

GRANDE ENTREVISTA

Gilberto Vieira

Governo não pode reduzir dinheiro para a promoção

O presidente da associação Casas Açorianas, Gilberto Vieira, defende que a região tem de apostar numa promoção turística planeada a curto e a médio prazo.

Págs. 02 a 04



DIÁRIO INSULAR

Pág. 05

Pág. 09

AZORES AIRLINES

Operação focada na missão Açores

O novo presidente da SATA disse que a Azores Airlines vai concentrar a sua operação em 2026 no continente e na diáspora.

Pág. 07

AVISO DE ARTUR LIMA

Transição digital só com cibersegurança

A cibersegurança é essencial para uma transição digital eficaz e segura. O aviso é do Vice-Presidente do Governo Regional.

Pág. 09

CONSULTA PÚBLICA

Açores propõem 88 águas balneares para 2026

PS propõe MOBILIDADE baseada no modelo das Canárias e Baleares

OS SOCIALISTAS DISCORDAM DO MODELO EM VIGOR PARA O APOIO À MOBILIDADE AÉREA E MAIS AINDA DE UMA TENTATIVA DE IMPOR POR PORTARIA NOVAS BUROCRACIAS. FRANCISCO CÉSAR GARANTE QUE EM BREVE HAVERÁ UMA PROPOSTA DO PS COM BASE NO MODELO ESPANHOL.

PUB.



GRUPO BRAVA

MORADIA T3 Porto Judeu	MORADIA T2 Ribeirinha	MORADIA T5 N. Sra. Conceição	MORADIA T2 Lajes	TERRENO 4.594M2 Biscoitos	APARTAMENTO T4 Santa Cruz
 <p>295.000€ ID 126941009-103 Pedro Ferreira 966 499 000</p>	 <p>105.000€ ID 126941012-22 Natércia Vidinha 968 205 627</p>	 <p>315.000€ ID 126941013-32 Nanci Faria 938 251 459</p>	 <p>170.000€ ID 126391068-16 Joana Sousa 914 839 180</p>	 <p>179.000€ ID 126391070-11 Marília Rodrigues 961 743 670</p>	 <p>238.000€ ID 126941022-18 Clélio Garcia 918 405 787</p>

AGÊNCIA N.º 1 DA ILHA TERCEIRA

Designação Legal - Orisla Imobiliária, Lda Praia da Vitória | Portugal
APE 20184 Cada agência é de propriedade e gestão independente.

+351 964 211 473

brava@remax.pt

remax.pt/brava

Angra do Heroísmo
Rua da Palha, 1A

Praia da Vitória
Rua dos Remédios, 12



Os números do turismo em espaço rural em 2025 foram positivos e as expectativas para 2026 também, mas a sazonalidade e o mercado nacional dão sinais de preocupação, segundo Gilberto Vieira.

GILBERTO VIEIRA, PRESIDENTE DAS CASAS AÇORIANAS

“A promoção turística deve ser planeada e organizada a curto e a médio prazo”

QUE BALANÇO FAZ DO ANO DE 2025 NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL? QUE PERSPETIVAS TEM PARA 2026?

Segundo os dados oficiais do Serviço Regional de Estatísticas dos Açores (SREA), este foi um bom ano para as unidades de alojamento que integram as Casas Açorianas - Associação de Turismo em Espaço Rural. Alerto, no entanto, que ainda falta contabilizar os dois últimos meses do ano, o que poderá trazer alguma alteração. Socorrendo-me dos dados do SREA, no acumulado até outubro, o Turismo Rural cresceu 12,1% nas dormidas, o número de hóspedes aumentou 10,7% e, mais importante, os proventos totais subiram 19,5% face a igual período do ano passado, com o RevPAR a crescer 5,4%. Faria aqui um destaque, com muito agrado, para o facto de, em alguns meses do ano, a tipologia de alojamento representada pelas Casas Açorianas, ter sido a que mais cresceu em termos percentuais, fruto de todo um trabalho de promoção que temos realizado e da qualidade da oferta que os nossos associados apresentam nas suas unidades, como é do conhecimento geral são objeto de auditorias periódicas para além das governamentais normais efetuadas. Os nossos associados têm demonstrado uma grande resiliência, e feito um trabalho continuado para melhorarem a sua oferta e irem ao encontro daquilo

que os novos turistas procuram, sem com isso deixarem de ser fiéis a alguns princípios que nos diferenciam da restante oferta de alojamento nos Açores. É muito devido a isso que a procura pelas Casas Açorianas tem vindo a crescer, e entrando na segunda parte da sua pergunta, é assente nesta base que, apesar de algumas situações complicadas por que está a passar a promoção da região, estou otimista e acredito que iremos ter um 2026 pelo menos ao nível das ocupações e preço médio deste ano, senão mesmo melhor.



TURISMO EM ESPAÇO RURAL. Setor registou um crescimento de 12,1% nas dormidas até outubro



GILBERTO VIEIRA. “Estou otimista e acredito que iremos ter um 2026 pelo menos ao nível das ocupações e preço médio deste ano, senão mesmo melhor”

OS NÚMEROS DE SETEMBRO E OUTUBRO INDICARAM LIGEIRAS QUEBRAS NAS DORMIDAS EM ALOJAMENTOS TURÍSTICOS NOS AÇORES, FACE AO PERÍODO HOMÓLOGO, E O MERCADO NACIONAL BAIXA HÁ SETE MESES CONSECUTIVOS. ESTES SINAIS SÃO PREOCUPANTES?

No global, o turismo para os Açores cresceu, entre janeiro e outubro, 4,9% em dormidas, tendo atingido perto de 4,2 milhões, e em relação aos hóspedes ultrapassámos 1,2 milhões, valor superior em 4,2% ao do período homólogo. Esta é a realidade global e aparentemente são dados positivos, mas quando esmiuçamos os dados fornecidos pelo SREA, encontramos alguns motivos de preocupação. É o caso da descida, em termos homólogos, no número de hóspedes e dormidas verificada nos dois últimos meses, depois de um ano e meio a crescer, a par da quebra, que já leva meses, registada no mercado nacional, que como se sabe é o nosso principal mercado emissor

de turistas. São situações preocupantes a que a Visit Azores tem de estar atenta e a que urge dar resposta rápida. A primeira tem a ver com os dois meses em que o turismo para os Açores começou a cair (setembro e outubro). Friso que a nossa Associação tem vindo a alertar para a necessidade de se combater a sazonalidade por tudo o que de negativo acarreta para a gestão das unidades de alojamento, e pelos vistos temos razão. A segunda, que começa a ser preocupante, é a queda do turismo nacional, uma realidade que já era constatável há muito, pelo que já deveríamos ter-lhe acudido. Como não o fizemos, temos de tomar medidas rapidamente criando um conjunto de ações promocionais para promover os Açores junto do mercado nacional, principalmente do continente.

A RYANAIR ANUNCIOU QUE IRÁ DEIXAR DE VOAR PARA OS AÇORES EM MARÇO. A AZORES AIRLINES E A TAP ESTÃO EM

Reforço da promoção

“Para o mercado nacional, adiantava uma ideia: por que não lançar-se uma campanha para o período de fraca ocupação, destinada ao turismo sénior, que envolvesse todos os players do mercado (alojamento, agências de viagens e companhias aéreas), para que se criassem pacotes a preços muito especiais? Isto exigiria algum investimento promocional por parte da VisitAzores, e porventura até algum apoio financeiro para o subsídio dos pacotes turísticos.”

PROCESSO DE PRIVATIZAÇÃO. TEME QUE AS ACESSIBILIDADES AOS AÇORES POSSAM CONDICIONAR O CRESCIMENTO DO TURISMO?

Sempre que se fala que uma companhia aérea vai deixar de voar, ou voar menos, para os Açores, estamos a falar na redução de acessibilidades e isso é preocupante. Concretamente, quanto à Ryanair, as informações de que dispomos na associação são escassas, mas face à gravidade da situação, consideramos que os empresários deveriam estar mais informados por parte das entidades oficiais. A nosso ver há que pesar prós e contras: os montantes que a Ryanair quer para manter as rotas justificam-se? Tira a Região a devida receita dos turistas transportados

por esta companhia, que justifique o investimento? Que alternativas temos para colmatar as rotas que a Ryanair venha a deixar de realizar e quanto custam? Quantos turistas transporta na realidade nas suas rotas e quantos são os açorianos que viajam nelas? Com estas perguntas respondidas poderia traçar uma opinião mais assertiva, com os dados de que a associação dispõe digo que teremos de estar atentos e se a Ryanair deixar de voar para os Açores, como não o fizemos até agora, teremos rapidamente de procurar alternativas para os destinos açorianos que vão sofrer com a sua paragem, para que possamos compensar as possíveis perdas de turistas. Quanto à TAP já existe um longo histórico,



TRANSPORTES. “A nosso ver há que pesar prós e contras: os montantes que a Ryanair quer para manter as rotas justificam-se?”

editorial.

O OUTRO LADO DO DISCURSO DE TRUMP

O mundo inteiro estava suspenso do discurso à Nação proferido por Trump, na madrugada de ontem, considerando que, através de interposta pessoa (apresentador de televisão da estação emissora mais próxima do Presidente norte-americano) tinha feito avançar que a América iria declarar guerra à Venezuela. Afinal, o anúncio foi para atrair a atenção do público, porque a Venezuela não fez parte do discurso. Antes, vinte minutos de autoelogio, seja porque tirou os EUA do caos, porque susteve a imigração sem precisar de novas leis; e se a inflação ainda existe ela é culpa da administração anterior; seja porque fez a paz em praticamente todo o planeta, isto tudo num ano e que o melhor ainda está para vir. O discurso vem num momento em que Trump enfrenta o índice mais baixo de popularidade com a maioria dos americanos a discordar das suas políticas, nomeadamente as económicas, que estão longe de aumentar o rendimento e combater a alta de custo de vida. Isto segundo as sondagens difundidas, também, por exemplo, pela FOX News que é uma estação muito próxima das teses trumpistas. Nitidamente para entreter o eleitorado, fixou muito o discurso na área económica, porque sabe que o eleitor pensa sobretudo com a algebeira, e disse coisas disparatadas como a promessa de baixar os medicamentos em 600%, ou a outra para justificar a política de taxas, dizendo que isso está a produzir, pelo menos, dois efeitos: atrair investimento estrangeiro para fugir às taxas e refere um montante que analisado à letra equivale a metade do PIB americano - como se isso fosse possível; outro efeito de uma parte da “receita” das taxas aduaneiras vai produzir um bónus (“dividendos de guerreiro”) aos militares (1 455 000 soldados), tendo já remetido um cheque de 1 776 dólares, uma homenagem ao ano de fundação dos EUA. A invasão da Venezuela ficou na gaveta. Aparte o regime venezuelano e a coberto do combate ao narcotráfico, Trump está a atacar lanchas rápidas e a matar os tripulantes alegadamente para impedir que as mesmas se dirijam ao território norte-americano, ao mesmo tempo que tem deslocado para as imediações um dispositivo de guerra (porta-aviões, barcos e militares) nunca antes visto. A mais recente medida foi ordenar um bloqueio a petroleiros sancionados que entram ou saem da Venezuela. E será no petróleo que está a verdadeira razão destas medidas. A Venezuela detém as maiores reservas comprovadas do mundo, estimadas em cerca de 303 mil milhões de barris que o regime venezuelano tem impedido de serem exploradas pelos norte-americanos e o bloqueio poderá forçar o fecho de poços petrolíferos nos próximos dias e paralisar a economia do país. E assim Trump distrai o seu público.

por isso é nossa convicção que a companhia estar em processo de privatização não influencia o que pode fazer ou não em relação aos Açores. Pensamos que são as condições comerciais que poderão ditar um maior empenho (ou não) da companhia para com a Região. Já quanto à privatização da Azores Airlines o que as Casas Açorianas desejam é que a situação se resolva rapidamente porque a companhia é de extrema importância para os Açores, e nesse sentido esperamos que a região possa beneficiar, que a privatização traga expansão de rotas, aportando novos fluxos turísticos.

A SAZONALIDADE CONTINUA A SER UM PROBLEMA NOS AÇORES? COMO SE PODE MITIGÁ-LA?

Já abordei o tema numa das respostas anteriores, mas pela importância negativa que tem para a atividade turística nos Açores, reforço que a sazonalidade é um problema grave, que acarreta desequilíbrios na gestão das unidades de alojamento e na sua rentabilidade, comprometendo a fixação de profissionais qualificados por falta de trabalho durante o ano inteiro, pondo em causa o bom serviço que queremos prestar

ao turista. Pensamos que a VisitAzores deveria ter uma estratégia a três ou cinco anos, criando um programa de ações específico que atraísse os turistas fora da época alta. Um programa que deveria ser promovido atempadamente em alguns mercados externos, apoiado financeiramente pelo Governo, e ter a participação de várias áreas do executivo como a cultura, o ambiente, o desporto entre outras. Já para o mercado nacional, adiantava uma ideia: porque não lançar-se uma campanha para o período de fraca ocupação, destinada ao turismo sénior, que envolvesse todos os players do mercado (alojamento, agências de viagens e companhias aéreas), para que se criassem pacotes a preços muito especiais? Isto exigiria algum investimento promocional por parte da VisitAzores, e porventura até algum apoio financeiro para o subsídio dos pacotes turísticos.

COMO AVALIA A PROMOÇÃO QUE TEM SIDO FEITA DO DESTINO PELA VISIT AZORES E O INVESTIMENTO DO GOVERNO REGIONAL NESTA ÁREA?

Uma das críticas que faço é que a promoção turística de um destino deve ser planeada e organizada a curto e a médio prazo, não deve

ser casuística, para que do dinheiro investido se consigam extrair os maiores proveitos possíveis, quer em número de turistas quer, principalmente, ao nível das receitas geradas. Sabemos que as verbas para investir não são infinitas, antes pelo contrário, e é por isso que para a promoção turística cada cêntimo aplicado deverá ter um retorno que se avalia não apenas pelo número, mas acima de tudo pela qualidade dos turistas que nos visitam, e esta visão nem sempre está presente nas decisões. No entanto, ninguém faz omeletas sem ovos, e a VisitAzores não é exceção. As verbas com que o Governo Regional está a dotar as entidades que fazem promoção têm vindo a diminuir, e na nossa visão isso é um erro. Claramente, os Açores precisam de mais promoção, de novos mercados emissores, precisamos de continuar a apostar forte no mercado nacional, de campanhas específicas para a época baixa. Há muito trabalho a fazer, e para isso o Governo não pode reduzir o dinheiro para a promoção.

A TRAJETÓRIA DAS DORMIDAS TURÍSTICAS TEM ACOMPANHADO O CRESCIMENTO DO INVESTIMENTO EM ALOJAMENTO? CORREMOS O RISCO DE TER

UMA OFERTA DESAJUSTADA PARA A PROCURA?

Nos Açores estamos a viver aquilo que me parece ser uma grande contradição, a oferta de alojamento aumenta muito mais que o número de turistas e de noites dormidas nos nossos alojamentos. A captação de investimento é sempre um dos objetivos de qualquer governo, e por esse lado entende-se que o número de camas aprovado não pare de crescer praticamente em todas as ilhas do arquipélago, dado que existem empresários disponíveis para fazerem esse investimento. Mas se a nossa oferta cresce, o número de turistas tem que aumentar na mesma proporção, sob pena de as ocupações baixarem e as empresas terem problemas de gestão. Os Açores têm a certificação internacional de ouro como Destino Sustentável, e a construção é um dos fatores importantes a ter conta. Aprovar projetos hoteleiros de grande dimensão, ou em locais preservados, ou concentrados nas zonas de maior densidade, encerra em si alguns problemas para a manutenção de uma distinção que tanto orgulha os açorianos.



TURISMO. “Os Açores precisam de mais promoção, de novos mercados emissores, precisamos de continuar a apostar forte no mercado nacional, de campanhas específicas para a época baixa”