

turismo de experiências

Mercado está a crescer e aumenta as vendas em tempo de crise

MARIANA CORREIA DE BARROS

Os tempos parecem não ser de crise para as empresas de turismo de experiências a operar em Portugal. A julgar pelo aumento de vendas dos dois últimos anos, o negócio cresce a olhos vistos e, de acordo com as tendências de outros países europeus, ainda há muito terreno por conquistar. É o caso francês, onde o presente-experiência é uma realidade com grande peso (4% do mercado global dos presentes). Em Portugal, apenas representa cerca de 0,8% do mercado. No entanto, as empresas do sector estão optimistas.

A Vida É Bela, uma das grandes do sector, abriu portas há oito anos em Portugal e teve em 2009 um crescimento de 400%, chegando a atingir uma facturação da ordem dos 12 milhões de euros. Outra das empresas do sector, a francesa Smartbox viu a sua facturação subir de 3,5 milhões de euros em 2008 para o dobro no ano passado.

Reivindicando ambas o título de líder de mercado, as duas maiores operadoras da área prevêem aumentar as vendas em 2010.

A Vida É Bela atingiu "uma quota de mercado superior a 60%", anunciou a empresa, em comunicado. Já Filipa Guimarães, directora-geral da Smartbox, refere: "Somos o País com o maior crescimento do grupo, que opera em vários países, assumindo a liderança do mercado português com uma quota de 70%."

Ao contrário do que aconteceu com alguns dos operadores turísticos e organizadores de eventos, cujo negócio sentiu os efeitos da crise, o turismo de experiência se-

gue a direcção oposta. Não se enquadra na mesma categoria, mas antes no sector dos livros, DVD, perfumes, flores, considerados os seus concorrentes directos.

A Smartbox, que chegou a Portugal em 2007, não sofreu entraves à entrada no mercado. "O conceito inovador de caixa-prenda foi muito bem aceite pelos portugueses". Em tempo de crise, as empresas conseguiram dobrar a facturação. A vontade dos portugueses de "fugir à rotina, conhecer novos lugares, viver novas emoções" será a justificação, refere Filipa Guimarães.

Na portuguesa Odisseias, que também faz turismo de experiências desde 2005, o crescimento tem sido de 400% ao ano. Principalmente com "o aparecimento de experiências desde 24,90 euros e os novos canais de distribuição", diz Francisco Costa, *partner* da empresa.

Em 2009, o ano correu muito bem (o Natal significou 50% das vendas), mas os responsáveis não escondem alguns dos efeitos decorrentes da crise. "O aumento de experiências vendidas tem sido significativo, mas o valor médio de compra tem descido."

Justiça seja feita, estas empresas trouxeram uma nova forma de pensar os presentes e abrem um imenso leque de possibilidades. Nestas empresas, a imaginação (e a concorrência) dita as regras. "Acreditamos que 2010 vai representar um fortíssimo crescimento", refere António Quina.

Lazer.
Há empresas do sector que cresceram 400% em 2009. Os presentes-experiência substituem os tradicionais e são uma fuga à rotina diária

NÚMEROS

20 MILHÕES DE EUROS
É a estimativa do valor que os presentes-experiência representam no mercado global das ofertas em Portugal.

40 MILHÕES DE EUROS
É o valor que as empresas do sector acreditam que o mercado possa vir a atingir em 2010.

20 PRESENTES
Número médio (apontado pelos estudos) de ocasiões para oferta de presente que os portugueses têm ao longo de um ano.

25 410 EUROS
Preço de um voo de 25 minutos dentro de um caça combate (MIG 29) numa base aérea dos arredores de Moscovo (experiência A Vida É Bela).

20 EUROS
Preço mínimo de alguns presentes-experiência à venda nas empresas portuguesas.





Spas e fins-de-semana fora são os produtos mais populares

DESENVOLVIMENTO Empresas do sector trouxeram um forte contributo ao turismo interno. Alojamentos têm um peso significativo nas vendas

Além dos presentes-experiência, *vouchers* ou caixas-presenta, todos incluídos na mesma categoria (com diferentes denominações, consoante as empresas), o mercado de experiências não serve apenas para os presentes. É também uma forma de viajar, de ter momentos de aventura, adrenalina ou descontraídos.

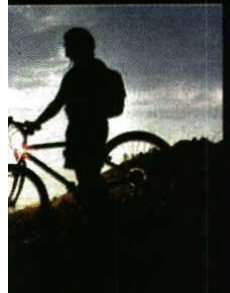
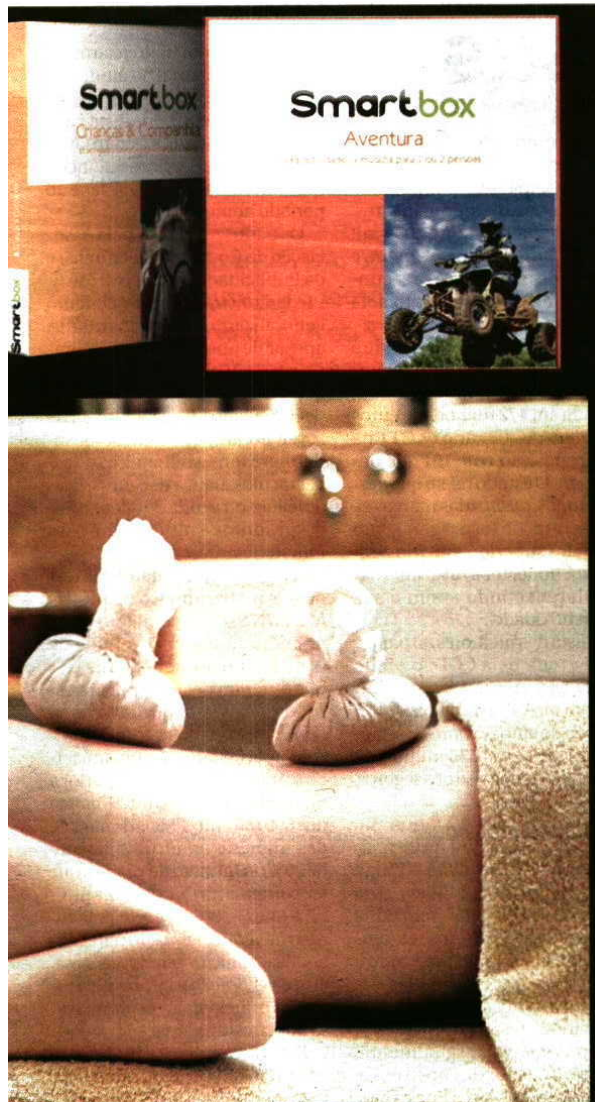
Na Vida é Bela, aqueles que mais se vendem são os que estão relacionados com os spas (gama Zen), com aviação (passeios de avião, acrobacias aéreas) e alojamento. Para António Quina, da Vida é Bela, este tipo de turismo veio também "abrir por-

tas a várias microempresas que estavam fechadas no interior do País". Fossem elas de pequenos hotéis rurais, grupos de actividades radicais ou desportos e empresas de produtos *gourmet*. "Tudo com preços muito apelativos." Também na portuguesa Odisseias as estadas (inseridas na gama Fugas) são as experiências que têm vindo a ganhar terreno entre os portugueses. As escolhas recaem principalmente nos jantares românticos, nos programas de spa ou ainda nos passeios de balão.

Com valores que começam nos 20 euros e chegam a atingir os oito mil, a Odisseias tem à disposição mais de mil experiências, à venda na loja *online*, na loja de Oeiras ou nas centenas de pontos de venda espalhados pelo País (com os *packs* BE). Tanto a Vida é Bela como a

Smartbox contam com mais de mil pontos de venda. A primeira tem também 14 lojas ou quiosques espalhados de norte a sul do País.

Na cadeia francesa os *best-sellers* repetem-se, com a Escapada Pitoresca (ligada ao turismo rural) a representar o maior número de vendas. Em segundo lugar fica a Escapada Pitoresca à Mesa (com jantar), seguida do Universo Bem-estar e por fim o Universo Aventura. No total, a empresa oferece um mercado com centenas de produtos. "Este ano vamos ter dois 'momentos-criação', onde vamos lançar novidades. Temos uma equipa de 20 pessoas que se dedicam exclusivamente a criar esses mesmos produtos", salienta Filipa Guimarães, todos concebidos para integrar o portfólio da empresa. Neles, os portugueses gastam, em média, 65 euros.



Com o objectivo de facilitar a vida aos consumidores, as empresas criaram caixas-presente que incluem diversas opções de escolha. Há tratamentos de beleza nos vários spas do País, terapias alternativas, sessões de *tarot*, aulas de mergulho, jantares em restaurantes *gourmet* e fins-de-semana em hotéis luxuosos. Pode participar nos programas de escalada, passeios de bicicleta, observar baleias, ou ainda fazer um passeio de balão, de barco ou *rafting* em grupo. Há actividades individuais ou em grupo, em Portugal e no estrangeiro.



EXPERIÊNCIAS

Ofertas variadas e originais para celebrar o Dia da Mulher

» A Odisseias lançou o *pack Be Happy* (24,90 euros), que pode ser usado em todo o País e inclui vários programas, como um passeio a cavalo, esfoliação de chocolate ou um banho asiático. A Smartbox tem entre as suas ofertas uma caixa-presenta de *workshops* (39,90 euros) em que se destaca o *workshop* de sedução. Ou uma experiência de Mesas&Sabores (59,90 euros) para jantar a dois, num restaurante especial.



Entre os produtos mais caros está a possibilidade de levantar

» Os preços das experiências podem ir desde os 20 euros até à casa dos milhares. Por 10 500 euros, pode experimentar a Gravidade Zero, com dez sessões de 30 segundos cada para levantar. Inclui estada de três noites num hotel de luxo em Moscovo (sem avião). E por quase metade, 5950 euros, pode acelerar num dos recentes modelos Ferrari durante quatro dias por Itália (não inclui avião e combustível). Ambas são da Vida é Bela.



Adrenalina e emoção numa vasta gama de programas

» Os saltos de avião estão entre os produtos mais vendidos. Na Vida é Bela, o pára-quedismo (Best Tandem) custa 119 euros. O salto em queda-livre é feito com um acompanhante. Por 149,90 euros, a Smartbox vende a gama Motores, que permite escolher entre a condução de um Ferrari, de um camião todo-o-terreno ou um voo acrobático, entre outros. No total, são 35 actividades à escolha numa caixa-presenta.



Escapadelas de luxo em Portugal ou no estrangeiro

» A portuguesa Odisseias organiza programas para fins-de-semana em alguns dos hotéis mais luxuosos em Portugal. Por 2655 euros, tem uma estada na suite presidencial do Grande Real Santa Eulália Resort & Hotel SPA (Albufeira), com serviço VIP, jantares e tratamentos no spa incluídos (para duas pessoas). A 2295 euros pode comprar um fim-de-semana de luxo em Madrid (para duas pessoas), com carro desca-potável, baptismo de avião e refeições *gourmet* (não inclui voos).





ID: 29141126

05-03-2010 | DN Bolsa





ID: 29141126

05-03-2010 | DN Bolsa



O grande sucesso do turismo de experiências

DN BOLSA