

VIAJAR

ESPECIAL



BOLSA
TURISMO
LISBOA
TRAVEL
MARKET

AVIAÇÃO COMERCIAL E TURISMO
MARÇO 2022

MAGAZINE PARA PROFISSIONAIS
Nº 379 - 2ª série - Preço 2,00 €

RESPONSÁVEIS ANALISAM O PRESENTE E PROJETAM O FUTURO



FRANCISCO CALHEIROS

PRESIDENTE DA CONFEDERAÇÃO DO TURISMO DE PORTUGAL

"Apoio às empresas é uma prioridade e a primeira medida a analisar com o Governo"

ANA JACINTO

SECRETÁRIA-GERAL DA AHRESP

"Apoios à tesouraria e incentivos ao consumo são fatores importantes"

LUÍS PEDRO MARTINS

PRESIDENTE DO TURISMO DO PORTO E NORTE

"A pouca operacionalidade da TAP no Porto não ajudou a melhorar índices de atividade"

MARIA TERESA CARDOSO

PRESIDENTE DO MUNICÍPIO DE ANADIA

"Anadia valoriza e desenvolve o turismo no Concelho"

MUNDO DO TURISMO REGRESSA À BTL'22



Açores, Seguro por natureza.

O primeiro arquipélago do mundo certificado como destino sustentável.



VISITAZORES.COM

Observação



PANDEMIA versus GUERRA

Será que a pandemia desapareceu?

Será que já não há milhares de infetados todos os dias? Será que estamos livres desta “guerra” que meteu as nossas vidas em stand-by nos últimos dois anos? Pois bem, nas últimas semanas, mais propriamente desde o dia 23 de fevereiro, é o que parece.

Com o início da guerra entre a Ucrânia e a Rússia nunca mais se ouviu falar em Covid-19, medidas de contenção, casos diários, mortes pela pandemia ou na DGS. O mundo está agora de olhos postos na Europa de Leste, e muito bem, mas convém não esquecer que ainda nem saímos de uma “guerra” e já se esta a iniciar outra que nada trará de positivo também para o turismo a nível mundial.

Com a saída dos bancos russos do Swift, o espaço aéreo europeu chegado à Rússia, entre muitas outras sanções, certo é que as ligações aéreas entre o ocidente e o oriente estão mais comprometidas do que nunca e o fluxo de turistas muito limitado. Certo é que o mercado russo ou dos restantes países de leste não influencia em muito os números de ocupação hoteleira em Portugal, mas todos sabemos que os países limítrofes e até outros mais próximos da Ucrânia e da Rússia, irão ficar mais receosos.

As perspetivas para já são de um ano de 2022 muito positivo. As unidades hoteleiras estão com as reservas, sobretudo de europeus, a aumentarem de dia para dia, mas será melhor viver um dia de cada vez, porque esta guerra incrível de Leste poderá afetar em muito a recuperação do turismo europeu e até mundial.

BTL 2022 apresenta novidades em várias áreas do turismo



A 33ª EDIÇÃO DA BTL pretende reforçar o seu estatuto de maior evento de turismo em Portugal, contribuindo de forma decisiva para retoma deste importante sector da economia nacional.

Para tal, nesta edição, a BTL irá apresentar inúmeras novidades e novos sectores, como a inovação, cultura, enoturismo e turismo de natureza, bem como um programa de buyers internacionais, organizado em parceria com o Turismo de Portugal e TAP.

A aposta no enoturismo e no turismo de natureza tem este ano uma área dedicada aos sete geoparques portugueses, dando continuidade a áreas vitais como a BTL Cultural em parceria com a Fundação Calouste Gulbenkian e à BTL LAB, espaço que já se tornou uma referência do evento.

Igualmente a aposta na BTL Natureza pretende dar a conhecer a biodiversidade nacional e o potencial das regiões que integram os geoparques.

A BTL Cultural apresentará uma programação própria, com temas relevantes para os profissionais do setor do turismo e dos equipamentos culturais.

Nos dias dedicados ao público, cada entidade cultural presente foi convidada a realizar ações próprias para este target. No que respeita à BTL LAB, um espaço dedicado à divulgação de empresas que atuam no sector da inovação no turismo,

além de mostra de Startups, o LAB é um importante palco de debate, tendências e troca de experiências sob o tema da inovação e da tecnologia e que nesta edição ocupa uma área de 2000 metros quadrados (m²), no Pavilhão 3. A dinamização desta área está a cargo do NEST – Centro de Inovação do Turismo de Portugal.

O programa de conferências deste ano apresenta temas desafiantes nomeadamente como o «Smart and Green Tourism», «Inovação: tendências que estão a transformar o Turismo», «Inovação Digital: Visão estratégica para o desenvolvimento do negócio» ou «O Novo Viajante», entre outras dedicadas às novas tendências do sector do turismo.

Porque a BTL, além de todo o movimento profissional nos primeiros três dias, também é um espaço de convívio para as famílias, destaca-se o Kids Route, um programa especial para as crianças dos 6 aos 12 anos descobrirem Portugal pelos caminhos da feira.

Durante o fim de semana, várias entidades e empresas vão desafiar a criatividade dos mais novos através de jogos didáticos, interativos, quizzes, oferta de brindes, pinturas, entre muitas outras surpresas.

A par da mostra de locais, gastronomia e destinos a BTL é ainda uma oportunidade para planear as férias, sejam de curta ou de longa duração.

DIRETOR Francisco Duarte
CHEFE DE REDAÇÃO Silvia Guimarães
EDITOR Silva & Rocha Editores, Lda

DIREÇÃO, REDAÇÃO E PUBLICIDADE
Rua Jaime Batalha Reis, nº 1C- r/c C
1500-679 Lisboa
Telfs.: 21 7543190 • e-mail: viajar@silroc.pt

FOTOGRAFIA
Arquivo, Fotolla

PUBLICIDADE
Carlos Ramos
Telfs.: 21 7543190
e-mail: carlos.ramos@silroc.pt

IMPRESSÃO Gráfica,lda
www.grafica.pt

TIRAGEM: 7 000 exemplares
DEPÓSITO LEGAL: 10 534/85
REGISTO NO ERC: 108098 de 08/07/81
PROPRIETÁRIA: Ana de Sousa
Nº Contribuinte: 214655148

FRANCISCO CALHEIROS, PRESIDENTE DA CTP

“O apoio às empresas é uma prioridade e a primeira medida que queremos analisar com o Governo”

A CONFEDERAÇÃO DO TURISMO DE PORTUGAL (CTP) DEFENDE QUE A NOVO GOVERNO DEVERÁ BASEAR-SE NUMA “LEGISLATURA DA ECONOMIA E DAS EMPRESAS”. REIVINDICA AINDA APOIO À RECAPITALIZAÇÃO DAS EMPRESAS E NÃO SÓ. DESCUBRA NA ENTREVISTA QUE A VIAJAR FEZ AO PRESIDENTE DA CONFEDERAÇÃO.

POR SÍLVIA GUIMARÃES

VIAJAR – Estes dois últimos anos, como todos sabemos, foram muito difíceis para o setor do Turismo. Após anos de enorme crescimento, esta pandemia veio trazer o que nunca se imaginou, uma quebra acentuada para o setor e enormes dificuldades de sobrevivência para as empresas. Considera que as empresas foram devidamente apoiadas pelo Governo?

FRANCISCO CALHEIROS – No início desta pandemia o Governo implementou medidas ajustadas, bem pensadas e que foram de encontro às necessidades das empresas. No entanto, os apoios a que as empresas tiveram acesso ficaram-se pelas medidas iniciais no princípio da pandemia. A partir daí não houve a implementação de mais medidas, e os apoios iniciais já estão totalmente esgotados.

Atualmente a tesouraria das empresas está completamente esgotada, sendo que as medidas de capitalização estão há muitos meses no papel, mas ainda não viram ‘a luz do dia’. Estes apoios, que vinham do Plano Reativar o Turismo (PRT), tinham uma dotação de 6 mil milhões de euros, dos quais 4 mil milhões de euros eram para as empresas. O apoio às empresas é de facto

uma prioridade e a primeira medida que queremos analisar com o Governo.

APOIO À RECAPITALIZAÇÃO DAS EMPRESAS

V – O que poderia o Governo e, consequentemente, a Secretaria de Estado do Turismo, ter feito mais pelo setor?

FC – A secretária de Estado do Turismo esteve sempre atenta aos problemas do Turismo e acessível para atender às necessidades da atividade e se mais não fez pelo Turismo foi obviamente devido à conjuntura pandémica que temos vivido. Penso é que o Governo, em geral, deveria ter dado mais atenção à economia e às empresas, mesmo compreendendo que nestes dois últimos anos a prioridade era a Saúde. O apoio à recapitalização das empresas deveria ter sido cumprido. Deveriam ter sido ativados os programas que estavam aprovados.

Por outro lado, o Turismo ganharia se o Governo tivesse dado passos significativos em termos de reformas estruturais tão essenciais à economia e ao País. Também o dossier do novo aeroporto de-

veria ter tido avanços, já que não me canso de repetir, é uma infraestrutura essencial ao País, nomeadamente para o Turismo, que só crescerá de forma consolidada se as infraestruturas aeroportuárias responderem ao crescimento da procura de turistas que contamos ter a partir do próximo ano.

V – Disse, recentemente, que o Governo deverá reforçar o papel da Concertação Social. Em que âmbitos?

FC – A prioridade devem ser as medidas laborais. Por um lado, a ‘Agenda do Trabalho Digno’ deve voltar a ser discutida para se fazer uma tentativa de acordo em concertação social. Por outro lado, a concertação social deve ter um papel importante e decisivo na discussão dos temas salariais e da competitividade.

PRIORIDADES QUE O NOVO GOVERNO DEVE CONSIDERAR

V – Após o Partido Socialista (PS) ter ganho as Eleições Legislativas, com maioria absoluta, disse que o novo Governo deverá dar prioridade às empresas. Que medidas imediatas deverão ser tomadas

“Os apoios a que as empresas tiveram acesso ficaram-se pelas medidas iniciais no princípio da pandemia. A partir daí não houve a implementação de mais medidas, e os apoios iniciais já estão totalmente esgotados.”





“Do que conhecemos do Orçamento para 2022 o que mais nos preocupa é não ter como prioridade a economia e as empresas. Por isso, tenho apelado a que esta nova legislatura seja a legislatura da Economia e das Empresas. Penso mesmo que a Economia até deverá estar omnipresente no Conselho de Ministros.”



na opinião da CTP?

FC – Uma primeira prioridade prende-se com as medidas de apoio às empresas, nomeadamente as medidas de capitalização. Esta é a primeira medida que queremos analisar com o Governo. Recordo que um ponto positivo veio do encontro que tivemos com o secretário-geral do PS, António Costa, antes das eleições, no qual nos confirmou haver orçamento para tal, e inclusive que o programa Apoiar.pt seria novamente ativado, caso fosse eleito para o Governo. Agora que foi eleito, aguardamos na expectativa. Mas há outras prioridades. A revisão da carga fiscal; soluções para a falta de mão-de-obra; as reformas estruturais necessárias ao crescimento económico do País e o Novo aeroporto na região de Lisboa.

V – Num encontro promovido pela CTP, antes das Eleições Legislativas, o primeiro-ministro, António Costa, afirmou que não há muito mais por onde mexer no Turismo, dado este dispor do plano estratégico “Reativar o Turismo – Construir o Futuro”, que dispõe de mais de seis mil milhões de euros, a acrescentar ao PRR,

a ser canalizado, em grande parte, em investimentos nas empresas. Acha que este plano é suficiente?

FC – Responderei da seguinte forma: se demorarem a chegar às empresas estes apoios, pode não ser suficiente para as recapitalizar. É que para além das consequências da pandemia, estamos a enfrentar o aumento constante das matérias-primas, o aumento de custos com eletricidade e combustíveis, para além da pressão da inflação e do mais que provável aumento das taxas de juro ainda este ano.

OE2022 VERSUS ECONOMIA E EMPRESAS

V – O que mais vos preocupa no Orçamento do Estado 2022 (OE22) que foi chumbado no final do ano passado deverá agora passar devido à maioria parlamentar do PS?

FC – Do que conhecemos do Orçamento do Estado para 2022 o que mais nos preocupa é não ter como prioridade a economia e as empresas. Por isso tenho apelado a que esta nova legislatura seja a legislatura da Economia e das Empresas. Penso mesmo

que a Economia até deverá estar omnipresente no Conselho de Ministros.

V – Acredita que a TAP está para continuar forte e competitiva tendo em conta a diminuição de frota e destinos previstos?

FC – A TAP é muito importante para o nosso turismo. Esperamos que volte, o mais rapidamente possível, às rotas que vinha a desenvolver.

V – De uma forma geral, está otimista em relação à evolução do setor este ano? O que mais o preocupa e o que o deixa mais otimista?

FC – Sim, estou muito otimista. Admitindo que esta pandemia se está a tornar uma endemia, podemos afirmar, com alguma segurança, que em 2023 estaremos em condições de voltar aos números de 2019. Mas estas projeções dependem, obviamente, da forma como os canais de distribuição vão ser abertos, e da forma e quando serão abolidas as restrições que existem atualmente, já que 70% dos nossos turistas são internacionais. Começamos a assistir ao alívio de algumas medidas, o que já é positivo.

ANA JACINTO, SECRETÁRIA-GERAL DA AHRESP

“Os apoios à tesouraria e os incentivos ao consumo são fatores importantes para que as nossas empresas consigam ultrapassar esta fase”

APOIOS PÚBLICOS ÀS EMPRESAS, CONTINUAÇÃO DAS MORATÓRIAS E UM OE2022 BASEADO NO INCENTIVO AO CONSUMO, FISCALIDADE, CAPITALIZAÇÃO DAS EMPRESAS, QUALIFICAÇÃO E DIGNIFICAÇÃO DO EMPREGO, LEGISLAÇÃO LABORAL E CONTRATAÇÃO COLETIVA, SÃO, PARA A AHRESP, FUNDAMENTAIS E ESSENCIAIS PARA A SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS.

POR SÍLVIA GUIMARÃES

VIAJAR – As empresas de restauração, bares e animação noturna têm sido das mais afetadas desde que a pandemia começou há cerca de dois anos. Considera que o Governo tomou as medidas mais corretas para proteger estas empresas?

ANA JACINTO – A restauração em geral foi muito afetada e quanto aos estabelecimentos de animação noturna estes estiveram encerrados, por via legal, durante muito tempo e quando puderam funcionar foi também com muitas restrições o que, ob-

viamente, em nada contribuiu para a saúde financeira de todas estas empresas. Percebemos que toda esta situação foi de tal forma repentina e imprevisível nos seus efeitos, que todos nós, Governo incluído, nos deparamos com dificuldades sobre a melhor forma de a gerir. Seja como for, ao longo do tempo, seria expectável que houvesse um melhor entendimento e até compreensão por parte do Estado, nomeadamente ao nível dos apoios e forma de atribuição.

Obviamente que qualquer apoio é sempre melhor do que nenhum apoio e eles foram importantes, mas, infelizmente, estiveram longe de ser suficientes para as perdas registadas nos nossos setores, o que levou a que as empresas cheguem a esta fase muito fragilizadas, podendo conduzir ao encerramento de muitas empresas e despedimentos de muitos trabalhadores. Em nossa opinião, e sempre o temos defendido, os apoios deveriam ter sido universais, mais robustos e de fácil acesso, para que pudessem chegar a todas as empresas e empresários, especialmente àquelas que mais precisavam.

APOIOS ÀS EMPRESAS DEVEM CONTINUAR

V – Agora que as empresas já estão todas abertas, considera que o Governo deverá continuar com os apoios às mesmas?

AJ – O facto de estarem abertas não nos deve fazer esquecer que as empresas acumularam muitos prejuízos durante estes praticamente dois anos, por isso é importante que os apoios se mantenham mesmo depois do pior da crise pandémica ter passado. A maioria das empresas ficou com a tesouraria depauperada com os encerramentos, totais ou parciais, a falta de trabalhadores e a falta de clientes. Naturalmente, estas empresas não conseguem recuperar dos prejuízos acumulados durante os últimos dois anos no imediato, ou mesmo no curto prazo, até porque ainda se enfrentam alguns constrangimentos, principalmente da parte da procura turística, que permanece ainda muito distante dos valores de 2019. Os apoios devem, por isso, continuar. Os apoios à tesouraria e os incentivos ao consumo são fatores importantes para que





“Os apoios à tesouraria e os incentivos ao consumo são fatores importantes para que as nossas empresas consigam ultrapassar esta fase. Já o defendemos quando a crise pandémica ainda estava no seu auge, e também a OCDE e as Nações Unidas já vieram publicamente defender o mesmo.”

as nossas empresas consigam ultrapassar esta fase. Já o defendemos quando a crise pandémica ainda estava no seu auge, e também a OCDE e as Nações Unidas já vieram publicamente defender o mesmo.

V – E houve apoios que nunca chegaram, não é assim?

AJ – Numa primeira fase, julgamos que por força da surpresa quanto a toda esta situação, muita coisa falhou nos pedidos e na forma de atribuição dos pedidos, e muitas empresas se queixaram dos procedimentos demasiado complexos e burocráticos e condições de acesso muito exigentes, que impediram muitos de aceder aos apoios. Depois a situação normalizou um pouco mas continuaram sempre demasiado lentos a chegar às empresas, quando estas mais precisavam. Iguamente deparámo-nos com situações em que os apoios eram anun-

ciados e não chegaram, o que, para nós, é absolutamente incompreensível. Por exemplo, continuamos a receber muitas queixas de empresários sobre o novo Incentivo à Normalização da Atividade Empresarial, cuja segunda tranche continua por pagar.

CONTINUAÇÃO DAS MORATÓRIAS É FUNDAMENTAL

V – O fim das moratórias também foi outra pedra no sapato para os empresários...

AJ – Sem dúvida! Alertámos várias vezes para o problema. De acordo com a mais recente informação estatística do Banco de Portugal, no final de outubro de 2021, já depois do término da moratória pública a 30 de setembro (para as adesões que ocorreram até 30 de setembro de 2020), nos setores mais vulneráveis, onde se inclui o

alojamento e restauração, o montante em moratória era, nessa altura, de 700 milhões de euros.

O Governo criou a Linha Retomar, que pretendia ajudar na renegociação das moratórias, mas acabou por cair no mesmo erro dos restantes apoios às empresas: as condições de acesso limitaram muito o alcance da medida, tendo poucas empresas aderido, desde logo porque o perfil maioritário de microempresas e empresários em nome individual das nossas atividades (a esmagadora maioria do nosso tecido empresarial) tem fortes limitações na negociação com a Banca e normalmente demonstram dificuldades no acesso a este tipo de programas mais complexos. Por outro lado, o receio das empresas ficarem com registo negativo no seu historial bancário acabou por ser a principal razão que conduziu à fraca adesão à Linha Retomar.



“Qualquer apoio é sempre melhor do que nenhum apoio e eles foram importantes, mas, infelizmente, estiveram longe de ser suficientes para as perdas registadas nos nossos setores, o que levou a que as empresas cheguem a esta fase muito fragilizadas, podendo conduzir ao encerramento de muitas empresas e despedimentos de muitos trabalhadores.”





“[A falta de mão de obra] é um problema que se agudizou nestes últimos tempos e a que a AHRESP está especialmente atenta, razão pela qual já apresentou um conjunto de propostas que têm como propósito contrariar esta tendência.”



V – Houve muitas empresas que ficaram sem alternativas e tiveram que fechar portas. Têm noção de quantos empresários optaram por esse caminho?

AJ – Não sabemos quantos empresários fecharam portas efetivamente, mas estamos a realizar um estudo sobre este tema que contamos divulgar em breve. De acordo com os nossos inquéritos mensais, que temos realizado desde o início da crise pandémica, houve sempre muitas empresas a ponderar o encerramento definitivo, e muitas terão avançado para essa hipótese. Por exemplo, o nosso inquérito de setembro de 2021 referia que 16% das empresas estava a pensar encerrar.

V – O verão de 2021 foi visto como uma “lufada de ar fresco” para as que conseguiram sobreviver, mas com a vinda do inverno tudo desabou...

AJ – O verão de 2021 foi, de facto, uma lufada do ar “quente” da retoma. Temos regiões do país que registaram níveis de dormidas quase ao nível de 2019. No entanto, foi curto demais e não dá, obviamente, para se poder falar de uma verdadeira retoma, mas sim de alguma recuperação relativamente ao anterior estado. Por outro lado, com a chegada dos meses de verão chegou o fim da grande maioria das medidas de apoio às nossas empresas, ficando apenas os apoios relacionados com a manutenção dos postos de trabalho, caso do Apoio à Retoma Progressiva que, não sendo cumulativo em simultâneo com o novo Incentivo à Normalização da Atividade Empresarial, atribuído pelo IEFP, acabou por ter um alcance muito limitado.

FALTA DE RECURSOS HUMANOS É PRECUPANTE

V – A falta de mão de obra é outra das realidades neste setor. O que é que a AHRESP tem feito na tentativa de combater esta realidade?

AJ – Sim, este é um problema que se

agudizou nestes últimos tempos e a que a AHRESP está especialmente atenta, razão pela qual já apresentou um conjunto de propostas que têm como propósito contrariar esta tendência.

Recentemente apresentámos 20 propostas em diversas áreas, sendo uma dessas áreas a Qualificação e Dignificação do Emprego, nomeadamente através da criação de mecanismos/plataformas de apoio à contratação de trabalhadores, incluindo a contratação organizada de imigrantes; o incentivo à procura ativa de emprego; programas de formação de curta duração e campanhas de valorização e dignificação das profissões do turismo.

No que diz respeito à Legislação Laboral e Contratação Coletiva, defendemos mecanismos de flexibilidade e adaptabilidade no funcionamento das empresas das atividades do Turismo; estabilidade legislativa; dinamização da contratação coletiva; e o alargamento do âmbito da Contratação Coletiva a normas específicas de cada atividade.

V – O que é preciso da parte do Governo para que estas empresas possam sobreviver e tornarem-se capitalizáveis?

AJ – O que é preciso, efetivamente, é que a retoma chegue e depressa. Da parte do Governo, julgamos que seria muito importante haver apoios a fundo perdido, incentivos ao consumo e uma diminuição da carga dos custos que recaem sobre as nossas empresas, sobretudo fiscais e ao nível do emprego.

ORÇAMENTO DE ESTADO 2022

V – O Orçamento de Estado para 2022, que tinha sido chumbado, deverá agora passar na Assembleia da República. Foram ouvidos pelo Governo nesta matéria? O que mais os preocupa?

AJ – Antes do chumbo do Orçamento do Estado de 2022, a AHRESP entregou a todos os partidos políticos um conjunto de 20 propostas assentes em cinco eixos

fundamentais – incentivo ao consumo, fiscalidade, capitalização das empresas, qualificação e dignificação do emprego, legislação laboral e contratação coletiva. Todas estas matérias continuam plenas de atualidade e consideramo-las essenciais para as nossas empresas. Por exemplo, a prorrogação, adaptação e reforço do programa IVAucher; a aplicação temporária (no ano 2022) da taxa reduzida de IVA nos Serviços de Alimentação e Bebidas; a reposição integral (a partir de 2023), da totalidade dos serviços de alimentação e bebidas, na taxa intermédia de IVA; a extinção do Pagamento Especial Por Conta (PEC); a redução da taxa do IRC e do IRS; instrumentos financeiros para a redução do endividamento das empresas; assim como mecanismos/plataformas de apoio à contratação de recursos humanos; e incentivos à procura ativa de emprego. Estas são matérias que devem ser prioritárias, a que se junta um conjunto mais vasto de preocupações que não estão tão diretamente ligadas ao OE, como por exemplo, os custos de contexto, a consistência e estabilidade normativa, a sustentabilidade ambiental e a transição digital.

V – Com vê o futuro a curto e médio prazo deste setor em Portugal?

AJ – Os nossos setores são caracterizados por uma resiliência invulgar, e também por isso tendo a ver o futuro com uma “lente” otimista, mas o Estado tem de cumprir o seu papel e ajudar as empresas, para que o regresso aos números de 2019 possa acontecer antes do previsto e as empresas consigam compensar o tempo perdido. Sem um ambiente que seja mais favorável aos negócios, pode registar-se alguma recuperação, mas a retoma pode tardar. Os setores do alojamento turístico e da restauração e bebidas, nestes últimos dois anos tentaram resistir e reinventar-se, mais uma vez, e uma vez mais estão a ser um verdadeiro exemplo para o país, mantendo-se como o motor da economia e do emprego.

Lisboa

Sinta a Cidade

Lisbon

Feel the City



Percorra a cidade com **transporte público gratuito**, visite **36 museus e monumentos grátis** e conheça mais de **70 lugares com descontos**.

Travel around town **free on public transport**, visit **36 museums and monuments for free** and take advantage of more than **70 different discount opportunities**.

www.visitlisboa.com

Informações e vendas online
Online information and sales



PATRIMONIO CULTURAL
Direção-Geral do Património Cultural


COMBOIOS DE PORTUGAL

carris 




fertagus



“Mais de 90% das empresas que participaram em 2019, a melhor edição de sempre, reforçaram o interesse em estar presente na edição de 2022. Neste momento podemos assumir que teremos uma BTL ao nível da edição 2019, no que toca ao número de empresas e representatividade de setores.”

VIAJAR – A BTL está de volta, após dois anos de interregno devido à pandemia. Podemos esperar um certame diferente? Quais vão ser as prioridades e grandes novidades desta BTL no pós-pandemia?

DÁLIA PALMA – A edição da BTL 2022 representa o regresso do maior e mais importante evento do setor do turismo em Portugal.

A prioridade será a de repor o Turismo no lugar que sempre ocupou, enquanto o mais importante e representativo setor de serviços nas nossas exportações, através da promoção do network, potenciando negócios entre as partes, a nível nacional e internacional no que à procura diz respeito. Para isso, foram estabelecidas novas metas que visam reforçar o papel da BTL enquanto “o Marketplace” do setor do Turismo em Portugal, o que significa uma maior aposta na internacionalização, com o reforço da qualidade e representatividade dos diferentes segmentos do programa de buyers e o reforço da presença de destinos internacionais. Outro dos objetivos será o de aumentar a representação dos diferentes setores da oferta nacional, bem como o de apostar na formação e na inovação, como é exemplo a BTL LAB/Inovação.

De destacar ainda que nesta edição se pretende reforçar a dinamização da componen-

DÁLIA PALMA, gestora da BTL

BTL 2022 reforça aposta em setores diferenciados e venda direta ao cliente final

A BOLSA DE TURISMO DE LISBOA ESTÁ DE VOLTA, APÓS DOIS ANOS DE INTERREGNO. ESTE ANO DÁ MAIOR ESPAÇO A ÁREAS DO TURISMO QUE ESTAVAM POUCO REPRESENTADAS, COMO É O CASO DO ENOTURISMO E DO TURISMO DE NATUREZA. O PROGRAMA DE HOSTED BUYERS FOI REFORÇADO, ASSIM COM AS VENDAS DIRETAS DE VIAGENS AO CONSUMIDOR FINAL NOS DIAS DE ABERTURA AO PÚBLICO.

POR SÍLVIA GUIMARÃES

te da oferta de venda direta ao cliente final nos dias de público da BTL.

BTL 2022 AO NÍVEL DA BTL 2019

V – A adesão de expositores foi a que estavam à espera? Terão mais presenças do que na edição anterior ou a pandemia e a crise económica no setor do Turismo fez com que as empresas se retraíssem?

DP – O setor do Turismo, considerando que a BTL representa transversalmente a oferta turística em geral, provou a sua resiliência e a vontade de voltar a construir o percurso ascendente, interrompido pela pandemia. Mais de 90% das empresas que participaram em 2019, a melhor edição de sempre, reforçaram o interesse em estar presente na edição de 2022. Neste momento podemos assumir que teremos uma BTL ao nível da edição 2019, no que toca ao número de empresas e representatividade de setores. Para isso, contribuirá seguramente o facto de vivermos hoje uma realidade muito mais favorável e começarmos a assistir a um virar de página e a um regresso a um clima de confiança e normalidade.

V – Quem são os parceiros oficiais da BTL 2022?

DP – Pela importância e relevância do setor económico – o Turismo, a BTL é um evento apoiado por parte de um vasto leque de parceiros fundamentais e relevantes para a construção daquilo que a BTL é hoje e para o crescimento que acontecerá num futuro próximo e que passa pela ampliação da sua dimensão internacional. A BTL é também a grande plataforma para a oferta turística nacional. Continuamos a contar com os parceiros estratégicos de sempre: Turismo de Portugal, TAP, Regiões de Turismo bem como com as tão importantes associações representativas do setor, entre outros.

PROGRAMA HOSTED BUYERS FOCADO NO POTENCIAL DE NEGÓCIO

V – O programa Hosted Buyers vai ter o mesmo formato de 2019? Quais são as novidades este ano?

DP – O programa de Hosted Buyers desta edição está mais focado na qualidade dos buyers e no seu potencial de negócio e menos na quantidade. A nossa ambição, nos próximos anos, passa por afirmar este programa como um dos melhores a nível internacional.

Este ano, as reuniões assumem dois formatos: o presencial e o online, e realizam-se num único espaço. A cada Hosted Buyer será atribuída uma mesa na qual durante dois dias poderão realizar as suas reuniões, previamente marcadas através duma aplicação disponibilizada pela FIL. Grande percentagem da contratação do destino Portugal irá acontecer neste espaço. O formato online pretende contornar algum impacto nas limitações de viagens que possam ainda existir à data, para além de potenciar o crescimento do número de compradores internacionais com interesse no destino Portugal.

ÁREAS MAIS DIVERSIFICADAS E TRANSVERSAIS

V – Na apresentação da BTL 2022, em outubro do ano passado, referiram que este ano iriam debruçar-se na representação de áreas mais diversificadas do Turismo, como por exemplo, no Turismo de Natureza, Enoturismo, Turismo de Saúde e Bem-Estar, entre outros. É isso que se irá ver na realidade? O que fizeram para atrair mais a presença destes setores?

DP – Sim, o que referimos em outubro é o que na realidade vamos apresentar de 16 a 20 de março na BTL.



Este era aliás um caminho já projetado para a BTL 2020, mas que pelas circunstâncias conhecidas foi adiado. Durante a pandemia e devido às restrições em viagens internacionais, assistimos ao aumento exponencial da oferta e da procura destes segmentos, muito impulsionado com bastante sucesso pela estratégia das Regiões de turismo. A título de exemplo, ao nível do setor do Enoturismo, passamos de uma área de 150 m2 para uma área de 1000m2, com 45 players e conteúdos diversos, desde conferências, a pitches, a provas de vinhos, entre muitas outras atividades, representativo do que de melhor este setor tem para oferecer. No Turismo de Natureza vamos apresentar pela primeira vez os sete Geoparques com toda a oferta turística associada a estas infraestruturas, divulgando a sua importância para a coesão territorial ao nível do negócio turístico e o seu crescente valor. Outra componente importante no setor do turismo é a qualidade e a diversidade da gastronomia nacional, representada na BTL através dos diferentes parceiros que a promoverão de diversas formas. E tudo isto num único espaço.

V – A Bolsa de Empregabilidade este ano também trará algumas surpresas?

DP – A Bolsa da Empregabilidade assume, este ano, um papel de extrema importância, num momento em que a retoma da atividade pode ser comprometida pela escassez de recursos humanos no setor. Este é um evento que apoiamos e acolhemos na BTL, e que é organizado pela Associação Fórum Turismo.

V – E a BTL Lab trará novidades de inovação para os profissionais do Turismo? Pode desvendar algumas?

DP – A BTL LAB é o espaço onde se discute o presente e se projeta o futuro do turismo suportado pela inovação numa base tecnológica. Esta é uma área de 1000m2, com mais de 40 start ups, que prometem ser os próximos unicórnios de Portugal, um palco BTL LAB by NEST que apresenta uma programação exclusiva para os cinco dias do evento que em breve será divulgada e um espaço de exposição para empresas na área da tecnologia que diariamente apoiam, suportam e impulsionam o setor do turismo na transição digital.

V – Nas últimas edições da BTL iniciaram a venda direta na feira. Como é que esta vertente irá decorrer? Quantos postos de venda direta ao público irá haver e com que percentagem de desconto poderão os viajantes contar?

DP – Como já referi, definimos como objetivo estratégico da BTL o reforço da dinâmica de venda direta em todas as outras áreas da feira em que tal seja possível. Trata-se assim de ajustar a oferta dos nossos expositores à procura dos nossos visitantes num modelo semelhante ao que assistimos habitualmente no Pavilhão 4 – o Pavilhão internacional. Obviamente que as promoções e ofertas na BTL são da responsabilidade dos diferentes operadores que normalmente as anunciam numa data mais próxima da realização da feira. Estamos certos de que os operadores, num momento de relançamento do turismo, vão apostar numa oferta muito atrativa para os visitantes. Durante o horário de público, que tem início sexta-feira às 17h e termina no domingo às 20h, a BTL será a montra da oferta turística nacional e internacional para a compra de férias dos portugueses e de estrangeiros.



“A prioridade será a de repor o Turismo no lugar que sempre ocupou, enquanto o mais importante e representativo setor de serviços nas nossas exportações, através da promoção do network, potenciando negócios entre partes, a nível nacional e internacional no que à procura diz respeito.”

MARIA TERESA CARDOSO

presidente da Câmara Municipal de Anadia,
Município Convidado na BTL

Anadia valoriza e desenvolve o turismo no concelho

O CONCELHO DE ANADIA possui um enorme potencial turístico em várias áreas, que tem vindo a ser desenvolvido e valorizado em profundo respeito pelo património histórico, social, cultural e natural, e também em consonância com a qualidade de vida dos seus habitantes. Enoturismo, saúde e bem-estar, gastronomia, desporto e turismo religioso são os setores com maior destaque.

No que diz respeito ao enoturismo, área em franco crescimento, a oferta é variada. Integrado na Região Demarcada da Bairrada, o concelho de Anadia apresenta-se como um destino de enoturismo de excelência, moldado por vinhas que dão origem a vinhos e espumantes sublimes que têm conquistado prémios nacionais e internacionais, fruto do trabalho de produtores vitivinícolas que apostam, acima de tudo, na diferença e na qualidade. Estes néctares e outros produtos regionais podem ser adquiridos, por exemplo, no Espaço Bairrada, que ocupa o edifício da antiga estação de caminhos de ferro da Curia, imóvel histórico que data de 1944 e que foi projetado por Cottinelli Telmo, nome marcante da arquitetura no início do Estado Novo. Este edifício preserva azulejos, bancos e compartimentos de outrora. No concelho de Anadia, são também locais

de paragem obrigatória o Museu do Vinho Bairrada, que divulga o percurso do vinho, e o Aliança Underground Museum, museu subterrâneo onde estagiam espumantes, vinhos e aguardentes em perfeita comunhão com coleções artísticas. Visitas guiadas a adegas e caves tradicionais e modernas, combinadas com paisagens vinhateiras únicas, fazem igualmente parte da oferta enoturística do concelho.

Relativamente à área “Saúde e Bem-estar”, o concelho de Anadia possui duas estâncias termais, rodeadas por natureza, que são locais ímpares para tratamento e repouso: as Termas de Vale da Mó, com água férrea, única a nível nacional, e as Termas da Curia, com água de natureza sulfatada cálcica e magnésica. Estes espaços, que integram a Associação das Termas de Portugal e das Termas do Centro, são, simultaneamente, locais históricos.

A nível gastronómico, o afamado leitão da Bairrada é o rei anadiense. A sua corte é também constituída por chanfana, arroz de miúdos, cabidela de leitão, iscas de leitão e, entre outras especialidades, bacalhau à prior. Para sobremesa, destacam-se os doces amores da Curia, barriga de freira e bairradinos.

No que diz respeito ao desporto, Anadia valoriza todas as modalidades e todos os



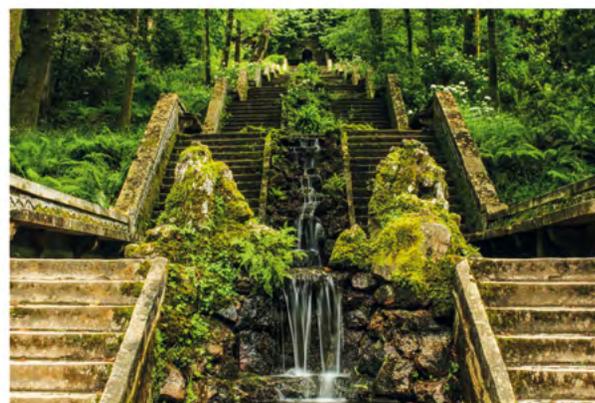
níveis, desde os mais amadores aos mais profissionais, numa lógica de desporto para todos. Porém, por questões históricas, o ciclismo assume lugar de destaque. Anadia – centro satélite europeu do Centro Mundial de Ciclismo da União Ciclista Internacional – é um concelho com grande ligação a esta modalidade, possuindo, atualmente, infraestruturas olímpicas para a prática de BTT, XCO e ciclismo de pista, que são utilizadas por atletas nacionais e estrangeiros. Uma visita ao Museu das Duas Rodas explora a proximidade de Anadia à bicicleta e também à motorizada. No que se refere ao turismo religioso, importa destacar que Anadia integra o “Caminho do Centenário” e o “Caminho Central Português”. O Município de Anadia é um dos sócios fundadores da Associação Caminhos de Fátima e pertence à Federação Portuguesa do Caminho de Santiago desde a sua origem. Anadia destaca-se também por ser o primeiro concelho do mundo a ter uma cópia de duas das quatro casas onde Maria, mãe de Jesus, viveu: a Casa de Loreto, em Vale de Boi, que é a única existente na Península Ibérica; e a Casa de Éfeso, em Junqueira, única cópia existente na Europa e a quarta a nível mundial. É ainda no concelho de Anadia, rico em património religioso, que se situa o Santuário Nacional de Nossa Senhora Auxiliadora, um templo católico criado pelos Salesianos de Dom Bosco, que foi inaugurado em 1963, em Mogófores. Todos estes espaços convidam à reflexão, ao retiro e à espiritualidade, sendo que alguns deles são, em simultâneo, verdadeiros museus. Em tempo de pandemia de Covid-19, o Município de Anadia continuou a apostar no turismo, atividade muito importante para o crescimento económico local, promovendo o concelho enquanto destino turístico ímpar, seguro e tranquilo, atributos cada vez mais apreciados por turistas nacionais e estrangeiros, e também criando novos pontos de interesse para os visitantes, como





Mealhada
Município

Lugares de encanto, onde as maravilhas acontecem!



4 MARAVILHAS DA MESA
DA MEALHADA
MUNICÍPIO DE MEALHADA
água | pão | vinho | leiteão

LUÍS PEDRO MARTINS,

presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal



“A pouca operacionalidade da TAP no Aeroporto Francisco Sá Carneiro não ajudou a melhorar os nossos índices de atividade”

HÁ TRÊS ANOS A COMANDAR OS DESTINOS DO TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL, LUÍS PEDRO MARTINS ESTEVE À CONVERSA COM A VIAJAR E FALOU DOS GRANDES DESAFIOS QUE A PANDEMIA TROUXE À REGIÃO E AOS EMPRESÁRIOS DO SETOR. QUER VOLTAR A TER MAIS ROTAS AÉREAS NO AEROPORTO SÁ CARNEIRO E AFIRMA SER URGENTE DOTAR A REGIÃO DE FINANCIAMENTO ADEQUADO PARA QUE ESTA SEJA RESSARCIDA DO ABANDONO DA TAP.

POR SÍLVIA GUIMARÃES

VIAJAR – Após dois anos de pandemia, considera que as empresas do setor foram devidamente apoiadas pelo Governo?

LUÍS PEDRO MARTINS – O setor recebeu desde a primeira hora apoios que, em boa verdade, permitiram diminuir o impacto da pandemia, no entanto, e face à dimensão da catástrofe que o setor conheceu, consideramos que os apoios devem continuar por um período muito mais alargado e acima de tudo devem chegar rapidamente às empresas. Foram meses e meses de perdas totais. Os players do setor têm revelado um comportamento heroico desde que estamos em crise sanitária. Existe uma natural saturação, também emocional, muita incerteza ainda, mas também uma grande vontade de dar a volta à situação. As empresas souberam, desde cedo, adaptar-se à nova realidade, reajustar a oferta dentro dos moldes que era necessário e serem resilientes, apostando sobretudo na inovação e criatividade. O Estado teve um papel importante através dos programas de apoio como o «Apoiar», linha de apoio à tesouraria e o lay-off simplificado, mas as sequelas decorrentes de dois anos de atividade parada, ou com um fraco desempenho, vão perdurar no tempo.

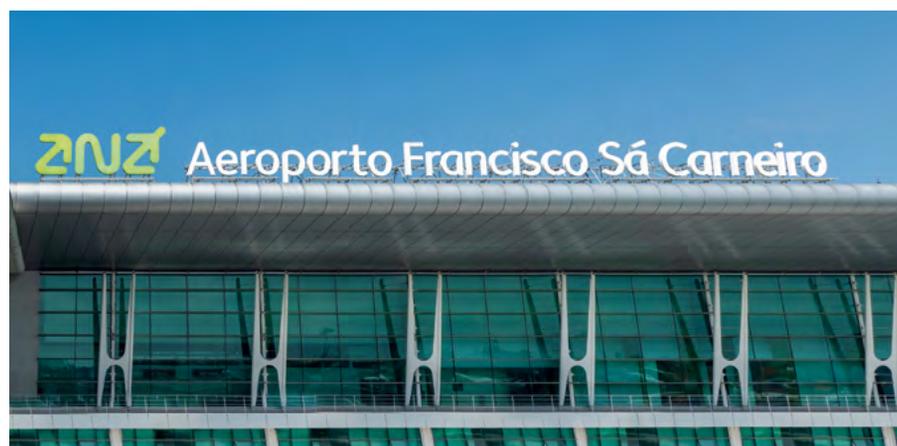
Temos um instrumento financeiro relevante, a denominada ‘bazuca’, que tem de olhar de forma muito específica para este setor, que provoca um efeito de arrastamento muito positivo noutros setores, como são o caso dos setores do “vinho”, “têxtil e lar”, “louças”, “transportes” e outros setores análogos.

No presente ano, vamos assistir ao lançamento de vários projetos, ao retomar de alguns investimentos que ficaram parados com a pandemia e ao aceleração de projetos que estavam previstos. A região continua a ser muito atrativa para novos investimentos na área do turismo.

OCUPAÇÃO HOTELEIRA ATRATIVA DIFICULTADA POR FALTA DE VOOS

V – Apesar de todas as medidas restritivas impostas pelo Governo, o Porto e Norte tinha no fim de ano uma taxa de ocupação hoteleira a rondar os 60%, ao passo que em 2020 tinham apenas 25% no período homólogo, com o mercado português a ser aquele que tem registado maior procura. Foi assim em todo o ano de 2021?

LPM – O grande desiderato do Turismo do Porto e Norte é a promoção e divulgação do destino junto dos atuais e potenciais turistas e o sucesso da sua ação afere-se, também, em grande parte, pelos indicadores de desempenho da atividade turística. A procura em 2021 foi alicerçada maioritariamente através do mercado nacional, mas a partir de setembro os indicadores do mercado europeu voltaram aos números de 2019. Em dezembro com as medidas restritivas, os números voltaram a ressentir-se.





“Desde cedo, as empresas souberam adaptar-se à nova realidade, reajustar a oferta dentro dos moldes que era necessário e serem resilientes, apostando na inovação e criatividade.”

Caso não existisse o aparecimento da variante ómicron, provavelmente teríamos fechado o ano com resultados ainda mais confortáveis. Os 60 por cento de ocupação hoteleira no período festivo do final do ano foi um indicador e aferidor inequívoco de que, apesar de todas as restrições, o destino continua a merecer a confiança dos turistas. Durante vários meses fomos líderes no ranking de hóspedes e dormidas de residentes e só não obtivemos uma melhor performance nos não residentes porque a conectividade aérea, e, muito particularmente, a pouca operacionalidade da TAP no Aeroporto Francisco Sá Carneiro não ajudaram a melhorar os nossos índices de atividade. Assim, o mercado nacional continuou a ser aquele que suportou a operação, mas registámos a chegada gradual de outros mercados que tradicionalmente nos procuram, mormente os de proximidade, onde o espanhol, francês e alemão continuam a ser predominantes.

TAP VERSUS REGIÃO NORTE

V – O Porto e Norte tem vindo a pedir ao Governo “um envelope financeiro” para compensar a região pelo abandono de rotas da TAP no Aeroporto Francisco Sá Carneiro. Que “envelope financeiro” seria esse?

LPM – A conectividade aérea é essencial para os fluxos turísticos. O Aeroporto Francisco Sá Carneiro é estratégico para a Região Norte, mas também para a Região Centro e até para os nossos vizinhos galegos. Perante o menosprezo da TAP pela região,

reclamamos para nós a responsabilidade de participar na atração de companhias aéreas que reconheçam o valor deste território e que já demonstraram interesse em operar no destino. A verba atualmente disponível, proveniente do orçamento do Estado para a reposição da conectividade aérea, é escandalosamente insuficiente. Para termos uma noção mais clara, não chegaria todo o orçamento de promoção da região, para fazer face ao valor atualmente necessário para, verdadeiramente, repormos a capacidade instalada que perdemos desde o início da pandemia. Portanto, urge dotar a região de financiamento adequado para que a região seja ressarcida do abandono da TAP, que só representa 10 por cento da operação total do Aeroporto.

V – Que medidas tem tomado o Porto e Norte para voltar a chamar a atenção dos seus principais mercados estrangeiros e demonstrar-lhes que o destino é inteiramente seguro para os receber?

LPM – Apresentámos uma campanha promocional agressiva direcionada a mercados e produtos de nova procura, que tem vindo a registar resultados assinaláveis. Estamos muito confortáveis com a perceção de segurança que existe sobre o país e sobre o Porto e Norte em particular. O report que recebemos das delegações internacionais do Turismo de Portugal é que o destino continua no Top of Mind, com o seu prestígio intacto. O país goza de uma imagem de que lidou bem – tanto quanto possível –, com a

pandemia, tem um processo de vacinação que é um sucesso e os empreendimentos turísticos aderiram em massa a protocolos sanitários rígidos, mas eficazes, como por exemplo o selo Clean & Safe.

O tempo atual é de grandes desafios e, neste contexto, a nossa proposta passa por trabalhar as áreas de atuação em termos de posicionamento do nosso destino no mercado internacional. Focar a operação na oferta de produtos e serviços que primem pela sustentabilidade social, cultural, ambiental e económica do destino; promover a oferta vocacionada para o turismo inclusivo; repor a conectividade aérea no sentido de recuperar os fluxos turísticos internacionais do top 10 dos mercados; criar projetos de digitalização do território e da experiência turística no sentido de manter o destino no top of mind do cliente, da atual e da próxima geração; estimular a dinâmica do território com eventos turísticos de relevo internacional para o mercado de leisure e da meeting industry e, por fim, adotar uma estratégia promocional de long tail que permita promover e comercializar o destino em múltiplos segmentos de produtos. Estas são as grandes apostas.

As tendências emergentes vieram para ficar. Por isso urge reorganizar a estratégia para o destino, ajustando as ferramentas de trabalho e criando uma oferta mais consentânea com a nova realidade. Uma estratégia ancorada em valores onde o capital humano é cada vez mais distinguido e a sustentabilidade do território é a “pedra de toque” de toda a engrenagem. Para tal, é essencial concertar ainda mais esforços entre stakeholders para que o destino Porto e Norte de Portugal assuma a sua posição de grande estratega e influencer no mercado, enquanto território com características firmadas ao nível da segurança, da inovação e da confiança.



GASTRONOMIA E VINHOS SÃO PRODUTOS ESTRATÉGICOS

V – Quais foram os produtos e as sub-regiões que registaram maior procura? Pensam que a tendência se irá manter?

LPM – O destino Porto e Norte tem a vantagem de ser muito eclético. A gastronomia e os vinhos são um produto estratégico e que potenciam outros segmentos turísticos, como o cultural, patrimonial e náutico. A pandemia veio alavancar os subdestinos a serem descobertos pelos portugueses e teve o condão de descentralizar o fluxo dos turistas, tendo o Minho, Douro e Trás-os-Montes alcançado valores muito interessantes, sobretudo no Verão, onde as taxas de ocupação ultrapassaram os 90 por cento. Registámos com muito agrado o regresso dos turistas às grandes cidades do destino, que já começam a compor os números a caminho de atingirmos a fasquia que tínhamos em 2019. Estamos a trabalhar numa estratégia de atuação que visa a criação de uma carteira de oferta comercial de produtos diferenciadores, que oferecem novos motivos de visita, que agrega mais valor à viagem, aos destinos regionais e às empresas. Destaca-se a comercialização de uma nova oferta, sustentável, responsável e distinta que nos últimos anos tem surgido em todo o território, em particular no interior, através das redes colaborativas, a par de ofertas associadas a novos produtos de aposta como é o caso do enoturismo, Caminhos de Santiago, náutico, turismo literário, desportivo, industrial, entre outros.

V – No final do ano passado, anunciou que iriam criar uma Escola de Alta Gastronomia e Negócios na região. Pode dar mais pormenores do que será esse projeto?

LPM – Turismo Gastronómico e Turismo de Negócios são dois produtos que pretendemos desenvolver, acreditando que a região tem todas as condições para se impor nestas áreas. A nossa gastronomia é riquíssima e os profissionais de cozinha têm sabido reinterpretar as nossas iguarias

“Durante vários meses fomos líderes no ranking de hóspedes e dormidas de residentes e só não obtivemos uma melhor performance nos não residentes porque a conectividade aérea, e, muito particularmente, a pouca operacionalidade da TAP no Aeroporto Francisco Sá Carneiro não ajudaram a melhorar os nossos índices de atividade.”



tradicionais conferindo-lhe um toque mais contemporâneo e sofisticado, ao encontro das tendências do consumidor. No que respeita ao turismo de negócios, esta é uma região fortemente industrializada e com diversas infraestruturas hoteleiras e salas de congressos para a realização de grandes eventos. Por isso temos apostado muito na promoção da Meeting Industry. A Porto Culinary Art and Business Academy ficará localizada no Porto, mas terá diferentes polos na região Norte, nomeadamente no Douro. O objetivo deste espaço é ser uma escola de referência internacional na alta gastronomia e negócios, suprimindo uma lacuna que existe em Portugal em matéria de alta formação nestas áreas. Este é um projeto que conta com a participação ativa de grandes instituições como a Câmara Municipal do Porto. O presidente Rui Moreira é um entusiasta do projeto e tem sido um parceiro fundamental para a sua concretização.

V – Que mensagem gostaria de deixar aos turistas portugueses e estrangeiros que ainda estão com receio de viajar?

LPM – Portugal é um destino seguro e muito acolhedor, pautando-se pela diferenciação e excelência da oferta, tendo os empreendimentos turísticos, a restauração e os agentes de animação turística feito um esforço enorme para se adaptarem à nova realidade decorrente da pandemia e reestruturaram a sua oferta de acordo com o perfil do novo turista. Portanto, e acreditando que os portugueses descobriram, finalmente, o valor do nosso país quando decidiram fazer férias em Portugal, e que temos sete regiões lindíssimas para descobrir, só temos uma mensagem a deixar: “Somos o país com as fronteiras mais antigas da Europa, no qual se encontra uma grande diversidade de paisagens a curta distância, muitas atividades de lazer e um património cultural único, onde a tradição e a contemporaneidade se conjugam em harmonia. A gastronomia, os bons vinhos e a simpatia dos portugueses completam uma oferta de serviços turísticos de qualidade”.



btl.fil.pt

B2B

**OS PROFISSIONAIS DE TURISMO
ENCONTRAM-SE AQUI**



16 / 20 MARÇO 2022
FIL · LISBOA · PORTUGAL

ORGANIZAÇÃO



PARCEIRO ESTRATÉGICO



MEMBRO DE



BANCO OFICIAL



Grupo CaixaBank



Gerês

Terras abençoadas aquelas
com que a Natureza nos presenteia

MAS QUE SE DESENGANE quem pensa que por ali há apenas águas gélidas. Nas montanhas do Gerês correm águas quentes, que apenas chegam ao cimo da montanha a cada cem anos, a uma temperatura superior a 70°C, ideais para curarem males e mazelas provocados pelas intempéries da vida. Quem chega ao Parque Nacional da Peneda-Gerês, considerado pela UNESCO como Reserva Mundial da Biosfera, deve ficar a saber que muito há para fazer e visitar. Entrando por Terras de Bouro, para quem vem dos lados do Porto, Guimarães ou Braga, nada melhor que se deixar encantar pelas margens do Rio Caldo, um pequeno rio que nasce na Serra do Gerês e que desagua na margem direita do rio Cávado, na freguesia de rio Caldo. Para os amantes de desportos náuticos e outros demais aquáticos, este é o local perfeito para começar a explorar a região. O Centro Náutico e a Marina de Rio Caldo são estruturas turísticas muito procuradas, quer pela sua beleza paisagística, quer pelas excelentes condições de prática desportiva que oferece. Deixe-se levar pelo prazer de um minicruzeiro fluvial, possível em embarcação da própria autarquia, contemplando as margens montanhosas e verdejantes, ou então opte por um calmo passeio de “gaivota” ou, quem sabe ainda, se é adepto de adrenalina, optar pelos variados desportos radicais que o centro náutico pode proporcionar.

Não se retraia na hora de explorar a região. Suba e desça montanha. Encante-se pelas histórias e crenças que por ali deambulam. Procure passar pela Albufeira de Vilarinho das Furnas, que esconde a sua aldeia histórica, submersa há anos, e, se quiser ficar a saber um pouco mais sobre esta aldeia e as suas gentes, visite o Museu Etnográfico de Vilarinho das Furnas. Dirija-se ainda ao Santuário de São Bento da Porta Aberta, o segundo maior local de culto e devoção de Portugal [após, claro, o Santuário de Fátima], para onde muitos portugueses

UMAS MAIS VERDES OUTRAS NEM TANTO, BEM LÁ NO NORTE DE PORTUGAL, O TOQUE DA MÃE-NATUREZA FOI, SEM DÚVIDA, ESPECIAL E ÚNICO. POR AQUELAS TERRAS BROTAM MARAVILHAS. NASCENTES DE ÁGUAS LÍMPIDAS E REFRESCANTES. TRILHOS INIGUALÁVEIS. CASCATAS DE NOS FAZER QUERER VOLTAR E VOLTAR VEZES SEM CONTA. POÇOS E PISCINAS NATURAIS QUE REVITALIZAM CORPO E MENTE. MIRADOUROS DE CORTAR A RESPIRAÇÃO.



CASCATAS

Se gosta de aproveitar o sol e banhos refrescantes de água doce, este é o destino ideal.

Na Albufeira da Caniçada procure as majestosas Cascatas do Arado ou as Cascatas de Fecha de Barjas, estas últimas mais conhecidas como Tahiti, e deixe-se deslumbrar. A Cascata do Arado, localizada em Vilar da Veiga e situada a 900 m de altitude, é uma das mais altas do Gerês e talvez a mais fotogénica. O rio Arado, um afluente do rio Cávado, desenvolve aqui uma série de lagoas e pequenas quedas de águas que dão origem a esta deslumbrante cascata.

Daqui parta para o Poço Azul, a 1h30m de distância, por trilhos, montanhas e vales, deslumbrante pelas suas águas cristalinas... a verdadeira cereja no topo do bolo após uma valente caminhada [sim, esta é a única forma de acesso], recomendada apenas a quem tenha alguma boa forma, dado a sua dificuldade ser média/alta. Se tiver receio pode sempre optar por contratar uma empresa especializada, como a GerêsMont, dotada de diversos programas em grupo ou individual.



E para terminar o dia em grande, e de volta à Cascata do Arado, o melhor será seguir para as famosas Cascatas do Tahiti. Considerada por muitos a cascata mais bonita de Portugal, descer até ela requer algum cuidado e perícia, mas no final o esforço recompensa, pelos banhos refrescantes que poderá proporcionar.

GASTRONOMIA

Como quem vai até ao Minho não pode sair sem uma barriga farta, nada melhor que deixar-se levar pelo que melhor a gastronomia da região tem para oferecer. Desde a costeleta de vitela grelhada ao cabrito assado, da vitela também assada que se desfaz na boca ao cozido de feijão, tudo é de comer e chorar por mais. A acompanhar, os famosos vinhos verdes, brancos ou tintos, conforme o gosto de cada um, produzidos na região.

Uma coisa é certa: de Terras de Bouro e de toda a região do Gerês ninguém sai desiludido com a gastronomia. Se quer a nossa opinião, passe pela Adega do Ramalho, pelo Cantinho do Antigamente e ainda por O Abocanhado, vai ver que não se arrepende.

Quando estiver na Adega do Ramalho, no lugar de Assureira, aproveite ainda para visitar, a poucos metros do restaurante, o Banco do Ramalho, dedicado a Ramalho Ortigão, contruído cinco anos após a sua morte, no mesmo lugar onde o escritor tinha por hábito se sentar e inspirar para escrever as suas obras. O banco de pedra, foi edificado em formato triangular, com cada um dos ângulos virados para os três pontos de interesse possíveis de alcançar desde aquele ponto: o Miradouro da Junceda, o Miradouro da Pedra Bela e o Rio Cávado.

ALOJAMENTO

Os alojamentos turísticos, de diversas categorias, são, na sua maioria, de elevada qualidade. É o caso do Hotel Agrinho Suítes & Spa Gerês, situado na margem da albufeira da Caniçada. Este empreendimento, envolvido num ambiente idílico e romântico, com a paisagem recortada pela albufeira, proporciona-lhe momentos ímpares de descanso e diversão, num ambiente de ruralidade, com todas as comodidades. Com alojamentos com todo o conforto e design moderno, este hotel reúne todas as condições para umas férias de sonho, escapadinhas românticas ou termas no Gerês.

O Hotel Termas do Gerês é a nossa segunda sugestão de alojamento, sobretudo para quem preferir ficar instalado na Vila do Gerês ou para quem está a fazer tratamentos termais. As águas termais do Gerês são ideais para quem tem problemas do foro gástrico ou para quem tem por objetivo a perda de peso. Apesar de funcionarem também como Spa, ideal para quem passa o dia em atividades pelas montanhas, é na cura de doenças gástricas que as Termas do Gerês centram a sua atividade, através da ingestão diária da água medicinal e perante um programa de, no mínimo, dez dias.

RAIA TERMAL

E porque o Gerês não é só português, passa além-fronteiras, para terras galegas, municípios contíguos, mas separados por uma fronteira internacional, Terras de Bouro, Melgaço e Ourense uniram-se em torno de uma valência comum, as suas águas termais, para desenhar um projeto transfronteiriço que irá potenciar a economia deste território. Com os rios Minho e Lima,

uma via milenar e o Parque Nacional da Peneda-Gerês como património natural intermunicipal, a Raia Termal implica a promoção e comercialização de um Destino Turístico Termal único.

O projeto é promovido pela Confederação Hidrográfica do Miño-Sil e Governo provincial de Ourense, e pelas Câmaras Municipais de Melgaço e Terras de Bouro, envolve a revitalização de espaços de lazer, bem-estar e culturais, requalificação de infraestruturas e de cursos de água. Neste espólio conta-se património nos três municípios.

O projeto Raia Termal 'Desenvolvimento do destino turístico termal de fronteira galego-português mediante a valorização de espaços naturais termais, a gestão e a comercialização conjunta do destino' é cofinanciado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) através do Programa Interreg V-A Espanha Portugal (POCTEP) 2014-2020.

Raia Termal visa valorizar recursos naturais termais e estruturar de maneira conjunta as iniciativas de gestão e de comercialização para criar um único destino termal de fronteira e assim contribuir para o desenvolvimento do termalismo e favorecer o turismo de qualidade na zona transfronteiriça entre Galiza e o norte de Portugal, o qual sairá fortalecido como elemento dinamizador da economia desta região.

AÇORES

Seguros por Natureza

São Miguel

UM DESTINO SEGURO, RODEADO PELA NATUREZA E COM UM VASTO NÚMERO DE EXPERIÊNCIAS PARA DESFRUTAR. SÃO OS AÇORES.

CADA ILHA DO ARQUIPÉLAGO DOS AÇORES TEM UMA IDENTIDADE PRÓPRIA:

os fósseis de Santa Maria; as lagoas de São Miguel; as grutas da Terceira; os cones da Graciosa; as fajãs de São Jorge; a Montanha do Pico; o vulcão dos Capelinhos no Faial, as cascatas das Flores, e o Caldeirão do Corvo, são impressões digitais inconfundíveis. Viajar pelos Açores é conhecer nove ilhas onde o mesmo código genético acabou por gerar traços bem distintivos. A longa lista de parques naturais, áreas protegidas, espécies de flora e fauna com estatuto de proteção, reservas florestais, geopaisagens e locais com interesse geológico, é o garante da defesa de um legado natural inestimável. Como reconhecimento deste esforço, os Açores são considerados um santuário de biodiversidade e de geodiversidade, e um dos melhores destinos para a prática de Turismo de Natureza. No Oceano Atlântico, a vida multiplica-se por mais de duas dezenas de espécies de golfinhos e baleias que residem ou cruzam os mares dos Açores. Abundantes colónias de moluscos, crustáceos e peixes complementam uma extraordinária diversidade aquática.

UM MUNDO DE EXPERIÊNCIAS

Saúde e Bem-Estar - Os Açores possuem recursos hidrotermais reconhecidos e explorados desde há séculos, nomeadamente inúmeras nascentes de águas carbónicas naturais, cascatas e piscinas de água férrea, referenciados desde o século XVI. Destacam-se as Termas da Ferraria e as piscinas de água férrea nas Furnas, em São Miguel e as Termas do Carapacho na Graciosa.

BTT - Açores, onde a natureza e os trilhos nela marcados são uma constante, fazem deste destino uma verdadeira aventura para quem procura emoções fortes. Desde single tracks ultra técnicos que ligam as

montanhas mais altas às praias e fajãs das ilhas ou desde os estradões rolantes que circundam as Lagoas ou cruzam as serras ricas em fauna e flora endémica, o BTT nas ilhas Açorianas possui alternativas para todos os gostos e aptidões técnicas.

Se preferir rolar pelas estradas, as ilhas oferecem uma vasta rede viária ladeada por hortênsias e matas de criptomérias, ligando todos os locais de relevo paisagístico e cultural, cruzando-se pastos, montanhas e localidades de grande beleza e interesse.

CANYONING - Os Açores são um arquipélago situado na crista Média Oceânica de origem vulcânica e constituído por 9 ilhas, das quais sete apresentam boas ou mesmo



São Miguel



Flores



Faial



Furnas

excelentes condições para a prática de canyoning. A oferta de itinerários de grande beleza é abundante, mas cada ilha tem as suas particularidades.

Destaque para a ilha das Flores, que apresenta a maior diversidade de percursos, desde grandes verticais a percursos simples. Já São Jorge é caracterizado, essencialmente, pelas grandes verticais. Estão identificados de igual modo locais de grande interesse nas ilhas de São Miguel, Santa Maria e Faial.

TRILHOS - Rede de caminhos pedestres e trilhas que tem vindo a ser reabilitada e posta à disposição de todos para usufruto da paisagem desta região de Portugal. Na realidade, cada um desses trilhos passa em zonas de beleza excepcional, ligando quase todos os recantos de cada uma das ilhas, tanto junto ao mar, como em altitude.

SURF - O arquipélago dos Açores, dada a sua situação geográfica, é uma região de excelência para a prática dos desportos de ondas. A morfologia das diferentes ilhas possibilitam a prática do surf, Bodyboard, Sup, Windsurf em vários contextos, beach breaks, reef breaks e point breaks. Durante o período de inverno, predominam as ondulações fortes do quadrante norte geradas junto à Terra Nova, pelas constantes de depressões e frentes frias que passa a norte do arquipélago. Nos meses de verão, predominam as ondulações de sul geradas pelas

tempestades tropicais que passam a sul das ilhas, bem como chegam ainda, algumas ondulações que atravessam os 11.000km que separam os Açores das depressões que se formam entre a África do sul e a Antártica. Estas ondulações são conhecidas entre a população local como “inchas” ou “marés de Agosto”.

OBSERVAÇÃO DE CETÁCEOS

Os Açores são, atualmente, um dos maiores santuários de baleias do mundo. Entre espécies residentes e migratórias, comuns ou raras, avistam-se mais de 20 tipos diferentes de cetáceos nas suas águas. O número impressiona e corresponde a um terço do total de espécies existentes. Estamos num ecossistema de características únicas. Com a presença das majestosas baleias e dos simpáticos golfinhos, o azul do Atlântico torna-se ainda mais mágico e abençoado em redor destas nove ilhas. E traz para os novos tempos, onde preservação é palavra-chave, um grito antigo: “Baleia à vista!”.



EUROPE'S LEADING ADVENTURE TOURISM DESTINATION 2021

Em 2021, tal como 2020, o arquipélago dos Açores foram distinguidos como Europe's Leading Adventure Tourism Destination 2021”, reforçando a região enquanto destino ideal também para aventura e desporto ao ar livre.

PRIMEIRO ARQUIPÉLAGO DO MUNDO COM CERTIFICADO DE DESTINO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL

Os Açores são indiscutivelmente conhecidos por serem um destino de férias esteticamente imponente, e a beleza natural do arquipélago é melhor descrita como nada menos do que absolutamente deslumbrante. E a crescente preocupação com a preservação deste legado natural inestimável e os seus recursos constam no topo das prioridades da Região Autónoma dos Açores, não tivesse o destino sido reconhecido como “Destino Turístico Sustentável”, em dezembro de 2019, tornando-se assim no primeiro arquipélago do mundo a ganhar este selo de orgulho. Então, o que se pretende proteger e salvaguardar nesta caminhada da sustentabilidade? Para preservar o meio natural e os ecossistemas, os Açores visam manter baixos níveis de desenvolvimento urbano (atualmente apenas 5% do território dos Açores é “urbanizado”), na esperança de preservar as suas numerosas “joias” naturais, onde se incluem: sítios de património natural; vida marinha protegida e vida selvagem; Reservas da Biosfera da UNESCO e paisagens e lugares tão característicos do destino, como as lagoas, as fontes e piscinas termais e as montanhas. E preservar tudo isto vale o esforço diligente que os Açores colocam neste processo, porque são e orgulham-se de ser um destino de natureza.

Iniciativas que conduzem à sua proteção e preservação têm sido privilegiadas, o que tem levado ao desenvolvimento de políticas de sustentabilidade como: conservação da natureza e proteção da biodiversidade; produção e gestão da energia; gestão e fiscalização do ruído, da qualidade do ar, dos resíduos e da água; ações de promoção e educação ambiental; valorização dos produtos autóctones, do património e da cultura açoriana.

ANTÓNIO MARTO,
presidente do Fórum Turismo

“Esperamos uma casa cheia de empresas e candidatos para trabalhar no turismo”

A BOLSA DE EMPREGABILIDADE VAI DECORRER PELA SEXTA VEZ NA BTL - BOLSA DE TURISMO DE LISBOA, NOS DIAS 18 E 19 DE MARÇO, E TAMBÉM NO PALÁCIO DA BOLSA, NO PORTO, A 6 DE ABRIL. NO ANO PASSADO CONHECEU A INTERNACIONALIZAÇÃO NO BRAZIL TRAVEL MARKET, QUE SE REALIZOU EM FORTALEZA.

COM A PANDEMIA a fazer com que os recursos humanos do turismo tenham procurado outras alternativas de emprego nos últimos dois anos, dado a grande parte das unidades hoteleiras a funcionarem em território nacional terem optado porque fechar portas durante alguns meses, este ano a Bolsa de Empregabilidade tem uma função de maior importância acrescida.

“A saída de profissionais de turismo para outras áreas profissionais é o grande tema do momento, ainda para mais quando esperamos que a abertura em pleno do setor esteja para breve”, afirmou, em entrevista à VIAJAR, António Marto, presidente do Fórum Turismo, organizador da Bolsa de Empregabilidade.

Este ano verificaram “uma crescente adesão diária do público, especialmente por parte do público internacional”, desde que abriram até que encerraram as inscrições.

HOTELARIA REPRESENTA 80% DAS VAGAS

António Marto confirmou que, “naturalmente e por tradição, a área que representa 80% das vagas em aberto é a hotelaria, é aquela

que possui mais necessidade de força de trabalho para o exercício das suas atividades diárias”.

Para o profissional, a Bolsa de Empregabilidade “tem sido um caminho muito desafiante com o crescimento anual”. Começaram em 2016, com “20 empresas aderentes e 400 ofertas de emprego”, e em 2019 já contabilizavam “80 empresas e 12 mil ofertas de emprego”. Para este ano, o número de empresas a contratar em Lisboa manter-se-á, mas a grande novidade será o Porto, onde irão estar pela primeira vez, com “mais de 50 empresas” já confirmadas.

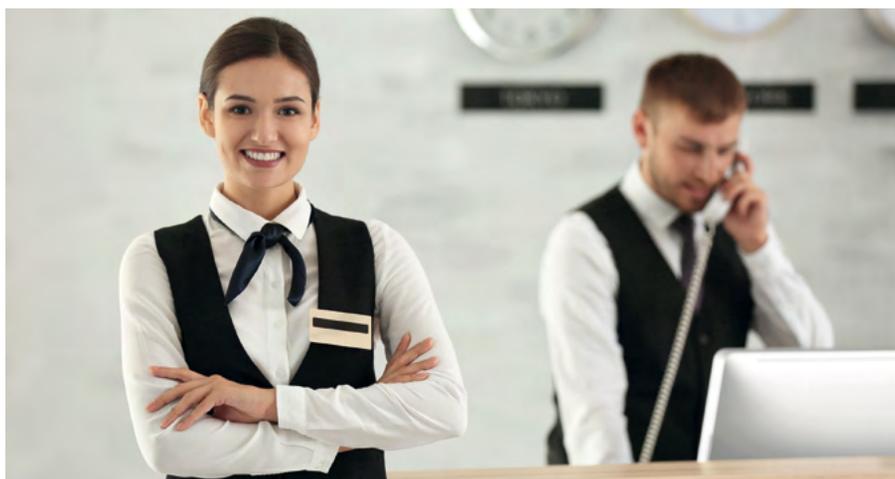
“Temos empresas constantemente a desafiar-nos para fazermos mais e melhor, o que para nós é um estímulo constante. Temos mais novidades ainda para este ano. Formas diferentes e descontraídas de colocar as empresas a identificar e contratar talento para o turismo, é aqui que queremos inovar”, adiantou o responsável. Para a edição deste ano é esperada “uma casa cheia de empresas e candidatos para trabalhar no turismo”. As expectativas do Fórum Turismo “estão muito elevadas” e acreditam que “será um bom ano”, onde irão, “finalmente, poder ver a luz ao fundo do túnel”.



“O Turismo foi dos setores mais afetados como sabemos, mas também demonstrou uma resiliência e vontade de inovar e estes fatores são o mote para a recuperação deste setor vital da nossa economia. O turista ganhou tempo para escolher o seu destino de férias, o turista não perdeu o seu poder de compra, o turista ganhou um desejo acumulado de dois anos sem poder viajar. A recuperação vai chegar e é preciso estar preparado e utilizar todas as ferramentas para tornar o setor mais forte e mais preparado para lidar com crises, nomeadamente no que toca à formação e à empregabilidade dos recursos humanos”, enfatizou.

1º ANO DE INTERNACIONALIZAÇÃO A COMEÇAR PELO BRASIL

Com este ano a estrear-se no Porto, no ano passado a Bolsa de Empregabilidade estreou-se do outro lado do Atlântico, em terras de Vera Cruz, no Brazil Travel Market, em Fortaleza, dando assim os primeiros passos na internacionalização do projeto. Segundo António Marto, esta aposta “correu muito bem, foi o pontapé inicial para um novo perfil da Bolsa, um perfil sénior e de direção. Fomos muito bem recebidos pelo país”, referiu, adiantando acreditarem que podem “crescer muito [no Brasil], tendo em conta a dimensão e ainda não existir iniciativas deste género em território brasileiro”. Em termos práticos, a Bolsa de Empregabilidade conseguiu reunir 15 empresas a contratar na edição do Brazil Travel Market e contou com a “participação de um público profissional que procurava oportunidades qualificadas e diferenciadas”. Quando questionado sobre quantos empregos, em média, conseguiram efetivar em cada edição da Bolsa, incluindo no Brasil, António Marto afirma que ainda estão “a levantar essa informação”, mas assegura que “aproximadamente entre 70% a 80% das vagas foram supridas”.



SÓ O MAR, SÓ A MSC CRUZEIROS PORTUGUESES



**PORTUGAL > ESPANHA
ITÁLIA > FRANÇA**

Partidas de Lisboa

MSC ORCHESTRA
11 Dias • 10 Noites
De 2 Julho a
10 Outubro 2022

Desde

€ 679

+ € 100 TSH p.p.*



**CRUZEIRO COM TUDO
INCLUÍDO**

PREÇO TOTAL DESDE

€ 779 pp*



**PORTUGAL > ESPANHA
ITÁLIA**

Partida de Lisboa

MSC ORCHESTRA
6 Dias • 5 Noites
20 Outubro 2022

Desde

€ 209

+ € 50 TSH p.p.*



**CRUZEIRO COM TUDO
INCLUÍDO**

PREÇO TOTAL DESDE

€ 259 pp*

**NOVIDADE: CRUZEIROS COM EMBARQUE E DESEMBARQUE
EM LISBOA NAS FÉRIAS DE VERÃO COM TUDO INCLUÍDO!**



RESERVE E NAVEGUE COM CONFIANÇA DURANTE O VERÃO DE 2022
COLOCAR A SEGURANÇA DOS NOSSOS TRIPULANTES E PASSAGEIROS EM PRIMEIRO LUGAR



**TODOS OS PASSAGEIROS
E TRIPULAÇÃO VACINADOS
E TESTADOS**



**ALTERAÇÕES FLEXÍVEIS
NA RESERVA**



**TRANQUILIDADE ANTES,
DURANTE E APÓS O CRUZEIRO**



**UMA EXPERIÊNCIA
COMPLETA**

Para mais informações, visite msccruzeiros.pt



**UM MUNDO
DE DESCOBERTAS**

*Preço por pessoa em camarote duplo interior Bella, com promoção Bebidas Incluídas, que inclui o pacote de Bebidas Tudo Incluído 'Easy Package' para todos os passageiros em todas as categorias e camarotes, excepto MSC Yacht Club. Oferta limitada à disponibilidade e acumulável com outras ofertas e/ou descontos em vigor, incluindo o MSC Voyagers Club e a campanha Profissionais de Saúde. Não inclui taxas portuárias ou seguros. O preço total inclui a taxa de Serviço de Hotelaria por pessoa em camarote duplo. A taxa de serviço de hotelaria é obrigatória e parte integrante do preço total e não se aplica a crianças que não tenham completado dois anos na data de partida do cruzeiro. Para informação detalhada sobre itinerários, tipos de camarote, experiências, tarifas e datas de partida visite o nosso website em msccruzeiros.pt ou consulte a sua agência de viagens.

FRANCISCO TEIXEIRA, CEO da Melair

“Estes dois anos foram muito desafiantes e mesmo únicos”

COM AS COMPANHIAS DE CRUZEIROS A VOLTAREM AOS POUCOS À NORMALIDADE DO PÓS-PANDEMIA, FRANCISCO TEIXEIRA ESTÁ OTIMISTA EM RELAÇÃO A ESTE ANO, MAS ACREDITA QUE SÓ EM 2023 IRÃO ATINGIR A NORMALIDADE DE VOLUME DE NEGÓCIO.



A MELAIR ACABA DE CELEBRAR O SEU 40º ANIVERSÁRIO e Francisco Teixeira garante que “o balanço profissional e pessoal destes 40 anos é muito positivo”.

O CEO da empresa de representação de companhias de cruzeiro em Portugal afirma que este sucesso se deve sobretudo à “especialização na distribuição” e também “pelos produtos de qualidade” com que foram trabalhando e representado ao longo dos anos. A “satisfação com que os profissionais que passaram pela Melair ainda hoje se referem à empresa, com carinho e orgulho”, assim como “o carinho e apoio” demonstrado por todo o trade, “desde os agentes de viagens aos media”, demonstra, segundo o responsável, a forma de trabalhar da empresa.

Com a chegada da pandemia, Francisco Teixeira revela que “estes dois anos foram muito desafiantes e mesmo únicos”, pois nunca aprenderam “a gerir uma empresa sem faturação”. Para ultrapassar esta crise “focámo-nos no desenho de um plano de trabalho que permitisse atender todas as situações inerentes ao momento e, em simultâneo, continuarmos a trabalhar comercialmente com muito foco e na criação de novas dinâmicas, para que no momento da reativação do negócio estivéssemos com todas as dinâmicas adequadas a dar uma resposta adequada e imediata”, revelou o especialista.

ROYAL CARIBBEAN E CELEBRITY CRUISES NA EUROPA EM 2022

As grandes novidades da Royal Caribbean na Europa são a operações pelo Mediterrâneo Ocidental do novo navio o Wonder of the Seas, com base em Barcelona, e do Odyssey of the Seas pelas ilhas Gregas, com partidas de Civitavecchia (Roma), ambos entre os meses de maio e outubro. Na Celebrity Cruises destaque para três novos navios da classe Edge, com o Celebrity Beyond e Celebrity Edge a operarem no Mediterrâneo, entre Barcelona e Civitavecchia, e o Celebrity Apex com destinos pelo Norte da Europa, com partidas de Amsterdão. “A procura [para a operação de verão na Europa] está a bom ritmo, mas como no mês de janeiro, um dos melhores em vendas, houve um abrandamento da procura, temos de esperar até finais de março para ver se o ritmo desejado se mantém”, disse o CEO da Melair, aproveitando para esclarecer que este ano não terão turnaround em portos portugueses.



CAPACIDADE DE ADEQUAR A OPERAÇÃO

Embora só agora as companhias de cruzeiros estejam a conseguir voltar ao início da sua normalidade, Francisco Teixeira assegura que estas “estão habituadas a trabalhar e a adequar a sua operação a um variado conjunto de regras e de protocolos de saúde, e tudo foi feito e preparado para que o regresso à atividade acomodasse todos os requisitos necessários para garantir umas férias em segurança”. A prova disso, afirma ser “o facto de as companhias do Grupo Royal Caribbean já terem transportado cerca de 1,3 milhões de passageiros e a taxa de Covid a bordo ter sido de 0,19%. Um dos grandes contributos para este resultado, é a obrigatoriedade de todos os passageiros e tripulantes terem vacinação completa e de cumprirem os protocolos estabelecidos”. Quanto às pessoas demonstrarem ou não maior vontade por voltarem a viajar de cruzeiro, Francisco Teixeira enfatiza que este “é um processo que se desenvolve com o ritmo da pandemia e que, estando hoje numa fase de alívio das restrições” verificam “já um nível de reservas que ronda os cerca de 2/3 de 2019”. Desta forma, “o feedback que temos é que as pessoas começam a ganhar confiança para fazer um cruzeiro já em 2022 e sentem-se confortáveis com as qualidades das regras e protocolos em vigor”, referiu.

NORMALIDADE SÓ EM 2023

Em Portugal, a Melair espera atingir, este ano, números “próximos dos números de 2019”. No entanto, o responsável acredita que “só em 2023 se atinja a normalidade do volume de negócio, e até mesmo, conseguir crescimento fase ao período pré-pandemia”. Como conselho para os portugueses que ainda estão com receio de se aventurar na sua próxima viagem de cruzeiros, Francisco Teixeira aproveita para assegurar que “os protocolos de saúde e segurança estabelecidos têm como base a minimização do risco e da exposição ao vírus. A nível mundial a vacinação é recomendada, e nesse sentido, confiamos na orientação da Organização Mundial de Saúde”.



 Florianópolis, Brasil

Lisboa

São Paulo

Somos a companhia aérea mais pontual do mundo 2021.

Ofereça aos seus clientes uma das melhores experiências de voo: chegar sempre a tempo aos seus destinos preferidos.

Convide-os a voar com os nossos **voos diários directos de Lisboa para São Paulo.**



Subscriba a nossa newsletter capturando este código QR.

LUÍS HENRIQUES,
diretor geral da Airmet

Airmet defende que Governo poderia ter feito mais no apoio às empresas

A **AIRMET AFIRMA** que as empresas do setor não foram corretamente apoiadas nestes dois últimos anos. Luís Henriques, diretor geral do grupo de gestão de agências de viagens, enalteceu, em declarações à VIAJAR, que “houve algum esforço da parte do Governo, que é necessário louvar, mas se formos frios na nossa avaliação apenas tivemos o programa Apoiar.pt para permitir às empresas compensarem a perda de liquidez que a pandemia trouxe”. Fora este programa, Luís Henriques diz que apenas existiram “linhas de crédito (nem sempre bem interpretadas pela banca) ou apoios de proteção ao emprego”.

Apesar de admitir que tiveram “poucos meses proibidos de operar por decreto”, relembra que “havendo restrições e encerramentos de fronteiras”, a ação das agências de viagens “esteve muito limitada”.

Luís Henriques frisa que o setor do turismo está entre os “mais afetados” e não tiveram “qualquer discriminação positiva neste sentido”. No entanto, “*embora que insuficientes, temos consciência de que se os apoios não tivessem existido muitas das agências não teriam conseguido sobreviver*”, enalteceu. “*Tivemos agências a recorrer aos mais variados apoios e linhas de crédito. Diria que o apoio mais democrático foi sem dúvida o Apoiar.pt, o lay-off e o apoio extraordinário à retoma progressiva*”, considerou ainda.

POUCOS ENCERRAMENTOS DEVIDO À PANDEMIA

Durante estes dois últimos anos de pandemia, a rede Airmet viu-se deparada com “alguns encerramentos” de agências, mas Luís Henriques garante ter sido “num número muito inferior ao esperado”, dado que “as agências de viagens mostraram, uma vez mais, que têm grande resistência a fatores adversos e que a vontade de continuar a prestar um bom serviço supera todas as dificuldades”.

“Tivemos agências a recorrer aos mais variados apoios e linhas de crédito. Diria que o apoio mais democrático foi sem dúvida o Apoiar.pt, o lay-off e o apoio extraordinário à retoma progressiva”.

Atualmente com 266 pontos de venda em Portugal, a Airmet vê este mercado como “extraordinariamente reativo”, pois sempre que a confiança do consumidor aumenta as vendas acontecem, pelo que será difícil fazer previsões desse de quando o setor conseguirá atingir uma retoma total. “*Em 2019 vivíamos tempos de estabilidade económica, com baixa inflação e taxas de juros baixas, o que também permitia às famílias terem maior disponibilidade financeira. Neste momento, acreditamos que em 2023 estaremos já próximos do que foi 2019, esperando que 2022 seja o ano «alavanca» para que tal aconteça*”, perspetivou.

CONVENÇÃO ANUAL NO FINAL DE ABRIL

A 18ª Convenção anual da Airmet irá realizar-se de 29 de abril a 1 de maio deste ano, no hotel NAU Salgados Palace, no Algarve. “*O tema forte da nossa convenção é a tecnologia. Teremos várias novidades a este nível, mas também abordaremos outros temas que nos parecem importantes para as agências. Estamos apostados em ter uma proposta de valor diferenciada no mercado por forma a que possamos ser opção para muitas agências, tanto as mais especializadas no lazer como na área corporate. Apos-támos numa negociação cuidada com os nossos parceiros com o objetivo de termos soluções diferentes para agências igualmente diferentes*”, deixou presente.



NUNO ALMEIDA,
responsável de Rede Bestravel

“2022 será um ano positivo, mas será desafiante chegar aos níveis de 2019”

O SETOR DO TURISMO e, consequentemente a área das agências de viagens, viveram dois anos de grande dificuldade econômica e as agências da Bestravel não ficaram excluídas destes momentos de aflição. Nuno Almeida, responsável da Rede Bestravel, afirmou, em entrevista à VIAJAR, que *“se existe algo que a pandemia nos ensinou é que é complicado fazer previsões”*. Para o responsável, *“viajar continuará a ser uma prática muito diferente no mundo pós-pandêmico e a volatilidade da evolução da pandemia, de novas variantes e desses requisitos de mobilidade entre destinos, bem como o nível de confiança que aporta ao viajante, fará toda a diferença para a retoma”*.

MELHOR SERVIÇO DE CONSULTORIA DE VIAGENS

A Bestravel acredita que *“2022 será um ano positivo, mas que será desafiante chegar aos níveis de 2019”*, para que as suas agências estejam preparadas para um futuro desafiante, Nuno Almeida assegura estarem a *“preparar e dotar a rede com ferramentas para prestar o melhor serviço de consultoria de viagens”*, pois acreditam que *“será determinante para continuar a curva ascendente de crescimento”*.

Apesar do Governo ter garantido apoios às agências de viagens, o especialista diz que *“para assegurar a retoma e sobrevivência dos players do setor, que quase após dois anos de pandemia ainda operam com limitações notórias e críticas, sejam financeiras ou operacionais, os apoios foram e ainda são essenciais”*. Nuno Almeida relembra que *“existiram alguns apoios que falharam, ou pecaram por tardios, e outros que poderiam ter sido reforçados, antecipados e implementados”*. A título de exemplo referiu o apoio aos sócios-gerentes, que no caso da Bestravel, sendo uma marca de franchising, *“afetou significativamente”* as suas franquias.

Como todo o mercado, as agências Bestravel *“não foram alheia os desafios financeiros que a paralisação que o setor sofreu”* e diversas agências tiveram que *“recorrer aos apoios que lhes foram disponibilizados e que lhes permitiram o apoio à retoma ne-*

cessário”, nomeadamente, *“a flexibilização dos recursos humanos à procura, o lay-off e às linhas de apoio dedicadas ao setor do turismo, como o programa Apoiar.pt”*, que considera que *“foi e é crítico no setor”*.

BESTRAVEL CONTA COM 45 AGÊNCIAS AGREGADAS

Apesar dos momentos difíceis vividos pelas agências de viagens nos últimos dois anos, o responsável pela Rede Bestravel garante que tiveram *“um número reduzido de agências que deixaram de estar associadas à marca”*. E olhando para o futuro, numa perspetiva mais positiva, adiantou que acabaram de abrir uma nova agência em janeiro deste ano, na Maia, tendo agora a rede Bestravel um total de 45 agências agregadas. *“Isto é também um claro indicador da força da marca Bestravel e da retoma do setor”*, frisou.

“Para assegurar a retoma e sobrevivência dos players do setor, que quase após dois anos de pandemia ainda operam com limitações notórias e críticas, os apoios foram e ainda são essenciais”.



A convenção anual da Bestravel vai ter lugar, este ano, de 7 a 10 de abril, no Eurostars Oásis Plaza, na Figueira da Foz, após ter sido adiada por dois meses devido ao elevado número de casos Covid-19 no início do passado mês de fevereiro.

Para este ano e porque *“o ambiente pós-covid modificará para sempre os viajantes, que procuram cada vez mais fatores detalhados como a saúde, conforto e serviços que lhe são oferecidos para desfrutarem as suas férias, (...) a sustentabilidade, flexibilidade nas reservas, políticas de cancelamento e a diferenciação do tipo de produto irão fazer toda a diferença na escolha do consumidor, mas acima de tudo o serviço e esse será o nosso foco”*, referiu.

Segundo Nuno Almeida, *“a pandemia reforçou o papel do agente de viagens, o consultor, o porto seguro que ajuda e informa”* e diz que é aqui que querem *“fazer a diferença”*.

“A nossa Convenção é sempre um ponto alto de partilha e união entre a rede e com todos os players do negócio, sendo esta a primeira depois do fim da pandemia, queremos reforçar essa união tão vital para a continuação do sucesso da nossa marca”, concluiu.



PEDRO GORDON, diretor geral da GEA

Grupo GEA perdeu 45 agências durante os dois últimos anos

APESAR DE TER ABSORVIDO AS 33 AGÊNCIAS QUE FAZIA PARTE DO GRUPO RAVT, A GEA VIU O SEU PORTFÓLIO DE AGÊNCIAS DIMINUIR EM 14% DURANTE A PANDEMIA.



O GRUPO GEA viu o seu portfólio de agências diminuir em 14% nos dois últimos anos devido à pandemia da Sars Cov2. O grupo de gestão passou assim a contar com um total de 335 empresas de agências de viagens a si agregadas, embora a partir do dia 1 de março também tenha absorvido as agências que pertenciam à RAVT, tendo agora um total de 368 agências e 456 balcões.

Pedro Gordon, diretor geral da GEA, esclareceu, em entrevista à VIAJAR, que a passagem do negócio e carteira de clientes deu-se porque a CEO do Grupo RAVT, Maria José Silva, “decidiu dar uma virada na sua vida profissional e dedicar-se mais a outras áreas de atividade no turismo, como a formação, consultadoria e outras, e queria deixar a atividade da RAVT como grupo de gestão. Como achava que a GEA era o grupo que mais se identificava com a filosofia e forma de trabalhar da RAVT, considerou seria bom para ambas as partes a incorporação das agências RAVT no Grupo GEA”. Embora já tivesse anunciado antes, foi na última convenção da RAVT, realizada no dia 19 de fevereiro, no Hotel Cristal Vieira Resort & Spa, “que tudo se efetivou”, com passagem das agências de um grupo para outro a partir do passado dia 1 de março.

PANDEMIA VERSUS RESILIÊNCIA

No que respeita à pandemia, Pedro Gordon afirma que as agências do Grupo GEA conseguiram sobreviver baseadas numa “enorme resiliência, muito sacrifício e uma capacidade incrível de adaptação, tendo de recorrer, em grande parte, às reservas económicas que as agências tinham às ajudas económicas estatais e linhas de crédito disponíveis”.

Embora grande parte das agências tenham conseguido ultrapassar esta fase de apreensão, “entre fechos, suspensão de atividade e saídas da GEA para redução de despesas”, ficaram com menos 45 agências nestes dois últimos anos, o que se traduz em menos cerca de 14%”.

Quando o setor recuperar “iremos recuperar algumas destas, mas há outras que aproveitaram a pandemia para deixar a atividade porque já era essa a sua vontade há algum tempo”, frisou.

Quanto à retoma do setor, o profissional acredita que ainda não será este ano que se conseguirá atingir os níveis de 2019. “Tendo em conta as operações programadas pelos operadores, com ainda poucas operações charter, podemos ver que ainda não vamos chegar aos níveis de 2019 este ano. No entanto, acredito que já não vamos ficar muito

longe. Acredito que 2023 será o ano em que atingiremos novamente esses níveis”, concluiu.

GEA DÁ CONTINUIDADE À SUA ESTRATÉGIA DE FORMAÇÃO

Dando continuidade à sua dinâmica de sessões informativas em formato webinar efetuadas nos últimos dois anos, e mantendo o seu compromisso de formações online com a sua rede de agências, o Grupo GEA realizou, durante o mês de fevereiro, um conjunto de formações com muitos dos seus parceiros fornecedores.

Foram 17 os fornecedores envolvidos nesta iniciativa, entre operadores turísticos, centrais de reservas hoteleiras e companhias de cruzeiros. As formações ocorreram todas as terças e quintas-feiras da parte da manhã. Na opinião dos responsáveis do Grupo GEA, estas ações neste timing específico foram muito importantes, pois há um sentimento generalizado de que este é o ano da retoma efetiva do pós-pandemia, pelo que é por demais importante fazer o enquadramento dos produtos disponibilizados, as datas de operações e todas as condicionantes que aos mesmos dizem respeito.



1º GRUPO DE GESTÃO DE AGÊNCIAS DE VIAGENS INDEPENDENTES DE PORTUGAL



“Tendo em conta as operações programadas pelos operadores, com ainda poucas operações charter, podemos ver que ainda não vamos chegar aos níveis de 2019 este ano”



Lisboa
JARDIM
ZOOLOGICO
Portugal

Aberto
e cheio
de garra!

Esperamos por si no Zoo.



SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE

Paraíso na Terra

SEJA BEM-VINDO AO PARAÍSO TROPICAL: VULCÕES, MONTANHAS, CASCATAS, FLORESTAS DENSAS, PRAIAS DE AREIA BRANCA E MAR DE ÁGUA MORNA, CRISTALINA, DE UM AZUL ESVERDEADO ESTONTEANTE.



É SOBRE A LINHA IMAGINÁRIA DO EQUADOR

que encontramos as ilhas de São Tomé e Príncipe. Situado no Golfo da Guiné, o arquipélago de origem vulcânica foi descoberto por navegadores lusitanos no século XV e foi colónia portuguesa até à sua independência, em 1975. E é por isso que as tradições africanas se misturam com a herança portuguesa e oferecem aos turistas uma atmosfera única, ideal para relaxar. Mais do que sol e praia, turismo de natureza, gastronómico ou arquitetónico, São Tomé e Príncipe é uma experiência dos sentidos.

CARREGADA DE HISTÓRIA

São Tomé é uma ilha carregada de história, que conserva edifícios do século XVI, como o Forte de São Sebastião, agora transformado em museu nacional. Durante séculos, proliferam as indústrias da cana-de-açúcar, do cacau e do café, que funcionavam nas Roças, hoje consideradas património histórico e arquitetónico do arquipélago. Abandonadas, algumas Roças foram engolidas pela selva, enquanto que outras foram recuperadas, permitindo conhecer um pouco do seu passado. Destaca-se a Roça Monte Café, outrora a maior produtora de café do país, e Roça Saudade, onde está a Casa-Museu Almada Negreiros e a Roça Diogo Vaz.

BELEZA NATURAL

A beleza natural deste país tropical ressalta a cada curva e contracurva, repleto de florestas, praias quase desertas e um povo único e acolhedor.

No Sul, visite a gruta do ilhéu de Santana, a lagoa Amélia, Trindade, Pousada Boavista e o Jardim Botânico. A estrada que leva ao Norte oferece uma belíssima paisagem, cheia de restos vulcânicos que adquirem formas espetaculares que contrastam com o verde intenso da selva. Pelo caminho, encontram-se as melhores praias da ilha, como a Praia das Sete Ondas e a Praia Grande, ambas de areia fina e branca e águas cristalinas. Em Trindade, pode apreciar o espetáculo das Cascatas de São Nicolau, inseridas numa paisagem selvagem, com o lago que convida a um mergulho fresco. No Norte, retenha o nome destas praias: Praia do Governador, Praia dos Tamarindos, Praia das Conchas e Lagoa Azul.

ILHÉU DAS ROLAS

Não perca a oportunidade de visitar este santuário ecológico. Atravessado pela linha imaginária do Equador, o ilhéu das Rolas é ideal para quem quer passar dias inesquecíveis ou apenas refugiar-se do stress. Em Ponta Baleia, embarque numa

lança rápida e, 20 minutos depois, estará no paraíso. Para além das lindas praias que rodeiam o ilhéu, do geiser de água salgada ou dos miradouros de cortar a respiração, este é um dos locais escolhidos pelas tartarugas para desovar e onde é possível assistir ao nascimento das minúsculas tartarugas e acompanhar o seu trajeto até ao mar.

ILHA DO PRÍNCIPE

A 30 minutos de voo de São Tomé, na ilha do Príncipe, a tranquilidade e a vegetação exuberante são o chamariz. Esta, que também é conhecida por “ilha do chocolate”, oferece praias limpas e desertas e uma grande diversidade de aves raras. A capital da pequena ilha, Santo António, exhibe uma arquitetura colonial semelhante à de São Tomé. Vale a pena visitar o Ilhéu Bom Bom, pequena ilhota situada na costa norte de Príncipe, no meio de uma floresta tropical exuberante. O Pico do Príncipe, o ponto mais alto da ilha, com 948 metros de altura, também merece uma visita. Difícil será encontrar outro local com tantos trunfos turísticos: cultura, aventura, ecologia, caça, pesca, mergulho, agro-turismo... ou, simplesmente, evasão à rotina do quotidiano e encontro perfumado de sabores exóticos numa área de Reserva Mundial da Biosfera.

SÃO PEDRO GUESTHOUSE

SINTA-SE EM CASA

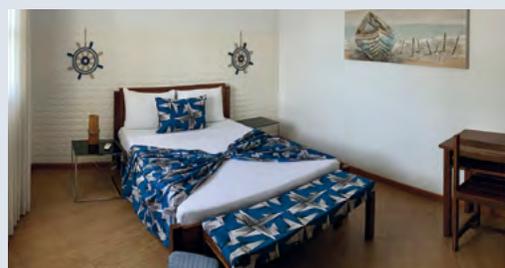
A São Pedro Guesthouse beneficia de uma localização central, a 2 min do centro da cidade e a poucos metros da principal marginal de São Tomé.

Descubra um espaço único onde passar as suas férias ou descansar enquanto trabalha, com o conforto de sua casa.



DISPOMOS DE:

- 10 quartos acolhedores, todos equipados com ar condicionado, secretária, roupeiro, WC privado c/ duche, toalhas, roupa de cama.
- Transfer de/para aeroporto
- Wi-fi Gratuito
- Bar
- Piscina
- Tours e Táxi
- Sala de Bagagem



Quarto Duplo Deluxe



Quarto Familiar



Quarto Familiar Deluxe



ENDEREÇO

Rua do Padre Martinho Pinto da Rocha • N° 893 São Tomé • Sao Tome and Principe

TELEFONES

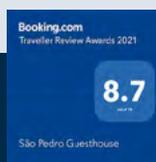
+239 2226101 | +239 9985437

E-MAIL

saopedroguesthouse@gmail.com

SITE

www.saopedroguesthouse.com



Eu sei onde
existem viagens
que ficam na
memória



Madeira. Tão tua