

GASTRONOMIA E PATRIMÓNIO HISTÓRICO SÃO OS DOIS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA VISITAR LISBOA

Enquanto parceiro do sector do turismo, o Europcar Mobility Group em Portugal elaborou um estudo junto dos turistas, que visitam a capital portuguesa. A gastronomia e o património histórico destacam-se como as principais motivações para conhecer Lisboa, uma experiência quase sempre positiva (77%) e que faz da cidade um destino a repetir para mais de 80% dos inquiridos.

Lisboa, 29 de outubro de 2019 – Os turistas que visitam Lisboa têm como principais motivações a gastronomia e a história.

Esta é a conclusão de um estudo levado a cabo pelo Europcar Mobility Group Portugal, líder em aluguer de automóveis em Portugal e na Europa, e um dos principais players no setor da mobilidade.

Como principais factores para a decisão de conhecer a cidade das 7 Colinas, os inquiridos destacaram “a comida” (6,3) e “o património histórico” (5,7). Só depois surge “o clima” (5), quase ex-áqueo com “a proximidade às praias” (4,9).

Para saber mais sobre Lisboa, os turistas recorrem à pesquisa na internet (70%), embora 1 em cada quatro optasse pelos tradicionais guias de viagem (25%) e 22% tenha confiado nas recomendações de amigos que já tinham visitado a capital.

Já quando questionados sobre quais os aspectos que mais marcaram e valorizaram a visita a Lisboa, mais de metade (54%) destacou a hospitalidade dos portugueses.

O clima português ocupa a segunda posição, com 36% dos inquiridos a dar uma forte importância ao bom tempo que se faz sentir em Lisboa, e a comida, assim como a atmosfera/vida na cidade a marcaram a experiência de 33% dos turistas.

Entre os pratos típicos que provaram na capital alfacinha o Bacalhau é o grande vencedor, reunindo 30% das preferências. Logo depois seguido dos afamados pasteis de Belém (17%) e do marisco português (16%).

O que a maioria dos turistas mais apreciou em Lisboa foram as “paisagens, beleza natural e atmosfera” (30%), mas em segundo e terceiro lugar eis que surgem “a comida” (28%) e “o património histórico e monumentos” (24%), factores iniciais de motivação para a visita da cidade que não defraudaram as expectativas dos inquiridos.

Um em cada dez inquiridos selecionou ainda a oferta cultural.

Dois em três inquiridos referiu ter visitado monumentos quando da estadia em Lisboa, 67%, contra 33% que não visitou qualquer monumento. Em contrapartida, a maioria (66%) afirmou não ter visitado museus versus 34% que optou por fazê-lo.

No Top 5 dos monumentos preferidos dos turistas, em posição destacada, está a Torre de Belém (52%), seguida do Castelo de S. Jorge (32%), do Mosteiro dos Jerónimos (30%), da Sé de Lisboa (23%) e do Panteão Nacional/ Aqueduto das Águas Livres, ambos em 5º lugar, com um empate.

Já no Top 5 dos museus, o MAAT ocupa o primeiro lugar (15%), seguido do Museu Nacional dos Coches (13%), do Museu Calouste Gulbenkian (12%), do Museu do Fado e Coleção Berardo, ambos

no quarto lugar (com 10%), e a Casa Fernando Pessoa.

Em relação a toda a experiência a maioria (77%) dá nota positiva, referindo não ter tido qualquer vivência negativa. Apenas um número pouco significativo (6%) menciona alguma situação negativa no alojamento.

Quando questionados se regressariam para novas férias em Portugal, a maioria (82%) afirmou “certamente”, 16% “talvez” e apenas 1% “que não”.

Nuno Barjona, *Head of Marketing and New Mobility da Europcar Mobility Group Portugal*, afirma que “o Turismo tem na mobilidade um elemento fundamental e é nesta perspetiva que elaboramos este estudo, no sentido de nos posicionarmos cada vez melhor junto dos nossos parceiros deste sector estratégico para Portugal, mas também para percebermos quais as preferências de quem nos visita, prestar um serviço cada vez mais personalizado e potenciar o efeito positivo que, neste caso Lisboa e o contacto que os portugueses têm junto dos turistas”

E acrescenta que “o Europcar Mobility Group Portugal pauta a respectiva forma de estar no mercado por uma forte proximidade aos players que colaboram connosco e procura dar respostas, no que diz respeito à diversidade de soluções de mobilidade, para melhor corresponder à procura, sendo exemplo concretos desta postura a oferta de bicicletas – altamente apreciadas por ingleses, alemães, franceses -, mas também de scooters, automóveis mais fun, Chauffeur Service ou frota Selection, por exemplo”.

Enquanto parceiro-chave de mobilidade no sector do Turismo, o Grupo pretendeu, através deste estudo, conhecer melhor aquilo que leva os turistas a visitar a capital portuguesa.

O estudo Europcar Mobility Group em Portugal incidiu sobre os turistas que visitam Lisboa.

Todavia, alguns inquiridos revelaram um pouco mais acerca das cidades nacionais que também visitam, apontando como preferências, além de Lisboa, o Porto (60%), seguido de Fátima (19%) e Coimbra (15,2%).

Caracterização dos inquiridos

A maioria dos respondentes tinha entre 25 e 55 anos. 40% das respostas foram de mulheres e 60% de homens. 31,3% respondeu estar em Lisboa há 7 dias, 30% há 3 dias e 22,2% há 8 ou mais dias. Apenas 16% respondeu estar em Lisboa há menos de 3 dias.

Sobre a Europcar

O Grupo Europcar é um dos principais players nos mercados de mobilidade e está cotado na Euronext Paris. A missão do Grupo é ser uma alternativa atraente à propriedade do automóvel, oferecendo uma vasta gama de soluções de mobilidade: aluguer de carros, carrinhas e furgões, serviço de motorista, carsharing ou peer-to-peer. A satisfação do cliente está no cerne da missão do grupo e de todos os seus funcionários. É este compromisso que alimenta o desenvolvimento contínuo de novos serviços.

O grupo opera através de várias marcas atendendo a todas as necessidades específicas do cliente Europcar® - o europeu.

Líder em serviços de aluguer de veículos, a Goldcar® - é a maior empresa de aluguer de carros de baixo custo da Europa, InterRent® - marca que oferece a melhor relação preço qualidade orientada para clientes de lazer e Ubeeqo® - uma empresa europeia especializada em frotas e soluções de mobilidade tanto para o mercado corporate como para clientes finais.

O Grupo oferece soluções de mobilidade em todo o mundo através de uma extensa rede em 130 países e territórios (incluindo 14 subsidiárias integrais na Europa e 2 na Austrália e Nova Zelândia, franqueados e parceiros).

Para mais informações, contacte por favor:

Isabel Fernandes - isabel.fernandes@europcar.com

Agency: Generator Abigail Vistas – abigail.vistas@generator.pt

Tel.: +351 916406948