

**Algarve, Madeira, Alentejo e Centro com mais 270 mil dormidas de nacionais**

**Portugal, Espanha e França  
aumentam fluxos turísticos apesar da crise**

Os mercados turísticos interno, espanhol e francês registaram crescimentos durante 2009, apesar dos efeitos negativos da crise económica mundial sobre a generalidade do sector. O ano encerrou com 13 milhões de hóspedes e 36,7 milhões de dormidas e a quebra da procura acabou por ficar controlada numa diminuição de 3,1% do número de hóspedes e de – 6,4% das dormidas, por redução da estada média – um desempenho superior ao que as previsões do início do ano deixavam antever. Até Novembro, as receitas turísticas totais apuradas foram de 6,41 mil milhões de euros.

Face a 2008, as dormidas de turistas oriundos de Espanha aumentaram 5,4% (para 3,2 milhões), as dormidas de portugueses cresceram 2,2%, para 13,3 milhões, e as dormidas de franceses reforçaram-se 1,6% (para 1,6 milhões). Estes três mercados conseguiram contrariar o comportamento adverso do mercado do Reino Unido, em que à crise se veio juntar uma forte desvalorização da libra.

Estes dados configuram o melhor ano da década para o turismo interno e francês em Portugal em termos de dormidas e o segundo melhor ano dos últimos dez em termos de dormidas de turistas espanhóis.

O mercado francês, que tem registado um desempenho positivo ascendente e constante ao longo dos últimos anos, voltou a crescer em Portugal durante 2009, revelando-se muito resistente ao actual momento de crise e retracção da procura.



**MINISTÉRIO DA ECONOMIA  
DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO**

Turismo de Portugal, I.P.

Depois de um início do ano de quebra, o mercado espanhol reagiu positivamente no verão e sobretudo no pós-verão, quando se registaram crescimentos na ordem dos dois dígitos que permitiram recuperar das quebras registadas em 2008. A campanha “Descubre un Portugal Más Grande”, bem como outras acções realizadas pelo Turismo de Portugal neste mercado de proximidade, estarão na base na captação de fluxos para os destinos nacionais (refira-se que a procura interna em Espanha registou uma quebra de 4,1% face a 2008).

O melhor resultado de sempre para o mercado interno português deveu-se também à forte campanha de promoção turística “Descubra um Portugal Maior”, lançada pelo Turismo de Portugal e que desafiou os portugueses a redescobrir a oferta turística do nosso País. Esta campanha voltará, aliás, a estender-se ao longo deste ano. As regiões da Madeira (com mais 138 mil dormidas), Alentejo (mais 64,3 mil dormidas), Algarve (mais 60,7 mil dormidas) e Centro (mais 7 mil dormidas) foram as preferidas pelos portugueses. Para o crescimento na Madeira muito terá contribuído o reforço das acessibilidades, com a entrada em funcionamento da rota Lisboa-Funchal da easyJet em 2008.

Por regiões, as dormidas totais no Alentejo aumentaram 4,6% e no Norte cresceram 1,4% face a 2008. No Centro as dormidas reduziram-se 2,5%, tal como em Lisboa (-5,1%), no Algarve (muito dependente dos turistas britânicos, - 9,1%), nos Açores (-10,8%) e na Madeira (- 11,2%, também penalizada pela redução de britânicos).

A maior crise económica em décadas levou o Governo e o Turismo de Portugal a adoptar estratégias também excepcionais de promoção. Em 2009, de forma a estimular os fluxos turísticos a partir dos principais mercados turísticos emissores, foram ainda desenvolvidos esforços de marketing e promoção conjuntos com operadores e com companhias aéreas, que vão de resto continuar durante 2010.



Reforçou-se o apoio aos empresários do sector na sua abordagem aos mercados estratégicos do Reino Unido, Alemanha, França, Holanda, Rússia, Polónia, Irlanda e Finlândia, pelos benefícios que os fluxos turísticos destes mercados trazem à nossa economia. Este apoio foi materializado através de campanhas como a “Perfectly Priced”, que permitiu aos agentes do sector publicitarem as suas ofertas de última hora e apelarem à compra junto dos consumidores, através do portal internacional de turismo [www.visitportugal.com](http://www.visitportugal.com).

Os empresários do Turismo tiveram também à sua disposição o portal [www.descubraportugal.pt](http://www.descubraportugal.pt) para publicitarem, junto do mercado interno, as suas ofertas comerciais, obtendo assim um canal adicional de promoção para os seus clientes finais.

Apesar da redução generalizada do tráfego de passageiros, os aeroportos portugueses registaram um desempenho melhor do que alguns dos seus principais pares aeroportuários em 2009 (Lisboa com melhor desempenho que Dublin ou Roma; Faro melhor que Palma de Maiorca, Sevilha ou Tenerife e Porto melhor que Barcelona ou Bordéus). Mesmo registando quebras no tráfego de passageiros (menos 3,2% no total nacional), os aeroportos portugueses tiveram um melhor desempenho do que a média dos aeroportos europeus (-5%) e mundiais (-3,5%).

**Lisboa, 15 de Fevereiro de 2010**

Esta e outras notas à Comunicação Social estão disponíveis para consulta no Portal do Turismo de Portugal – [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt) – em “Imprensa”.



**MINISTÉRIO DA ECONOMIA  
DA INOVAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO**

Turismo de Portugal, I.P.