



Turismo Iniciativa da European Consumers Choice pôs à prova dez cidades

A imagem de cidade imperfeita e genuína fez de Lisboa o melhor destino europeu

Mais de três mil pessoas de 47 países votaram e escolheram a capital portuguesa para melhor destino da Europa em 2010. Para trás ficaram cidades como Barcelona, Berlim e Florença

Ana Rita Faria

● “Esta cidade é simplesmente pura. A maioria das cidades estão a tentar ser o melhor ‘produto’ no mercado turístico, Lisboa não é um produto, é um estado de espírito, é a preservação de uma autenticidade maravilhosa que faz de Lisboa uma cidade para visitar, viver e amar.” Foi acompanhado deste comentário que o londrino Peter Johns deixou o seu voto por Lisboa. Tal como ele, outras 3220 pessoas, de 47 países diferentes, elegeram a capital portuguesa como “Melhor Destino Europeu 2010”.

O prémio, dado pela European Consumers Choice, uma organização não-lucrativa com sede em Bruxelas, inclui a disponibilização de uma página para a promoção de Lisboa no site da instituição e a divulgação do resultado da votação *on-line* em vários meios de comunicação europeus. Além disso, a capital portuguesa poderá usar o logótipo “Escolha do Consumidor Europeu” em toda a sua comunicação institucional, durante este ano.

A votação, que obrigava ao registo prévio no site e, portanto, apenas permitia um voto por pessoa, decorreu entre Dezembro de 2009 e Janeiro de 2010. No total, cerca de dez mil pessoas votaram no leque de dez cidades pré-seleccionadas pelo júri da European Consumers Choice: Berlim, Copenhaga, Lyon, Florença, Atenas, Bruxelas, Newcastle, Bilbao e Barcelona - que ficou em segundo lugar, atrás de Lisboa.

“Uma cidade real”

Os comentários deixados no site na altura da votação explicam o porquê de a capital portuguesa ter passado à frente das suas congéneres rivais. “A maioria apresenta Lisboa como uma cidade real, que não se deixa moldar para o turismo e as pessoas apreciam cidades que não são perfeitas”, revela Maximilian Lejeune, director da European Consumers Choice. Muitas vão a Lisboa sem as mesmas expectativas que têm quando vão à cidade da Torre Eiffel ou do Coliseu, mas acabam por “ficar surpreendidas” e por “se apaixonar” por ela.

“A autenticidade é uma das imagens de marca e das mais-valias de Lisboa”, considera Paula Oliveira, directora executiva do Turismo de Lisboa. Na capital, “os eventos não são feitos de plástico para os turistas

A capital portuguesa foi reconhecida pela sua “autenticidade”



ENRIC VIVES RUBIO

No circuito internacional

Lisboa e os seus hotéis têm somado prémios

Nos últimos tempos, Lisboa e várias das suas unidades hoteleiras têm acumulado distinções atrás de distinções. Na edição dos World Travel Awards 2009, uma espécie de Óscares do turismo, a capital portuguesa foi considerada o melhor destino europeu, além de melhor destino de cruzeiro e para *city break* (circuito citadino). A unidade Bairro Alto Hotel, em pleno coração de Lisboa, foi também eleita o melhor hotel boutique em Portugal nos Óscares do turismo.



Ao mesmo tempo, hotéis históricos como o Britania e o Janelas Verdes (do grupo Hotéis Heritage) entraram para os primeiros lugares dos rankings elaborados por revistas do sector ou por sites de dicas de viagem como o TripAdvisor.

O fenómeno estende-se ainda aos *hostels*, unidades mais pequenas e modestas, regra geral destinadas a jovens viajantes. Dos dez melhores *hostels* do mundo, escolhidos pelos clientes do site Hostelworld.com, metade são lisboetas.

e cada um pode ver a cidade à sua maneira”, realça.

Duarte Correia, vice-presidente da Associação Portuguesa de Agências de Viagem e Turismo (APAVT), considera também que foi pela “genuinidade” que Lisboa ganhou o prémio. “Ao contrário de outras cidades europeias, os turistas não identificam Lisboa com os monumentos mas sim com a cultura, os costumes, o povo, a maneira acolhedora como são recebidos”. E ainda mais um pormenor que parece ter sido um brinde da natureza. “A nossa situação geográfica é privilegiada, pois somos a única capital da Europa com praia e mar mesmo ao lado”, destaca Paula Oliveira.

Para a directora executiva do Turismo de Lisboa, a distinção da capital como “Melhor Destino Europeu 2010” irá dar mais notoriedade à cidade. “A partir daqui mais gente vai

falar de Lisboa, gera-se curiosidade e isso vai trazer cá mais turistas, mesmo aqueles que nunca colocaram esta cidade como primeiro destino das suas opções de férias ou de fim-de-semana”. O vice-presidente da APAVT também não tem dúvidas: “É com nomeações como esta que se põe um destino no mapa.”

Esta foi a primeira vez que o concurso da European Consumers Choice teve à votação cidades europeias. Tradicionalmente, a organização distingue todos os anos 25 categorias de produtos escolhidos por um júri e consumidores europeus, tendo em conta a sua concepção estética, uso prático e grau de inovação. Tal como no caso de Lisboa, as empresas vencedoras ganham o direito de utilizar, durante um ano, o logótipo “Escolha do Consumidor Europeu” nos seus produtos e meios de comunicação.



Turismo
A imagem de cidade imperfeita fez de Lisboa o melhor destino europeu Local