

opção turismo

o primeiro jornal de turismo online, diário, para profissionais

AOS OPERADORES E AGÊNCIAS DE VIAGENS

Desde o início que o jornal Opção Turismo, agora inserido nas páginas do Correio da Manhã Canadá, pretende ser também um ponto de reunião, entre profissionais do turismo português e do Canadá. Não só na área do incoming como no outgoing no interesse de ambas as partes.

Assim, apela-se aos operadores turísticos e agências de viagens sediadas no Canadá que nos ajudem a fazer essa ponte, contactando-nos através do email info@cmctvcanada.com. ●

REPORTAGEM

ESTATÍSTICA

Turistas norte-americanos aumentam em outubro face a 2019

➤ Estimativa rápida do turismo, publicada pelo Instituto Nacional de Estatística (INE)

De acordo com a estimativa rápida do turismo, publicada agora pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), “em outubro, o mercado norte-americano, que representa 8,8% do total, continuou a destacar-se, com um crescimento de 39,5% em outubro face a igual mês de 2019”.

Por sua vez, acrescenta o INE, o mercado britânico, que representou 20,8% do total das dormidas de não residentes, no mês em análise, diminuiu 1,7% relativamente a outubro de 2019.



Evidenciou-se também o crescimento registado nas dormidas do **mercado checo**

Quanto ao mercado alemão, (quota de 12%) registaram a segunda maior diminuição no grupo dos 17 principais merca-

dos emissores (-10,2%), depois do Brasil (-15,3%).

O MERCADO BRITÂNICO, QUE REPRESENTOU 20,8% DO TOTAL DAS DORMIDAS DE NÃO RESIDENTES, NO MÊS EM ANÁLISE, DIMINUIU 1,7%

O mercado francês (8,3% do total) diminuiu 2,2%, enquanto o mercado espanhol (quota de 8,2%) aumentou 17,4% face a outubro de 2019.

Comparando com outubro de 2019, evidenciou-se também o crescimento registado nas dormidas do mercado checo (+63,1%).

Em outubro, a estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico fixou-se em 2,57 noites, aumentando 0,1% (-2,7% em setembro).

Já a estada média dos residentes foi de 1,88 noites, recuando 1,4% e a dos não residentes foi de 2,98 noites, o que representa uma diminuição de 5,2%. ●

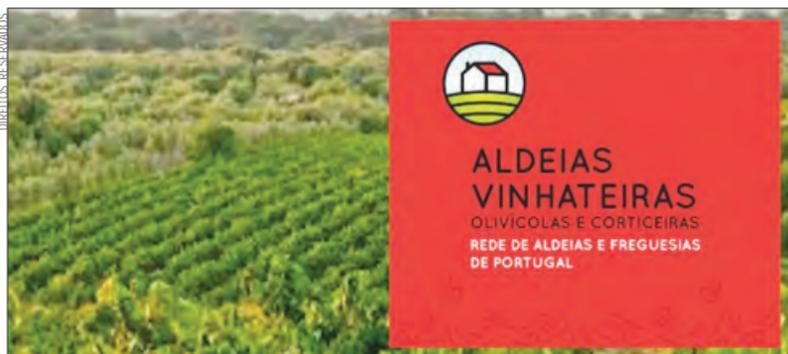
DESTINOS

Rede das Aldeias Vinhateiras de Portugal será oficialmente constituída em Santarém

Contando já com 122 municípios de todo o país - 1.780 freguesias - em territórios com tradição vitivinícola, olivícola e corticeira, a Rede das Aldeias Vinhateiras de Portugal foi constituída oficialmente no passado dia 01 de dezembro, em Santarém.

Trata-se de um projeto que visa valorizar o mundo rural e impulsionar o turismo ao mesmo tempo que pretende contribuir para a valorização do património, fomentar o desenvolvimento sustentável e impulsionar o turismo de forma integrada em todo o território nacional.

Lançada pela Associação de Municípios Portugueses do Vinho (AMPV) e contando com 122 municípios de todo o país, a



Rede conta já com **122 municípios de todo o país**

ideia é ter uma rede de aldeias, freguesias ligadas ao setor do vinho, do azeite e corticeiro. O projeto vai ficar integrado numa secção dentro da própria AMPV, à semelhança de outras secções, como a dos museus do vinho.

Na próxima quinta-feira vai ser feita a aprovação e inte-

gração das Freguesias e Aldeias Vinhateiras na Secção da Rede das Freguesias/Aldeias Vinhateiras de Portugal da AMPV, a eleição do Grupo Coordenador da Secção e a apresentação das iniciativas previstas para 2023, no Cine-Teatro Sá da Bandeira, em Santarém. ●

HOTELARIA

Utoplan Hotel uma nova 'guesthouse' no Porto

Um novo projeto nasce agora no Porto. Trata-se da 'guesthouse' Utoplan Hotel, situada em pleno centro da cidade do Porto, mais propriamente no 146 da rua D. Manuel II.

Dispõe de sete suites, algumas com um espaço de trabalho funcional, Internet de alta velocidade e televisão com os canais habituais e Netflix.

Oferece ainda um pátio interior decorado com um mural da autoria do projeto português Ruído e, na escadaria, um mural inspirado na cidade - um mapa de arte de rua, feito no método tradicional de azulejos - do venezuelano Andy Calabozo, a viver atualmente no Porto.

Como curiosidade, para assistir com pedidos, há ainda



Utoplan Hotel, Porto

um 'conciierge' virtual, que se pode contactar através do WhatsApp para gerir reservas, por exemplo, ou até pedir sugestões. ●

REPORTAGEM

CAMPANHA

SATA e Savoy lançam campanha conjunta

➤ Parceria tem como objetivo dinamizar a presença da companhia aérea junto do mercado norte americano

Há dois serviços importantes que fazem a diferença para quem pretende viajar. Passagens aéreas, para chegar ao destino da forma mais cómoda possível e a garantia da melhor estadia no destino a visitar. Sabendo disso, as companhias aéreas do grupo SATA, Azores Airlines e SATA Air Açores, uniram esforços com a Savoy Signature, a fim de proporcionar uma experiência de viagem completa aos visitantes que se deslocam à Ilha da Madeira em voos operados pela SATA Azores Airlines.

Esta parceria tem como objetivo dinamizar a presença da companhia aérea junto do mercado norte americano, em particular, no mercado nova iorquino, de onde partem voos semanais diretos da Azores Airlines com destino à Ilha da Madeira.

A promoção estará em vigor até 30 de dezembro e pressupõe



Promoção estará em vigor até 30 de dezembro

um desconto de 10% na tarifa adquirida no website da Azores Airlines e semelhante desconto associado para a aquisição de quarto no 'website' da Savoy Signature. Em ambos os domínios, um código específico assinala esta parceria.

Recorde-se que a Azores Airlines realiza voos diretos entre Nova Iorque e a Ilha da Madeira, ao longo de todo o ano. Para além desta ligação direta, a

promoção está disponível para outras ligações aéreas cujo destino final seja o Funchal. Nestas circunstâncias encontram-se as ligações provenientes de Boston e Toronto com destino aos Açores e que permitem voos de ligação operados pela SATA Air Açores com destino ao Funchal. Há cinco ligações semanais durante o inverno IATA 2023, entre Ponta Delgada e o Funchal. ●

PROIBIÇÃO

Londres: proibida promoção do Qatar nos autocarros



Como vingança, o Qatar já começou a rever os seus investimentos em Londres

A operadora de transportes londrina TfL considerou inaceitável que os seus autocarros, comboios e metro mostrassem publicidade promovendo o Qatar como destino turístico ou promovendo eventos, devido às suas leis contra a comunidade LGBT+

Era uma decisão praticamente previsível uma vez que, desde 2019 que a empresa está a rever, caso a caso, anúncios publicitários de países que estão na 'lista negra' da Associação Internacional de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Trans e Intersexo (ILGA) por condenarem a morte as relações entre pessoas do mesmo sexo.

No contexto do Campeonato Mundial de Futebol de 2022, que decorre no Qatar, a TfL diz que

os anúncios "que promovem viagens ao Qatar, turismo ao Qatar e descrevem o Qatar como um destino desejável não são considerados aceitáveis".

Da mesma forma, não serão considerados aceitáveis os anúncios que "encorajem as pessoas a assistir pessoalmente aos jogos ou incentivem as pessoas a assistir a outros eventos no Qatar".

Como vingança, refira-se, de acordo com o Financial Times, o Qatar já começou a rever os seus investimentos mais significativos na capital do Reino Unido em resposta a esta política da TfL.

Curiosamente, o presidente da Câmara de Londres, Sadiq Khan, é, por inerência, o presidente da TfL. ●

ESTATÍSTICA

Despesas de turistas estrangeiros em Portugal superam valores de 2019

Uma nota informativa do Banco de Portugal (BdP) salienta que, em outubro de 2022, o indicador preliminar das viagens e turismo aponta para um crescimento das exportações de 42% face a outubro de 2021 (após uma variação de 72% em setembro) e um crescimento das importações de 29% (após uma variação de 30% em setembro).

Significa isto que as despesas de turistas estrangeiros em Portugal e de turistas portugueses em outros países aumentaram 42% e 29%, respetivamente, em outubro, em termos homólogos, voltando a superar os valores de 2019, o último ano pré-pandemia.

Destaca ainda o banco cen-

tral que, em relação aos valores acumulados até outubro de 2022, as exportações e importações superam também os valores observados em igual período de 2019, correspondendo a 114% e 107% do valor então registado.

De acordo com o banco central, "esta informação baseia-se num conjunto mais restrito de informação, predominantemente de cartões bancários, e não substitui as séries históricas de exportações e importações de viagens e turismo publicadas no Bpstat".

Recorde-se que o BdP atualiza o indicador preliminar das viagens e turismo da balança de pagamentos em 30 de dezembro. ●

PROMOÇÃO

TPNP tem o melhor filme de Turismo do mundo

O filme promocional do Turismo do Porto e Norte "The Majestic Adventures of Ofelia de Souza", para o segmento de Meeting & Industry, arrecadou o título de World's Best Tourism Film, na categoria "Tourism Products", promovido pelo International Committee of Tourism Film Festivals (CIFFT).

O prémio foi recebido por Luís Pedro Martins, presidente da TPNP durante a cerimónia da 34.ª edição dos World's Tourism Film Awards.

PRÉMIO FOI RECEBIDO POR LUÍS PEDRO MARTINS, PRESIDENTE DA TPNP DURANTE A CERIMÓNIA DA 34.ª EDIÇÃO DOS WORLD'S TOURISM FILM AWARDS

Com a melhor pontuação entre todas as categorias a con-



Luís Pedro Martins, presidente da TPNP

curso, "The Majestic Adventures of Ofelia de Souza" ficou em primeiro lugar neste 'ranking' graças aos pontos conquistados na sequência dos prémios recebidos nos dez festivais que compõem o circuito mundial do CIFFT.

Estreado em outubro de 2021, o filme, com pouco mais de três minutos de duração, tem

como estrela principal Ofelia de Souza, uma experiente e extravagante organizadora de eventos e epicurista de 72 anos, que fielmente acompanhada dos seus assistentes ("Ofelie" e "Ofeliette"), partilha dicas e segredos para escolher e aproveitar um dos melhores destinos de turismo de negócios do mundo. ●