

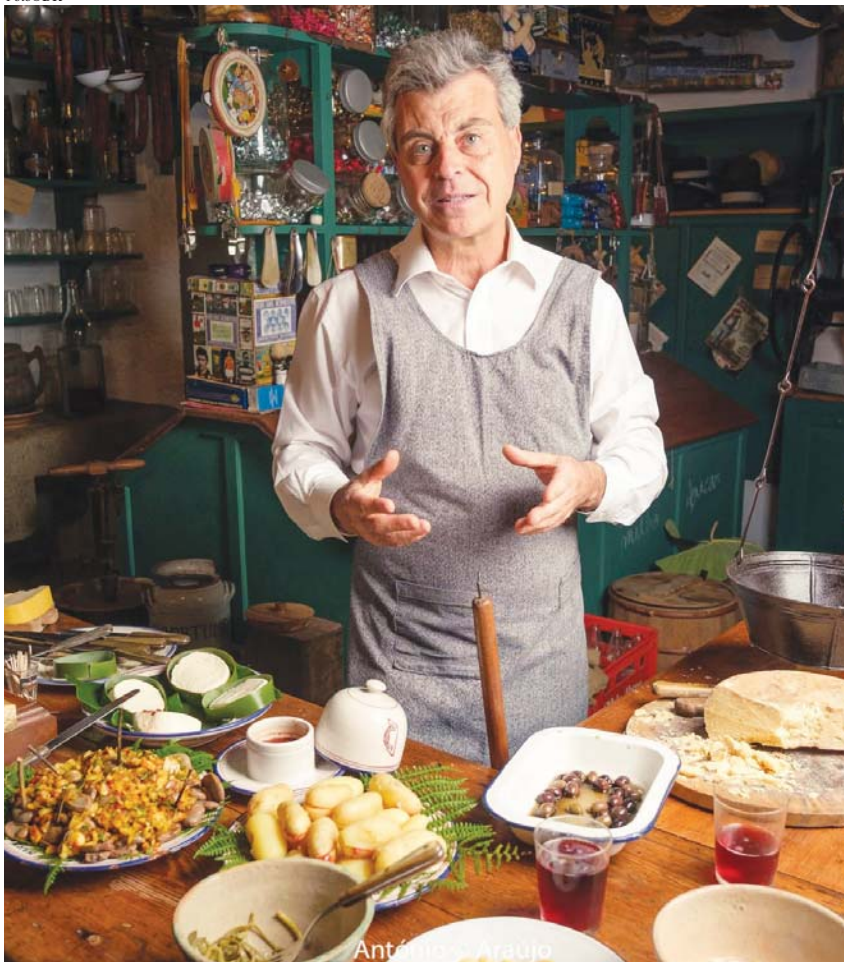
Atlântico Expresso

Fundado por Victor Cruz - Director: Américo Natalino de Viveiros - Directores-Adjuntos: Santos Narciso e Nélia Câmara - 6 de Julho de 2026 - Ano: XXXII - N.º 20579 - Preço: 1 Euro - Semanário

Gilberto Vieira diz que há que procurar soluções para o Turismo

“Os preços a que estão a ser vendidos os pacotes de férias para os Açores em Portugal continental deixaram de ser competitivos”

Foto@DR



Se os números do turismo crescem em Portugal continental e mesmo a nível mundial, “e nós estamos em queda, algo se está a passar, e temos de identificar o problema, reflectir e tomar medidas rapidamente para alterar a situação”, alerta Gilberto Vieira, Presidente da Associação de Turismo em Espaço Rural “Casas Açorianas”.

Gilberto Vieira diz que falará sempre do mercado nacional até que a voz lhe doa. Diz mesmo, que “Irmos à BTL e pensarmos que o trabalho no

mercado do continente está feito, é errado e manifestamente insuficiente”. E deixa ainda mais uma palavra a respeito do mercado nacional. “Os preços a que estão a ser vendidos os pacotes de férias para os Açores em Portugal continental, deixaram de ser competitivos - quando para uma Tunísia ou Marrocos, ou até mesmo para as Caraíbas, os preços são inferiores aos nossos, algo está errado e algo há a fazer”.

Págs.2-3

IAC lança Estatuto Político-Administrativo em formato de bolso para aproximar as pessoas da Autonomia

Rogério Sousa conta os pormenores



Pág.5

Casa do Povo da Maia promove encontro “Laços de amizade-celebrar a vida. Partilhar sorrisos”

Pág.8

Contagem decrescente Ponta Delgada ultima preparativos para as Festas do Espírito Santo que arrancam no dia 9

Foto@arquivo CA



Última

Gilberto Vieira, Presidente da Associação de Turismo em Espaço Rural “Casas Açorianas”

“Se o turismo nos Açores está em queda temos de identificar o problema e tomar medidas”

Se os números do turismo crescem em Portugal continental e mesmo a nível mundial, “e nós estamos em queda, algo se está a passar, e temos de identificar o problema, reflectir e tomar medidas rapidamente para alterar a situação”, alerta Gilberto Vieira, Presidente da Associação de Turismo em Espaço Rural “Casas Açorianas”.

Este é um ano especial para a Associação de Turismo em Espaço Rural “Casas Açorianas” dado que está a comemorar o seu 25.º aniversário. Qual vai ser o ponto alto das comemorações?

“Assim é, a Associação de Turismo em Espaço Rural – Casas Açorianas está efectivamente a comemorar o seu 25.º aniversário. Assinalamos essa efeméride há cerca de um mês, quando fizemos uma conferência de imprensa seguida de uma pequena confraternização para assinalar o facto.

Nessa altura tive a oportunidade de referir que a Associação nasceu, porque um grupo de empresários, que já tinham as suas casas de turismo em espaço rural, unidades que estavam espalhadas um pouco por todo o nosso território e portanto, podemos dizer isoladas, perceberam que tinham muito em comum, quer de positivo quer de problemas, e que estes eram dificilmente ultrapassáveis por se tratar de pequenas unidades de alojamento dispersas, e a actuarem no mercado de forma isolada, o que não lhes conferia massa crítica.

Da análise que este grupo de empresários foi fazendo, nasceu a ideia de que era necessário juntarem-se para ganharem força negocial no mercado. Dai até ser criada a Associação de Turismo em Espaço Rural foi um pulinho, e em boa hora o fizemos. Uma das necessidades que identificámos na altura foi a de promover a nossa oferta de alojamento como algo único e diferenciado. Surgiu, então, a ideia de criar uma marca que servisse de «umbra» à nossa oferta de alojamento e capaz de lhe dar visibilidade, a marca «Casas Açorianas», tendo consciência que ao usarmos esta marca estávamos também a promover o destino Açores, se bem que, infelizmente, nem sempre este nosso trabalho foi reconhecido por quem de direito.

Identificámos como nosso ‘target’ principal o mercado nacional, em especial os turistas vindos do continente, e partir daí sempre tivemos presentes junto desse mercado, participando, por exemplo, na BTL, criando um site de divulgação e editando um Guia das Casas Açorianas. Estas acções promocionais que fomos realizando, consistentemente, ao longo dos anos, fizeram muito pelas ocupações das nossas unidades e pelo turismo nos Açores.

Independentemente de várias acções comemorativas que teremos ao longo do ano, o ponto alto vai acontecer aquando da realização do Encontro das Casas Açorianas, que este ano vai acontecer na Ilha Terceira, de 22 a 25 de Outubro, com o tema «Rumo: Como voltar aos crescimentos?»”.

O encontro deste ano vai trazer novidades?

“Estamos a preparar o programa que vai assentar em três pilares fundamentais: faremos a nossa Assembleia Geral que, como é lógico, será participada apenas pelos associados, onde vamos debater os assuntos que mais nos preocupam, e fazer um ponto de situação sobre o trabalho desenvolvido pela Associação, desde o último encontro.



Depois teremos o habitual dia de trabalhos, que será aberto a todos, com as sessões de abertura e encerramento, e dois painéis com a participação de oradores convidados, onde se vai desenvolver o debate em torno do tema do evento.

Como sempre, teremos um factor envolvente de relevo, que é a vinda, a nosso convite, de um grupo alargado de jornalistas e bloggers do continente nosso principal emissor de turistas, bem como dos que actuam nos mercados internacionais, para terem a oportunidade de conhecer a Terceira, no caso concreto, onde se realiza o nosso encontro, e, paralelamente toda a oferta que os Açores apresentam, nomeadamente na variedade e especificidade de cada uma das Casas nossas Associadas nas diversas ilhas do arquipélago”.

Este ano tivemos uma mudança na liderança da Visit Azores, motivada pelo facto de o anterior líder ter pedido a demissão do cargo. Quando existem essas mudanças criam-se algumas expectativas. Quais são as suas, enquanto presidente da Associação de Turismo

em Espaço Rural?

“Não tenho por hábito prenunciar-me sobre pessoas, mas sim pelo trabalho que desenvolvem quando lideram entidades importantes, e não é neste caso que vou quebrar a regra.

Quanto ao trabalho do Dr. Nuno Leandro, actual presidente da Visit Azores, ainda é cedo para termos uma opinião, dado que tomou posse no início de Maio, ou seja, há apenas dois meses, o que é um tempo muito exíguo.

O importante é que a Visit Azores seja dotada, primeiro, com um plano estratégico bem delineado, com objectivos traçados a atingir e com prazos definidos, e em segundo lugar, com o orçamento necessário a poder executar esse plano estratégico de promoção, de forma consistente.

Mas deixe-me sublinhar que temos situações nos Açores que duram há décadas e que nos deixam por vezes perplexos, e o pior é que não é um exclusivo do turismo, é uma atitude praticamente transversal a todas as áreas, que é a de termos a tendência para contratar pessoas para as instituições com pouco critério. Diria mesmo que, em muitos casos, procuramos pes-

soas de fora da Região porque pensamos que elas trazem «uma varinha de condão» que tudo resolve, e o pior é que passados uns tempos o que se verifica é que tal não acontece, porque «varinhas de condão» é algo que não existe.”

Estamos num ano difícil para o turismo, há vários meses que os números das estatísticas oficiais apontam para quedas acentuadas no sector, especialmente no que se refere ao número de hóspedes e dormidas do mercado interno. Pode afirmar-se que os Açores estão a entrar num ciclo recessivo no turismo?

“Numa visão catastrófica podemos ter essa leitura, mas nas Casas Açorianas não perfilhamos dessa leitura, porque grande parte dos nossos associados já cá andam há muitos anos. Quando investimos nos nossos empreendimentos já sabíamos que tínhamos uns anos de trabalho pela frente até podermos recuperar o nosso investimento. Estávamos conscientes de que não seria de um dia para o outro que isso iria acontecer, até porque o turismo também enfrenta alguns ciclos, e todos nós já vivemos ciclos de crescimento, como aquele que tínhamos até ao ano passado, e ciclos mais complicados, de decréscimo, como aquele que, ao que tudo indica, pelo menos a avaliar pelos dados estatísticos, estamos a enfrentar de há uns meses a esta parte.

Mas é preciso analisar as situações, e normalmente, quando os Açores entram num ciclo de descida ao nível do turismo, isso tem acontecido a reboque das conjunturas internacionais, que impactam de forma negativa nos destinos turísticos: falo das grandes crises económicas que afectam o poder de compra, da instabilidade geopolítica a nível mundial ou europeu, nomeadamente no caso das guerras, catástrofes naturais que nos nossos dias são provocadas pelas alterações climáticas, ou até situações de saúde pública, como aconteceu com a pandemia da Covid – e ainda temos todos bem presentes as consequências desse terrível período para o turismo.

No entanto, a situação actual é diferente, senão vejamos: o turismo a nível mundial está a crescer, segundo várias organizações mundiais entre as quais o World Travel & Tourism Council (WTTC), que aponta um crescimento do turismo mundial de 3,2% em 2026, e Portugal, segundo o secretário de Estado do Turismo, Comércio e Serviços, Dr. Pedro Machado, afirmou recentemente, na apresentação da edição de 2027 da BTL, os indicadores disponíveis relativamente ao primeiro quadrimestre deste ano, apontam para que os resultados do ano turístico de 2026, superem os verificados em 2025.

Nos Açores, como sabemos, o turismo está em contraciclo com esse anunciado crescimento. Se não estamos perante nenhuma situação anómala, se o turismo a nível mundial cresce, se em Portugal, como um todo, também cresce, e nós estamos em queda, algo se está a passar, e temos de identificar o problema, reflectir e tomar medidas rapidamente para alterar a situação”.

“Os preços a que estão a ser vendidos os pacotes de férias para os Açores em Portugal continental deixaram de ser competitivos”

Gilberto Vieira diz que falará sempre do mercado nacional até que a voz lhe doa. Diz mesmo, que “Irmos à BTL e pensarmos que o trabalho no mercado do continente está feito, é errado e manifestamente insuficiente”. E deixa ainda mais uma palavra a respeito do mercado nacional. “Os preços a que estão a ser vendidos os pacotes de férias para os Açores em Portugal continental, deixaram de ser competitivos - quando para uma Tunísia ou Marrocos, ou até mesmo para as Caraíbas, os preços são inferiores aos nossos, algo está errado e algo há a fazer”.

Falou em identificar o problema, quer dizer que ainda não sabemos quais são os motivos que estão a levar os Açores a terem esta quebra na procura?

“Temos algumas causas que já estão identificadas, como é o caso daquela que parece ser a crónica falta de uma política assertiva para o transporte aéreo, que tenha uma visão e dê uma resposta ao facto, imutável, de sermos um território insular e descontinuado e, assim sendo, é por avião que nos chegam os turistas. Se essa política existisse, o impacto da saída da Ryanair não seria o que estamos a sentir, as soluções estariam acauteladas, e de forma atempada.

Outro problema identificado é a grande quebra de turistas do mercado nacional em especial continentais. Trata-se do nosso primeiro mercado emissor e está há meses e meses consecutivos em queda livre, como está bem demonstrado nos dados mensalmente publicados pelo Serviço Regional de Estatística dos Açores, e isso tem a ver com vários fatores, sendo o principal a falta de promoção dos Açores no continente.

Outro ponto importante e já identificado, tem a ver com o organismo que tem a competência de fazer a promoção turística dos Açores, e neste caso, basta conhecer o seu histórico. Foi um organismo que teve um início e um meio em que se arrastou, até que teve de ser extinto, para surgir uma nova versão, a atual Visit Azores. Mas eu pergunto: ninguém tirou conclusões sobre o que se passou e os erros que foram cometidos, para que o novo -velho-, organismo trilhasse melhores caminhos?

Estas são três causas importantes já identificadas por quase todos, só não as vê quem não quer, e são situações que não são novas, algumas têm anos. Mas claro que existem outras. Como sempre digo, é preciso ler os dados estatísticos, mas acima de tudo é preciso refletir sobre eles, discuti-los e aprofundá-los para que se possam daí extrair as necessárias conclusões”.

Nas entrevistas que tem dado a diferentes meios de comunicação fala sempre das quebras do mercado nacional. Que deveríamos fazer para modificar o rumo dos acontecimentos?

“Sim é verdade, falo sempre no mercado nacional, e continuarei a falar «até que a voz me doa», ou até que a queda no nosso principal mercado seja invertida. Investir quase 700 mil Euros na BTL 2026 (incluindo o novo stand) não basta para alterar o rumo da situação. A Bolsa de Turismo já revelou publicamente que a feira este ano recebeu 85 mil visitantes, o que quer dizer que, na melhor das hipóteses, foi este o número de pessoas que contactou com a nossa oferta, e para se



ter uma ideia sobre o que quero dizer basta ver que os Açores tiveram 420 mil hóspedes portugueses em 2025.

Irmos à BTL e pensarmos que o trabalho no mercado do continente está feito, é errado e manifestamente insuficiente. Não digo que seja dinheiro deitado à rua, mas se este investimento, e trabalho, não for acompanhado por um conjunto de ações feitas após o evento, que dêem continuação ao que foi feito na feira, como tem sido usual inclusive este



ano, então pouco de ganhos se tirará desse investimento.

Deixo algumas perguntas para quem de direito responder e daí tirarem algumas ilações. Quantas press trips com a imprensa nacional, especializada ou generalista, se fizeram desde o início de 2025 até hoje, promovidas pela Visit Azores? Quantas reuniões se fizeram, ou estão agendadas para se fazer este ano, com directores de redes ou agrupamentos de agências de viagens portuguesas, para se perceber, na óptica destes profissionais, como podemos agir melhor para virar o estado das coisas? Quantos directores de contratação dos operadores turísticos, redes ou agrupamentos de agências de viagens, já foram convidados para fam-trips nos Açores, que lhes possam mostrar que os Açores têm coisas novas, que foi criada uma oferta consentânea com as novas necessidades dos turistas?

Não me quero alongar mais na resposta à sua pergunta, mas muito ficou por dizer sobre o que se poderia estar a fazer, mas infelizmente não está. Deixava só mais uma palavra a respeito do mercado nacional: os preços a que estão a ser vendidos os pacotes de férias para os Açores em Portugal continental, deixaram de ser competitivos - quando para uma Tunísia ou Marrocos, ou até mesmo para as Caraíbas, os preços são inferiores aos nossos, algo está errado e algo há a fazer”.

Gostava de lhe colocar uma última questão. Ainda vamos a tempo de fazer alguma coisa para este ano?

“Estamos no Verão, a nossa alta estação

em termos de ocupação, e para este período correr dentro da normalidade (os crentes estão a colocar as velinhas ao seu santo), para poder ajudar a gerar mais alguns proveitos para as empresas, que permitam colmatar alguns dos prejuízos da época baixa, nada mais pode ser feito.

Mas se a pergunta se refere ao mercado nacional, temos de traçar um plano de curto prazo, para pôr em prática logo após o verão, que tenha efeitos já para o Inverno de 2026/7, e temos que desenhar já uma estratégia forte que tenha em vista o período que vai da Páscoa ao Verão de 2027, para recuperarmos o que temos vindo a perder de turistas do continente, porque muitas empresas não aguentam mais um ano mau.

Não me perguntou nada sobre os mercados internacionais, mas eu diria que muito do que disse em relação ao mercado nacional se aplica em alguns destes países emissores, e mais uma vez o importante é saber identificar onde podemos agir de imediato e traçar um plano de acção.

Penso que para termos êxito no trabalho que temos de fazer, teremos de estar juntos, entidades privadas e públicas, devemos remar todos para o mesmo lado para podermos dar a volta a esta situação, mas para que isso aconteça, temos de alterar rapidamente uma série de situações, e ter uma dotação orçamental efectiva para a Visit Azores por parte do governo regional, e a partir daí traçar um plano de «emergência» que seja eficaz”.

Marco Sousa