



Allgarve é para o ano inteiro

Música clássica e teatro de rua são as novidades do programa que em 2010 vai além da época alta, na mira de atrair mais turistas

Jogar os trunfos todos para atrair turistas é a meta do programa Allgarve para 2010, que arranca esta noite com um concerto dos Amália Hoje, no pavilhão do Arade. Nesta quarta edição, o programa idealizado por Manuel Pinho promete elevar a fasquia e alargar-se ao ano inteiro.

“O nosso primeiro objectivo foi estender o programa para além da época alta”, refere Nuno Aires, presidente da Entidade Regional de Turismo do Algarve (ERTA). “E conseguir ter, ao longo do ano, um cartaz de eventos que seja um argumento suficientemente forte para sugerir às pessoas que venham ao Algarve de férias”. Um “calendário estabilizado de eventos” até Dezembro é, para o responsável, uma garantia no sentido de manter “o Algarve vivo e de boa saúde como destino turístico”.

Em 2010, o Allgarve continua a integrar eventos-âncora, como o Masters de golfe ou o Rally de Portugal, a par das áreas de gastronomia e arte contemporânea. As novidades para este ano do programa alargado de eventos serão concertos de música clássica, além de teatro e circos de rua “em zonas de forte atracção turística, como Vilamoura ou Praia da Rocha”, adianta Nuno Aires.

Já estão garantidos €3 milhões de financiamento público para o Allgarve'2010. “Com o esforço

das câmaras e dos privados, este orçamento poderá quase duplicar, prevendo-se que chegue a €5 milhões”, avança o presidente da entidade de turismo.

Promover o Algarve no Twitter e no Facebook

Os próprios algarvios serão este ano protagonistas das novas campanhas de publicidade. “Algarve, o segredo mais famoso da Europa”, é o mote da campanha que irá para as televisões a partir de Abril. “São os próprios locais que vão dar ‘dicas’ sobre o que há de melhor na região: a melhor praia ou o melhor restaurante”, salienta Nuno Aires. A campanha será divulgada no Twitter e no Facebook, contando-se com os se-

cret *spreaders* (contadores de segredos) para inundar as redes sociais com propostas de petiscos e espaços escondidos no Algarve. O cliché da amendoeiras em flor é aqui substituído pela imagem de uma gruta do Barlavento algarvio.

“A ideia é transmitir uma aura de mistério e de exclusividade, um convite a descobrir um Algarve diferente”, esclarece Nuno Aires.

Em 2010, será avançado o maior investimento de sempre em promoção externa do Algarve, €7 milhões, incluindo a contribuição de privados. “Foi feito aqui um apelo, porque é um ano muito sensível”, frisa o presidente da ERTA.

Em 2009, o Algarve sofreu quebras de 7,7% em dormidas e chegadas, “muito devido à descida dos britânicos”. O alvo das campanhas é agora a Escandinávia e países do Benelux. “São mercados mais pequenos, mas a sua soma pode ajudar a suavizar as quebras de britânicos”, sublinha Nuno Aires, acreditando que 2010 já traga ao Algarve “sinais evidentes de recuperação, é para isso que estamos a trabalhar”. A promoção externa vai ainda manter o foco no Reino Unido, Alemanha ou Espanha.

As 14 novas rotas anunciadas para Faro pela companhia *low cost* Ryanair, já a partir de Março, foram “uma óptima notícia” para o Turismo do Algarve. “Vai haver rotas para destinos novos e que nunca trabalhámos, como Paris, Milão, Estocolmo ou Maastrich”, nota Nuno Aires.

CONCEIÇÃO ANTUNES

cantunes@expresso.imprensa.pt



COMBATER A CRISE

5

milhões de euros em 2010 é o orçamento previsto do Allgarve

7

milhões de euros, o maior valor de sempre, serão investidos em promoção externa do Algarve