

Prova chega a mais de 20 milhões de telespectadores

**Turismo de Portugal
apoia Rally de Portugal 2010**

O Rally de Portugal, prova-rainha do automobilismo nacional e que contribui para a visibilidade internacional do País, volta a contar em 2010 com o patrocínio do Turismo de Portugal. Este apoio reconhece a importância mediática e a projecção turística que o evento organizado pelo Automóvel Club de Portugal (ACP) confere às paisagens do Sul do País, que serão assim dadas a conhecer, durante a cobertura prova, a milhares de telespectadores em todo o mundo.

Além disso, o evento contribui para enriquecer o produto turístico das regiões do Algarve e do Alentejo durante o último fim-de-semana de Maio (de 27 a 30), atraindo milhares de espectadores, não só de Portugal mas também com forte predominância de outros mercados emissores. No início da semana (a 23 de Maio), uma demonstração enquadrada na prova passa também pelo Porto – o Porto Road Show –, levando à Avenida dos Aliados uma super-especial com cerca de duas dezenas de pilotos e carros.

O Rally de Portugal, incluído nos calendários internacionais do World Rally Championship (WRC) e no programa Allgarve 2010, terá, segundo a organização, uma cobertura televisiva mundial de 60 horas, transmitida para mais de 50 países, chegando assim a uma audiência potencial de mais de 20 milhões de telespectadores. Este ano, o Rally de Portugal conta com a presença de cerca de 70 equipas em representação de duas dezenas de países.



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

Turismo de Portugal, I.P.

A forte visibilidade internacional, o contributo para a diversificação da oferta turística no Algarve e Alentejo fora da época de maior procura e para o prolongamento da estadia dos adeptos motivaram a atribuição, pelo Turismo de Portugal, de um apoio de 1 milhão de euros à prova. O Rally de Portugal permite também ajudar a projectar o País como um destino turístico moderno, enérgico e que proporciona experiências surpreendentes, além de afirmar Portugal como destino de grandes eventos.

Esta prova ocorre já dentro de um quadro de acessibilidades reforçadas ao Algarve, com a criação de 15 novas rotas aéreas através da instalação da nova base da Ryanair em Faro. Estas rotas ligam a região a 11 mercados - Reino Unido, Irlanda, Espanha, França, Dinamarca, Holanda, Itália, Alemanha, Noruega, Suécia e Eslováquia – e foram apoiadas pelo Iniciativa.pt, programa de marketing de destino que associa o Turismo de Portugal, à ANA e às Agências Regionais de Promoção Turística.

De acordo com um estudo da Universidade do Algarve, a edição de 2009 do Rally de Portugal 2009 os espectadores atraídos aos locais da prova geraram uma despesa directa de 43,5 milhões de euros, mais de metade da qual (51,2%) com origem em mercados externos, onde se destaca a Espanha.

Lisboa, 21 de Abril de 2010

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



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

Turismo de Portugal, I.P.