

Turismo do Centro “Destino Convidado” da BTL 2013

A Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), o maior certame nacional deste sector fez 25 anos. Já com um milhão de visitantes no seu currículo, este ano, aproximou-se do milhar de expositores e conta ter mais de 60 mil visitas entre profissionais, investidores, curiosos, estudantes, investigadores e público em geral. Os pavilhões da Expo sucedem-se com diferentes

temáticas, autarquias, empresários, agentes de Portugal e de vários países do mundo criaram uma dinâmica de projecção e divulgação de tudo quanto têm de melhor, atractivo e chamativo no domínio da oferta turística. Com mais de 70% concentrada em Portugal não deixa de oferecer 36 destinos turísticos do mundo inteiro, aqui presentes com os seus representantes.

Desde o seu início, a BTL contou com 15 261 expositores e uma crescente visibilidade traduzida em dados tais como este: em 2012 as despesas dos turistas estrangeiros em Portugal aumentaram em 5,6%, o que se traduz num movimento de muitos milhões de euros, tornando este domínio muito apelativo para a geração de riqueza do país. Este ano a Bolsa de Tu-

“Promover em conjunto a nossa região com a presença de vários municípios”

Ouvimos Carlos Marta, que a convite do Turismo do Centro de Portugal, tal como tinha acontecido em edições anteriores, esteve presente na BTL 2013 com a CIM Dão Lafões

Quais os objectivos da vossa presença na BTL?

Conseguimos desta forma promover em conjunto a nossa região com a presença de vários municípios, que tiveram a oportunidade exactamente no dia da abertura oficial da feira, de apresentarem as suas potencialidades turísticas sobretudo ao nível do Termalismo, Gastronomia, Produtos Endógenos e Vitivinícola.

Qual o significado especial desta BTL para a nossa região?

Esta presença teve naturalmente um importante significado, porque o Turismo do Centro este ano foi “Destino Convidado”, da BTL e tinha

todo o sentido que a promoção nacional e internacional pudesse ser feita de uma forma integrada, procurando assim dar uma lógica de coesão territorial. Está por isso de parabéns o Turismo do Centro, o seu presidente Dr. Pedro Machado e sua equipa.

Ao mesmo tempo, a CIM Dão Lafões aproveitou a oportunidade, para apresentar oficialmente a certimónia, que se realizará em Setembro em Viseu de entrega dos “Prémios Europeus de Vias Verdes”, numa parceria há muito estabelecida com a Associação Europeia de Vias Verdes, e que tem permitido a realização das parcerias de promoção da Ecopista do Dão em termos internacionais. Em suma, um bom momento de promoção da Região Dão Lafões.

“Penedono é muito mais procurado durante todo o ano”



“Persistência e teimosia” as duas últimas palavras que ouvimos a Carlos Esteves, presidente da Câmara de Penedono. Que quer com isto significar, no contexto da vossa presença nesta edição da BTL?

Para continuar a afirmar um Concelho do interior de Portugal, um território cheio de potencialidades. Uma vez mais estamos com a temática histórica do nosso património, do mais rico que temos para, e passe a expressão, nos “pormos em bicos de pés” a dizer. Nos estamos aqui!

Esta é a vossa primeira presença na BTL? Já cá vimos há três ou quatro anos.

Enã retornou?

Não tenho meios concretos para o afirmar, mas sinto que, através dos nossos serviços de Turismo, Penedono é muito mais procurado durante todo o ano, em função também do que apresentamos no certame. Por exemplo, no ano passado, investimos nas armaz medievais e este ano com a nossa coleção de instrumentos de tortura medieval...

No fundo, sempre uma associação de Penedono à nossa História?

Sim. Sem dúvida nenhuma. É trabalhar no âmbito do Turismo juntando um pouco da fantasia. Uma fantasia associada à realidade da nossa História, tão bem

simbolizada na realidade do nosso Concelho pelo nosso castelo.

Que mensagem quer deixar com a presença de Penedono nesta BTL?

A Câmara faz um esforço muito grande para afirmar, mostrar e divulgar Penedono. Não, pode ser um trabalho individual, só da Câmara em si. Integra o município e muitos agentes económicos locais. É preciso um esforço conjunto e uma interiorização dos objectivos pelos quais é preciso lutar para chegarmos a bom porto. Não, podemos trabalhar de forma isolada e estour convicto, pelos sinais indicativos, de que ainda há muito que fazer, um longo caminho a percorrer, em conjunto, para alcançar os bons resultados desejados. Por isso, aqui estamos...



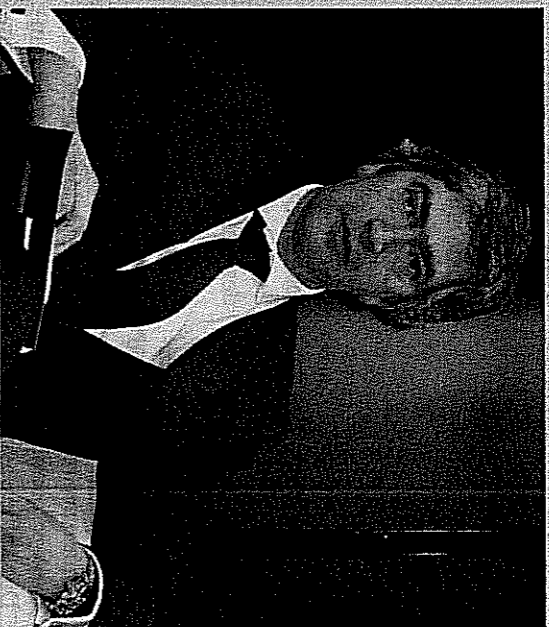
“2012, mais de 187 milhões de euros de receitas conquistadas no sector do turismo”

Qual a abrangência da presença do Turismo do Centro neste certame?

Caro Paulo e aos leitores do Jornal do Centro estamos a falar em Centro de Portugal e em 25 anos da Bolsa de Turismo de Lisboa o Turismo do Centro atinge o estatuto de Destino Nacional Convivado. Significa o reconhecimento do trabalho de muitos e muitos empresários da Região Centro. Significa o reconhecimento do trabalho desenvolvido pelas autarquias, pelos municípios que ao longo destes anos têm vindo a apostar no turismo como factor de desenvolvimento. Tem a ver também com esta capacidade que temos de envolvermos um destino, de criarmos uma verdadeira cultura de marca turística, que agora se vê reconhecida por aquilo que é a Liga do Turismo, na BTL, a maior e a única feira de turismo em Portugal que consagrou 2013 ao Centro de Portugal. E simultaneamente para nós também um estímulo, porque num período de crise que estamos a viver, nacional e internacional, podemos avançar no arranque de um ano civil como este com as contingências que todos conhecemos, como Destino Nacional, é para nós um estímulo e um grito de irrevincência para abraçarmos este desafio que é o desafio do desenvolvimento local e regional através do Turismo.

Que valências apresenta aqui o Turismo do Centro?

O Turismo do Centro apresenta nesta edição produtos estratégicos já consagrados, como o Termalismo, a saúde e bem-estar, o turismo



Pedro Machado, presidente do Turismo do Centro

patrimonial e cultural, o de sol e praia, o da gastronomia e dos vinhos, o dos incentivos, dos negócios e dos congressos; o náutico, o do golfe, mas particularmente com duas apostas novas: o turismo religioso – assinámos um protocolo com a Associação dos Caminhos de Santiago e com o Turismo de Espanha para desenvolvermos durante 2013 uma grande conferência à volta do Caminho Português de Santiago – quisemos também trazer para aqui o turismo médico agregado ao turismo de saúde e bem-estar, como um novo nicho de mercado, a par do turismo desportivo, ou seja, novos nichos para uma região essencialmente caracterizada pela diversidade.

Neste momento e com dois dias passados sobre a abertura que retiro creê estejam a ter?

A forma como nos posicionámos este ano na BTL, numa estrutura com 500 m², com 5 comunidades intermunicipais, com mais de 55 municípios que aqui esti-

veram e cerca de 30 empresas, viu reconhecido o seu esforço na consagração de todos os presentes, com os milhares de pessoas que passaram no stande do Centro de Portugal. Para além dessa dinamização, queremos que esta permanência e esta aposta estratégica no ano de 2013 tragam novas oportunidades para o Centro de Portugal. Queremos que os nossos empresários, os nossos operadores tenham boa oportunidade para estabilizarem novos negócios.

Queremos que as parcerias que fizemos com as comunidades intermunicipais, que têm vindo a revelar-se extremamente profícuas, pois são centenas de projectos apresentados diariamente no stande Centro de Portugal, venham também a traduzir-se numa consagração de um território mais atractivo, que combata as assimetrias regionais e que potencie a criação de riqueza.

No fundo, o Turismo do Centro está aqui a apresentar o melhor que a região tem para

oferecer...

É a nossa obrigação, é o nosso cartão-de-vista. Pensámos que uma região composta por territórios tão vastos, tão ricos e tão diversos, como a região de Viseu e Dão Lafões ou a região de Aveiro e a sua Ria, a região do Pinhal Interior Norte ou a região da Beira Baixa através da Beira Interior Sul ou a região de Coimbra e do Baixo Mondego... são regiões tão cerca umas das outras, mas todas elas tão potências de uma diversidade, de uma riqueza e de uma capacidade de integrar os produtos turísticos e por essa via, traduzimos isso numa vastíssima oferta de experiências turísticas.

Em termos materiais, estamos a falar de que quantias, estas geradas pelo turismo na Região Centro?

Estamos a falar em cerca de, partindo da actividade de 2012, mais de 187 milhões de euros de receitas conquistadas no sector do turismo, 16% de mão-de-obra activa. Dessas receitas, 65% são geradas essencialmente nas ratração e similares; 12,5% de volume de negócio conquistado através da hotelaria do alojamento, mas que, através das novas oportunidades que estão a ser geradas neste momento, podemos consagrar este factor como um factor verdadeiramente de desenvolvimento regional.

Qual o objetivo primordial que pretende atingir o Turismo do Centro?

Manter a fasquia dos 4 milhões de dormidas/ano; ultrapassarmos os 190 milhões de receitas em 2013 seguintes.

“Uma feira com grande representatividade junto do sector turístico”



João Azevedo, autarca de Mangualde

Qual o significado da BTL 2013 para o Concelho de Mangualde?

O município de Mangualde tem-se feito representar na BTL nos últimos anos por considerer que se trata de uma feira com grande representatividade junto do sector turístico. Trata-se de uma grande montra para que os operadores turísticos possam ver o que de melhor há para oferecer a todos aqueles que queiram visitar o concelho de Mangualde.

Este certame acaba por servir para promover o concelho e a região interior, rica também em oferta turística. Portugal não é só praias.

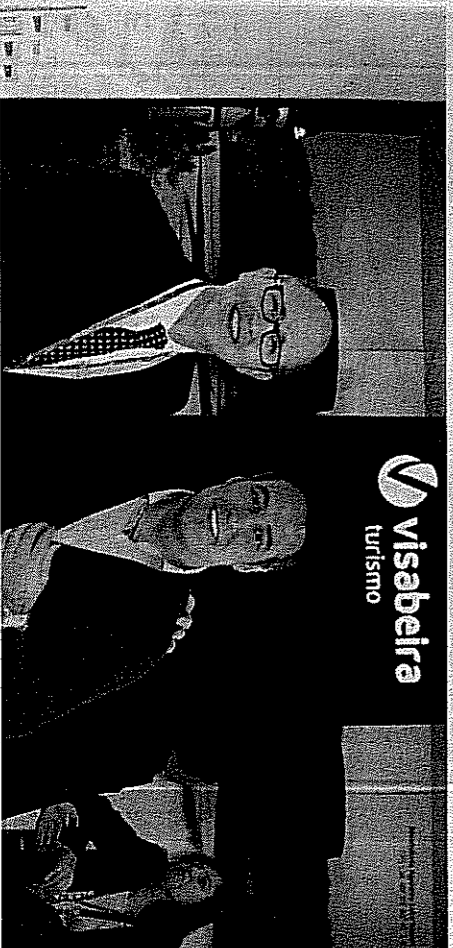
De que modo se fez representar?

O concelho de Mangualde fez-se representar numa parceria com a “Cidade d’Excelência Associação – turismo de Mangualde”. Num trabalho de grande oportunidade e qualidade criámos sinergias para que se pudessem apresentar na feira alguns dos melhores produtos do nosso concelho. Aqui, o trabalho dos associados da “Cidade d’Excelência Associação

– Turismo de Mangualde, foi determinante. Conseguimos levar à BTL um bocadinho dos cheirinhos da nossa gastronomia tradicional e costumes.

Qual o retorno que espera ter da sua presença na Feira?

O retorno de um certame destes nunca é quantificável, mas acreditamos que importante é estar presente a dar a conhecer a todos os visitantes da feira os nossos saberes e sabores. O turismo é um sector económico muito importante e como tal temos a obrigação de vender bem os nossos produtos. Hoje, a autarquia de Mangualde tem o privilégio de trabalhar em articulação com o sector privado e associativo local para a promoção do concelho. Trabalhamos de forma organizada, porque todos temos a ganhar e mesmo que o retorno não seja curto prazo, se houver determinação e persistência no que hoje fazemos bem, não temos dúvidas que os visitantes e turistas deste país escollherão Mangualde para passar as suas férias.



"Colocarmos S. Pedro do Sul naquilo que é o target principal do termalismo, a nível europeu"



Adriano Azevedo na sua dupla qualidade de vice-presidente da Região de Turismo do Centro e de Vereador da Câmara Municipal de S. Pedro do Sul. Primeiro, enquanto vice-presidente do Turismo do Centro que retorno espera ter para a nossa região com a presença na BTL?

O Turismo do Centro foi convidado como Destino para as comemorações destes 25 anos, logo a nossa responsabilidade e notoriedade teve um acréscimo substancial porque aparecemos, enquanto Destino Convidado com uma área muito mais alargada do que as outras entidades. Por outro lado, conseguimos encontrar parceiros à altura para nos localizarmos neste evento de uma forma muito capacitada, porque encontramos 5 CIMs disponíveis para serem nossas parceiras, que representam cerca de 50 municípios da região centro e estão aí com os seus produtos, com tudo aquilo que é emblemático no seu território em termos de turismo e de desenvolvimento económico. Paralelamente a isso, o mundo dos negócios vive muito das empresas e elas também estão aqui, no nosso stand, 30 empresas com uma variedade de negócios assinalável, desde o alojamento, animação, agências de via-

gens, termas... Temos aqui representações daquilo que há de melhor em termos de qualidade do produto turístico de território do centro e isto, na mostra principal daquilo que é o turismo nacional. Podemos encontrar nesta BTL aquilo que é o desiderato para que a entidade Turismo do Centro e o seu território possam subir alguns degraus na competitividade de um sector cada vez maior e na situação de crise económica que vivemos, sendo mais difícil, poderemos dar aqui um passo acrescido relativamente às nossas concorrentias no mercado nacional. No mercado internacional também nos posicionamos muito bem nesta feira, porque tivemos agendadas múltiplas reuniões com operadores internacionais, quer através das empresas, quer da Agência de Promoção do Centro, particularmente no mercado brasileiro, uma vez que tivemos 50 operadores brasileiros a visitar o território do centro e a reunir com estas mesmas empresas. Paralelamente tivemos o mercado alemão, espanhol, inglês, francês, tendo-se firmado vários negócios. Devemos continuar relativamente aos fluxos turísticos para Portugal e para a Região Centro que é aquilo que mais nos importa nesta conjuntura.

Enquanto vereador da câmara de S. Pedro do Sul, uma das mecas do termalismo nacional, quais as vantagens da vossa presença aqui?

As Termas de S. Pedro do Sul associaram-se a esta iniciativa da Turismo do Cen-

tro, colocando neste espaço uma ilha de negócios para nos apresentarmos como o maior destino termal do país. Dá a convicção de que as nossas termas podem daquilo que é o apporto acrescido relativamente à sua projecção no mercado nacional e também internacional. Tivemos várias reuniões com operadores estrangeiros, através da nossa técnica aqui presente e eu estou convicido de que as Termas de S. Pedro do Sul, no mercado nacional têm a sua posição consolidada, pior assim dizer, mas temos que arrancar para a internacionalização em termos definitivos. E não é por acaso que tivemos a semana passada um operador holandês a visitar as nossas termas e algumas unidades hoteleiras, exactamente porque a internacionalização tem que ser aqui a pedra de toque para a inversão da trajetória de algum termalismo nacional. E por isso nós, enquanto estância termal com a maior responsabilidade nesta matéria, temos que ser líderes na forma de atrair turistas. Dá estarmos também no cluster da saúde, a nível nacional através da liderança da ATP e estarmos no grupo de trabalho que o governo criou através da ATP, porque queremos que S. Pedro do Sul lidere o termalismo no mercado interno e externo, porque as outras termas irão de certeza beneficiar desta nossa liderança enquanto responsáveis por colocarmos S. Pedro do Sul naquilo que é o target principal do termalismo, a nível europeu.

"A oportunidade através da BTL para poder promover os seus produtos"



Jorge Loureiro, vice-presidente do Turismo do Centro, muito especificamente vamos virar-nos para a nossa região. Dão Lafões está aqui representada de que maneira e essencialmente por quem?

Dão Lafões, as empresas, as actividades, o território estão aqui representadas pela sua Comunidade Intermunicipal que aderiu de imediato ao repto lançado pelo Turismo do Centro. Há que dizer que já no ano passado esteve aqui representada na BTL e este ano, por

maioria de razão e porque a presença era mais ambiciosa e a tarefa desmesurada, a CIM Dão Lafões tem estado em todos os desafios em conjunto com o Turismo do Centro de Portugal. Este ano, por sua via, tudo o que são os territórios, os produtos e as empresas estão aqui a ser promovidos e a ter um destaque enorme.

Acha que há retorno do investimento feito? Seguramente. Até e porque desde logo este é o grande momento em que as empresas e o nosso tecido empresarial, nomeadamente na região de Viseu com um tecido empresarial ainda muito fraccionado, teriam oportunidade através da BTL para poder promover os seus produtos, produzidos nos seus territórios, naquilo que é uma visitaçãõ nacio-

nal de norte a sul de Portugal. Este é um momento único que tem que ser aproveitado por todos.

Que mensagem gostaria de deixar aos empresários e às autarquias que a CIM Dão Lafões congrega?

Uma mensagem de proactividade de presença de interajuda, de projectos conjuntos, pois só assim é possível alcançar o exacto público e o devido sucesso.

E acha que devem aderir e estar presentes na BTL? Devem aderir. Devem estar presentes na BTL e ter mais projectos conjuntos no sentido da promoção dos seus territórios e dos seus produtos em muitas outras iniciativas que ocorrem ao longo do ano fora da BTL. Esse é o projecto em que devemos estar todos envolvidos.

"A Turismo do Centro tem feito um trabalho notável"



Ouvimos o empresário Adriano Ramos das Caldas Felgueiras.

O porque da sua presença aqui?

A BTL é o evento turístico mais importante de Portugal, aquele que junta mais pessoas. E sendo assim, nós, Caldas da Felgueira, o maior operador termal privado, tinhamos que estar presentes. É imperativo estar cá, é imperioso juntarmo-nos ao

Turismo do Centro de Portugal e nesta altura mais difícil temos que juntar esforços e desenvolver sinergias para atingir os nossos objectivos.

Que retorno espera ter com esta presença? O retorno é em termos de imagem, de notoriedade, de sermos reconhecidos pelos nossos clientes.

E a primeira vez que estão presentes? Com o Turismo do Centro é a terceira vez que estamos presentes.

Têm feito a monitorização da vossa presença, em termos de resultados comparados com anos anteriores? Sim. Hoje cada vez mais, mais do que a comunicação

comercial, as redes sociais e o contacto directo com operadores são relevantes termos aferido os resultados obtidos.

Quer deixar alguma mensagem para a região CIM Dão Lafões?

A Turismo do Centro tem feito um trabalho notável, tem proporcionado que nos juntemos em unanimidade os turistas querem e hoje os turistas querem e perências e nós só as podemos propiciar se estivermos juntos. Não só as termas o alojamento, eles querem uma série de coisas diferentes é só com esta rede é que podemos oferecer tudo isso: a cultura, a gastronomia, o património, a região e, obviamente a saúde bem-estar que é o nosso core business.

