



PROMOÇÃO

Campanha de turismo interno vai ser reforçada em 2010

Governo vai alocar €4 milhões à promoção para portugueses, que cresceram 4%, ajudando a compensar a quebra de estrangeiros

As “medidas anticrise” voltaram a dominar a grande feira do turismo nacional. Em Março, será relançada a campanha de turismo interno “Descubra um Portugal Maior”, que em 2010 conta com um orçamento de €4 milhões — adiantou Bernardo Trindade, secretário de Estado do Turismo, à margem da Bolsa do Turismo de Lisboa (BTL), que termina amanhã na FIL.

“Esta campanha foi uma aposta ganha em 2009. O turismo interno cresceu 4%, ao contrário da generalidade dos mercados externos, que diminuíram”, salienta Bernardo Trindade. “Temos hoje uma oferta que nos orgulha. E não é preciso ir à Nova Zelândia, quando temos os Açores”, exemplifica.

Em 2010, o orçamento para promoção de Portugal ascende a €50 milhões e a linha de tesouraria destinada a apoiar as empresas turísticas em tempo de crise vai ser reforçada para

€150 milhões, enfatiza ainda o secretário de Estado. “É preciso actuar do lado da oferta e mais de 3 mil empresas já são apoiadas por estas linhas de crédito bonificado”.

Optimista face à recuperação da crise em 2010 está Luís Patrão, presidente do Turismo de Portugal. As contas ainda não estão fechadas, mas segundo o responsável as receitas turísticas do país terão sofrido uma quebra de 10% face ao anterior, em que se cifraram em €7,4 mil milhões. “Não devemos ter chegado aos €7 mil milhões. Mas estamos sinceramente convencidos que o que perdemos em 2009 pode ser recuperado em 2010”, sustenta Patrão.

Na inauguração da feira de turismo, José Vieira da Silva, ministro da Economia, frisou que “o turismo interno pode ser uma forma de ultrapassar as dificuldades que esta recessão nos trouxe”. Referindo-se ao Boletim de Inverno do Banco de Portugal, que avança previsões de crescimento de 0,7% em 2010, o ministro destaca que “temos de ter a ambição de ultrapassar estas previsões”. E faz notar que

“a crise é dura mas conseguimos minimizar estes efeitos. Acabámos o ano com uma recessão de 2,8%, quando as previsões de quebra eram de 4%”.

Algarve desvenda segredos

Vários destinos nacionais estão a aproveitar a Bolsa de Turismo de Lisboa para se promover de forma diferente. Os Açores põem a tónica na sua eleição como “Região Europeia do ano de 2010” e o Algarve está a promover-se como “o segredo mais famoso da Europa”. Nesta campanha, os próprios algarvios revelam os seus locais predilectos, praias escondidas ou restaurantes retirados. “Vamos fazer o maior esforço de sempre para promover o nosso Algarve”, promete Nuno Aires, presidente da entidade turística da região, adiantando que o programa Algarve terá este ano novidades, como circo ou teatro de rua.

“É na BTL que se mede o pulso ao sector”, considera Luís Patrão. “O que eu vejo nesta feira é optimismo, capacidade negociadora, e sobretudo fé que as coisas vão correr melhor”. C.A.