OJE

Este suplemento comercial é parte integrante do jornal OJE n.º 1413

12 de dezembro de 2012

ESPECIAL

Cruzeiros Marítimos

Saiba mais em www.oje.pt • ipad • iphone • android

PUB

DR

Indústria dos cruzeiros vai continuar a crescer no mundo

▷ **TURISMO**

OS NÚMEROS falam por si: 20,59 milhões de passageiros de cruzeiros em 2011 a nível mundial. Um crescimento de 9% face aos 18,9 milhões registados em 2010. Valores que deverão crescer também em 2012, mas não com uma expressão tão significativa, muito devido à atual conjuntura económica que o mundo atravessa, mas que ainda assim não deixam dúvidas sobre o potencial económico que esta indústria acarreta na área do Turismo. Até porque se pensarmos na quantidade de empresas e serviços ligados ao sector dos cruzeiros, direta ou indiretamente, descobriremos de certo, janelas de oportunidades.

Mas foquemo-nos na Europa e, claro, em Portugal. Recentemente, um estudo do European Cruise Council (ECC) dá conta que a indústria de cruzeiros gerou em 2011 36,7 milhões de euros nas economias europeias, o que significa, em termos de impacto económico, um aumento de 4% face a 2010. Se pensarmos que esta mesma indústria foi capaz de gerar mais de 315 mil empregos e 9,8 mil milhões de euros de massa salarial em 2011, e que por cada milhão de euros gasto nesta indústria são gerados 2,45 milhões de euros de volume de negócio, então certamente já devemos ter retido a sua atenção.

De realçar que, para além dos passageiros, o estudo do ECC contabilizou, ainda, o número de tripulantes que chegam aos portos europeus, e também eles são fonte de receita para cada porto que visitam. Assim, em 2011 chegaram aos portos da Europa 14,3 milhões de tripulantes e, destes, 5,7 milhões visitaram as cidades durante a escala, dispendendo em média, cada um, €21,10.

Também em Portugal o sector dos cruzeiros marítimos tem vindo a crescer.

Segundo dados disponibilizados pela Administração do Porto de Lisboa, em 2011, registaram-se 1 219 614 passageiros em Portugal e um total de 850 escalas de navios de cruzeiros, estimando-se novo crescimento este ano.

> A indústria de cruzeiros gerou, em 2011, 36,7 milhões de euros nas economias europeias, segundo um estudo do European Cruise Council

ENTREVISTA
Frederico Costa, presidente do Turismo de Portugal, fala do segmento
Pág. IV

TALEB RIFAI
"Turismo de cruzeiros tem papel fundamental no apoio à empregabilidade", Secretário-geral da OMT
Pág. V

NOVOS TERMINAIS
Lisboa e Leixões com novas infraestruturas em 2014 Pág. III

MSC Divina faz cruzeiros no Funchal em 2013

▷ **PREVISÃO**

O MSC DIVINA, o mais recente navio da frota da MSC Cruzeiros, vai cumprir um calendário de 13 cruzeiros com saída e/ou chegada ao Funchal, fazendo escalas naquela região até março de 2013. Uma operação que deverá levar à Madeira mais de 50 mil passageiros e uma receita superior a 3 milhões de euros provenientes dos turistas e injetados no comércio e nos mais diversos serviços ligados ao turismo. O navio, inaugurado em maio, em Marselha, fará cruzeiros de 12 dias/11 noites, com escala em Málaga, Civitavecchia, Génova, Barcelona, Casablanca e Santa Cruz de Tenerife.

PUB

L
AO LEME

FORMAÇÃO

MSC Cruzeiros com roadshow
A MSC Cruzeiros vai realizar um roadshow em 12 cidades portuguesas, incluindo as ilhas, entre 10 e 31 de janeiro de 2013. As inscrições para participação neste roadshow já estão abertas em http://www.cruzeiros.pt/-MSCformroadshow2013.html, assim como as cidades, dias e horários em que se realizam. Durante as sessões serão apresentados os itinerários para 2013, o novo navio MSC Preziosa, em acabamentos nos estaleiros STX, em França, e a nova estratégia de política comercial. Será ainda abordada a evolução do MSC Online, o sistema de reservas criado pela MSC Cruzeiros para os agentes de viagens.

REMODELAÇÃO

Azamara Quest renova espaços
O Azamara Quest, o primeiro dos navios de charme da Azamara Club Cruises a ser remodelado, finalizou um período de oito dias em doca seca, que incluiu a renovação de todos os espaços e camarotes, bem como o novo casco "Azamara Blue". Encomendado pela companhia de cruzeiros aos estaleiros de Navantia, o singular tom azul-marinho do casco do Azamara Quest acrescenta ainda mais elegância ao perfil do navio.

Com o apoio de
Grupo James Rawes

BREVES

EM 2014
P&O Cruises programa três cruzeiros mundiais

A P&O Cruises, da Carnival Corporation, vai realizar três cruzeiros mundiais em 2014, a bordo dos navios Arcadia, Aurora e Aldonia, visitando 81 destinos em 41 países, segundo avançou o Caribbean News Digital. Os cruzeiros, todos com partida e chegada a Southampton, irão incluir sete novos portos de escala, entre os quais se contam Hoi An, no Vietname, Puerto Princesa, nas Filipinas, e Yangon, em Myanmar (Birmânia). O Arcadia, um navio mais vocacionado para passageiros adultos, fará um cruzeiro de 92 noites. Já o Aurora, direcionado para famílias, fará uma viagem de 109 noites, a maior parte das quais na Ásia e em África. O Aldonia vai fazer um cruzeiro de 102 noites que permitirá explorar a Ásia.

CONSTRUÇÃO
Costa Diadema vai ser maior barco da Costa Cruzeiros

Com 132 500 toneladas e capaz de transportar 4947 passageiros, este será o maior navio de cruzeiros com a bandeira italiana da Costa Cruzeiros: o Costa Diadema. Um investimento de 550 milhões de euros, neste que será o 10.º navio a ser construído pela Fincantieri, em Itália, desde o ano 2000. O Costa Diadema, que deverá estar concluído em outubro de 2014, conta com 1854 cabinas, sete restaurantes, duas piscinas e um Samsara Spa. O navio vai empregar cerca de 3500 pessoas e 400 fornecedores. Os trabalhos em doca seca já começaram numa cerimónia que reuniu os principais responsáveis da Costa Cruciere.

Principais portos registam crescimento

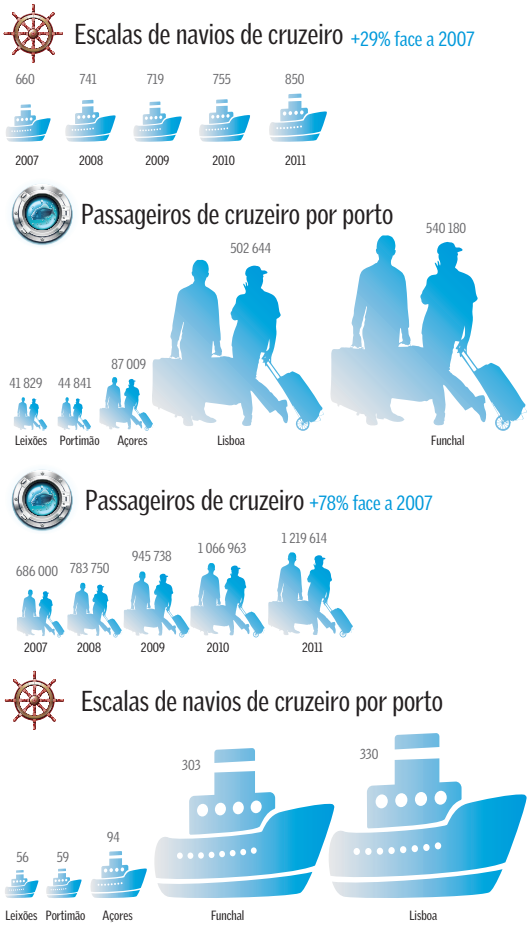
APESAR DOS números de 2012 ainda serem uma estimativa, podemos já verificar, que à semelhança do que se passou em 2011, os portos de Lisboa e do Funchal continuam a registar o maior número de escalas, com respetivamente 314 e 288 escalas. No entanto, se verificarmos os números de passageiros, o Funchal espera ultrapassar este ano, pela primeira vez, os 600 mil turistas, ou seja, quase 100 mil a mais que em 2011, quando registou 540 188 passageiros. Já o Porto de Lisboa posiciona-se em segundo lugar a este nível, registando 522 mil passageiros este ano. Seguem-se os portos dos Açores, com 102 683 (valor estimado) e 122 escalas em 2012, contra os 87 009 passageiros e 94 escalas registadas em 2011.

Este ano, e contrariamente ao que se passou em 2011, o Porto de Leixões ultrapassou o Porto de Portimão, registando 70 escalas de navios, e à volta de 75 mil passageiros, o que significa a receção de mais 15 navios do que no ano anterior. A abertura do novo cais em Leixões, em abril do ano passado, que permitiu a receção de navios de maior dimensão é, sem dúvida, o fator principal para tal crescimento. Segundo a administração daquele porto, para 2013, as previsões são essencialmente "de consolidação, mais do que de crescimento".

Já o Porto de Portimão, que em 2011 registou 60 navios e um total de 46 263 passageiros, vê este ano estes valores baixarem significativamente para 34 navios e 17 620 passageiros no total (valores registados até novembro, inclusive). Um decréscimo que, segundo o Instituto Portuário e dos Transportes Marítimos - Delegação Sul, se deve "essencialmente à greve do pessoal portuário que levou ao cancelamento de grande número de navios, já que a previsão para este ano era sensivelmente igual à de 2011". Para 2013, o mesmo porto espera receber cerca de 60 navios de cruzeiros.

Se pensarmos que em média cada passageiro de cruzeiros efetua uma despesa diária na cidade na ordem dos €52,91, sem contar com as excursões, apenas em compras (50% desse valor), visitas a monumentos, museus e atrações (1,7%), transportes (14,5%), alimentação (24%) e outras despesas (9,8%), é fácil compreender o quão importante pode ser este segmento para a economia nacional.

Apesar do mercado emissor a nível mundial ser o norte-americano, curiosamente, em Portugal, e se considerarmos o tráfego global, é o europeu o principal mercado emissor e vem à cabeça os ingleses, depois os alemães, italianos, em quarto lugar surgem os norte-americanos, seguidos dos espanhóis. Se analisarmos o tráfego do turn around (embarque/desembarque), os portugueses vêm em primeiro lugar, é claro, depois os americanos, brasileiros, ingleses e alemães.



OPINIÃO

Fernando Ribeiro e Castro
Secretário-Geral do Fórum Empresarial da Economia do Mar

O sector de cruzeiros marítimos: uma aposta vencedora!

O sector de cruzeiros marítimos não pára de crescer, com cada vez maior número de turistas escalando os nossos portos: em 2011, ultrapassou-se o número de 1 200 000, tendo crescido 14% relativamente a 2010, com especial destaque para Lisboa e Funchal, cada um com mais de 500 000. Esta tendência de crescimento tem-se mantido este ano, prevendo-se que todos os portos (com excepção de Portimão), voltem a bater novos recordes. Ora, se considerarmos que cada passageiro gasta, em média, cerca de 60 euros em terra, isto quer dizer que este sector contribuiu com mais de 65 milhões de euros para a economia local, sem contar com as excursões organizadas a bordo. Estes resultados são fruto do excelente trabalho e fortes investimentos feitos pelos principais portos (Funchal, Lisboa, Ponta Delgada e Leixões), com um grande apoio da AGEPOR e dos principais operadores.

É de se esperar a continuação deste crescimento: depois dos novos terminais de Ponta Delgada e Funchal, está em construção o de Leixões e em fase de conclusão o projecto de Santa Apolónia, com início de construção previsto para 2013. Estes novos terminais são essenciais para se aumentar o número de passageiros em "turn around", isto é, iniciando e concluindo a viagem em portos nacionais: estes passageiros gastam muito mais em terra, uma vez que, normalmente, passam pelo menos uma noite nos dias da partida e da chegada, muitos deles aproveitando para passarem mais uns dias para melhor conhecerem estes destinos turísticos, tão bem cotados a nível internacional.

Para promover estes destinos, os portos nacionais continuam a marcar indispensável presença nas feiras internacionais mais importantes, com especial destaque na de Miami.

Como resultado, é de se destacar, em todos eles, não só o aumento de escalas, mas, também, o "alargamento da época alta".

A fim de se continuar a crescer, não só em passageiros, mas, sobretudo, em valor, há que:

1 – Concluir-se, tão rapidamente quanto possível, a construção dos terminais de Leixões e Santa Apolónia.

2 – Intensificar-se a promoção dos portos nacionais, em conjunto com os portos nossos vizinhos, para se aumentar os circuitos de navios na fachada atlântica europeia e ilhas, de que os nossos portos seriam os maiores beneficiários por oferecerem melhores condições para o "turn around" (quando os terminais estiverem construídos).

3 – Procurar introduzir-se produtos nacionais nas companhias de cruzeiros, designadamente vinhos, azeite e flores (mais simples se/quando navios estabelecerem base em Portugal, o que também poderá favorecer a prestação de serviços de manutenção).

Tudo leva a crer estarmos no bom caminho, fazendo com que este sector continue a crescer, em contraciclo com a economia nacional, dinamizando-a.

Novos terminais de Lisboa e Leixões esperados em 2014

INFRAESTRUTURAS

PORTUGAL TEM feito um investimento em novas infraestruturas para a receção de cruzeiros e respetivos passageiros como, por exemplo, em São Miguel, nos Açores, com a abertura das Portas do Mar e ainda na Madeira com o novo cais. Também em Lisboa e em Leixões estão a ser feitos alguns melhoramentos e, em 2014, deverão estar concluídos os novos terminais de passageiros.

Em Santa Apolónia foi feito um investimento significativo naquela zona no aumento do cais. Uma obra que ficou concluída há dois anos e cujo investimento foi de 54 milhões de euros e que incluiu a obra marítima, o aterro da doca, a extensão do cais, o parque de estacionamento e as duas estruturas provisórias que servem de terminal: "O projeto, da autoria do arquiteto Carrilho da Graça, que está a ser desenvolvido e estará pronto no início do próximo ano, tem estado em constante evolução", revela a administradora do Porto de Lisboa, Andreia Ventura, sublinhando haver um cuidado para diminuir o custo desta obra. "Inicialmente, o projeto orçava os 25 milhões de euros, neste momento conseguimos reavaliá-lo em 20 milhões de euros e esperamos alcançar valores ainda mais atrativos".

DR

Os terminais de passageiros são essenciais para as operações de turn around

Após a conclusão do projeto, esperam-se mais 12 meses de construção, devendo o novo Terminal de Passageiros de Santa Apolónia estar concluído em 2014.

O mesmo se aplica no caso do Porto de Leixões, que em abril de 2011 abriu o novo cais. Obras que lhe permitiram a receção de navios de grandes dimensões e um acréscimo significativo de passageiros. Por concluir está o edifício do Terminal de Passageiros, em construção, com data prevista de conclusão em março de 2014. "Este edifício é fundamental para a receção e acolhimento de passageiros de cruzeiros em condições de conforto, sendo particularmente importante para as operações de turn around (embarque/desembarque). Um projeto que está a cargo do arquiteto Luís Pedro Silva.

Agentes de navegação essenciais em terra

SERVIÇOS

"QUEM VAI para o mar, avia-se em terra", já assim diz o velho ditado, mas quem vem do mar também precisa de quem o ajude em terra. E nesta área dos cruzeiros é fundamental o apoio e o trabalho dos Agentes de Navegação, cujas funções passam pela representação e atuação do armador em todas as matérias que respeitem à estadia do navio em porto, desde as formalidades administrativas para com as diversas autoridades portuárias nacionais, à provisão das necessidades dos navios e da tripulação, bem como às diferentes questões relacionadas com a carga, incluindo as funções comerciais e contratuais das mesmas. Na atividade específica de cruzeiros acresce ainda todo um leque de tarefas decorrentes, sobretudo, da estreita relação com a atividade turística e dos desafios que o transporte de passageiros, dado o volume envolvido, acarreta em cada escala. Não só em termos de gestão de acesso e acolhimento dos próprios passageiros e respetiva bagagem, mas também no que respeita a problemas que podem surgir no decorrer da escala: roubos, cancelamentos de excursões, questões de saúde de um passageiro.

Segundo o Secretário Regional Sul, da AGEPOR – Associação dos Agentes de Navegação de Portugal, Mário Rui de Sá, este "é um mercado muito exigente, que consome muitos recursos da empresa e obriga a uma rápida intervenção, sem falhas, dado que os navios têm o tempo disponível em porto limitado".

DR

E afinal quem são estes agentes de navegação? São muitos e diferem de porto para porto. No entanto, o mesmo responsável dá-nos conta de alguns, a título de exemplo: James Rawes, Orey Comércio Navegação, Arenthern, Barwil Knudsen, Burmester & Stuve, Sociedade Comercial Cotandre, Mediterranean Shipping Company, Pinto Basto, Garland Navegação, entre outros.

Quanto a dificuldades, Mário Rui de Sá aponta para os tarifários portuários, que envolvem várias autoridades e montantes elevados, e que "de certa forma restringem a competitividade nacional".

PUB

ENTREVISTA

"A maioria dos portos tem realizado grandes investimentos nas infraestruturas"

Frederico Costa, presidente do Turismo de Portugal, afirma que o Governo está a fazer uma forte aposta na ligação ao mar. O Turismo Náutico, onde se insere o setor dos cruzeiros, é um produto estratégico

Segundo o estudo do European Cruise Council, recentemente apresentado em Bruxelas, o impacto económico do turismo de cruzeiros em 2011 representa um aumento de 4% face a 2010, reforçando assim o crescimento neste sector. Pensa que esta é uma área do Turismo que ainda tem muito para crescer?
A Europa continua a registar bons índices de crescimento de viagens de cruzeiro, apesar da conjuntura internacional adversa. Por outro lado, a taxa de penetração dos cruzeiros nos mercados europeus tem um grande potencial para crescer. Em termos nacionais, o Governo está a fazer uma aposta forte na ligação ao mar. E o Turismo Náutico, o produto estratégico em que se enquadra o turismo de cruzeiros, tem um forte potencial de crescimento.

Em relação a Portugal, e pelas informações que disponibiliza, pensa que os cruzeiros são um bom veículo para trazer mais turistas para o país?
Os portos de Portugal – Funchal (Madeira), Lisboa, Ponta Delgada (Açores), Leixões e Portimão – receberam, em 2011, mais de um milhão de passageiros, dos quais 94,5% em trânsito, o que demonstra que os portos nacionais são portos de escala.

Os cruzeiros são um excelente veículo para atrair turistas, principalmente devido à localização dos nossos portos que são ponto de passagem de circuitos de Turismo de Cruzeiros, principalmente do Atlântico e Mediterrâneo. É sempre uma oportunidade para criar um impacto positivo nos passageiros, mesmo que seja só um ponto de passagem, porque poderão sempre voltar.

Como sabe, o turista de cruzeiros costuma deixar algum dinheiro quando faz escala nos portos. No que diz respeito a Portugal, pensa que estão criadas condições para aproveitar o poder de compra desses turistas? Ou ainda há muito a fazer por parte das empresas?
É necessário melhorar as condições de acolhimento, informação e mobilidade em terra aos passageiros de cruzeiros, assim como reforçar a divulgação da oferta do destino Portugal junto dos passageiros.

O Turismo de Portugal está a preparar ações de promoção e incentivo à venda do Destino, principalmente dirigidos aos operadores e agentes de viagens, mas também ao consumidor final, que dará a conhecer em breve.

Para as companhias de cruzeiros, Lisboa fica numa rota pouco apetecível para a passagem ou início de cruzeiros, reportando-os mais facilmente para Barcelona. Na sua opinião, o que pode ser alterado para que Lisboa passe a ser atrativa para estas companhias?
A maioria dos portos tem realizado investimentos nas infraestruturas e equipamentos, pelo que reforçam a sua atratividade enquanto portos de escala e de início e fim de viagem, além de também beneficiarem das boas condições de acessibilidade aérea. A atratividade natural de Lisboa, assim como a capacidade de criar propostas diversificadas de visita em terra, também é essencial para a atratividade do destino.

De que forma pensa que os cruzeiros poderão ser um bom veículo de promoção a alguns produtos portugueses, nomeadamente vinhos, azeites, queijos? Como poderão as empresas portuguesas "entrar" neste negócio, por forma a dar visibilidade à marca Portugal?
As empresas portuguesas que refere têm toda a vantagem em estabelecer contactos com as entidades que fazem programas de terra para estes passageiros.

Por fim, e de uma forma muito geral, como vê os cruzeiros enquanto potenciador da economia?
O potencial de crescimento dos cruzeiros em Portugal é muito elevado, dado o investimento que foi feito em infraestruturas dos portos, além da oferta turística atrativa e diversificada do destino, que pode ser explorada pelos operadores de cruzeiros.

Nos últimos anos, a procura deste produto registou um crescimento médio anual elevado, o que torna o turismo de cruzeiros num dos ramos do turismo que mais cresceu nos últimos anos. Portugal continuará a tentar beneficiar ao máximo des00te produto turístico.

LUIS FAUSTINO

Frederico Costa, presidente do Turismo de Portugal

> "O Turismo de Portugal está a preparar ações de promoção e incentivo à venda do Destino, principalmente dirigidos aos operadores e agentes de viagens, mas também ao consumidor que dará a conhecer em breve

Lisbon Cruises Club arranca com site em 2013

▷ **GRUPO**

CHAMA-SE Lisbon Cruises Club e foi criado com o objetivo de dar resposta ao crescente interesse pelo negócio dos cruzeiros. Uma iniciativa que partiu da Administração do Porto de Lisboa, em parceria com um conjunto de 17 entidades públicas e privadas de todos os sectores intervenientes na atividade de cruzeiros. Desde 28 de fevereiro deste ano, o clube dedica-se a melhorar as condições de prestação de serviços relacionados com esta atividade, acessibilidade e mobilidade, melhorar a oferta turística, comercial e cultural do destino, melhorar a articulação entre o aeroporto e porto nos turnaround, ao mesmo tempo que partilha com os seus atuais 32 membros associados, o conhecimento e a experiência relativos à indústria dos cruzeiros.

E afinal quem pode fazer parte deste clube?

Segundo a administradora do Porto de Lisboa, Andreia Ventura, "quem entender fazê-lo. O protocolo de adesão é muito simples e não há qualquer despesa por pertencer a este clube, não há pagamento de quotas e mesmo que queira desistir basta que faça um pré-aviso". E acrescenta: "A nossa ideia é juntar numa mesma mesa várias entidades, sem nenhum cariz associativo, para que as partes não tivessem de despender qualquer montante em dinheiro, mas que pudessem partilhar o seu know how, para que juntos pudéssemos diagnosticar dificuldades nesta indústria, melhorando os serviços para quem nos visita".

Por isso talvez não seja de admirar que entidades como a Associação de Agentes de Navegação de Portugal, a Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal, a ANA – Aeroportos de Portugal, a ANTRAL – Associação Nacional de Transportes Rodoviários em Automóveis Ligeiros, vários museus, o Turismo de Portugal ou mesmo a União de Associações do Comércio e Serviços, entre muitos outros, se juntem em grupos de trabalho para discutirem e sugerirem algumas ideias.

> Protocolo de adesão ao Lisbon Cruises Club é simples e não acarreta qualquer encargo financeiro para os novos membros

"Há duas reuniões ordinárias por ano, uma em março e outra em outubro/novembro, mas podem haver várias reuniões extraordinárias, até porque decidimos trabalhar na especialização em grupos para que o trabalho seja mais profícuo", explica a mesma responsável.

A verdade é que com apenas nove meses de existência, os membros do clube já começaram a trabalhar no sentido de melhorar alguns dos problemas que surgem aquando da chegada de um navio de cruzeiros. Como por exemplo, sensibilizar os taxistas na receção dos passageiros nos portos. Uma outra área analisada foi a da segurança. Neste momento, e na infelicidade de algum passageiro de cruzeiros ser assaltado no porto, em vez de perder o dia todo numa esquadra de polícia, pode fazer o seu tour e quando regressar ao navio preencher toda a parte burocrática com a PSP.

Em termos de mobilidade, está em negociações com a Câmara de Lisboa a possibilidade dos autocarros de turismo que fazem as excursões destes turistas poderem circular nas faixas do bus, evitando assim perdas de tempo e aproveitando ao máximo o que a cidade tem para oferecer.

Para breve está também previsto o lançamento do site do Lisbon Cruises Club, que deverá estar online já no início do próximo ano. Aqui poderão ser consultadas todas as informações referentes a cruzeiros, desde os dias e horários em que estarão no porto, estatísticas, itinerários, agências de viagens, Tours, museus e zonas de lojas.

OPINIÃO

Taleb Rifai

Secretário Geral da Organização Mundial de Turismo – OMT

Turismo de cruzeiros tem papel fundamental no apoio à empregabilidade

Assim como o turismo internacional continua a mostrar crescimento perante a incerteza da economia global – o número de turistas internacionais deverá ultrapassar os mil milhões este ano – o mesmo acontece com o turismo de cruzeiros. De facto, o turismo de cruzeiros tem registado alguns dos maiores ganhos no setor do turismo nos últimos anos. Um recorde de 20 milhões de passageiros viajou em cruzeiros em 2011, de acordo com a Cruise Line International Association, gerando milhares de milhões de dólares para a economia global e centenas de milhares de empregos. Este crescimento impressionante traz responsabilidades, que a indústria dos cruzeiros já provou estar mais do que preparada para as enfrentar. Nos últimos anos assistiu-se ao aumento da regulação na indústria, em particular na área da segurança, assim como nas práticas de gestão ambiental que procuram proteger na totalidade as comunidades, os portos e as águas. Assim sendo, o turismo de cruzeiros continua a desempenhar um papel fundamental no apoio à empregabilidade e desenvolvimento sustentável ao nível mundial.

PUB

ENTREVISTA

"Impacto anual dos cruzeiros na economia regional ronda os 50 milhões de euros"

A Secretária Regional da Cultura, Turismo e Transportes da Madeira, Conceição Estudante, assegura que a região está empenhada em apostar no sector dos cruzeiros e acredita ainda existir margem de crescimento

Como vê o sector dos Cruzeiros enquanto mercado emissor de turistas para a Madeira?
O Turismo de Cruzeiros na Madeira tem vindo a conquistar o seu espaço. São muitos os fatores que contribuem, direta e indiretamente, para a atratividade e crescente competitividade do Porto do Funchal, enquanto porto de cruzeiros por excelência. A estes fatores junta-se, naturalmente, toda uma conjuntura mundial que tem sido favorável ao desenvolvimento e expansão deste nicho de mercado, conjuntura essa que a Região soube aproveitar a seu favor, apostando, clara e inequivocamente, na requalificação das infraestruturas portuárias, na criação de melhores condições para o desenvolvimento desta atividade e na maior promoção e divulgação das suas potencialidades, no mercado.

A verdade é que o Porto do Funchal apresenta-se hoje consolidado, com uma performance que é reconhecida, nacional e internacionalmente. Sendo atualmente o principal porto nacional, assenta numa infraestrutura moderna, que oferece segurança e qualidade de serviços, tendo ainda a vantagem de estar integrado numa baía de beleza rara e num destino que atrai e fideliza.

Recentemente, a MSC Cruzeiros anunciou que, em 2013, o navio MSC Divina levará ao Funchal mais de 50 mil passageiros. Isto são boas notícias para o Turismo da Madeira?
São ótimas notícias que vão ao encontro do que é esperado pela Administração dos Portos da Madeira, tanto para o ano de 2013, como para os seguintes.

Estão previstas mais companhias de cruzeiros aumentarem as suas escalas no Funchal nos próximos anos?
As previsões para os próximos anos apontam para a manutenção da tendência de crescimento registada ao longo dos últimos anos, no Porto do Funchal. Mantendo o nosso posicionamento estratégico, julgamos que ainda existe margem de crescimento e é com esta visão que encaramos, com algum otimismo, o futuro.

Tendo em conta que, segundo o European Cruise Council, cada passageiro gasta em média €60 em cada porto, no comércio e nos diversos serviços ligados ao turismo da região, a Madeira está preparada para dar resposta a esta "oportunidade" de negócio? O que podem oferecer aos turistas aquando da sua passagem?
Mais do que preparada, a Madeira está empenhada em rentabilizar esta atividade.

Estima-se que o impacto dos cruzeiros na economia regional ronde um valor anual aproximado aos 50 milhões de euros e há toda uma dinâmica que, para além de visível, é sentida por toda a Região, sempre que existem navios de cruzeiros atracados no Porto. Uma dinâmica que não se restringe apenas ao comércio tradicional e à restauração na cidade do Funchal, mas que se ramifica por toda a ilha, em função das excursões programadas antes ou no momento do desembarque do navio.

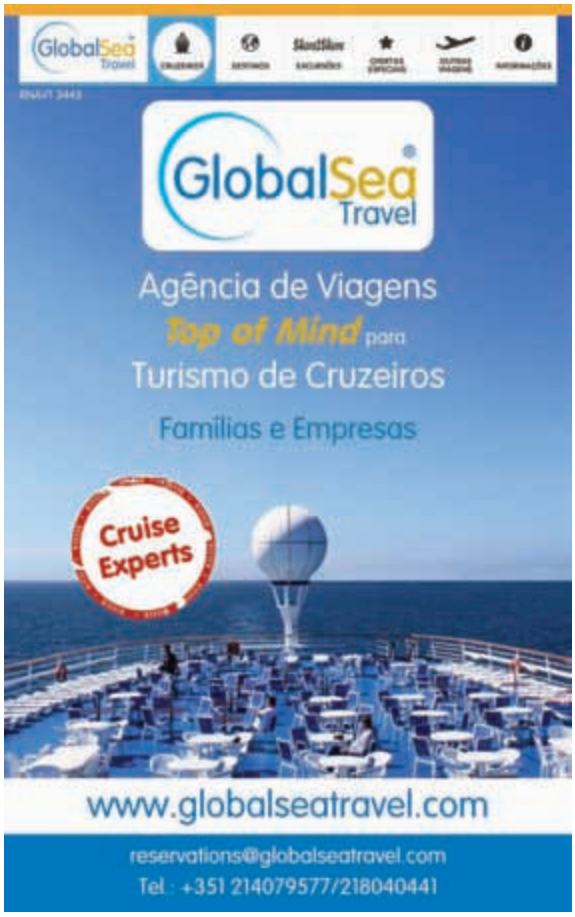
A oferta ao turista que visita a Madeira, por esta via, é, pois, variada e multifacetada, em função da escolha que for feita pelo cliente.

Este ano, e tendo em conta a atual conjuntura económica, foi melhor ou pior do que 2011?
O Turismo de Cruzeiros na Região tem vindo a crescer, contínua e consecutivamente, nos últimos anos e este ano não será exceção.

De janeiro a novembro de 2012, falamos de crescimentos que rondam os 26%, no que se refere às escalas, e de 18%, no que toca ao número de passageiros, comparativamente a igual período do ano passado.

Este ano, tudo aponta para que a Madeira ultrapasse, pela primeira vez, a fasquia dos 600 mil passageiros, mais 100 mil do que em 2011, ano em que foi ultrapassado o recorde do meio milhão de turistas que visitam a Região por esta via.

PUB



DR

Conceição Estudante, secretária regional da Cultura, Turismo e Transportes da Madeira

> "Os arquipélagos da Madeira e Canárias constituem, atualmente, a terceira zona mundial de inverno, nas rotas dos navios de cruzeiro, movimentando mais de dois milhões de turistas

Em termos de promoção externa, o Turismo da Madeira dedica algum tipo de programação especial para os turistas de cruzeiros?
A promoção da Madeira, enquanto destino turístico, é feita de forma global e integrada e, dentro desta, merece especial destaque o cruzeirismo e a oferta que a Madeira apresenta a este nível. Paralelamente, existem feiras e ações de promoção especialmente vocacionadas para esta área que têm contado com a presença ativa da Administração dos Portos da Madeira.

Ainda em matéria de promoção externa, importa fazer alusão à marca "Cruise in the Atlantic Islands" que é, hoje, reconhecida internacionalmente e que tem sido alvo de grande notoriedade.

Os arquipélagos da Madeira e Canárias constituem, aliás, neste momento, a terceira zona mundial de inverno, nas rotas dos navios de cruzeiro, movimentando mais de dois milhões de turistas.

A par desta parceria, importa também salientar a parceria existente entre os Portos da Madeira e os Portos de Portugal, na base da qual a Região tem vindo a ser parte integrante da promoção nacional que é feita ao Turismo de Cruzeiros, assim como na parceria com a Medcruises, associação na qual a Administração dos Portos da Madeira se encontra representada, em termos de direção.

O Final de Ano na Madeira é sobejamente conhecido mundialmente e recebe sempre muitos navios de cruzeiro nesta época. Tem ideia de quantos são esperados para este ano?
Para a noite de 31 de dezembro, está prevista a presença de sete navios de cruzeiros no Porto do Funchal, representando um total de cerca de 16 mil passageiros.

O que está a mudar nas viagens de cruzeiros

Fazer um cruzeiro, hoje em dia, está ao alcance de diferentes bolsas, mas há ainda algum desconhecimento

Eduardo Cabrita

Director-geral da MSC Cruzeiros em Portugal

Há cruzeiros para todas as idades e capacidade financeira

Existem muitas razões para optar por um cruzeiro na hora de marcar férias e o número crescente de cruzeiristas em Portugal e em todo o Mundo revela que o sector dos cruzeiros continua forte e que esse sucesso não é fruto do acaso. A ideia de que os cruzeiros eram quase um exclusivo de passageiros seniores, com elevado poder de compra, que procuravam sobretudo sossego, num ambiente luxuoso e formal está atualmente ultrapassada. Naturalmente, este público continua a dispor de respostas à altura das suas exigências, mas o atual panorama dos cruzeiros é muito mais alargado.

A construção de navios maiores, com mais e melhores instalações, maior variedade e com serviços de qualidade superior, sem dúvida que despertou a curiosidade e alterou a percepção das mais-valias dos cruzeiros, que hoje têm bastante procura por parte das famílias e jovens que reconhecem o verdadeiro "Value for Money" deste produto.

Atualmente existe uma incrível variedade de opções e destinos para todas as idades e todas as bolsas, sendo possível numa só viagem conhecer vários destinos e aproveitar ao mesmo tempo todas as vantagens de viajar numa verdadeira cidade flutuante.

No dia-a-dia a bordo de um cruzeiro, os passageiros, mais ou menos jovens, são surpreendidos com entretenimento constante, inúmeras atividades temáticas, impressionantes espetáculos ao vivo, música ao vivo de vários estilos nos bares e lounges, espaços para descansar e relaxar e uma excelente gastronomia e, tudo isto, em qualquer altura do ano. Hoje, um cruzeiro pelo Mediterrâneo no Inverno é uma opção a ter em conta e assume-se como uma perspetiva de viagem mais "vendável" do que outrora.

Na verdade, os navios são em si mesmo um destino, acrescentando experiências de grande valor às escalas do itinerário que percorrem. Mas tão ou mais importante é a oferta fora dos navios, nos destinos e nas excursões culturais nos locais de sonho que visitam. Fazer um cruzeiro contribui para o enriquecimento cultural, pois numa só viagem é possível visitar várias cidades, em países diferentes, com culturas e hábitos distintos. E tudo isto sem ter de fazer e desfazer a mala em cada destino e com a certeza que no final do dia, quando regressa ao cruzeiro, encontra toda a comodidade e requinte à sua espera.

As previsões apontam para que o número de cruzeiristas continue a aumentar, mas é necessário continuar a trabalhar para fortalecer a confiança neste sector, elaborando uma estratégia de promoção eficaz, apostando na inovação dos produtos.

Francisco Teixeira

Director-geral da Melair em Portugal

É preciso promover mais os cruzeiros para grupos de empresas

Há ainda um grande desconhecimento por parte das empresas sobre a possibilidade de poderem realizar reuniões a bordo de um navio de cruzeiros.

Apesar de já se efetuarem alguns cruzeiros no âmbito dos incentivos, estimulando os colaboradores e clientes de uma determinada empresa, desconhece-se, no entanto, o verdadeiro manancial de serviços que estes navios podem proporcionar nesta área, ao contrário do que acontece, por exemplo, num mercado maduro como o dos EUA, onde esta prática já se tornou corrente.

Devemos encarar o produto de cruzeiros como um pacote que consegue agregar – para além do entretenimento, das atividades a bordo, refeição e alojamento – reuniões. Até porque os navios disponibilizam vários espaços para esse efeito, desde logo os centros de conferências, o teatro e as salas de reuniões, equipadas com audiovisuais topo de gama, o que evita todo o transtorno de a empresa transportar esse material consigo.

No caso da Royal Caribbean, metade da frota dos navios tem estúdios de televisão e, como tal, estão também capacitados para gravarem reuniões com alguma dimensão.

Outras áreas como, por exemplo, a desportiva podem ser aproveitadas nos navios para a criação de atividades próprias para grupos. Já para não mencionar, é claro, o facto de um navio, que está preparado para servir entre 3000 a 4000 refeições diárias, não ter qualquer problema nem demora na hora de servir grupos empresariais.

O que quero sublinhar com estes exemplos é que as empresas portuguesas estão ainda maioritariamente no grupo de incentivo ou na viagem de lazer pura, desconhecendo um produto que inclua reuniões e personalização da viagem, sendo, portanto, esse que pensamos que deveria ser mais divulgado.

A verdade é que também nós, operadores, não nos temos dedicado tanto a esta promoção, pelo menos de uma forma mais ativa e, nesse sentido, vive-se um pouco ao sabor das necessidades de cada empresa na área de incentivo.

É sobretudo nos cruzeiros de sete noites na Europa que assenta a procura das empresas portuguesas, sendo o Mediterrâneo o destino mais escolhido. Mas também temos alguns pedidos de cruzeiros nas Caraíbas e, aí, as empresas optam por fazer uma parte da viagem por mar e outra por terra.

Apesar de a oferta nesta área estar disponível durante todo o ano, é essencialmente nos meses de abril e de outubro/novembro que as empresas mais nos procuram.

PUB

PUB

Operadores e agências complementam oferta de cruzeiros

Operadores, agências de viagens e agências de excursões, todas trabalham para o mesmo: proporcionar ao turista de cruzeiros o melhor serviço possível em cada destino. As ofertas são variadas, quer em mar quer em terra

PROGRAMAS

OS PROGRAMAS de cruzeiros em todo o mundo multiplicam-se, quer sugeridos pelas próprias empresas de navios de cruzeiros quer pelas agências de viagens. A programação é apresentada sempre com muita antecedência, o que permite a quem compra efetuar a sua reserva antecipadamente e, em alguns casos, conseguir preços bastante atrativos.

Apesar da extensa lista de operadores que chegam aos nossos portos anualmente e que, por exemplo, só em Lisboa, este ano chegou aos 45 operadores, existem algumas companhias com quem o mercado nacional está mais familiarizado, como são o caso da Royal Caribbean, representada em Portugal pela Melair, a MSC Cruzeiros com escritórios próprios no país ou ainda a Costa Cruzeiros, que recentemente anunciou encerrar o seu escritório em terreno nacional, optando agora por apostar num Agente Geral de Vendas (neste caso a Line C, Agência de Viagens e Representações Turísticas).

Curiosamente, e no que se refere às preferências dos portugueses, destinos como o Mediterrâneo e Norte da Europa são os mais procurados, seguindo-se depois as Caraíbas. Uma certeza partilhada por todos os operadores.

Mas vejamos o que se vai passar no próximo ano. No que diz respeito ao grupo Royal Caribbean vai realizar um total de 31 escalas em Lisboa, existindo ainda dois cruzeiros à partida da capital portuguesa.

A grande novidade da MSC Cruzeiros para o mercado português são os cruzeiros a bordo do MSC Opera, durante o verão de 2013. São oito cruzeiros com partida e chegada a Lisboa num itinerário de 11 dias, com escala em Bilbau, Le Havre, Southampton, IJmuiden/Amesterdão, St Peter Port e Vigo. As partidas serão a 11, 21 e 31 de Julho, 10, 20 e 30 de agosto e 9 e 19 de setembro, no navio da Classe Lirica, com capacidade para 2199 passageiros.

DR

Destaque também para os cruzeiros com saída e chegada a Lisboa e escala em Génova, Marselha, Barcelona, Casablanca e Cádis, a bordo do MSC Opera, com datas a 19 e 29 de março e 7 de abril (Páscoa). Existem ainda várias opções de cruzeiros de menor duração, para o Norte da Europa ou para o Mediterrâneo, com saída ou chegada a Lisboa.

Já da Costa Cruzeiros destacamos o Costa Mediterranea com partidas de Barcelona a 9 de abril, 1, 22 e 29 de maio de 2013, num mini cruzeiro de 3 noites e 4 dias, passando por Marselha e Savona (€270 c/taxas incluídas). Ou ainda o cruzeiro de 7 noites/8 dias, no Costa Magica às ilhas gregas, com partidas às segundas-feiras, de 1 de abril a 18 de novembro de 2013, tendo como itinerário Veneza, Bari, Olimpia, Atenas, Santorini, Corfú, Dubrovnik e Veneza (desde €529).

AS AGÊNCIAS

Também na área das agências de viagens destacamos alguns nomes, que habitualmente se dedicam à programação de cruzeiros, realizando até semanas temáticas dedicadas a este segmento, como são o caso das Viagens El Corte Inglés (que ao longo do ano disponibiliza ainda o Cruzeirito, Prolongue o verão, Cruzeiro louco e Cruzeiros de fantasia) ou da Agência Abreu ou da Nortravel com viagens à medida.

Mas há novidades nesta área, como por exemplo a GlobalSea Travel, que nasceu este ano e que está vocacionada para o turismo de cruzeiros, oferecendo as melhores propostas e soluções à medida de cada pessoa. Desde recomendação dos navios, excursões e hotéis, tudo passa por esta agência que, em breve, estará disponível também online.

Em terra há muito que oferecer no destino e as excursões são opção. Aqui destacamos empresas como a Ibercruises, a Shore Tours ou a Carristur (que disponibiliza a Tagus Tour, Olisopo Tour, em Lisboa, a Hills Tramcar Tour, Historical Porto, Porto Castles (Porto), Yellow Line e Blue Line no Funchal) ou ainda a Agência Açoreana do grupo Bensaúde Turismo com uma panóplia de ofertas de excursões para quem visita o Arquipélago dos Açores.

PUB