



**TRADE NEWS**

➤ **Budget summary: Key points from Jeremy Hunt's speech, [BBC](#)**

Algumas das medidas anunciadas por Jeremy Hunt na apresentação do orçamento.

O último orçamento antes das próximas eleições a terem lugar ainda este ano.

- As Finanças prevê para 2024 um crescimento da economia do RU de 0,8%, e 1,9% no próximo ano;
- Crescimento de 2% previsto para 2026, sendo 1,8% em 2027 e 1,7% em 2028;
- Prevê-se que a taxa de inflação do RU caia abaixo da meta de 2% até junho, e uma queda para 1,5% no próximo ano;
- A dívida pública, excluindo a dívida do Banco de Inglaterra, deverá ser de 91,7% do PIB este ano, aumentando para 92,8% no próximo ano;
- Os gastos gerais do governo crescerão 1% em termos reais nos próximos cinco anos;
- O orçamento do NHS aumentará £2,5 mil milhões no próximo ano.

<https://obr.uk/efo/economic-and-fiscal-outlook-march-2024/>



➤ **The UK economic outlook is bleak, think tanks warn, with tough choices for the next government, [here](#)**

Analistas económicos afirmam que quem quer que ganhe as eleições vai enfrentar escolhas muito difíceis em matéria de impostos e despesa pública. Terão de lutar contra cortes de gastos implausíveis e reiniciar o crescimento económico sustentado – a única via para acabar com a estagnação.

As sondagens mostram que o Partido Conservador, no poder desde 2010, se encaminha para uma das maiores derrotas de sempre. Tudo indica que o PM Rishi Sunak optará por ir a eleições no outono ao mesmo tempo da eleição presidencial EUA.

A economia britânica sofreu um abalo enorme em resultado da pandemia e da crise do custo de vida após a invasão da Ucrânia. A dívida do país está perto do nível máximo dos últimos 60 anos, acima de 90%.

Analistas referem que tanto o governo como a oposição estão juntos numa conspiração de silêncio ao não reconhecerem a gravidade das escolhas e compromissos que vão ter de ser feitos.

### **Férias na Europa - britânicos enfrentam desafios, designadamente:**

#### ➤ **Spain tourist backlash: Britons 'will take money elsewhere' as Spain proposes new rules on UK tourists, [here](#)**

Anuncio de que os bares e restaurantes espanhóis vão encerrar mais cedo gera reações adversas e alguns britânicos a dizerem que irão boicotar o destino.

#### ➤ **Tourists traveling to Ibiza without accommodation could be fined 8.000 euros, [here](#)**

Sem uma carta-convite ou quem ficar com amigos, em vez de ficar num hotel ou apartamento alugado, poderá enfrentar uma multa pesada.

As regras mudaram após a saída do RU da UE, com o limite de permanência de 90 dias.

#### ➤ **Greece travel warning for UK tourists visiting beaches this summer, in [metro](#)**

A Grécia introduz novas regras na gestão do acesso público à costa com o objetivo de tornar a experiência mais organizada e sustentável, designadamente:

- 70% das praias devem estar livres de espreguiçadeiras para evitar a sobrelotação. Em áreas protegidas esse valor pode aumentar para 85%;
- Aplicada uma distância mínima de 4m entre as espreguiçadeiras e a linha costeira;
- 50% das praias do país devem ser acessíveis ao público gratuitamente;

O **preço das férias e viagens aumentaram**. Os destinos mais populares – incluindo Espanha, França e Portugal – aumentaram dramaticamente de preço.

Voos para Menorca registam o maior aumento – onde os preços médios dos voos dispararam de £178 em 2020 para £291 (um aumento de 63%).

No site de comparação Hopper, as viagens para Barcelona também aumentaram cerca de 30%, passando de £143 para £187.

Espanha, em geral, regista grandes aumentos de preços, com Málaga a subir 28%, Ibiza 17% etc

#### ▪ **Aito's Travel Insights report shows rise in consumer desire to travel, in [Travel Weekly](#)**

Conclusões:

- aumento consistente (15%) no número de consumidores que pretendem viajar este ano e em 2025, apesar dos aumentos dos preços das férias;
- Grupo objeto da pesquisa são pessoas maduras e resilientes financeiramente, 80% com mais de 50 anos e 66% com mais de 60 anos;
- A faixa etária de 55 a 75 anos será mais populosa na próxima década, já que a última onda de Baby Boomers, nascidos de 1946 a 1964, chegará aos 60 anos este ano;
- Destinos: 87% viajam no RU, 90% para a Europa e 70% para fora da Europa;
- O preço das férias não surgiu como uma questão importante, pelo menos no curto prazo;

- 95% dos entrevistados afirma que a sua situação financeira era média ou acima da média e mais de 90% refere que a sua situação financeira permaneceria a mesma ou melhoraria no próximo ano;
- 85% dos entrevistados veem as viagens como uma parte “essencial” do seu estilo de vida, e 78% afirma continuar a pagar mais por uma experiência melhor.

➤ **Travel Counsellors reports record February sales, in [Travel Weekly](#)**

Travel Counsellors reporta o melhor fevereiro de sempre, devido ao aumento nas reservas de cruzeiros e a um incentivo oferecido “Fab Feb”. Vendas atingiram £60 milhões em fevereiro, um aumento de 20%, tornando-o o melhor fevereiro nos 30 anos de história da empresa.

As reservas de cruzeiros, que agora representam quase 15% das vendas de lazer na Travel Counsellors, aumentaram em fevereiro quase 40% em relação ao ano anterior.

➤ **New UK tour operator launches with bargain holidays to Spain, Turkey and Greece from £311pp – and deposits are just £50, in [The Sun](#)**

Novo operador [Holiday Best](#) lança-se no mercado de férias no UK e diz-se pronto para revolucionar a indústria com uma oferta nova e transparente para destino populares como Turquia, Grécia, Espanha e Egito. Atualmente, os turistas podem reservar viagem com um depósito de £50 / pessoa (depósito mais baixo do mercado).

➤ **How will the UK budget impact travellers? Air Passenger Duty: everything you need to know about the tax increase on UK flights, in [CNTraveller](#)**

Chanceler Jeremy Hunt anunciou um novo imposto que terá impacto directo sobre os viajantes no Reino Unido. O Imposto (APD) está em vigor desde 1990 e agora será aumentado de acordo com a inflação. Isto significa que os passageiros em voos RU terão de pagar mais ao saírem de férias.

➤ **Half of Atol renewals still due as April deadline looms, in [Travel Weekly](#)**

A CAA apelou aos titulares de Atol que necessitam de licenças renovadas até 1 de abril para apresentarem pedidos urgentemente. 50% dos que precisam de renovar ainda não apresentarem pedidos e a Pascoa está a porta. As empresas que não apresentem as renovações a tempo podem “perder” temporariamente o seu Atol, o que significa que não podem vender férias protegidas pelo Atol sem violar os regulamentos. Entretanto o corpo juridico da ABTA refere que a CAA está a impor um nivel de alterações que é exagerado.

➤ **Rail recovery reflected in Trainline sales surge, in [Travel Weekly](#)**

Trainline reporta aumento de 22% nas vendas líquidas para £ 5,3 biliões no ano, até fevereiro.

As vendas de bilhetes ao consumidor no Reino Unido, no valor de £3,5 mil milhões, aumentaram 23% em relação aos 12 meses anteriores, enquanto as vendas internacionais cresceram 14%, ultrapassando £1 mil milhões.

Trainline é um sucesso tecnológico britânico que ultrapassou as fronteiras para se tornar na aplicação ferroviária mais utilizada na Europa.

O responsável da Trainline afirma que superaram as expectativas este ano, crescendo fortemente no Reino Unido e em todo o continente, com vendas de bilhetes ao consumidor internacional de mais de mil milhões de libras. Mais refere que o crescimento foi mais rápido nas viagens domésticas dos espanhóis, que duplicaram ano após ano. A quota de mercado da Trainline continua a aumentar em rotas importantes como Madrid-Barcelona, 3ª rota mais popular em todos os países, incluindo o RU.

### ➤ **Spain ready to pitch new tourism strategy to UK holidaymakers, in [TTG](#)**

Espanha reposiciona-se na comunicação e estratégia promocional no RU.

Um destino sustentável, inclusivo, com destaque para a sua cultura, história e gastronomia tem sido o foco da comunicação de Espanha no RU desde o pos-covid, especialmente dirigida aos agentes e operadores turísticos. Anuncia agora que a sua mensagem e target vai ser alargada aos consumidores, com vista a atingir os turistas mais ricos e mais velhos.

Recuperação rápida de Espanha com 85 milhões de turistas em 2023, um aumento de 2% em relação aos níveis de 2019. O número de turistas do Reino Unido, no entanto, caiu 16% em termos anuais no ano passado e 3,8% face a 2019, enquanto as estadas médias diminuíram de 7,29 dias em 2019 para 6,91 dias em 2023.

Apesar das estadias mais curtas, os britânicos têm gasto mais, contribuindo com 20 mil milhões de euros (17 mil milhões de libras) para os 108,7 mil milhões de euros gastos pelos turistas em Espanha em 2023, um aumento de 12% em comparação com 2019.

Objetivo atual: promover destinos menos conhecidos e experiências culturais, de luxo e gastronomia e vinhos de maior valor acrescentado.

Eventos a reter. Oviedo – capital da gastronomia de Espanha em 2024 – e celebrações do ano do Jubileu na cidade Caravaca de la Cruz, em Múrcia.

Sustentabilidade e inclusão são outro foco em 2024 com vários eventos planeados à volta da economia circular, biodiversidade, acessibilidade e inclusão.

Earlier this month, Spain recruited [British Paralympic wheelchair basketball champion Ade Adepitan as](#) ambassador for its #SpainForAll accessibility campaign.

### ➤ **The Remarkable Growth of Spain's Tourism Industry, in [Aviation source news](#)**

Segundo dados da Turespanha, Fevereiro deu continuidade à tendência positiva observada no início do ano, com um aumento substancial de passageiros internacionais (crescimento anual de 18,1%, atingindo uns surpreendentes 6,3 milhões de passageiros). Cerca de 57,3% desses passageiros são da UE, registando um aumento de 19,1%. Os restantes 42,7% do resto do mundo, com uma taxa de crescimento de 16,8%. Fevereiro apresentou várias tendências importantes que contribuíram para o crescimento do turismo em Espanha. O crescimento mais elevado foi observado em Países como a Polónia (84,8%), Irlanda (27,3%), Suíça (24,2%) e Itália (21,4%).

Vários mercados contribuíram para o aumento do turismo em Espanha no mes de Fevereiro. O RU emergiu como um contribuinte chave ao gerar 19,9% do fluxo total de chegadas, com 1,3 milhões de passageiros internacionais. As Canárias destacam-se como destino principal, atraindo 40,1% de britânicos, com uma parcela significativa optando por low cost.

A Alemanha também demonstrou um crescimento robusto, com mais de 800K chegadas em Fevereiro, representando 12,7% do total. Itália registou um crescimento substancial, representando 9,8% do fluxo de passageiros, com destaque para a Catalunha e Madrid.

➤ **Brexit dividend being squandered with UK missing chance to be ‘shopping capital of Europe, in [Express](#)**

O financiamento do governo central para o desenvolvimento e promoção do turismo no RU é um dos mais baixos dos principais destinos turísticos globais do mundo, com um gasto de apenas £0,81/pessoa, em comparação com uma média de £5,88 nos outros 9 destinos concorrentes pesquisados.

Como resultado do baixo nível de investimento em marketing e promoção internacional, o RU obtém apenas £391/pessoa em receitas provenientes de visitantes estrangeiros, em comparação com uma média de £689.

---

## **ESTUDOS & BUSINESS INTELIGENCE UK**

➤ **Leading travel agencies in the United Kingdom (UK) as of February 2024, by number of travel shops, in [statista](#)**

Hays Travel, o agente de viagens RU com o maior número de lojas a operar 494 pontos de venda. A TUI e os Agentes Independentes da ABTA seguem-se, com 326 e 277 lojas, respectivamente. Entretanto, em 4º lugar está a Advantage, que com Advantage Travel Partnership e torna o principal consórcio de agências de viagens independentes do RU.

### **TUI is one of the largest ATOL-licensed tour operators in the UK**

Part of the German-based travel and tourism group [TUI AG](#), TUI UK is one of the major players in the travel agency and tour operator industry in the United Kingdom. As of February 2024, the firm ranked as one of the [leading ATOL-licensed tour operators in the UK based on the number of passengers licensed](#). Although the group was heavily impacted by the onset of the coronavirus (COVID-19) pandemic, the [annual revenue of TUI UK Limited](#) bounced back in 2022 to nearly equal the five billion British pounds generated in 2019.

### **How big are the travel agency and tour operator markets in the UK?**

The [market size of the travel agency industry in the UK](#) also showed signs of recovery in 2022, after falling dramatically due to the health crisis. That year, this industry's market size was estimated at just under 17 billion British pounds, remaining below pre-pandemic levels. Meanwhile, the [market size of the tour operator industry in the United Kingdom](#) amounted to approximately nine billion British pounds in 2022.

➤ **10 best last-minute travel websites, in [The Independent](#)**

➤ **Pace of travel industry transformation to accelerate finds Amadeus research, in [Breaking Travel News](#)**

A pesquisa da Amadeus, Travel Technology Investment Trends, revelou uma forte tendência de investimento no setor de viagens em 2024, com 91% das empresas inquiridas a afirmar uma expectativa forte de aumento no investimento. Esta pesquisa abrangente é feita ao longo de todo o setor e em 1 mercados. Ele avalia intenções de investimento e prioridades tecnológicas para companhias aéreas, aeroportos, hotéis, agentes e operadores turísticos (online, negócios e lazer). Report disponível para download.

➤ **Study commissioned into sustainable future of cruise industry, in [Travel Weekly](#)**

Pesquisa feita pela Clia no sentido de orientar o setor de cruzeiros em direção a um futuro sustentável. O objectivo é mapear as necessidades energéticas, infra-estruturas e regulamentações em tempo real com “cenários prospectivos” que se estendem até 2050.

➤ **How forward-thinking firms are rewriting the capitalist rulebook, in [Positive News](#)**

---

## **EVENTOS TRADE NO REINO UNIDO**

Travel & Tourism Events in the UK - [here](#)

[Upcoming Events 2024 – Travel Gossip - Here](#)

Road shows 2024 [Here](#)

2024 Calendar [Travel Bulletin - Agents](#)

Travel Bulletin hosts the UK travel trade's most educational and enjoyable travel agent training events. Over the past 10 years, we have hosted a series of themed showcases, bringing together key suppliers with proactive and savvy travel agents.

Travel Showcases deliver a wealth of product knowledge but it's not all work, work, work...we lay on some generous hospitality, in the form of a meal, drinks, entertainment and an unbeatable range of stellar prizes. A sizeable proportion of you have walked away with such prizes including luxury resort stays, hampers, flight tickets, FAM trip places, shopping vouchers and more.

2024 Calendar [Travel Bulletin - Webinar](#)

2024 Calendar [travel weekly](#)

---