

## **VIII Legislatura**

### **II Sessão Plenária**

**Horta, 26 de Janeiro de 2005**

**Grupo Parlamentar do Partido Socialista**

**Deputada Ana Isabel Moniz**

**Assunto: Bolsa de Turismo de Lisboa**

*Senhor Presidente da Assembleia, Senhoras e Senhores Deputados, Senhora e Senhores Membros do Governo Regional,*

Esteve a decorrer a 17<sup>a</sup> edição da Bolsa de Turismo de Lisboa, nas instalações da Feira Internacional de Lisboa, no Parque das Nações, entre os dias 19 e 23 de Janeiro.

Este ano, e pela primeira vez, a única grande feira do sector do turismo realizada em Portugal foi visitada pelos deputados da Sub-Comissão de Economia, da Assembleia Legislativa Regional dos Açores.

Este evento constitui uma oportunidade singular de tomar conhecimento das potencialidades da oferta turística do nosso país, através da promoção turística que dele é feita no mercado interno, por intermédio de representantes de entidades oficiais, organizações associativas, autarquias e operadores turísticos, que o consideram um importante centro de negócios, pela possibilidade que representa de estabelecerem novos contactos ou de publicitarem as mais recentes novidades em termos dos produtos e serviços que têm para oferecer. De igual modo, marcam presença, nesta feira, todos os agentes estrangeiros do sector que pretendem divulgar os seus destinos turísticos em Portugal.

O certame, que tem o mérito de conciliar o público em geral com os profissionais, contou com numerosas participações, que foram agrupadas em cerca de 350 stands, organizados em quatro pavilhões distintos:

- No pavilhão 1, com 96 stands, encontravam-se os operadores turísticos, agências de viagens, companhias aéreas e outras empresas de transportes, associações de turismo, hotéis e golfe;

- No pavilhão 2, com 108 stands, estavam representadas as regiões de turismo, câmaras municipais, associações e juntas de turismo, para além de hotéis, unidades de turismo no espaço rural, empresas de animação turística, escolas profissionais e imprensa especializada;
- O pavilhão 3, com 116 stands, constituía a área internacional, com representações de diversos países, aglomeradas em quatro continentes: América, Ásia, África e Europa;
- Por fim, o pavilhão 4, com 32 stands, era dedicado à gastronomia e às actividades culturais.

A par da exibição dos stands, decorreu, no recinto da FIL, um conjunto de manifestações paralelas, que incluíram seminários, reuniões, lançamento de livros e conferências de imprensa, bem como actividades nos stands, desde provas gastronómicas, até mostras de artesanato e interpretações de folclore e de música tradicional.

A Região Autónoma dos Açores mostrou-se em força na BTL, marcando presença com diversos stands, tanto da responsabilidade de organismos associativos e autarquias, como da SATA Internacional, de hotéis e de agências de viagens e turismo, para além da Verdegolf, integrada nos stands da Federação Portuguesa de Golfe. A Região espera, deste modo, atrair turistas nacionais com a oferta de um vasto leque de produtos, que vão desde a curta estadia até ao circuito pelas ilhas, passando pelo atractivo do turismo de natureza, turismo rural, golfe, turismo de saúde e termalismo e turismo de congressos (o MICE), desta feita perante a nova e acrescida oferta de equipamentos neste domínio, tanto em S. Miguel, com o Teatro Micaelense, como na Terceira, com o Centro Cultural e de Congressos de Angra do Heroísmo.

De destacar, neste contexto, o stand promocional da Associação de Turismo dos Açores, que foi considerado como um dos melhores da feira, tendo conquistado uma menção honrosa, pelo reconhecimento da sua qualidade estética e funcional. Efectivamente, tratou-se de um projecto inovador, que, numa área de 325 metros quadrados, englobava uma estrutura com um farol típico das ilhas e 24 módulos, em

forma de barco à vela, que foram colocados à disposição das empresas, mediante inscrição. Refira-se, ainda, que este stand já incluía imagens da nova campanha promocional dos Açores que vai ter início no próximo mês de Abril e que representa um investimento de cerca de 10 milhões de euros.

As seis câmaras municipais da ilha de S. Miguel estiveram, pela primeira vez, representadas num único stand, promovendo manifestações culturais ao longo de todo o evento. Por seu turno, a Associação Regional de Turismo, representativa das cinco ilhas do Grupo Central, a que correspondem nove autarquias, também decidiu assumir, pela primeira vez, uma representação única, embora Angra do Heroísmo, Velas e os municípios de S. Jorge tivessem optado por dispor de pavilhões próprios, a fim de promoverem o centro de congressos e os vinhos e queijos, respectivamente.

***Senhor Presidente da Assembleia, Senhoras e Senhores Deputados, Senhora e Senhores Membros do Governo Regional,***

O turismo nos Açores tem crescido a um ritmo assinalável nos últimos anos. Foi a Região do país que mais cresceu em termos de dormidas e de receitas nos últimos seis anos. De acordo com os dados do Instituto Nacional de Estatística para o período de Janeiro a Novembro de 2004, as dormidas nos Açores aumentaram 20,3% e as receitas 18%, em relação ao ano anterior. É preciso dizer que o crescimento da oferta de alojamento e de animação turística se justificou, pois os Açores “estão na moda”, mas igualmente importa sublinhar o inquestionável o êxito das campanhas promocionais que Região tem vindo a implementar, a par da concretização de novas ligações aéreas directas aos principais mercados emissores.

Começando por referir as novidades no domínio do transporte aéreo, no próximo mês de Fevereiro será iniciada a segunda ligação aérea directa semanal à Dinamarca; em Março, começa a realizar-se a ligação à Finlândia; em Abril, a ligação regular a Londres, a efectuar pela SATA Internacional, que trouxe cerca de centena e meia de operadores turísticos, agentes de viagens e jornalistas britânicos aos Açores, no final de 2004. Estes são mercados ainda a consolidar. Contudo, a atenção do Governo Regional está já a dirigir-se para outros mercados, como a Holanda, a Irlanda, a França, o Canadá

e os Estados Unidos. Os fluxos da Espanha, da Alemanha e do Canadá cresceram 50% no ano de 2004 e as perspectivas para o ano em curso são boas, atendendo ao trabalho que tem sido efectuado através da participação em feiras e da intensificação dos contactos com os operadores turísticos desses países.

Quanto à promoção turística da Região, a nível interno, à campanha da “Natureza Viva” vai suceder-se a da “Natureza Mágica”, recentemente apresentada pelo Secretário Regional da Economia, em conferência de imprensa realizada na BTL, onde foi projectado um novo filme promocional dos Açores, com a duração de 20 minutos. Esta nova campanha de promoção turística irá arrancar no mercado nacional em Abril, com *spots* na televisão, anúncios em revistas da especialidade e *outdoors* a serem colocados em todas as capitais de distrito. Será efectuada outra campanha em Julho, dirigida ao “Last minute” e outra em Outubro, direccionada para o Turismo Sénior, com facilidades especiais em termos de preços de transporte aéreo, hotéis e *rent-a-car*.

Para além destas acções a nível interno, merecem especial referência as acções programadas para os mercados externos, ao abrigo do Plano de Actividades da Associação de Turismo dos Açores, aprovado junto dos organismos de turismo do Governo da República, no âmbito do modelo da contratualização. Estas incluem a participação em feiras e *workshops* internacionais, a mediatização do destino e acções e incentivos a prescritores e *brokers*, além da criação de um banco de imagens, da concepção de materiais promocionais, da concepção de um sítio do turismo dos Açores na Internet (que já está a funcionar), só para citar os aspectos mais relevantes.

Importa dizer que parte das acções constantes deste plano são co-financiadas pelo IFT e pelo PIQTUR e outras são financiadas exclusivamente pela Associação de Turismo dos Açores.

A todo este investimento acresce a aprovação recente de candidaturas dos privados aos sistemas de incentivos de apoio à promoção turística, no valor de dois milhões de euros, que irão contribuir inegavelmente para o aumento da notoriedade do destino Açores no exterior.

*Senhor Presidente da Assembleia, Senhoras e Senhores Deputados, Senhora e Senhores Membros do Governo Regional,*

A participação dos Açores na BTL é apenas uma pequena parte de uma vasta política promocional da Região, que se considera agressiva, ambiciosa e consistente. Está devidamente suportada por um Plano Operacional de Marketing, cujos resultados estão à vista. As acções promocionais têm sido direccionadas de forma prudente e consciente para novos mercados alvo. Este esforço resulta de uma reflexão estratégica que tem sido efectuada com a participação e em consonância com as aspirações dos agentes privados do sector e concertada com a criação de novas ligações aéreas directas para os Açores. O trabalho realizado, nos últimos oito anos, em matéria de turismo, tem sido proveitoso e merece ser continuado, para bem do desenvolvimento económico e social destas ilhas onde a Natureza é Mágica: os Açores!

Tenho dito!