

Conselho Estratégico para a Promoção Turística Externa debate estratégia e objetivos para 2022

Apostar no crescimento em valor, na digitalização e na sustentabilidade como fatores primordiais para promover a competitividade do setor são os três objetivos centrais evidenciados pelo Conselho Estratégico para a Promoção Turística Externa (CEPT) em 2022. Em termos operacionais, o esforço promocional de 2022 passa pelo regresso de iniciativas presenciais de impacto junto do consumidor em alguns dos mercados emissores mais significativos como o Reino Unido, França e Brasil, mantendo-se igualmente uma forte aposta no mercado norte-americano.

O CEPT reuniu-se na segunda-feira, sob presidência do Ministro de Estado, da Economia e Transição Digital, Pedro Siza Vieira, e apontou para as parcerias intra e inter-regiões, e para as parcerias entre os parceiros públicos e privados, como a forma mais profícua para levar aqueles objetivos estratégicos a bom porto.

Os segmentos turísticos que vão corporizar esta estratégia são os de maior valor acrescentado, nomeadamente o Enoturismo, a Gastronomia, a Arte, a Arquitetura e o Turismo Literário. Neste último caso, destaque para o facto de Portugal ser este ano o país convidado da Bienal do Livro de São Paulo.

Todos estes segmentos turísticos, para além dos consolidados na estratégia promocional do país, têm já planos de ação estabelecidos e têm vindo a ser desenvolvidos para que se assumam como motores de desenvolvimento da atividade turística nacional, em todo o território, durante todo o ano, fazendo com que o turismo possa estender os seus benefícios a outros setores da economia e da sociedade portuguesa. A promoção de cada um destes segmentos está a reforçar a aposta no digital, com a presença contínua nas redes sociais, plataforma cada vez mais importante para atrair e captar a atenção para Portugal, enquanto destino turístico.

“Ao longo dos últimos anos o Turismo conquistou um lugar de extrema importância no contexto da economia portuguesa, quer no que diz respeito às Exportações como também ao emprego. A pandemia veio interromper um ciclo muito virtuoso de crescimento do setor, mas com o apoio do Estado e a resiliência das empresas e dos empresários, o setor tem condições para recuperar e voltar gradualmente ao ritmo do crescimento que queremos seja mais sustentável e gerador de riqueza para Portugal, contribuindo para o desenvolvimento de toda a nossa sociedade e para a preservação do nosso património ambiental e cultural. Sinto o setor muito consciente dos desafios que tem pela frente, e simultaneamente muito focado, alinhado e empenhado em dar resposta aos mesmos. Esta reunião do Conselho Estratégico da

Promoção Turística é um bom exemplo disso mesmo e mostra bem a vitalidade com que o setor encara o futuro, sublinhou, na sua intervenção durante a reunião, o Ministro de Estado, da Economia e Transição Digital, Pedro Siza Vieira.

No final do encontro, a Secretária de Estado do Turismo, Rita Marques, lembrou que *“O turismo está perante o grande desafio de se saber reinventar, incorporando no seu modelo de desenvolvimento futuro a dupla transformação verde e digital. Estou confiante de que o setor em Portugal sairá seguramente mais competitivo desse processo, para o qual considero importante o facto de termos consolidada uma estratégia muito consensual e de longo prazo, complementada pelo Plano Reativar o Turismo | Construir o Futuro, assim como um modelo de governação com provas dadas que abrange todos os stakeholders do setor, desde os institucionais a nível regional e a nível nacional, a todo o setor privado, que considero crítico para o sucesso alcançado pelo turismo em Portugal”*.

O Turismo atravessa um momento crítico devido às consequências da pandemia do COVID19, cujas adversidades são sobejamente conhecidas. Mas este é também um tempo de oportunidade para construir o turismo do futuro, no âmbito do Plano “Reativar Turismo|Construir Futuro” que projetou um investimento de seis mil milhões de euros num conjunto de iniciativas dirigidas às empresas, aos turistas e aos residentes, que visam posicionar o setor num patamar superior de criação de valor, aumentar a reputação da Marca Portugal e a competitividade do destino.

O Plano “Reativar Turismo|Construir Futuro” incide em quatro pilares de atuação - Apoiar Empresas, Fomentar Segurança, Gerar Negócio e Construir Futuro - e é composto por ações específicas, de curto, médio e longo prazo, que permitirão ultrapassar os 27 mil milhões de euros de receitas turísticas em 2027, de forma sustentável, gerando riqueza e bem-estar em todo o território, ao longo de todo o ano e apostando na diversificação de mercados e segmentos, uma das metas preconizadas na Estratégia Turismo 2027.

Sobre o CEPT - Conselho Estratégico para a Promoção Turística Externa

O CEPT é a estrutura consultiva do Governo em matéria de promoção turística externa e de concertação estratégica, constituída por representantes do Turismo de Portugal, dos Governos Regionais da Madeira e dos Açores, do setor privado, através da Confederação do Turismo de Portugal (CTP), das ARPT's e das Entidades Regionais de Turismo.