

empresário brasileiro Ivens Dias Branco.

“Este é um grande investimento, a decorrer em vários anos. Em Portugal, seria o equivalente a um projecto como o Vila Moura XXI”, frisa Saviotti, referindo que o Aquiraz irá envolver €500 milhões incluindo infra-estruturas num prazo de oito anos. “Em 2010, a ideia é iniciar aqui três novos hotéis”.

Lagos artificiais com 15 mil metros quadrados são a marca do Dom Pedro Laguna, a abrir este ano, com 100 *bungalows* e 60 *suites*. Um dos seus trunfos é o golfe. “É o primeiro campo a norte de Salvador, uma novidade absoluta no Ceará”. O segundo hotel, o Dom Pedro, designado “Island”, terá 250 unidades e envolve €20 milhões de investimento. “Também vai ser muito ligada à água, com seis ilhas interligadas”, adianta Stefano Sa-

viotti. “Se o Laguna é um projecto tipo Veneza, o Islands será mais uma Polinésia, e ficará concluído em 2012”. Já vendidas estão as 300 moradias da primeira fase do Aquiraz. “No Brasil quase não se sente a crise. Há um mercado interno forte e com muito desejo de viver”, considera o hoteleiro, destacando a dinâmica prevista com o Campeonato do Mundo ou a realização das Olimpíadas.



Stefano Saviotti, presidente do grupo Dom Pedro Hotéis, junto à maquete do projecto Aquiraz Riviera, no Ceará. FOTO JORGE SIMÃO

viotti. “Se o Laguna é um projecto tipo Veneza, o Islands será mais uma Polinésia, e ficará concluído em 2012”. Já vendidas estão as 300 moradias da primeira fase do Aquiraz.

“No Brasil quase não se sente a crise. Há um mercado interno forte e com muito desejo de viver”, considera o hoteleiro, destacando a dinâmica prevista com o Campeonato do Mundo ou a realização das Olimpíadas.

Segundo o empresário dos hotéis Dom Pedro, 2009 “foi um ano estranho: houve hotéis que funcionaram bem, e outros menos bem”. O Algarve, onde o grupo tem quatro hotéis, “até foi uma boa surpresa, tivemos aí o melhor Verão de sempre, com uma ocupação média de 85%”. O hotel de Lisboa sofreu as quebras mais acentuadas devido à redução do tráfego de negócio. “O

transporte aéreo é fundamental para ultrapassar esta crise. Sem transporte aéreo, não há turismo”, sublinha Stefano Saviotti. “E a TAP está mais interessada em levar passageiros para Angola e Brasil do que em trazer turistas para cá, o que não resolve o nosso problema”. O hoteleiro tem consciência de que “2010 será também um ano difícil, vamos ter de inventar mercados para compen-

sar os tradicionais que estão em crise”, e destaca como alternativa os países de Leste e da América Latina.

“Temos andado de crise em crise, parece quase uma sina”, faz notar Saviotti. “Mas devemos estar sempre preparados para anos difíceis. E, como refere a Bíblia, preparar nestes anos magros a chegada de anos gordos”.

CONCEIÇÃO ANTUNES
cantunes@expresso.imprensa.pt

PROMOÇÃO

Campanha de turismo interno vai ser reforçada em 2010

Governo vai alocar €4 milhões à promoção para portugueses, que cresceram 4%, ajudando a compensar a quebra de estrangeiros

As “medidas anticrise” voltaram a dominar a grande feira do turismo nacional. Em Março, será relançada a campanha de turismo interno “Descubra um Portugal Maior”, que em 2010 conta com um orçamento de €4 milhões — adiantou Bernardo Trindade, secretário de Estado do Turismo, à margem da Bolsa do Turismo de Lisboa (BTL), que termina amanhã na FIL.

“Esta campanha foi uma aposta ganha em 2009. O turismo interno cresceu 4%, ao contrário da generalidade dos mercados externos, que diminuíram”, salienta Bernardo Trindade. “Temos hoje uma oferta que nos orgulha. E não é preciso ir à Nova Zelândia, quando temos os Açores”, exemplifica.

Em 2010, o orçamento para promoção de Portugal ascende a €50 milhões e a linha de tesouraria destinada a apoiar as empresas turísticas em tempo de crise vai ser reforçada para

€150 milhões, enfatiza ainda o secretário de Estado. “É preciso actuar do lado da oferta e mais de 3 mil empresas já são apoiadas por estas linhas de crédito bonificado”.

Optimista face à recuperação da crise em 2010 está Luís Patrão, presidente do Turismo de Portugal. As contas ainda não estão fechadas, mas segundo o responsável as receitas turísticas do país terão sofrido uma quebra de 10% face ao anterior, em que se cifraram em €7,4 mil milhões. “Não devemos ter chegado aos €7 mil milhões. Mas estamos sinceramente convencidos que o que perdemos em 2009 pode ser recuperado em 2010”, sustenta Patrão.

Na inauguração da feira de turismo, José Vieira da Silva, ministro da Economia, frisou que “o turismo interno pode ser uma forma de ultrapassar as dificuldades que esta recessão nos trouxe”. Referindo-se ao Boletim de Inverno do Banco de Portugal, que avança previsões de crescimento de 0,7% em 2010, o ministro destaca que “temos de ter a ambição de ultrapassar estas previsões”. E faz notar que

“a crise é dura mas conseguimos minimizar estes efeitos. Acabámos o ano com uma recessão de 2,8%, quando as previsões de quebra eram de 4%”.

Algarve desvenda segredos

Vários destinos nacionais estão a aproveitar a Bolsa de Turismo de Lisboa para se promover de forma diferente. Os Açores põem a tónica na sua eleição como “Região Europeia do ano de 2010” e o Algarve está a promover-se como “o segredo mais famoso da Europa”. Nesta campanha, os próprios algarvios revelam os seus locais predilectos, praias escondidas ou restaurantes retirados. “Vamos fazer o maior esforço de sempre para promover o nosso Algarve”, promete Nuno Aires, presidente da entidade turística da região, adiantando que o programa Algarve terá este ano novidades, como circo ou teatro de rua.

“É na BTL que se mede o pulso ao sector”, considera Luís Patrão. “O que eu vejo nesta feira é optimismo, capacidade comercial, e sobretudo fé que as coisas vão correr melhor”. C.A.

E AINDA

Porto Bay fecha 2009 com €54,2 milhões

HOTÉIS As receitas operacionais da Porto Bay, sediado na Madeira, cresceram 3% no final de 2009 para €54,2 milhões. A ocupação média dos seus cinco hotéis cifrou-se em 88%. Com um portefólio de 1314 quartos, o grupo abriu no ano passado um hotel em São Paulo (Brasil).

Privetur quer 5 mil novas casas rurais

TURISMO A Associação Portuguesa do Turismo no Espaço Rural (Privetur) está a lançar uma rede integrada que prevê, em cinco anos, mais 5 mil casas de turismo rural, totalizando 60 mil camas em Portugal.

Tivoli Victoria lidera novos hotéis em 2009

PRÉMIOS O hotel Tivoli Victoria, em Vilamoura, foi o vencedor dos prémios Turismo de Portugal 2009 na categoria de novo projecto privado. A requalificação dos portos das ilhas de São Miguel e Santa Maria, nos Açores, foi o projecto público distinguido. Já o Zmar Eco Camping Resort & Spa ganhou uma menção honrosa na categoria Sustentabilidade Ambiental.

AEROPORTO

Lisboa reclama base aérea de *low cost*

Face às quebras de 30% nos hotéis de cinco estrelas, o Turismo de Lisboa quer atrair novas rotas tirando partido do Terminal 2

A crise em 2009 deixou marcas em Lisboa e os hotéis de cinco estrelas sofreram a maior machadada. No acumulado do ano, as quebras ultrapassaram 30% no rendimento por quarto disponível (Revpar), que se cifrou em €29,3, menos do que os €32 dos hotéis de quatro estrelas.

“A acessibilidade aérea continua a ser o factor que mais encaixa o destino Lisboa”, frisa Vítor Costa, director-geral do Turismo de Lisboa. “Na hotelaria, já não se consegue esticar a corda, não há margem para os preços descerem mais”.

Em 2010, o cavalo-de-batalha do Turismo de Lisboa vai ser o transporte aéreo. “Sabemos que a Easyjet tem interesse em ter uma base em Lisboa e que a Ryanair também quer voar para cá”, refere Vítor Costa. “Porto e Faro vão agora ter bases de companhias *low cost*, e não o conseguiram sem grandes investimentos do Turismo de Portugal e da

ANA. Achamos muito bem, mas queremos ter igual”.

Lembrando que a TAP cortou 110 frequências na operação de Inverno “e mesmo contando com as rotas que lançou, o saldo é de menos 80 frequências”, o responsável do Turismo de Lisboa sustenta que atrair uma base de *low cost* passou a ser uma prioridade. “Há condições para que o Terminal 2 do aeroporto tenha essa vocação”, sublinha. “Há opções no aeroporto que vemos arrastarem-se sem definição, e estão a afectar directamente o sector do turismo. O que é que vai acontecer ao Terminal 2? Vão fechá-lo?”.

Vítor Costa alerta que Lisboa está a perder competitividade e é preciso actuar já. “O preço vai ser o factor mais decisivo para o turismo nos próximos anos. As pessoas continuam a querer viajar, só que mais barato”. Lisboa tem a particularidade de ter vinte hotéis de cinco estrelas, mais que Madrid, Amesterdão ou Viena. “A luz vermelha está a acender-se no segmento superior da hotelaria, e não podemos chegar ao sinal de alarme, com situações de encerramento”. C.A.