

Exmo. Sr Presidente da Associação Portuguesa de Agentes de Viagens e Turismo

Exma. Sr.<sup>a</sup> Secretária de Estado do Turismo

Exmo. Sr. Presidente da Câmara Municipal de Albufeira

Exmo Sr Presidente do Turismo de Portugal (?????)

Exmo. Sr Presidente da Associação Nacional de Turismo

Exmo Sr Presidente da Confederação do Turismo Português

Exmos Srs Presidentes de Regiões de Turismo

Caros Congressistas.

Minhas Senhoras e meus Senhores.

Muito boa tarde.

É com renovado prazer que o Algarve volta a acolher mais uma edição do Congresso da Associação Portuguesa das Agências de Viagem e Turismo, naquele que é reconhecidamente um dos mais importantes e prestigiados encontros do setor turístico em Portugal. Voltamos a fazê-lo seis anos depois da última edição do Congresso realizada em terras algarvias, coincidindo agora no ano em que **celebramos o 45.º aniversário da Região do Turismo do Algarve.**

Esta feliz coincidência faz-me recordar que muita coisa tem mudado na Região e no turismo do Algarve ao longo dos últimos anos. E ainda bem que assim é. Significa que a região, e o nosso setor em particular, continuam ativos, atentos às novas tendências do mercado, na busca incessante de

novos caminhos e novas estratégias que possam contribuir para a oferta de um turismo mais sustentável e mais moderno.

Como maior destino turístico do País, o Algarve tem visto crescer, de ano para ano, a sua importância no contexto nacional e na contribuição para a economia portuguesa, vista como um todo. Depois de o Turismo no Algarve ter **injetado quase 700 milhões de euros de proveitos na economia do País** em 2014, estamos a caminho de **atingir este ano um novo recorde de 17 milhões de dormidas**.

Em 2014, fechámos o ano com mais de **6 milhões de passageiros** movimentados no aeroporto de Faro e mais de **1 milhão de voltas de golfe**. Este tem sido, aliás, um dos produtos, em conjunto com o turismo de natureza, a gastronomia, entre outros, em que a região mais tem investido no seu esforço de diversificação da tradicional oferta de sol e praia e no esbater da sazonalidade.

Este ano, e no acumulado até agosto, o fluxo de passageiros no aeroporto internacional da região  **aumentou 2,9%**, enquanto nos portos marítimos o **acréscimo foi de 5,7%**. Também nos primeiros oito meses deste ano, os proveitos globais  **aumentaram 8,1%** relativamente ao período homólogo de 2014.

Quanto a **dormidas** registadas na Região, o número de turistas oriundos do Reino Unido  **cresceu 4,0%** nos primeiros oito meses do ano, enquanto os turistas provenientes de França aumentaram  **16,3%** e os da Irlanda  **5,7%**. Recordo que no caso do Reino Unido o Algarve detém uma quota nacional a **rondar os 70%**, enquanto no caso irlandês esse valor **ultrapassa os 80%**.

Em resumo, o **Turismo do Algarve está, pois, num momento alto da sua história e da sua atividade**. Os números que vos apresento são positivos, mas não nos podem fazer descansar, nem tão pouco abrandar o esforço e a dedicação a esta causa para, em conjunto, sermos capazes de manter uma trajetória de crescimento.

**Olhamos já hoje para 2016 com especial atenção**, empenhados em concretizar alguns projetos que ajudarão a cimentar a posição de vanguarda que queremos manter. Assim, o Algarve será destino convidado na próxima BTL, onde a Região de Turismo apresentará um novo stand que – estou certo – encherá todos de orgulho. Continuaremos também a modernizar os postos de informação turística da Região, de forma a melhor servir quem procura esta terra nas suas viagens de lazer, sejam portugueses ou estrangeiros.

Para esse efeito, reabrimos há 2 dias o Posto de Turismo de Faro, que foi alvo de uma profunda remodelação e está agora mais apto para acolher os cerca de 90.000 turistas que recebe anualmente.

**Uma palavra especial ao novo Governo, que agora tomou posse e para o qual aproveito a oportunidade de deixar sinceros votos de sucesso, em particular para a sr<sup>a</sup> Secretária de Estado do Turismo e para o senhor Ministro da Economia.** A eles lanço um repto: valorizem o turismo e as entidades que o suportam. Trata-se de um dos mais produtivos e eficientes sectores da nossa economia, com grande peso nas exportações, que merece ser acarinhado e estimulado.

Para já e de momento congratulamo-nos com a perspetiva da baixa do IVA na restauração, correção pela qual sempre pugnámos na busca por um setor mais forte. Tendo isto em perspetiva, gostaríamos que esta medida pudesse ser alargada ao golfe, considerando a competitividade deste produto estratégico, até em termos comparativos com os nossos vizinhos espanhóis.

Aqui e a propósito da necessidade de algumas mudanças, não ficaria de bem com a minha consciência se não referisse o atribuladíssimo período que as regiões de turismo têm atravessado.

De facto, após um período de alguma turbulência legislativa, as regiões de turismo (de entre várias novidades) recuperaram a possibilidade de atuação, em termos promocionais, no mercado espanhol, retomando o conceito de mercado interno alargado.

Esse alargamento de competências, traduzindo-se num acréscimo de necessidades de investimento, não se reflectiu numa maior dotação orçamental.

Ao contrário, além da imposição de enormes entraves burocráticos, têm-se verificado sucessivos e cumulativos cortes e cativações orçamentais. O último foi em novembro, quando a pouco mais de um mês do final do ano, fomos informados de que teríamos uma cativação de 6,5% no orçamento de... 2015.

Se os problemas que acabei de referir interferem no eficiente funcionamento da Região de Turismo, **infelizmente, os problemas do sector e do Algarve não se restringem apenas à Região de Turismo.**

De facto, a **desvalorização** a que a Região tem sido votada, AO LONGO DE VÁRIOS ANOS, parece ser inversamente proporcional à sua representatividade neste importante setor da economia.

Atente-se, por exemplo, ao tempo que tivemos que aguardar pelo início das obras na Estrada Nacional 125. E se, a este nível, as coisas parecem estar a avançar, esperamos que o mesmo possa ocorrer com as portagens na Via do Infante. Acreditamos na possibilidade de uma inflexão neste processo, que é uma das nossas grandes preocupações, não só pelo custo para o utilizador, mas também pela forma de pagamento, que muito tem

prejudicado a atividade turística na região, sobretudo no que ao mercado espanhol diz respeito.

Ainda no domínio da mobilidade, é incontornável falar também da necessidade de se concluir a **eletrificação da linha ferroviária da região**, um compromisso que precisa de ser honrado.

O mesmo sucede como as melhorias dos **portos comerciais de Faro e Portimão**.

**No que nos compete, a nós Região de Turismo, e no que nos é possível intervir, temos vindo a cumprir.**

No final do ano passado, foi concluído o Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve 2015-2018, instrumento que pretendemos possa vir a servir de guião para a região em termos de desenvolvimento da atividade turística, fornecendo orientações estratégicas não só para a RTA, como para outras instituições e empresas que aqui operam.

Nesse Plano, que tem vindo a ser apresentado pela região, após um exaustivo diagnóstico da situação atual, são feitas propostas de atuação que visam atenuar ou eliminar as debilidades identificadas e reforçar a nossa posição competitiva.

As bem-sucedidas **ligações aéreas diretas entre Faro e Madrid e Faro e Barcelona**, resultado de frutuosa parceria e trabalho articulado entre a ANA-Aeroporto de Faro e a Região de Turismo (e no próximo ano com o Turismo de Portugal), vêm já responder à necessidade de se restabelecerem e consolidarem outras ligações aéreas à região, essas sim

decisivas no transporte de turistas durante todo o ano, a diversos mercados.

Este é um pequeno exemplo - embora grande em resultados – do modo como nos empenhamos em concretizar o conjunto de programas previstos no Plano de Marketing, que se irão traduzir decerto em melhores e mais duradouros resultados para a região.

Por outro lado, em 2016 teremos também novidades ao nível da comunicação do destino Algarve. O clima ameno beneficia-nos anualmente com mais de 300 dias de sol. Ainda que continuando a apostar primordialmente no sol, no mar e no golfe, persistiremos na **estratégia de diversificação da oferta, abordando e estruturando novos produtos.**

Insisto nesta ideia, porque me parece de capital importância: só adequando convenientemente a oferta às novas tendências será possível **assegurar destinos turísticos modernos e com futuro.**

Conscientes de que cada destino turístico também se faz de pessoas, desde os profissionais de turismo aos residentes, lançámos este ano uma inovadora campanha de sensibilização e agradecimento a estes públicos. O objetivo é muito claro: fomentar, cada vez mais, a cultura turística e o orgulho no destino que temos por missão promover e desenvolver. A natureza é nossa aliada, mas não é em vão que dizemos que as pessoas são o nosso melhor cartão-de-visita.

A nós, cabe-nos **valorizar o setor, o Algarve e a sua Região de Turismo.** É um desafio no qual continuamos a colocar máximo empenho. Estamos cientes das dificuldades que se avizinham e do muito trabalho que ainda há para fazer. Preocupa-nos alguma menorização e subalternização do papel das Regiões de Turismo. Tal como nos preocupa a apresentação de cortes casuísticos e cativações orçamentais que limitam a nossa capacidade de intervenção e vontade de atuação. Mas assumimos e encaramos todos

estes desafios de cabeça erguida, dizendo presente às solicitações que, em cada momento, nos são feitas.

Caros congressistas,

A 41.<sup>a</sup> edição do Congresso da APVT tem, muito apropriadamente, como **lema “Partilhar o Futuro”**. Todos nós ambicionamos um futuro com mais turistas e um Turismo mais sustentável, que permita criar um Portugal Turístico melhor. É desta forma que estaremos a dar o nosso contributo para o desenvolvimento e crescimento da economia portuguesa, libertando-a de espartilhos que condicionam o nosso futuro e o futuro dos nossos filhos.

**“Partilhar o Futuro” significa ter a capacidade de unir esforços**, aproveitar sinergias e criar parcerias entre os diferentes agentes turísticos. Mais do que nunca, somos convidados – e desafiados – a criar pontes e a um esforço de convergência que não deve excluir qualquer tipo ou categoria de intervenientes.

É nisso que estamos empenhados, reconhecendo que todos juntos faremos mais e daí o nosso empenho em acolher este congresso. Porque também continuamos a acreditar no papel do agente de viagens. Nesta época de virtualização e de online, sabemos a diferença que faz a humanização do serviço e o ter um rosto do outro lado do balcão.

Reconhecemos igualmente o papel das diferentes associações empresariais, nacionais e regionais, com quem fazemos questão de trabalhar pelo muito que podem trazer ao turismo. Neste particular, permitam-me que individualize, para além da APAVT, o trabalho da Associação Nacional de Turismo, à qual me encontro ligado, e que muito tem a oferecer ao setor, algo que espero possa vir a ser reconhecido pelos órgãos de decisão que tutelam o turismo, conferindo-lhe o crédito e espaço merecidos.

Este Congresso é, por excelência, um momento de partilha de informação e de experiências. Ao longo dos trabalhos, vamos seguramente ouvir diferentes opiniões, escutar diferentes pontos de vista. Talvez nem sempre estejamos de acordo sobre tudo. É natural que assim seja.

Mas espero – e desejo – que haja de todos um esforço de convergência para que honremos devidamente o lema deste 41.º Congresso. Da parte da Região de Turismo do Algarve podem contar com a nossa motivação e o nosso máximo empenho.

Muito obrigado pela vossa atenção.