

Turismo de Portugal assina acordo estratégico para três anos

**Empresários e regiões com maior intervenção
na promoção turística no estrangeiro**

Empresários e destinos turísticos regionais reforçaram hoje a sua capacidade para definir e executar a estratégia de promoção turística no estrangeiro com a assinatura do Acordo para a Promoção Turística Externa Regional, numa sessão que contou com a presença do Ministro da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento, José Vieira da Silva, e do Secretário de Estado do Turismo, Bernardo Trindade.

Com base neste acordo, assinado pelos presidentes do Turismo de Portugal, Luís Patrão, da Confederação do Turismo Português, José Carlos Pinto Coelho, e das sete Agências Regionais de Promoção Turística, introduz-se no modelo de promoção um novo instrumento: os Planos de Comercialização e Venda.

Estes planos, elaborados em concertação entre as empresas e as ARPT's de cada região, vão absorver um terço da verba total destinada à promoção turística no estrangeiro. Este novo instrumento permite que privados e ARPT's definam a estratégia de promoção mais adequada às necessidades de cada região e do tecido empresarial, através da presença em feiras internacionais, acções de contacto comercial ou de promoção conjunta e novos canais de comercialização.

Este modelo garante que o montante suportado pelos privados e ARPT's será totalmente alocado ao financiamento dos Planos de Comercialização e Venda por si delineados. Por cada euro investido pelas empresas privadas no financiamento do seu plano regional corresponderá um euro da respectiva ARPT e quatro euros do Turismo de Portugal, reforçando-se assim a distribuição 1 + 1 + 4 herdada do anterior modelo.

Para a estimular a adopção de novas canais de venda e assim chegar a novos mercados, este modelo prevê também que os investimentos das regiões e empresários em portais regionais de reserva na internet sejam considerados elegíveis nos respectivos Planos de Comercialização e Venda.

Quanto aos sistemas de compras e de contratação, o Plano introduz uma novidade que estimula as parcerias. Sempre que as partes considerem útil para a prossecução da sua estratégia poderão ser criados ou aproveitados sistemas de aquisição de quantidade ou contratação múltipla que tragam benefícios de condições e de preços.

A importância das acessibilidades aéreas também não foi esquecida. Com o objectivo de salvaguardar os investimentos necessários à continuidade do esforço de captação de novas rotas aéreas de interesse turístico, assim como para iniciativas que promovam a manutenção e o aumento das que já existem, passam a ser elegíveis nos Planos de Promoção Turística Regional as verbas destinadas a este objectivo.

O acordo hoje apresentado publicamente no Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento, e que mereceu consenso alargado entre as diferentes entidades envolvidas, estabelece uma nova arquitectura de Marcas Turísticas, surgindo o Destino Portugal no topo e as Marcas Regionais organizadas na base.

Anualmente, será elaborado um Plano de Marketing Turístico Nacional, um documento estruturante que define os atributos a divulgar prioritariamente, os canais a utilizar, os mercados prioritários (hierarquizados de acordo com a sua relevância e a sua especificidade) e os montantes relativos de investimento, de acordo com uma matriz de mercado/instrumentos de promoção. Também as regiões deverão apresentar, anualmente, o seu Plano de Marketing Turístico Regional, articulado com as prioridades estratégicas do plano nacional.

Dá-se, assim, uma maior expressão à estratégia definida no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) de caminhar no sentido de uma maior diferenciação e complementaridade dos produtos turísticos, aproveitando ao máximo as potencialidades de cada região.

Da mesma forma, mantêm-se os princípios de concertação estratégica em vigor, envolvendo o Turismo de Portugal, a CTP e as ARPT, através do Conselho Estratégico de Promoção Turística (CEPT). Este órgão continuará a apreciar e a emitir parecer sobre os Planos de Promoção Turística, nacionais e regionais, que o Turismo de Portugal remeterá ao Secretário de Estado do Turismo para respectiva homologação.

Além de uma maior rentabilização do investimento, este acordo permitirá igualmente um maior alinhamento da promoção regional com a estratégia do Turismo de Portugal e uma utilização mais racional dos fundos comunitários do QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional). As verbas do QREN relativas a programas e sistemas de incentivos que apenas admitam o Turismo de Portugal ou as ARPT's como únicas entidades elegíveis serão, aliás, tidas em conta nos montantes afectos à promoção turística.

A CTP continua a ser reconhecida como entidade representativa dos interesses das empresas do turismo. Quanto à prestação de contas, ficam as ARPT incumbidas de o fazer trimestralmente e de apresentar um Relatório Anualmente consolidado até ao final do primeiro trimestre de cada ano, documentos que serão apreciados pelo CEPT.

Lisboa, 26 de Novembro de 2010

Esta e outras notas à Comunicação Social estão disponíveis para consulta no Portal do Turismo de Portugal – www.turismodeportugal.pt – em “Imprensa”.