

Região deve ser promovida pela sustentabilidade e não pela segurança

Opinião é de Atílio Forte, consultor e especialista em Turismo, que defende que os “ativos turísticos” dos Açores, associados à natureza e à sua preservação, devem ser a base da promoção do destino nos principais mercados emissores de passageiros

CAROLINA MOREIRA
carolinamoreira@acorianooriental.pt

O consultor e especialista em Turismo, Atílio Forte, defende que a promoção turística dos Açores deve ser feita através dos seus atributos, como a natureza e a sustentabilidade, e não pelo “destino seguro” em tempos de pandemia, alertando que se trata de uma “posição de risco que pode correr bem, mas também pode correr mal”.

“A segurança é algo que deve ser percebido pelo consumidor e deve-se fazer um trabalho silencioso para que ela se continue a verificar. Imagine que tem novamente um surto, como aquele que aconteceu em Rabo de Peixe. Tendo em conta que as pessoas fora do arquipélago não conhecem o lugar, a imagem que passa é sempre dos Açores. Promover algo que, à partida, não podemos garantir é um risco muito grande e, no caso de correr mal, pode trazer uma penalização muito grande ao destino e será sempre associada à marca Açores e não à ilha ‘x’ ou ao lugar ‘y’”, afirma.

Atílio Forte defende, por isso, que o “caminho” da promoção da Região deve passar pelos seus “ativos turísticos, dados pela própria natureza e pela sua preservação”, algo que vai ao encontro das “novas tendências da procura”.

A posição do especialista em Turismo foi manifestada no passado dia 12, aquando da sua participação no webinar “Conversas sobre os desafios do turismo e formas de comunicar”, promovido pela Casas Açorianas - Associação de Turismo em Espaço Rural, sendo mais tarde reiterada em declarações ao Açoriano Oriental.

Segundo Atílio Forte, os consumidores procuram cada vez mais destinos de “maior resguardo do ponto de vista social, com menos contacto humano e mais voltados para a natureza”, sendo também evidentes “os desejos e ansiedades, manifestados já antes da pandemia, relacionados com a autenticidade, a genuinidade e o poder de par-



Atílio Forte participou no webinar “Conversas sobre os desafios do turismo e formas de comunicar”, promovido pelas Casas Açorianas

tilhar os modos de vida, as vivências das comunidades locais”.

As “preocupações ligadas à sustentabilidade económica, ecológica e ambiental” são também cada vez mais crescentes, sendo este “o grande argumento diferenciador” dos Açores nos últimos anos e que “lhe tem proporcionado vingar nos mercados internacionais a partir do momento em que tivemos a liberalização do transporte aéreo”.

O especialista, que já desempenhou o cargo de presidente da APAVT (Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo) e da Confederação do Turismo de Portugal, realça

A sustentabilidade económica, ecológica e ambiental e a crescente digitalização poderão ser mais valias para o destino Açores

que a Região deve “continuar a dar esta ligação à natureza, não só dentro das próprias ilhas como estendê-la para o mar, que é riquíssimo e fantástico em termos de ativos turísticos que podem ser disponibilizados aos consumidores”, apontando ainda outras oportunidades para o arquipélago.

“Não só as festas religiosas como outro tipo de eventos socioculturais podem ser aproveitados como atrativos turísticos. Mesmo não sendo religiosas, as pessoas gostam de presenciar momentos únicos e diferenciados pelo mundo inteiro, nem que seja para mostrar nas redes sociais que estiveram presentes e assistiram”, constata, frisando, no entanto, que se deve “sempre evitar a massificação do destino”.

“No continente, isto está a começar a acontecer com os Santos Populares, nomeadamente em Lisboa e Porto, e a Madeira também conseguiu criar alguns produtos que cumprem esse

propósito, como o fim de ano, a festa da Flor e o Carnaval”, destaca, ressaltando que “também os Açores têm esse potencial e a vantagem de ter produtos diferentes em cada uma das ilhas, o que oferece desde logo ao consumidor uma maior variedade”.

Adicionalmente, Atílio Forte fala na crescente digitalização e nas novas tendências associadas aos nómadas digitais que poderão ser “uma mais valia para os Açores”.

“Com a pandemia, parece que a Europa descobriu que pode trabalhar a partir de casa ou de outro lado qualquer e ter os nossos filhos na escola através dos meios digitais. Tendo em conta que é onde se encontram os nossos principais mercados emissores de fluxos turísticos, Portugal em geral e os Açores em particular podem beneficiar desta nova tendência. E os alojamentos também vão começar a mudar nesse sentido, com a inclusão de locais de trabalho,

além de serem também a casa”, preconiza.

Nesse sentido, o consultor mostra-se otimista quanto à retoma turística e, consequentemente, económica do país, perspetivando que comece a acontecer já a partir do segundo semestre deste ano.

“Penso que, se não tivermos qualquer sobressalto em termos de planos de vacinação ou uma nova estirpe que saia completamente fora do controle dos progressos científicos que entretanto foram feitos, vamos ter o turismo a voltar muito mais cedo do que aquilo que se perspetiva”, diz.

“Se tudo correr bem, se nós nos soubermos comportar e se não houver falhas de planeamento por parte das autoridades, creio que a partir de julho a retoma económica será gradual e entraremos em 2022 sempre em crescendo. No final de 2022, poderemos já estar em números de 2019 ou lá perto”, prevê. ♦