

Portugal conquista novos turistas com campanha 'online'

Novo modelo de promoção internacional do País para 2014 é transitório e prevê maior participação dos privados.

Dírcia Lopes
dircia.lopes@economico.pt

O Turismo de Portugal (TP) lançou há cerca de seis meses a primeira campanha 'online' de promoção do turismo português, iniciativa que começa a dar os primeiros sinais de retorno. Ontem, durante a cerimónia de assinatura do protocolo para o modelo de Promoção e Comercialização Turística para 2014, o administrador do Turismo de Portugal (TP), Luís Matoso, revelou que esta campanha já resultou num crescimento de 21,4% da taxa de procura 'online' de Portugal como destino turístico. X

De acordo com os números divulgados pelo TP, as visitas ao portal de promoção do sector "VisitPortugal" cresceram de 1,5 milhões para 3,7 milhões, enquanto "o alcance médio semanal da presença do Turismo de Portugal na rede social Facebook ascendeu a 13 milhões de pessoas". A presença 'online' contribuiu para aumentar a notoriedade do destino Portugal, num ano que está a ser marcado pelo crescimento de todos os indicadores turísticos. Nos primeiros sete meses de 2013, as receitas turísticas atingiram 4,85 mil milhões de euros, segundo dados do Banco de Portugal. O saldo da balança turística registou um crescimento acumulado 9,2% até Julho, atingindo um recorde de três mil milhões de euros.

Luís Matoso salientou, durante a apresentação do modelo de Promoção e Comercialização Turística para o próximo ano, que o plano apresentado ontem junta duas ideias-chave: promoção e comercialização para que o destino Portugal conquiste mais e novos turistas.

Privados ganham peso na promoção internacional

O novo modelo de promoção de Portugal no estrangeiro para o próximo ano prevê uma maior participação das empresas do sector turístico e as Entidades Regionais de Turismo (ERT) nesta estratégia.

Assinado pelo Turismo de Portugal, Confederação do Turismo Português, as Entidades Regionais de Turismo (ERT) e as Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT) trás como novidade o facto de a ANA Aeroportos de Portugal e a AICEP marcarem presença no Conselho Estratégico de

VENDER PORTUGAL

● Novo modelo de Promoção e Comercialização Turística Externa para 2014 dá prioridade às parcerias com as empresas e à concertação das estratégias de promoção nacional e regional.

● Entidades Regionais de Turismo passam a ter assento no Conselho Estratégico de Promoção Turística, assim como a ANA Aeroportos e AICEP.

● O mecanismo de financiamento mantém-se: por cada euro investido pelas empresas corresponderá o mínimo de um euro da respectiva ERT e quatro euros do Turismo de Portugal.

Promoção Turística, estrutura consultiva do Governo para a promoção externa.

Durante a assinatura do protocolo o secretário de Estado do Turismo, Adolfo Mesquita Nunes, classificou este modelo como "transitório" e "bastante satisfatório". Isto porque apenas vigora durante 2014, sendo que "o Governo está a trabalhar para um novo modelo para 2015", garantiu Adolfo Mesquita Nunes. O secretário de Estado do Turismo afastou a ideia que este é um "adiar do modelo de promoção" externa, mas assumiu que a reorganização institucional que tinha previsto não poderia ser feita em seis meses.

Sobre as verbas que serão destinadas à promoção externa, Mesquita Nunes admitiu que à partida será mantido o mesmo valor, mas estará condicionado às alterações que o Orçamento do Estado para 2014 poderão trazer ou não. "A haver redução [de verbas] terá de ser proporcional ao Orçamento do Estado", realçou o governante. ■



O secretário de Estado do Turismo, Adolfo Mesquita Nunes, mantém os valores para promoção externa mas condicionados ao Orçamento do Estado.

Paulo Alexandre Coelho