

Comunicação do Sr. Luís Tavares – Portimar

Texto adicional

APOIO A COMPANHIAS AÉREAS

É minha opinião que o apoio e incentivo somente a companhias low-cost, que **registam variações na frequência da sua operação para Portugal, não é totalmente compatível com a globalidade da nossa oferta turística nem com a estratégia de promoção externa de diversificação de produtos e combate à sazonalidade que Portugal tem vindo a desenvolver. Consequentemente opinamos, e para dar continuidade às operações das transportadoras aéreas regulares/bandeira para Portugal, pensamos nós que deveria ser dado o mesmo apoio que é concedido às low-cost.**

Recentemente, o director-geral da subsidiária da Lufthansa, o Sr. Frank Wagner, advertiu em declarações ao Jornal de Negócios para, e cito: “Lufthansa ameaça sair de Portugal caso taxas aeroportuárias continuem a subir”. A razão apontada pode originar, segundo o Sr. Frank Wagner, a saída de várias companhias aéreas do espaço aéreo português, o que seria catastrófico para o turismo nacional.

Paralelamente verificamos que os operadores especialistas dos mercados emissores de União Europeia, sentem uma dificuldade enorme em estabelecer parcerias comerciais com as companhias aéreas low-cost, que de uma forma ou de outra resumem a oferta dos operadores emissores para Portugal, às ligações que são efectuadas pelas companhias aéreas regulares.

Daí que o cancelamento de voos por parte das companhias low-cost que voam para o Algarve, acarretam efeitos negativos para este destino em termos de sazonalidade, bem como **não fomentam a oferta dos operadores que programam Portugal através de brochura e de forma sistematizada.**

Porém sabemos que o mercado não está somente estruturado em função das companhias aéreas low-cost e que as companhias aéreas regulares **ainda são parte do suporte do desenvolvimento sustentado do turismo nacional.** Prova disso são as clássicas e bem sucedidas parcerias comerciais entre as companhias aéreas de bandeira (utilização do code-sharing) e os operadores turísticos especialistas e que programam o destino Portugal através de brochura e na Internet. **Foram estas relações que permitiram iniciar, desenvolver e manter a estabilidade que hoje em dia o turismo emissor detém.**

O segmento do Golfe, por exemplo, e no que diz respeito ao Algarve, está estrangulado e **fortemente condicionado** devido à falta de oferta de vãos e ligações regulares e directas entre a Europa e Portugal. Outro exemplo diz respeito ao facto das transportadoras aéreas de bandeira dentro do segmento de golfe, autorizarem o transporte gratuito do equipamento de golf, desde que não exceda os 15 kg por pessoa, **ao contrário de algumas companhias “low-cost”.**

O destino Algarve não poderá estar dependente apenas do mercado britânico, como até aqui sucedeu, e sobretudo na estação low-season, não nos devemos esquecer

que 30% dos britânicos que se deslocam para o Algarve por via aérea utilizam estas transportadoras low-cost. Este recente fluxo derivado do turismo residencial, que só beneficia as transportadoras low-cost e a especulação imobiliária na região, aumenta o poder das low-cost e produz tendências inflacionárias no destino, o que pode originar a perda de quota de mercado do destino.

É também minha opinião que as ligações efectuadas através de companhias aéreas low-cost, ajudam a aumentar a massa crítica do turismo nacional, **mas no entanto não ajudam à consolidação da nossa oferta turística**. A oferta turística associada aos voos low-cost por não ter uma base de promoção sustentada está ainda mais sujeita às tendências do mercado e às regras da oferta e da procura, do que a oferta turística representada pelos operadores especialistas tradicionais dos mercados emissores.

Ao compararmos a promoção de um destino efectuada por um operador especialista em Portugal e uma companhia low-cost, notamos uma grande desvantagem comunicacional do segundo em relação ao primeiro: a companhia low-cost tende a promover determinada ligação aérea com base no preço e nunca fixando a sua comunicação nos produtos do destino. Pelo contrário, o operador especialista, além da promoção dos diversos produtos turísticos, promove uma viagem, uma experiência, uma cultura ou ainda uma forma de viver, que é a Portuguesa. Como é óbvio o operador especialista também fixará a promoção do nosso produto no factor preço, mas traduz o valor desse preço através da experiência "Portugal", ao contrário da promoção low-cost.

Obviamente que as companhias aéreas low-cost, bem como o fenómeno das vendas na Internet, têm efeitos positivos na venda de lugares de avião mas não **na venda directa do nosso produto turístico**. No entanto são os operadores especialistas (em parceria com as companhias aéreas regulares) que através do conhecimento profundo dos canais de distribuição e dos seus clientes, em conjunto com o conhecimento pormenorizado do nosso destino e do respectivo investimento em promoção e marketing, os mais capazes para ajudar à consolidação e crescimento do turismo nacional.

É minha opinião que o destino Portugal terá de reforçar a sua promoção, para que a nossa oferta nacional seja do conhecimento não apenas do cliente que especificamente se interessa pelo nosso destino, mas sim e também das tendências da procura turística massificada em geral.

Com os melhores cumprimentos

Luis Tavares
Managing Director

p o r t i m a r - Agência de Viagens e Turismo, Lda

EDIFCIO PORTIMAR
ALTO DO QUINTO
8500-833 PORTIMO
Tel 00351 282 470 001
Fax 00351 282 470 051

e-Mail lt@portimar.pt
Site www.portimar.pt