

dossiê

Secretária regional do Turismo e Transportes, Conceição Estudante, na abertura da "I Conferência Anual do Turismo 07"

É preciso saber antecipar

A secretária regional do Turismo e Transportes deixou ontem bem claro que a consolidação da imagem de excelência passa por um trabalho de requalificação do destino Madeira.

Além disso, na abertura da "I Conferência Anual do Turismo", que ontem decorreu no Funchal, Conceição Estudante disse que há saber antecipar e preparar para as novas tendências.

A consolidação da imagem de excelência que defendemos passa por um trabalho de requalificação do produto total Madeira e da oferta segmentada dos subprodutos, que vão dos transportes à restauração, passando por diversas variáveis, das quais evidenciou a hospedagem/hotelaria. Quem o disse foi Conceição Estudante, secretária regional do Turismo e Transportes, ontem, na sessão de abertura da "I Conferência Anual de Turismo 07", que decorreu no Funchal.

Na oportunidade, a governante complementar e evidenciaria que, pese embora o "nosso posicionamento esteja claramente definido para os próximos anos, há que saber ser flexível e permível aos "feed-backs" que diariamente nos chegam.

Conceição Estudante diz que as parcerias público-privadas são fundamentais para a criação da necessária sintonia entre a promoção dos macro-produtos Madeira e Porto Santo e dos seus micro-produtos

Desta forma, disse que há saber antecipar e preparar para as novas tendências, quando elas começam a manifestar-se, encontrando respostas adequadas e, simultaneamente, com qualidade e capacidade de atracção.

Neste domínio, referiu que as parcerias público-privadas são fundamentais para a criação da necessária sintonia entre a promo-

ção dos macro-produtos Madeira e Porto Santo e dos seus micro-produtos e para acertar actuações congregadas e complementares de todos os agentes interessados.

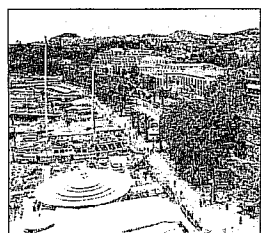
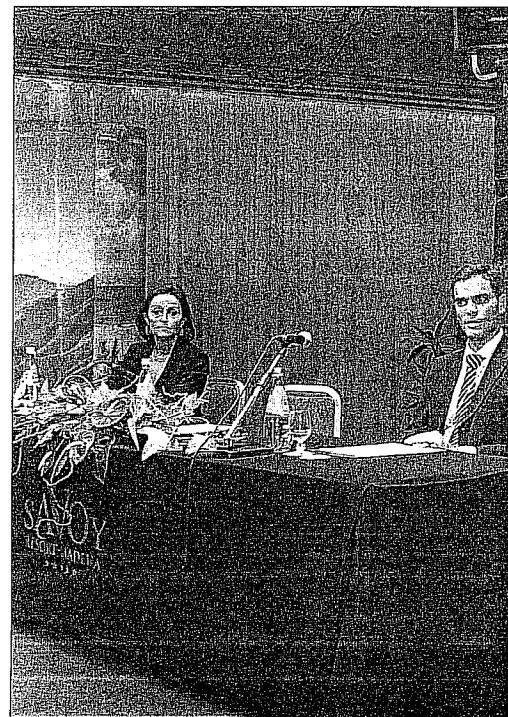
Noutro ponto, aproveitando a presença de cerca de 350 pessoas na sala do Savoy, Conceição Estudante sublinhou que o consenso gerado à volta do slogan "Body.Mind.Madeira" tem de se

consolidar em actuações individuais e colectivas, de modo a que os públicos-alvo identifiquem a realidade regional com a mensagem que comercialmente lhes é transmitida. "Tem de haver correspondência entre o que lêem e o que ouvem e entre o que vêem e o que sentem".

Disse igualmente que, a par dos produtos diversificados, que enu-

merou, há que valorizar os destinos intra-regionais e os seus potenciais de oferta, numa óptica descentralizada e que a aposta na qualificação profissional tem de ser acompanhada pela criação de carreiras profissionais estimulantes e atractivas do ponto de vista da realização pessoal e económica.

Outro orador da sessão de aber-



É preciso haver convergência entre público e privado

I Painel: "Urbanismo e ambiente: activos estratégicos"

O primeiro painel da Conferência foi subordinado ao tema "Urbanismo e o ambiente: activos estratégicos".

Foi interessante ouvir os dois oradores, o arq. Gonçalo Byrne, e o director regional do Ambiente, Domingos Abreu.

No caso concreto de Gonçalo Byrne, revelou a dado passo da sua intervenção, a importância que uma construção contemporânea pode ter no desenvolvimento de um destino. Falou do exemplo de Bilbao, em Espanha, e da construção do Museu Guggenheim, do arq. Frank Gehry, que, depois de alguma controvérsia que despertou na sua génese, acabaria por ser vital para a cidade. Um anos depois estava a contribuir para o incremento de 1% do PIB e a alavancar o seu desenvolvimento. No entanto, em termos turísticos, acabava por provocar passagens fugazes já que depois de verem o museu, os turistas deixavam a cidade. Mas, na sua exposição, Gonçalo Byrne daria grande ênfase no saber interligar a arquitectura contemporânea, que defende, com a que vem de trás. E,

além disso, da importância de não só valorizar o que está por detrás das portas mas saber interligar com o que lhe rodeia.

Além disso, daria o exemplo da cidade de Barcelona que evoluiu espantosamente por haver uma convergência de interesses entre os sectores público e privado.

Em relação a Domingos Abreu, depois de passar uma série de quadros estatísticos relacionados com a Madeira, que deixou à reflexão de cada um dos presentes, diria que assegurar a sustentabilidade do destino começa pela necessidade de existirem regras. Regras que definam questões prementes como a definição da capacidade de carga automóvel, que cresce assustadoramente na ilha, pelo estímulo ao investimento e pela implementação de serviços de qualidade.

António Trindade falaria do papel do empresário na sua permanente previsão de curto prazo para o longo prazo dos seus investimentos e da importância da lealdade dos clientes para o hotel. E para o destino.



É preciso saber reinventar o destino Madeira

II Painel: "Posicionamento do destino Madeira"

O segundo painel versou o tema "Posicionamento do destino Madeira". Jorge Marrão, da Deloitte foi o único orador. Grosso modo, reconheceu pontos positivos no destino Madeira, mas sublinhou que, como em qualquer actividade, há uma altura em que há que saber reinventar o destino.

E aí foi dando algumas dicas, como seja o facto da competitividade de um destino tenha de estar muito ligada às tendências do consumidor.

Na oportunidade, Jorge Marrão sintetizou o resultado do survey que a Deloitte desenvolveu na Madeira, denominado "Sustentabilidade do destino". Entre outros dados, apurou-se no inquérito feito às empresas do sector, que lamentou não terem sido tantas como desejariam, que 65% dos inquiridos consideraram que a médio e longo prazo a competitividade do destino Madeira vai melhorar.

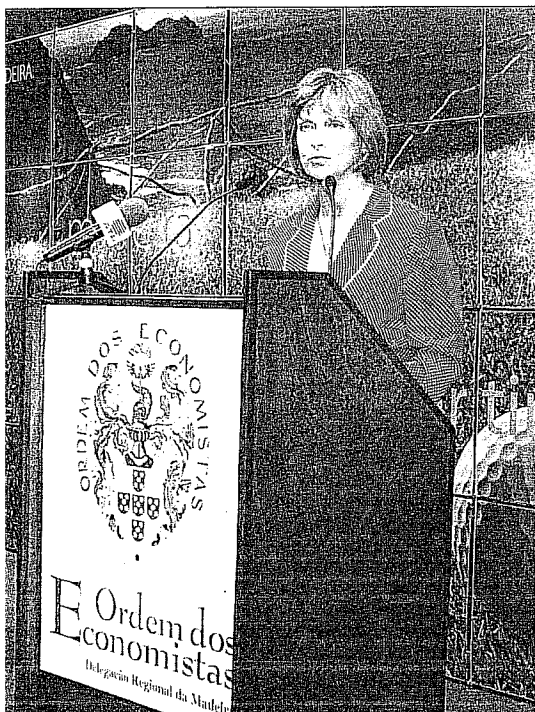
E, no domínio dos desafios que mais apontaram para o curto prazo assentam nas ligações aéreas, na promoção e comunicação e na elaboração de

um plano estratégico.

Um dos dois comentadores deste painel foi Roland Bachmeier. Disse que temos de escolher os nossos melhores produtos e procurar os melhores mercados.

Falou igualmente na questão da faixa etária dos turistas madeirenses se situar entre os 40 e os 70 anos, pelo que entende que a Madeira só teria a ganhar se conseguisse captar igualmente aqueles que se situam abaixo desse patamar. O outro comentador foi Roberto Santa Clara Gomes, dos Aeroportos da Madeira. Do que falou referimos a sua referência à importância de ser preciso ver as nossas vantagens competitivas e se se enquadram no que mercado procura.

Texto: Paulo Alexandre Camacho
Foto: Albino Encarnação e Duarte Gomes



I Conferência anual do Turismo 07

Conclusões e recomendações

As "Conclusões e Recomendações" da I Conferência anual do Turismo 07" são, resumidamente, as seguintes

Painel I Urbanismo e o Ambiente: Activos Estratégicos

O turismo é cada vez mais um sector de mobilidade global;

Diferentes tipos de turismo geram diferentes tipos de procura e consequentemente novos tipos de oferta;

Para se atingir a qualidade é preciso visar a excelência, sendo que a convergência política é fundamental para a intervenção estratégica – de enfatizar as parcerias público-privadas;

Releva-se a necessidade da afirmação do enquadramento da dimensão ambiental no sector do turismo.

Painel II Posicionamento do Destino Madeira

Face à capacidade instalada, o aumento das ligações aéreas e do esforço promocional são considerados fundamentais. Um sem o outro não produzem o efeito desejado;

Numa óptica de médio/ longo prazo, o principal desafio que se coloca à R.A. Madeira, é o planeamento e ordenamento do território, seguido da necessidade de um maior investimento em promoção e comunicação, de maior acesso ao cliente final/ desintermediação e do

aumento do número de ligações aéreas.

Painel III Competitividade Internacional

A mudança é a palavra de ordem;

O sector do turismo precisa de uma orientação estratégica, com instrumentos próprios e bem definidos. A estratégia do turismo não pode ser a soma aritmética de acções pontuais;

A acção dos intervenientes deve assentar numa actuação "Coerente e Consequente".

Painel IV Visão Estruturante para o Turismo Regional

Devemos concentrar em maximizar as nossas qualidades em vez de procurar minimizar os defeitos da nossa Região, sendo que a estratégia estrutura o desenvolvimento. É o meio mais eficaz para se visionar a longo prazo;

Os factores distintivos do destino são a base da estruturação da estratégia;

A especialização passa por aquilo em que a Madeira tem uma vantagem muito, muito, muito grande;

Concentrar a oferta nas características únicas da Madeira: muito raras, difíceis de imitar, em termos muito precisos, físicas e humanas;

Ao nível da comunicação, é fundamental manter o slogan;

A Madeira tem que diversificar não em quantidade mas em qualidade.

Breves da Conferência

▼ **Pedro Costa Ferreira:** «A Madeira não pode ficar à mercê da nova realidade que pode ser as novas "centrais" de compras na internet. Neste âmbito, refere que o destino tem de posicionar-se de uma tal forma que não dê possibilidade de negociação pela negativa. Ou seja, onde seja o destino a precisar deles, e não o contrário.

▼ **João Welsh:** «Temos de valorizar produtos tão nosso como o bolo de mel, o bordado, a banana da Madeira, e as praias de calhaus». Isto, segundo acentuou, a não ser que a Madeira queira alterar a matriz do turismo que nos visita. Por outro lado, defendeu que o destino deveria apostar nos boutique hotel.

▼ **"O segredo do turismo está na oferta"**

▼ **A sustentabilidade do turismo depende, de forma continuada e permanente:**
- da "atitude" e do "compromisso" de todos;
- da "excelência do serviço" que suporta a competitividade.
- e da "Confiança" que depende do envolvimento de toda a cadeia do processo.

tura foi o anfitrião. Eduardo Jesus, presidente da Delegação Regional da Madeira da Ordem dos Economistas, que, de certa forma, justificou a aposta na realização do colóquio como um contributo de uma consciência colectiva do sector, que se sinta responsável. Um colóquio que revelou já estar a ser trabalhado para o próximo ano, mais ambi-

ciosa e internacional.

A terceira oradora foi Maria Leonor Aires, da direcção da OE, que representou o presidente da Ordem, Murteira Nabó. E, de certa forma, enalteceu a realização do evento, inserido no papel da Ordem dos Economistas de ser um fórum de reflexão acerca de sectores relevantes. ■

pcamacho@jornaldamadeira.pt



Todos temos de saber assumir o compromisso

III Painel: "Competitividade Internacional"

O terceiro painel do dia foi "Competitividade Internacional". Foram oradores Vitor Neto, ex-secretário de Estado do Turismo, e Vitor Sevilhano.

Vitor Neto, presidente da comissão organizadora da BTL, diria a dado ponto do seu discurso que não se pode ter medo em sermos fortes em determinados mercados. «Alienar disso seria um erro». Quer com isto dizer que apostas em mercados como o alemão e o inglês não devem ser descontinuadas.

No entanto, depois de mencionar que o futuro dos fluxos turísticos, que no caso da Madeira, dependem em 98% do mercado europeu, sublinhou que é precisamente para o Velho continente que nos devemos virar no sentido de captar parte dos turistas que vão crescer.

Reconheceu que os problemas do turismo não se resolvem com a promoção. Neste ponto frisou que pode ser gasta a maior das verbas, que, a não serem solucionadas outras questões, de nada adianta. Sobreretudo se não soubermos ler os

novos tempos que nos traz um novo tipo de turista. Que diz estar no centro da acção, onde a desintermediação é cada vez maior, e que, a seu ver, representa uma grande transformação estrutural do sector.

Não menos brilhante, e a revelar-se para nós um comunicador-nato, Vitor Sevilhano centraria a sua intervenção dando assento na tónica na convergência. No compromisso. Como por exemplo na campanha "Mind. Body. Madeira", na qual diz que todos devem defender. Neste âmbito, refere que existem grandes "flops" nas empresas precisamente por não haver alinhar num mesmo sentido.

Sublinhou que a Madeira tem de aproveitar ao máximo a sua diversidade e haver uma política de rigor e de padrões de standard nos serviços. A comentar estas duas intervenções, Luigi Valle, vice-presidente do Grupo Pestana diria que uma das grandes decisões tomadas em relação à Madeira passou pela liberalização do espaço aéreo.



Temos de ser muito, mas mesmo muito bons

IV Painel: "Visão estruturante"

O quarto painel do dia teve como tema "Visão estruturante". O orador principal deste último painel foi Jorge Vasconcellos e Sá.

Também a revelar-se com dotes oratórios, mas com outra postura em relação a Vitor Sevilhano, este especialista centraria o seu trabalho numa questão nuclear. Temos de ser muito, muito bons para nos afirmarmos num mundo tão global. Neste âmbito, disse claramente que há saber identificar os itens que, realmente se enquadram naquele domínio. Itens em que a Madeira seja muito, muito boa; que sejam difíceis de igualar e que, depois, saibamos identificar quais os escalões etários que mais se adequam a essa oferta. E neste domínio, pegando na batalha de Agincourt, em que poucos ingleses derrotaram muitos franceses numa luta no século XV, sublinhou que o facto da Madeira ser pequena é uma vantagem.

Deixou no ar a ideia que o destino tem uma mão cheia de nichos de mercado que podem "encher" as cerca de 29 mil camas actuais duran-

te muito tempo. Neste domínio, num destino com estas dimensões deixou claro que a Madeira não pode ir a todas. Ou seja, não pode nem deve promover pouco e muitos lados.

Focou os exemplos dos mercados inglês e alemão, onde o dinheiro que a AP Madeira gasta em promoção é uma ínfima parte do montante que um conjunto muito vasto de destinos gasta naqueles lugares, pelo que as apostas acabam por perder-se.

Neste âmbito disse necessário aos pontos onde saibamos que estamos numa posição privilegiada. Mesmo que seja em grandes mercados, disse que há que saber apostar em partes que, por si só são suficientes para gerar pos fluxos turísticos necessários.

Em jeito de remate, Jorge Vasconcellos e Sá diria que quando se estiver a analisar os pontos fortes da Madeira há partir de uma matriz onde se coloquem os muitos nós onde não sejamos realmente muito, muito bons.