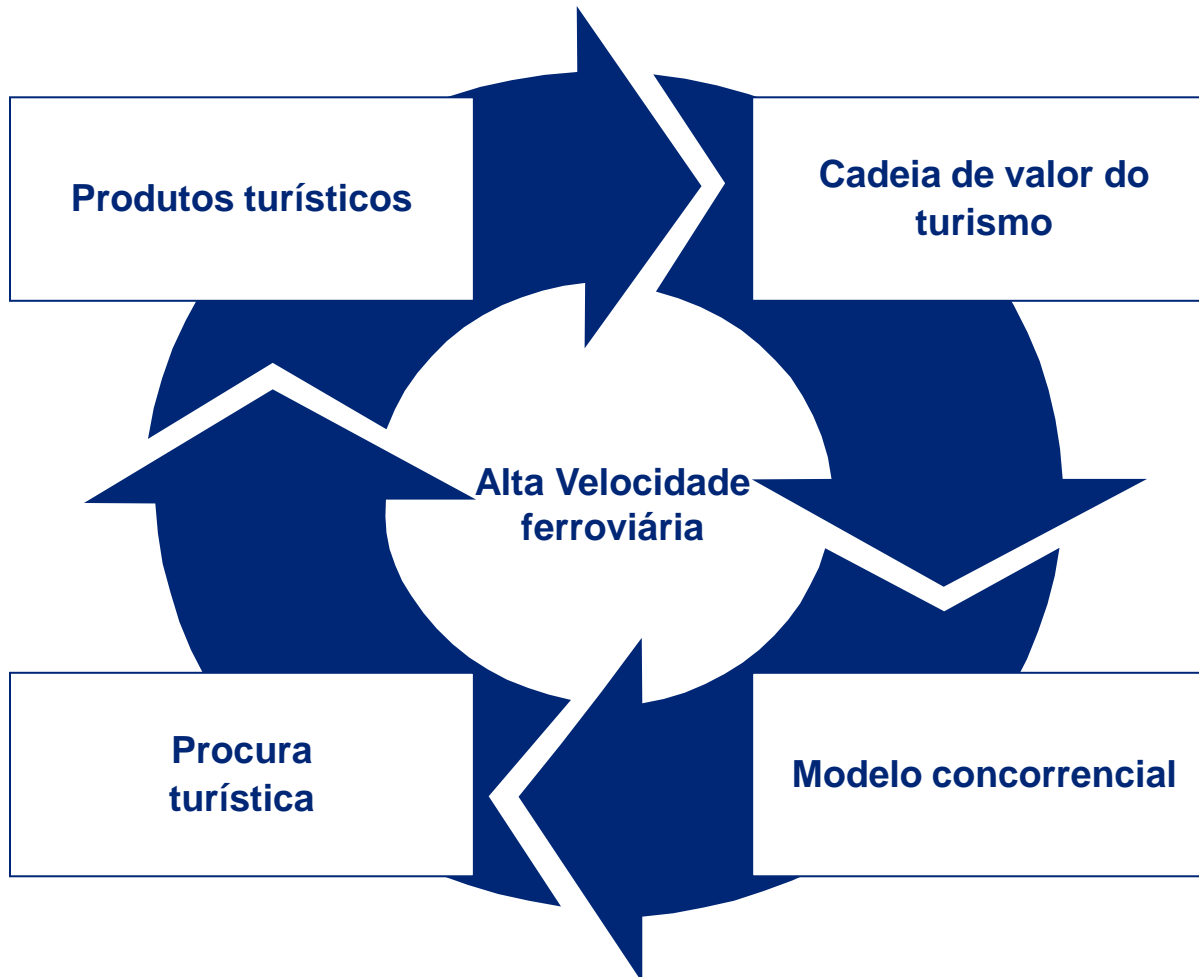
Legenda: 1 Limitado 5 Elevado

Fonte: PENT; Análise: Deloitte

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise qualitativa

Potenciais alterações no sector turístico nacional com a introdução da Alta Velocidade



Fonte: Estudos e artigos diversos; Análise: Deloitte

Oportunidades

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise qualitativa

Potenciais alterações no sector turístico nacional com a introdução da Alta Velocidade

Produtos turísticos

Aumento das viagens de *City Breaks*, *Touring Cultural* e Paisagístico, Negócios e Golfe

Alargamento do mercado potencial de turismo residencial

Criação de pacotes turísticos com AV ferroviária e diferentes produtos turísticos

Desenvolvimento de circuitos turísticos entre as diferentes cidades com Alta Velocidade

Cadeia de valor do turismo

Aumento da oferta hoteleira e alteração do perfil da hotelaria

Desenvolvimento de novos serviços e infra-estruturas turísticas

Aumento da capacidade de atracção de projectos estruturantes

Alteração da centralidade das cidades

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise qualitativa

Potenciais alterações no sector turístico nacional com a introdução da Alta Velocidade

Procura turística

Aumento do número de turistas e excursionistas

Aumento do número de viagens de curta duração (*short-breaks*)

Alteração do perfil do turista

Captação de segmentos de mercado com elevado poder de compra

Modelo concorrencial

Cooperação intermodal ao nível ibérico

Criação de passes que potenciem a mobilidade ibérica

Alteração do contexto competitivo e da vocação do *hub* aeroportuário

Potenciação do Aeroporto de Lisboa como porta de entrada no continente europeu

Riscos

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise qualitativa

Potenciais alterações no sector turístico nacional com a introdução da Alta Velocidade

Produtos turísticos

Aumento da pressão sobre os produtos turísticos pouco diferenciados

Aumento da assimetria regional

Desalinhamento das políticas promocionais dos diferentes produtos turísticos

Incapacidade de formatar a oferta turística de acordo com o perfil do consumidor futuro

Cadeia de valor do turismo

Incapacidade de aproveitamento da rede de AV por parte dos agentes públicos e privados

Acompanhamento ineficiente das alterações induzidas pela AV

Reduzida orientação dos agentes turísticos nacionais para a AV e para o mercado espanhol

Polarização do turismo nos grandes centros urbanos

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise qualitativa

Potenciais alterações no sector turístico nacional com a introdução da Alta Velocidade

Procura turística

Efeito *outbound* superior ao efeito *inbound*

Pressão para a redução da estada média

Pressão para a redução do gasto médio

Inadequação do serviço de Alta Velocidade às necessidades do utilizador

Modelo concorrencial

Desarticulação entre modos de transporte

Alteração do modelo competitivo nas viagens de curta distância

Alteração do contexto competitivo e da vocação do *hub* aeroportuário

Desadequação da oferta das *rent-a-cars* ao novo padrão de mobilidade

Análise quantitativa

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise quantitativa

Impacte quantitativo da introdução da Alta Velocidade ferroviária no turismo nacional

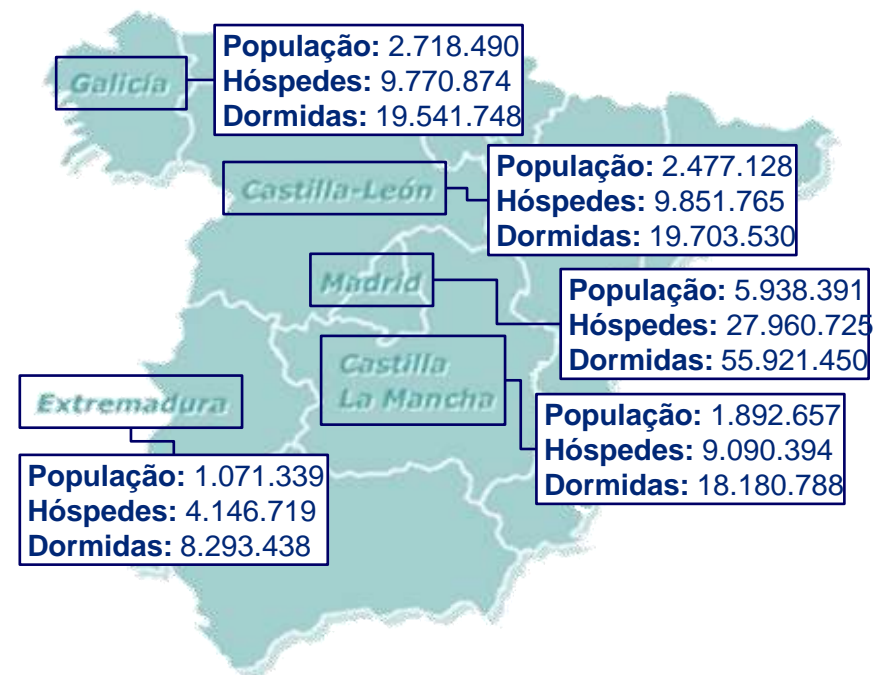
Restrições ao modelo:

a) **Linhas de AV em funcionamento em 2015** (Lisboa-Porto e Lisboa-Madrid) e em **2030** (Porto-Vigo, Aveiro-Salamanca e Évora-Faro-Huelva).

b) Em 2015 e 2030, consideram-se **8 e 20 circulações diárias por sentido de comboios** de Alta Velocidade em cada linha, tal como se verificou na linha Madrid-Sevilla no primeiro ano de exploração e em 2008, respectivamente.

c) **Os mercados geradores de passageiros de Alta Velocidade ferroviária em Portugal serão o mercado nacional e o espanhol.** No mercado espanhol, consideram-se as populações, hóspedes e dormidas geradas fora da sua comunidade de residência, à data de 2006, da Galiza, Castilla-León, Madrid, Castilla La Mancha e Extremadura.

Dimensão do mercado turístico espanhol nas províncias com Alta Velocidade ferroviária (2006)



Fonte: Instituto de Estudios Estadísticos – Familitur; Análise: Deloitte

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise quantitativa

Impacte quantitativo da introdução da Alta Velocidade ferroviária no turismo nacional

Pressupostos do modelo:

Gasto médio diário

Constante (preços de referência de 2006)

- Excursionista não residente (62,1 euros)
- Turista (151,1 euros¹)

Estada média

Constante (2006)

- Grande Lisboa (2,3 noites)
- Grande Porto (1,8 noites)

Produtividade média dos factores trabalho e capital

Constante (2006)

- (VAGT/ postos de trabalho) = 15.303 euros

Coeficientes técnicos

Constantes

Regionalização de impactes

Ponderação pelo número de hóspedes espanhóis nos estabelecimentos hoteleiros das diferentes regiões

¹ Gasto médio por noite.
Fonte: CISEP - ISEG; Análise: Deloitte

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise quantitativa

Impacte quantitativo da introdução da Alta Velocidade ferroviária no turismo nacional

Pressupostos do modelo (cont.):

Mercado interno alargado

Crescimento médio anual da procura exclusivamente motivado pela Alta Velocidade:

	Cenário base
Turistas e excursionistas nacionais	0,25%
Turistas e excursionistas espanhóis	2,0%
Turistas e excursionistas de outros mercados	0,0%

A Alta Velocidade e o Turismo

Análise quantitativa

Impacte do projecto de Alta Velocidade no sector do turismo (2006, 2015 e 2030)

Portugal		2006	C/ projecto de Alta Velocidade	
			Cenário base	
			2015	2030
Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo (VAGT)	Total	6.377.970.273€	6.434.977.957€	6.931.105.328€
	Acréscimo	N/A.	57.007.684	553.135.055
Emprego	Total	416.790	420.516	452.937
	Acréscimo	N/A.	3.725	36.147
Hóspedes	Total	12.376.900	12.458.445	13.148.183
	Acréscimo	N/A.	81.545	771.283
Dormidas	Total	37.566.500	37.757.401	39.380.736
	Acréscimo	N/A.	190.901	1.814.236
Excursionistas	Total	11.289.700	11.743.146	15.781.970
	Acréscimo	N/A.	453.446	4.492.270

N/A. – Não aplicável.
Fonte: CISEP - ISEG; Análise: Deloitte

Agenda

- Objectivos do projecto
- Principais conclusões do projecto
- **Recomendações estratégicas**

A Alta Velocidade e o Turismo

Recomendações estratégicas

Como evitar que os riscos se sobreponham às oportunidades?



A Alta Velocidade e o Turismo

Recomendações estratégicas

Recomendações estratégicas (1/2)

Produtos turísticos

- **Aposta em produtos turísticos diferenciadores ou complementares;**
- **Reformulação dos conceitos subjacentes aos produtos de *short breaks*; e,**
- **Adequação das políticas promocionais dos diferentes produtos turísticos.**

Cadeia de valor do turismo

- **Integração da Alta Velocidade ferroviária na revisão do PENT;**
- **Desenvolvimento de um plano estratégico de proximidade ibérica;**
- **Desenvolvimento de um plano de marketing turístico para os principais produtos e regiões servidas pela rede de Alta Velocidade;**
- **Elaboração de um plano de desenvolvimento das infra-estruturas complementares e de suporte à actividade turística;**
- **Desenvolvimento de um plano detalhado para aproveitamento das oportunidades e minimização dos riscos identificados;**
- **Integração diferenciada do mercado turístico nacional com o mercado turístico espanhol;**
- **Promoção conjunta de Portugal e Espanha nos mercados longínquos;**
- **Maior articulação entre as entidades gestoras dos destinos e os agentes privados; e,**
- **Promoção da integração do projecto à escala nacional e não apenas nas regiões directamente servidas pela Alta Velocidade;**

A Alta Velocidade e o Turismo

Recomendações estratégicas

Recomendações estratégicas (2/2)

Procura turística

- **Adequação dos *players* turísticos nacionais a novos segmentos de mercado** gerados pela introdução da Alta Velocidade ferroviária;
- **Orientação do operador** ferroviário de Alta Velocidade **para o turismo**; e,
- **Adequação do produto e da política de *pricing* às diferentes características e necessidades dos segmentos de mercado** potenciados pela Alta Velocidade ferroviária;
- **Sensibilidade ao comportamento e necessidades do utilizador final** na definição das características do serviço de Alta Velocidade ferroviária; e,
- Maior **adaptação dos *players* turísticos nacionais ao perfil do mercado espanhol**.

Modelo concorrencial

- **Potenciar a ligação entre a Alta Velocidade e os aeroportos (*hubs* aeroportuários)**;
- **Potenciar a articulação e adaptação** da Alta Velocidade ferroviária **aos restantes modos de transporte**, não só nacionais, mas também de Espanha;
- **Desenvolvimento das infra-estruturas principais e complementares de acordo com as necessidades do utilizador final**;
- Complementar as **estações** servidas pela Alta velocidade ferroviária **com serviços tecnológicos de comunicação e informação**;
- Adopção de **políticas de *pricing* que favoreçam a visita turística às regiões/ cidades intermédias**.

A Alta Velocidade e o Turismo.

Bolsa de Turismo de Lisboa - BTL
14 de Janeiro de 2010

