

2014. október 2.

PORTUGÁLIA KIUTAZÓ PIACA

MEGJELENT A MINTEL „PORTUGAL OUTBOUND” CÍMŰ KIADVÁNYA

A MINTEL tanulmánya Portugália gazdaságának és turizmusának jelenlegi helyzetéről tájékoztat, valamint a kiutazó turizmus összetételét és a főbb úti célokat is vizsgálja. Leírást ad a piac legfontosabb tulajdonságairól, például a demográfiai összetételről, a foglalási szokásokról, a legfontosabb motivációkról, a szezonálisról és az utazások hosszáról. Bemutatja a legnépszerűbb közlekedési módokat és a leggyakrabban igénybe vett szálláshelytípusokat, valamint bemutatásra kerül a tour operátorok és az utazási irodák tevékenysége is.

A tanulmány elsődlegesen a portugál Nemzeti Statisztikai Intézet (INE) adataira támaszkodik. A további források között nemzeti és nemzetközi turisztikai szervezetek, állami intézmények, szakemberek publikációi szerepelnek. Felhívják az olvasók figyelmét arra, hogy az egyes szervezetek által szolgáltatott adatok eltérőek lehetnek az adatgyűjtési módszerek különbözősége miatt. Az alábbiakban röviden összegezzük a MINTEL kiadványának legfontosabb megállapításait.

Ahhoz, hogy általános képet kaphassunk Portugália turizmusáról, először is számba kell venni a *piaci háttérőket*. Itt fontos megemlíteni, hogy az országot súlyosan érintették az utóbbi évek válságai, amelyekből próbál kilábalni. Nagy problémát jelent az emigráció: a képzett szakemberek és a frissdiplomások nagy arányban vándorolnak ki az országból, új lehetőségek után kutatva. A gazdasági növekedés elősegítése végett megszorító intézkedéseket vezetett be a kormány, többek között munkaügyi reformokat is. 2012-ben az éves szabadságra való jogosultságot 25-ről 22 napra csökkentették, 2013-ban pedig négy munkaszüneti napot töröltek el öt évre. Mindez jelentős hatással van – és lesz – a turizmusra.

A kedvezőtlen gazdasági környezet miatt a portugál turisták nagyon *költségtudatosakká* váltak. Legnépszerűbb úti céljaik között főként európai, azon belül is az euróövezethez tartozó országok szerepelnek (Spanyolország, Franciaország), ahol nem merülnek fel valutaváltási költségek. Braziliában a real megerősödése 2010-ben és 2011-ben negatívan hatott a portugál érkezések számára, ezzel szemben az Egyesült Királyságban a 2009-től folyamatosan erősödő angol font nem szabott gátat a portugál keresletnek. Általánosságban elmondható a portugál utazók költési attitűdjéről, hogy visszafogottak, keresik az alku lehetőségét, és gyakran családnál vagy ismerősöknél szállnak meg, hogy takarékoskodjanak.

A portugálok jellemzően többet utaznak hazájukon belül, mint külföldre. Az Eurostat adatai szerint 2012-ben a portugálok által tett 14 millió utazásnak 90,3%-a belföldön történt, csupán 9,7% irányult külföldre. 2013-ban a továbbra is fennálló rossz gazdasági helyzet, valamint a megszorító intézkedések következtében a külföldi utazások száma 2,6%-kal csökkent. Előreláthatóan a 2014-es év sem hoz változást e téren.

Ami a *legkedveltebb külföldi desztinációkat* illeti, a portugálok többsége Európa határain belül szeret utazni. 2012-ben a külföldi utazások csupán 18%-a irányult távolabbi úti célokra, 2013-ban pedig ez az arány 15%-ra csökkent. Európán belül Spanyolország a portugálok által leglátogatottabb desztináció, ahová főként nyaralni érkeznek a turisták, de a hivatásturizmus és rokonlátogatás is fontos motiváció. Ezen kívül Franciaország, az Egyesült Királyság, Németország és Olaszország a legkedveltebb úti cél az öreg kontinensen.

A portugál turistákról fontos tudni, hogy amikor távolabbi desztinációkba utaznak, gyakran választanak olyan helyszíneket, amelyek korábban portugál gyarmatok voltak. Ezek közül a legfontosabb Brazília, Afrikában ilyen a Zöld-foki Köztársaság, Mozambik és Angola, Ázsiában pedig Makaó (Kína) és Goa (India).

A *foglalási szokásokat* tekintve a MINTEL tanulmánya szerint a portugálok elsősorban saját vagy ismerőseik személyes tapasztalataira alapozzák döntéseiket. Ez nem meglepő, hiszen a portugál turisták gyakran keresnek fel olyan úti célokat, ahol már jártak, amiket már ismernek. Emellett az internet, illetve az utazási irodák is jelentős formálói az utazási döntéseknek. Az utazás lefoglalása már elsősorban a világhálón történik, mert itt van lehetőség az árak összehasonlítására, nagyobb kedvezmény elérésére.

A portugál lakosság szívesen használja az *internetet* az utazás megtervezésénél, a foglalásnál és az utazás alatt is. A közösségi oldalakon olvasható véleményeknek, ajánlásoknak nagy jelentőséget tulajdonítanak az utazási döntés meghozatalakor. Az *okostelefonok* használata is népszerű, mely azonnali kapcsolódási lehetőséget biztosít a világhálóra. Ugyanakkor, egy 2013-as kutatás szerint a portugálok szeretnek elszakadni a külvilágtól utazásaik során: 16%-uk nem használ egyetlen közösségi alkalmazást sem a nyaralás alatt, 40%-uk számára pedig máig az SMS a fő kommunikációs eszköz a telefonon.

Az utazási *motivációk* között első helyen szerepel a szabadidős turizmus mind a belföldi, mind a külföldi utakat tekintve. Emellett a legfontosabb motivációk közé tartozik a hivatásturizmus, a rokonok és barátok meglátogatása, a kulturális, az egészség- és a városi turizmus. A tanulmány említi azokat a tényezőket is, amelyek szerepet játszanak abban, hogy a turisták visszatérjenek egy adott helyszínre. A portugálok ebből a szempontból a természeti adottságokat, a szállás minőségét és az árszínvonalat tartják döntő fontosságúnak.

A portugál turistákra jellemző még, hogy a rövidebb (1–3 éjszakás) utazásokat preferálják, kivéve, amikor rokonok és barátok meglátogatása céljából utaznak. Ebben az esetben általában egy-két hetet töltenek el az ismerősöknél. A rövid, pár napos utazások népszerűsége abból adódik, hogy a portugálok alapvetően sok nemzeti ünneppel és munkaszüneti nappal rendelkeznek egy évben, így az utazással tölthető hosszú hétvégék – portugálul: *pontes* – igen gyakoriak. A legtöbb utazást a nyári időszakban, márciusban (húsvét környékén) és decemberben regisztrálják.

A közlekedést illetően a portugálok által legkedveltebb utazási eszköz a repülőgép. A légitársaságok és útvonalak nagy választéka tette vonzóvá ezt a közlekedési módot, a kiéleződő verseny következtében pedig az árak is barátságosabbá váltak. Ugyan továbbra is a nemzeti légitársaság, a TAP Portugal dominál a piacon, a fapados légitársaságoknak egyre jelentősebb a szerepük. A második legnépszerűbb közlekedési mód a közúti közlekedés. Annak ellenére, hogy a tengeri hajózás egyelőre csak a portugál turisták töredékét vonzza, ez egy növekvő ágazat, amely jelentős potenciált rejt magában.

A MINTEL kiadványából az is kiderül, hogy a portugálok gyakran veszik igénybe a *magánszálláshelyeket* („private accommodation”). Elsősorban ismerősöknél szállnak meg, melynek oka a költségek csökkentésére való törekvés az utazások során. Ebből arra lehet következtetni, hogy a portugálok még akkor is szívesen utaznak, ha kevesebb pénzből kell gazdálkodniuk. A magánszálláshelyek közül fontosak még a turisták saját tulajdonú nyaralói („second residence”), illetve a bérelt apartmanok, házak. A szállodák a második legnépszerűbb szálláshelyek voltak 2013-ban.

Annak ellenére, hogy ma már az internet a fő eszköze az utazás megtervezésének, a portugál turisták egy része továbbra is szívesen támaszkodik az *utazásszervezők és utazási irodák* segítségére. Összességében a tradicionális utazási irodák szerepe mégis egyre kisebb. Esetükben az online kommunikációs csatornák fejlesztése szükséges, eleget téve a modern turisták elvárásainak.

A *kényes gazdasági helyzet* a jövőben is nagyban meghatározza majd a turizmust Portugáliában. A magas munkanélküliség – főként a fiatalok körében – továbbra is akadályt jelent majd a külföldi utazások terén. Mivel a munkavállalók kevesebb szabadnappal rendelkeznek egy évben, kevesebb napot tudnak majd utazásra fordítani, a munkaszüneti napok számának csökkentése pedig a hosszú hétvégék megfogyatkozása által lesz jelentős hatással a turizmusra. A tanulmány szerint a távolabbi úti célokra történő utazások sem lesznek népszerűbbek, amíg a gazdasági növekedés nem stabilizálódik.

Portugália kiutazó turizmusát ugyan nagymértékben befolyásolja az ország gazdasági helyzete, de a MINTEL elemzői szerint a 2014-es év *pozitív változásokat* is hozhat. A gazdasági növekedésnek köszönhetően fellendülhet a szabadidős turizmus, amellet, hogy a rokon- és barátlátogatás valószínűleg továbbra is jelentős motiváció marad. A fapados légitársaságok elterjedése remélhetőleg több turistát fog külföldi utazásra ösztönözni. A desztinációkat illetően továbbra is Európa fog dominálni, ahol egyre több város jelent vonzó célpontot egy-egy rövid „city-break”-re. Az internet szerepe várhatóan tovább nő majd az utazások tervezésében, szervezésében és a vásárlásban.

A *következő évtizedekben* Portugáliának számolnia kell a társadalom elöregedésével és a népesség csökkenésével is, melyek a turizmusra is jelentős hatást gyakorolnak. Ez komoly kihívást jelent, hiszen a célcsoporttal együtt változhatnak a fő motivációk, az utazási szokások, ezen kívül a turizmusban részt vevők száma is csökkenhet.

A MINTEL „Portugal Outbound” című kiadványa megtekinthető a Kutatási Irodán előzetes időpont egyeztetés után, fogadóóra keretében minden csütörtökön 14–17 óra között.

További információk: **Magyar Turizmus Zrt.**
Kutatási Iroda
Tel.: 488-8710
Fax.: 488-8711
E-mail: kutatas@itthon.hu
Internet: szakmai.itthon.hu