

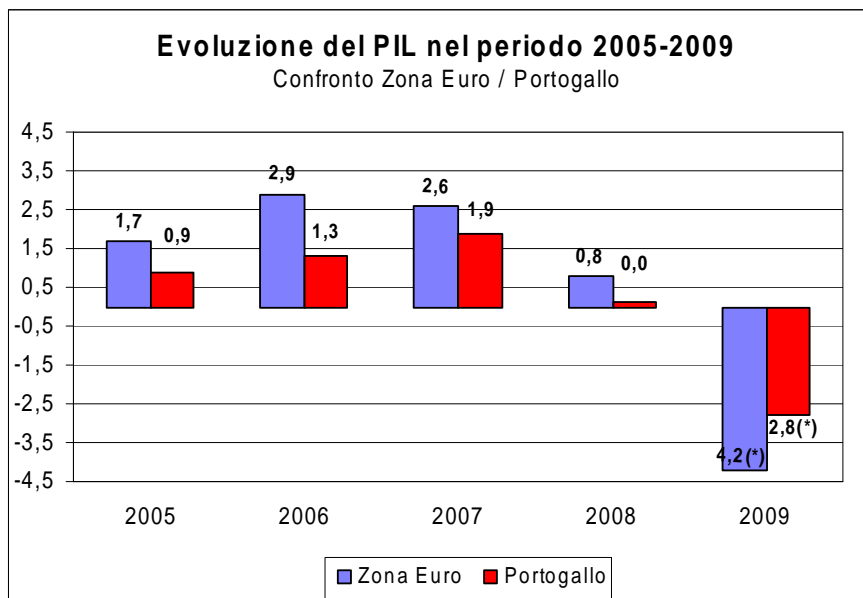
## PAESE:

### PORTOGALLO

#### I. Analisi del contesto sociale ed economico di riferimento

##### I.A. Quadro degli indici economici, demografici e sociali

Dopo la stagnazione registrata nel 2008, nel corso del 2009 sull'andamento dell'economia portoghese hanno inevitabilmente pesato gli effetti delle turbolenze finanziarie internazionali. Nei primi tre trimestri del 2009, il PIL del Portogallo ha infatti registrato una forte contrazione con valori negativi rispettivamente pari a -4,0%, al -3,7% ed al -2,5%, peraltro in linea con l'evoluzione macroeconomica della zona Euro. Difatti, in un'economia di dimensioni ridotte (nel 2008 il Pil nominale è stato di **166 mld di Euro**) e perfettamente integrata nel contesto della zona Euro, le criticità strutturali dell'economia nazionale (posizione periferica, limitata competitività del Sistema Paese, insufficiente specializzazione dei fattori produttivi, fragilità del sistema finanziario ed eccessivo indebitamento, **PIL pro-capite pari al 75,5% della media UE27**) sono state acuite dalla recessione economica globale, dal crollo del commercio mondiale registrato a partire dalla fine del 2008 e dalle preoccupazioni riguardo all'evoluzione della crisi finanziaria internazionale.



\* dati previsionali Banco del Portogallo (dicembre 2009)

Fonte: CE e Banco del Portogallo

La tendenza recessiva iniziata negli ultimi due trimestri dello scorso anno è risultata molto più accentuata nel corso della prima parte del 2009, stabilizzandosi solo negli ultimi due mesi. L'evoluzione della crescita economica aggregata si è caratterizzata infatti per la forte contrazione nel primo trimestre dell'anno (-4% in termini tendenziali, -1,8% in termini congiunturali), parzialmente attenuatasi nel secondo trimestre dell'anno con un'ulteriore forte riduzione del PIL in termini tendenziali (-3,7%). Solo nella seconda parte dell'anno **il dato congiunturale ha finalmente invertito il segno negativo degli ultimi tre trimestri, registrando un miglioramento di 0,3 e 0,9 punti percentuali**, al quale hanno contribuito la leggera ripresa dei consumi privati, l'incremento delle esportazioni ed il lieve miglioramento degli indici relativi alla fiducia di famiglie ed imprese. Si tratta, in ogni caso, della peggiore crisi economica affrontata dal Paese iberico dal 1975 e caratterizzata da un deterioramento accentuato delle principali componenti del Prodotto Interno Lordo, ove si osservino gli andamenti tendenziali dei principali indicatori macroeconomici.

A dispetto dei primi timidi segnali di ripresa di esportazioni, consumi e investimenti, il 2009 ha comunque confermato tutte le preoccupazioni relative alle ricadute occupazionali, sebbene il 2008 si fosse chiuso in maniera particolarmente positiva, con un tasso di disoccupazione medio annuo al 7,6%, contro l'8% registrato nell'anno precedente. Nel terzo trimestre di quest'anno tale tasso ha infatti raggiunto il 9,8%, pari a 548.000 unità. Si tratta del peggiore dato mai registrato dall'Istituto nazionale di statistica, che evidenzia inoltre la repentina emorragia di posti di lavoro rispetto al trimestre precedente, quando la disoccupazione si era attestata ad un +9,1%. Il dato risulta ancora più pesante se comparato con l'omologo periodo del 2008: nell'arco di un anno, infatti, ammontano a circa 114.000 i posti di lavoro in meno, con una crescita del tasso di disoccupazione del 26,3%.

A destare preoccupazione sono inoltre le difficoltà di consolidamento dei conti pubblici: dopo aver faticosamente raggiunto nel biennio 2007-2008 l'obiettivo di contenimento del deficit all'interno dei parametri di Maastricht (deficit/PIL al 2,6%), gli sforzi prodotti nell'ultimo quinquennio sembrerebbero vanificati dalle proiezioni per il prossimo triennio, che si annuncia particolarmente delicato. Il 2009 si è chiuso con un rapporto tra deficit/PIL situato attorno al 9,3%, valore 'storico' che dovrebbe essere solo marginalmente contenuto nel 2010, quando si attende un valore di circa l'8,3%. Anche l'indebitamento pubblico risulterà inevitabilmente sotto pressione: dal 66% del PIL registrato quest'anno dovrebbe infatti raggiungere il 91,1% del PIL nel 2011, con un incremento record di 25 punti percentuali nell'arco di un triennio. Si tratta di dati ben più negativi di quelli avanzati dal Governo nello scorso mese di settembre, quando veniva stimato viceversa un deficit non superiore al 5,9% del PIL ed un debito pubblico inferiore all'80%.

## I.B. Previsioni a breve termine

Secondo le più recenti stime prodotte dal Banco del Portogallo, dalla CE e dalle principali istituzioni e agenzie finanziarie internazionali (FMI, OCSE, EIU), nel 2009 si registrerà una caduta del PIL reale compresa tra il **2,7% ed il 3,1%**.

Nel 2009 il Pil portoghese soffrirà un calo inferiore alla media della Zona Euro e compreso tra il 2,9% ed il 3%. Leggermente più ottimistiche le ultime previsioni pubblicate nel bollettino economico autunnale dell'OCSE e del Banco del Portogallo, che stimano per il 2009 un arretramento del PIL compresa tra il 2,7% ed il 2,8% (con una correzione positiva di 0,7-0,8 p.p. rispetto alle previsioni dello scorso agosto), grazie ad una crescita dei consumi pubblici e ad una

performance meno negativa delle esportazioni e degli investimenti. Anche per il 2010, le previsioni di crescita elaborate dal Banco del Portogallo e dall'OCSE sono più favorevoli (+0,7%) rispetto a quelle avanzate dal FMI (+0,4%) e dalla CE (+0,3%).

Le istituzioni nazionali ed internazionali concordano nel giudicare superata la fase più acuta dell'attuale crisi economica nazionale e si attendono un scenario di moderata ripresa economica. Tuttavia, la sostenibilità e la continuità della crescita economica viene resa oltremodo incerta dalla debolezza del mercato del lavoro, dall'indebitamento del settore privato ed infine dall'imprevedibilità dell'andamento del commercio internazionale. Sussistono inoltre fattori di debolezza strutturale del sistema produttivo nazionale che ne pregiudicano la piena competitività sui mercati internazionali, quali ad esempio, l'ancora basso livello di specializzazione della manodopera, il funzionamento del mercato del lavoro, le inefficienze del sistema fiscale e la macchinosità della giustizia civile. D'altra parte, il sistema finanziario portoghese potrebbe risentire negativamente delle tensioni sui mercati connesse al rischio default della Grecia. Non a caso, occorre mettere in rilievo i forti rischi che riguardano il preoccupante livello deficit pubblico che nel 2009 dovrebbe superare la soglia dell'8% in relazione al PIL.

## II. Analisi del mercato turistico

### II.A. Analisi del turismo outgoing

- Analisi dei flussi turistici e principali destinazioni

Sulla base degli ultimi dati disponibili dell'INE (indagine campionaria dell'Istituto Nacional de Estatística), relativi all'anno 2007, le partenze verso l'estero da parte di turisti e escursionisti portoghesi sono state, in totale, 20,9 milioni, ovvero +14,2% rispetto al 2006.

Con l'eccezione del mese di Aprile, nel quale si è registrato un numero inferiore di partenze di turisti rispetto allo stesso mese del 2006 (a causa della Pasqua anticipata del 2007), tutti gli altri mesi hanno fatto registrare variazioni mensili positive rispetto ai periodi omologhi del 2006, in particolare gli ultimi tre mesi dell'anno, nel corso dei quali la variazione media mensile è stata del +34% per quanto riguarda i turisti e del +13,5% per quanto riguarda gli escursionisti.

Nel 2007 le partenze in automobile di turisti e escursionisti hanno fatto registrare un notevole aumento rispetto all'anno precedente, ovvero, rispettivamente, +20,8% e +13,5%. Nonostante sia inferiore, anche l'aumento delle partenze di turisti per via aerea è piuttosto elevato: +12,7%. Questo, in parte, è dovuto al numero sempre maggiore di destinazioni raggiunte dalle compagnie aeree low-cost, specialmente dagli aeroporti di Lisbona e Porto.

Da segnalare come, sempre secondo l'INE, nel 2007 sia diventato più evidente il trend negativo, che ha avuto inizio nel 2005, delle partenze per vacanza. Se nel 2006 queste rappresentavano il 54,6% delle partenze complessive, nel 2007 rappresentavano il 48,8% (-5,8%). Altrettanto significativo è l'aumento della quota sul totale delle partenze per motivi di lavoro e affari (+5,3%), che per il 2007 rappresentano un terzo delle partenze complessive.

Per quanto riguarda la spesa turistica dei portoghesi all'estero, questa è passata dai 2.858 milioni di euro del 2007 ai 2.947 milioni del 2008 (+3,11%), come riportato dal Banco de Portugal, secondo il quale la crisi economica e i timori dovuti all'Influenza A(H1N1) hanno fortemente influenzato, in negativo, la spesa dei turisti portoghesi all'estero nel corso del 2009. Questa, infatti, nel mese di agosto 2009 è stata di 253,1 milioni di Euro, ovvero -16% rispetto allo stesso mese del 2008. Un risultato così negativo non si registrava dall'agosto del 2003. La spesa turistica all'estero, tuttavia, ha fatto registrare una diminuzione minore se si considera il primo quadrimestre del 2009: 903,38 milioni di Euro, ovvero -3,2% rispetto al periodo omologo del 2008.

- Posizionamento dell'Italia rispetto ai principali concorrenti:

Secondo gli ultimi dati statistici disponibili, pubblicati ad aprile del 2008 dall'INE, emerge che nel 2007 circa due milioni di partenze hanno avuto come destinazione finale la Spagna, facendo registrare un aumento del 15,2% rispetto al 2006. In evidenza anche gli aumenti delle partenze verso Germania (+49,3%) e Svizzera (+36,7%). Purtroppo l'evoluzione negativa delle partenze verso l'Italia (-15,5%) è inferiore solo a quella delle partenze verso Brasile (-34%) e Capo Verde (-22,2%):

Paese	2006 (10 <sup>3</sup> )	2007 (10 <sup>3</sup> )	Variazione %
Germania	199,8	298,3	49,3
Belgio	48,0	62,1	29,4
Brasile	143,4	94,7	-34,0
Capo Verde	49,1	38,2	-22,2
Spagna	1.781,7	2.051,8	15,2
USA	48,9	48,1	-1,6
Francia	503,3	643,6	27,9
Italia	103,5	87,5	-15,5
Regno Unito	189,6	221,5	16,8
Svizzera	111,9	153,0	36,7
Altri	591,0	713,2	20,7

Fonte:INE

Passando ad analizzare la spesa verso l'Italia, secondo i dati forniti dalla Banca d'Italia, nel 2006 la spesa dei turisti portoghesi è stata di 171 milioni di Euro, mentre nel 2007 è stata di 145 milioni, ossia è diminuita del 15,2%, una flessione quasi identica a quella registrata dall'INE per le partenze.

Nel 2008 la spesa è risalita, attestandosi sui 152 milioni di Euro.

Per quanto riguarda il 2009, nei primi dieci mesi dell'anno, la spesa proveniente dai viaggiatori portoghesi è diminuita: dai 133 milioni di euro dello stesso periodo del 2008, si è passati a 126 milioni di euro.

Analizzando invece l'outgoing, secondo i dati riportati dall'Istat gli arrivi complessivi dal Portogallo nel 2007, in strutture alberghiere e complementari, sono stati 212.193, ovvero +11,22% rispetto al 2006. Le presenze complessive, invece, sono state 667.247, ovvero +13,52%.

Secondo quanto emerso da uno studio indipendente, commissionato dal sito internazionale [www.hotels.com](http://www.hotels.com) e realizzato all'inizio del 2008, l'Italia sembrerebbe essere la destinazione preferita dalle donne portoghesi.

#### - Principali destinazioni turistiche in Italia

Le mete preferite dai turisti portoghesi continuano ad essere le città d'arte (Roma é la più ricercata, seguita da Venezia, Firenze e Milano) ed i centri minori (specie quelli della Toscana, Umbria e Veneto). Le regioni più visitate sono il Lazio, il Veneto, la Toscana, la Lombardia, il Piemonte, l'Emilia-Romagna e infine la Sicilia e la Sardegna, che nei mesi estivi del 2009, hanno avuto una discreta domanda presso i Tour Operators, confermando i buoni risultati della scorsa estate, specie nel caso della Sardegna.

Si segnalano anche, per la presenza di sedi di fiere internazionali, le città di Milano, Bologna, Padova, Verona e Rimini.

#### - Prospettive per il breve e medio periodo

La maggior parte dei tour operators si pone come obiettivo, per il breve e medio periodo, la ripresa dei ritmi e dei volumi di vendita che erano stati interrotti nell'ultimo trimestre del 2008, per via della difficile congiuntura economica e delle paure legate alla nuova influenza A (H1N1). Secondo il WTO, tuttavia, per il 2009 si risconterà una diminuzione degli arrivi internazionali che oscillerà tra il 4 e il 6% rispetto al 2008.

Gli operatori del settore, per quanto riguarda la destinazione Italia, non si dimostrano pessimisti, probabilmente anche in virtù di alcuni fattori come la nuova e importante presenza di Lufthansa Italia, la "resistenza alla crisi" del turismo religioso e il nuovo collegamento aereo, sull'asse Lisbona-Roma, realizzato dalla compagnia area low cost Easyjet.

Lufthansa Italia da Marzo 2009 ha istituito collegamenti giornalieri diretti tra Milano e Lisbona sottolineando le potenzialità di tale tratta.

La nuova rotta Lisbona-Roma, invece, é stata inaugurata nel novembre di quest'anno. Ci si auspica, dunque, che, in conseguenza delle campagne promozionali in atto per i voli verso l'Italia e della nuova e accresciuta concorrenza tra le compagnie aeree per il mercato italiano, vi sia un progressivo aumento dei flussi turistici verso l'Italia. Un auspicio fondato anche su una presenza nettamente maggiore delle destinazioni italiane sulla stampa locale e su una maggiore offerta italiana nei cataloghi e nelle promozioni dei tour operators e delle agenzie di viaggio locali, soprattutto in concomitanza con le già riferite campagne promozionali.

Sono confortanti anche le dichiarazioni rilasciate da Francisco Moura, responsabile del dipartimento turismo religioso dell'operatore Geotur, il più importante in questo segmento. Secondo Moura infatti, le caratteristiche di chi viaggia per motivi religiosi (fascia di età elevata, maggior stabilità sociale e forti motivazioni di viaggio) rendono il segmento resistente alla crisi.

## II.B. Analisi della domanda

- Segmento socio-economico di appartenenza, livello culturale, fasce di età

Il turista portoghese è prevalentemente un individuo tra i 25 e 45 anni di età, con studi superiori, direttivo o impiegato di livello; di norma è un cliente portato alla fidelizzazione. In leggero seppur costante aumento la fascia della terza età, interessante soprattutto per la bassa stagione. Secondo un sondaggio del 2007, il 51% della popolazione dichiara di effettuare un viaggio all'estero almeno una volta all'anno.

- Propensione al viaggio

Secondo quanto pubblicato dall'INE nell'edizione 2006 del volume "Le Vacanze dei Portoghesi", la maggior parte di coloro che si recano in Italia è rappresentata da persone che risiedono nell'area di Lisbona, appartengono alla fascia d'età tra i 45 e i 54 anni, hanno un diploma medio-superiore e sono di sesso femminile.

- Principali motivazioni di vacanza all'estero

Le principali motivazioni della vacanza all'estero per i portoghesi in ordine di importanza sono:

- il turismo ricreativo e culturale
- il turismo d'affari
- il turismo religioso
- motivi di studio

Anche per le partenze verso l'Italia, secondo l'INE, i motivi principali sono il turismo ricreativo e quello d'affari. È da notare come, sempre secondo l'INE, nel 2007 le partenze verso l'Italia per motivi di affari siano state, su un totale di 87.500, 29.600, ovvero più di un terzo del totale.

- Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni

La forte connotazione culturale che contraddistingue il nostro Paese, favorisce un buon posizionamento dell'Italia tra le mete prescelte.

Altri fattori determinanti nella scelta della destinazione da parte del turista portoghese sono il rapporto qualità-prezzo e la sicurezza ed efficienza dei servizi.

- Prodotti turistici preferiti

È in crescita, secondo quanto riportato dall'ISNART, ("Customer care - turisti in Italia" - dicembre 2007) anche la domanda circa il turismo termale, il Portogallo infatti occupa il 12° posto nella classifica dei Paesi che maggiormente richiedono questo tipo di prodotto in Italia.

Lo stesso avviene per il prodotto neve. Negli ultimi anni la domanda è aumentata sensibilmente, nonostante siano ancora grandi i margini di miglioramento. Sensibile è l'aumento, di anno in anno, dell'offerta italiana all'interno della programmazione dei tour operators locali. A dimostrazione del notevole miglioramento di questo segmento, vi sono le statistiche pubblicate dalla Provincia di Bolzano: nella stagione invernale 2007/2008 sono stati 1.253 gli arrivi e 8.924 le presenze dal Portogallo, nella stagione invernale 2008/2009, invece, vi sono stati 1.833 arrivi e 11.197 presenze, che dunque sono cresciute del 25,47%.

- Tipo di alloggio preferito



Secondo un'indagine realizzata da AHP- Associação de Hotelaria de Portugal nel gennaio del 2009, tra le tipologie di alloggio preferite dai turisti portoghesi, l'albergo è il più richiesto (43,4%), seguito da case di familiari o amici (15,89%), aparthotel (11,5%), pensioni (8,29%), appartamenti (6,38%), campeggi (5,32%), agriturismo (4,02%) e seconde case (1,6%).

La scelta di case di amici e familiari, così come quella di appartamenti e seconde case, si verifica essenzialmente nei Paesi di forte immigrazione portoghese: Francia, Germania, Svizzera Benelux.

Per quanto riguarda l'Italia, l'Istat rivela che il maggior numero di presenze nel 2007 (295.303) si è registrato negli alberghi di 4 o 5 stelle, seguiti da quelli a 3 stelle (219.590). Rispetto al 2006, nel 2007 il numero di presenze in alberghi a 4 o 5 stelle è aumentato del +15,58%, mentre il numero di presenze in alberghi di 3 stelle è aumentato del +11,62%.

I dati forniti dall'Istat rivelano inoltre che gli esercizi complementari preferiti dai portoghesi continuano ad essere i campeggi, seguiti dagli alloggi in affitto. Le presenze nei campeggi, però, nel 2007 sono diminuite da 39.878 a 39.596 (-0,71%). Le presenze in alloggi in affitto, invece, sono aumentate: da 31.133 a 34.444 (+10,64%)

- Mesi preferiti per i viaggi

Il periodo dell'anno in cui la maggior parte dei portoghesi viaggia coincide con il periodo delle vacanze, soprattutto estive. Essendo, però, l'arte il prodotto turistico preferito, il flusso turistico dal Portogallo è piuttosto regolare.

Guardando ai dati pubblicati dall'INE, si nota che verso l'Italia la maggior parte delle partenze di turisti portoghesi sono avvenute, nel 2007, nei mesi di maggio (8.700) e Settembre (9.300), mentre i mesi che hanno fatto registrare un minor numero di partenze sono gennaio (5.700) e, stranamente, agosto (4.100).

Nel 2006, invece, i mesi con meno partenze verso l'Italia sono stati febbraio (5.300) e dicembre (5.300), mentre quelli che hanno fatto registrare il maggior numero di partenze sono stati aprile (14.000), giugno (10.800) e settembre (10.400)

- Fonti di informazione preferite

Stampa specializzata, cataloghi e siti web le fonti di informazioni preferite; agenzie di viaggio ed internet i canali maggiormente utilizzati.

- Canali utilizzati

In Portogallo il settore del turismo organizzato sta attraversando una fase di profonda trasformazione; si registra un accorpamento dei grandi T.O. Per quanto attiene all'organizzazione del viaggio si registra un aumento dei viaggi organizzati ed una maggiore utilizzazione dell'offerta contenuta nei vari cataloghi, pur con la richiesta di una maggiore flessibilità ed adattabilità al cliente.

Per l'immediato futuro si prevedono peraltro maggiori prenotazioni tramite internet, la richiesta di un'offerta sempre più flessibile ed adattabile al cliente; un aumento dei viaggi in aereo, soprattutto per effetto dell'aumento di collegamenti diretti tra Italia e Portogallo ad opera delle compagnie low-cost.

## II.C. Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione “Italia”

<b>Punti di forza</b>	<b>Punti di debolezza</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualità dei prodotti turistici</li> <li>- Grande varietà, sia geografica che di prodotti turistici</li> <li>- “Appeal del marchio Italia”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mancanza di standard omogenei nel settore alberghiero</li> <li>- Poca efficienza delle infrastrutture</li> <li>- Rapporto qualità/prezzo nel settore alberghiero</li> <li>- Mancanza di grandi parchi tematici conosciuti all'estero</li> <li>- Mancanza di collegamenti aerei con Lisbona da parte di Alitalia</li> </ul>
<b>Opportunità</b>	<b>Rischi/Difficoltà Potenziali</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento e potenziamento delle rotte low-cost da Lisbona, Oporto e Faro ad opera di Easyjet e Ryanair</li> <li>- Ripresa dell'economia internazionale</li> <li>- Progressivo aumento della presenza italiana presso la stampa di settore e i cataloghi degli operatori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Possibilità che alcune rotte low-cost diventino esclusivamente estive</li> <li>- Possibile riduzione di collegamenti aerei da parte di TAP conseguenti a politiche di contenimento della spesa</li> <li>- Contrazione del PIL e aumento della disoccupazione</li> </ul>

## III. Obiettivi

- Prodotti turistici tradizionali – mantenimento/consolidamento competitività

I prodotti turistici maggiormente apprezzati dal turista portoghese sono le città d'arte e quelle città che riescono a combinare l'aspetto culturale con quello ricreativo/di affari come Milano. Per consolidare la competitività di questi prodotti bisogna puntare sulle visite di breve durata, in quanto accessibili ad un pubblico più vasto, essendo le città d'arte tradizionalmente più care rispetto ai prodotti turistici di nicchia. Particolarmente apprezzata dal turista portoghese sarà la possibilità di acquistare biglietti per la rete dei trasporti e tessere-museo prima della partenza.

- Prodotti turistici di nicchia

Prodotti turistici di nicchia da potenziare sono il turismo eno-gastronomico e le vacanze orientate alla pratica di sport invernali. Il territorio italiano, pur disponendo di comprensori sciistici di grande qualità, non è in grado di attrarre il turista portoghese in quanto i prezzi praticati dagli hotels e i costi dei forfait per gli impianti di risalita sono nettamente superiori a quelli praticati dai mercati concorrenziali: Sierra Nevada, in Spagna, Andorra. Ciò avviene nonostante l'interesse da parte del turista portoghese e la potenziale facilità di dislocazione dai principali aeroporti del Nord-Italia, che dispongono di collegamenti low-cost con il Portogallo, verso le grandi mete del turismo invernale. A questo fine vanno rafforzati i rapporti con i tour operator locali, che si sono dimostrati molto ricettivi e interessati a potenziare questo segmento, possibilmente con azioni mirate di supporto alla commercializzazione.

I percorsi eno-gastronomici, invece, che dovrebbero essere adeguatamente pubblicizzati presso gli organi del settore, non godono di grande visibilità. Sarà quindi fondamentale dare maggior risalto a questo tipo di turismo presso la stampa specializzata.



- Destagionalizzazione

Il turismo portoghese, per via della grande disponibilità interna del prodotto turistico estivo, e della vicinanza della Spagna, che è la principale meta del turismo outgoing, si differenzia dal classico turismo stagionale. La varietà dell'offerta turistica italiana e l'importantissima presenza di numerose e rinomate città d'arte, garantiscono un flusso turistico piuttosto costante durante tutto l'anno. In quest'ottica è importante che continui ad aumentare la disponibilità di voli diretti, low-cost e non, tra il Portogallo e l'Italia.

- Promozione dell'Italia minore

Per la promozione dell'Italia minore, soprattutto delle aree naturalistiche e delle numerose piccole città d'arte bisogna puntare su una maggiore pubblicizzazione di tali prodotti, che in Portogallo risultano quasi sconosciuti ai più.

- Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud

Per la promozione delle Regioni dell'Italia del Sud è necessario diversificare l'offerta, aumentando la disponibilità di pacchetti che tocchino più regioni, essendo queste più adatte a viaggi di maggiore durata. Da evidenziare il riscontro molto positivo segnalato dagli operatori locali che hanno programmato la Sardegna durante l'estate.

- Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico

Nuovi bacini di utenza andranno ricercati in quelli che vengono definiti prodotti turistici di nicchia, e attraverso la diversificazione dell'offerta in base alle varie fasce di età: dalle vacanze orientate al wellness per i senior ai grandi avvenimenti per il pubblico giovane e ai parchi tematici per le famiglie.

- Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane

Considerando le possibilità offerte dal regime della libera prestazione di servizi, esistente nei paesi della Unione Europea, gli operatori italiani hanno la possibilità di divulgare direttamente i loro packages sui media portoghesi o mediante la realizzazione di workshop in Portogallo (Lisbona e Porto) diretti alle agenzie di viaggio e stampa specializzata. Di grande importanza la presenza, diretta o tramite corrispondenti portoghesi, alla Borsa del Turismo di Lisbona.

### **Bibliografia**

- [http://www.istat.it/dati/dataset/20090119\\_00/](http://www.istat.it/dati/dataset/20090119_00/)
- [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_bo ui=5910650&DESTAQUESTema=55581&DESTAQUESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_bo ui=5910650&DESTAQUESTema=55581&DESTAQUESmodo=2)
- [http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp\\_estero/altre\\_stat/turismo-int](http://www.bancaditalia.it/statistiche/rapp_estero/altre_stat/turismo-int)
- <http://www.bportugal.pt/EstatisticasWEB/>
- [http://www.rhturismo.net/index.php?option=com\\_content&task=view&id=615&Itemid=63](http://www.rhturismo.net/index.php?option=com_content&task=view&id=615&Itemid=63)
- <http://www.publituris.pt/2008/08/01/mulheres-portuguesas-preferem-italia-e-homens-elegem-franca/>
- <http://www.cafeportugal.net/resources/3/files/artigos/files/ViagensDosPortugueses%281%29.pdf>