



DR

# ART aposta em campanhas para atrair turistas

**A iniciativa “Hello Azores”, que vai decorrer no Verão, e uma outra que foi desenvolvida na Páscoa, nos quiosques de turismo, são alguns exemplos das estratégias da associação**

Tiago da Cunha Esteves

testes@publituris.workmedia.pt

A Agência Regional de Turismo (ART) dos Açores está a preparar para este Verão a campanha “Hello Azores”, direccionada para quem visita o destino e associada à promoção dos seus produtos turísticos. “A forma como o pretendemos fazer pretende associar a campanha aos Quiosques de Turismo, como pontos de excelência para quem os visitar ficar a conhecer o que de melhor a Região tem para oferecer”, afirma o director-executivo, José Toste.

A campanha foi anunciada na última BTL, em Lisboa, mas será revista em alguns aspectos, devido ao panorama económico actual. “A ART pretende ter

esta campanha em locais de passagem obrigatória de turistas, como é o caso dos aeroportos, hotéis, postos de turismo, cidades e vilas, onde aparecerá em formato de outdoors, stand-ups e brochuras. Queremos com esta campanha aumentar o número de visitas aos Quiosques da ART e com isso aumentar o número de vendas de produtos turísticos da Região, como forma de contribuir para o aumento das receitas das empresas locais”, explica o responsável.

A palavra “Olá” vai ser utilizada em várias línguas, com o objectivo de funcionar como boas-vindas, “daí ser direccionada para os turistas que chegam aos Açores, em especial às ilhas de abrangência da ART, promovendo-se junto dos mesmos aquilo que poderão encontrar localmente no que respeita aos produtos turísticos que poderão encontrar em cada ilha”.

## CAMPANHA NA PÁScoa

A ART desenvolveu também nesta Páscoa uma outra campanha nos seus Quiosques de Turismo, não só para os turistas, mas também para a população local, para comercialização e divulgação dos produtos e artesanos regionais. “Deste modo, a ART aproveita as datas e épocas festivas mais importantes, como por exemplo o Natal ou dia dos Namorados, para lançar campanhas de forma a

atrair também a população para estes espaços”, refere José Toste. “Para a Páscoa, a iniciativa que desenvolvemos com o intuito de envolver a comunidade foi a de convidar as crianças dos jardins-de-infância locais das várias ilhas a desenharem temas relacionados com a Páscoa, para que estes fossem expostos nos Quiosques dos seus respectivos concelhos”, acrescenta.

Além desta campanha, decorreu uma outra para quem fizesse uma despesa superior a €20 em produtos à venda nos Quiosques, em que essas pessoas ficariam habilitadas ao sorteio de pacotes

“A Vida é Bela” nos Açores.

“As campanhas que desenvolvemos têm sempre como base a promoção dos produtos locais e levar a população local a consumir serviços ligados ao sector como é o caso da restauração, alojamento e animação turística”, esclarece o director-executivo.

## PROMOÇÃO DOS PRODUTOS

A ART está apostada em promover da melhor forma produtos estratégicos como o canyoning, percursos pedestres, observação de cetáceos, entre outros. “Daremos continuidade a algumas das

## “Os quiosques desempenham um papel fundamental”

Nas palavras de José Toste, “os Quiosques desempenham um papel fulcral” no que toca ao trabalho acerca da organização da oferta e da promoção dos produtos da ART. É por isso que um dos objectivos para este ano é “aumentar o número de visitas aos Quiosques e, desta forma, contribuir para a promoção dos produtos turísticos da região”.

A associação pretende ainda alargar a sua rede de Quiosques às ilhas do

grupo Ocidental e desenvolver nas mesmas o trabalho já desenvolvido nas outras cinco ilhas do Grupo Central, na estruturação da oferta turística em conjunto com as empresas locais.

“Pretendemos igualmente desenvolver mais informação sobre alguns desses mesmos produtos, cuja informação, numa perspectiva turística, é ainda escassa, como é o caso do Geoturismo”, conclui o director-executivo.

acções já desenvolvidas em anos anteriores e que fazem parte das nossas estratégias de estruturação dos produtos turísticos da região. A título exemplificativo, teremos em Maio as III Jornadas de Reflexão de Animação Turística, desta vez dedicadas à temática do Geoturismo, e ainda em Outubro teremos a III Bienal de Turismo Subaquático dos Açores. Com estes dois eventos pretendemos reunir os vários agentes do sector para se debaterem ideias e criarem estratégias em conjunto”, informa José Toste. “Pretendemos continuar a oferecer oportunidades de qualificação dos serviços às empresas do sector, contratando peritos nas várias áreas para transmitirem os seus conhecimentos, não só na teoria, mas também na prática. A título exemplificativo, recentemente tivemos durante duas semanas um agente da PADI a dar formação aos centros de mergulho da região que tiveram oportunidade de se inscrever”, acrescenta.

As parcerias estabelecidas com entidades relacionadas com os vários produtos tem sido outra das estratégias seguidas. Exemplo disso é o caso da Associação dos Geoparques dos Açores, para desenvolver os produtos do geoturismo, com a SPEA, para a observação de aves, Universidade dos Açores, Departamento de Oceanografia e Pescas, ESTHE e Associação de Turismo dos Açores, com quem a ART colabora em algumas acções pontuais.

A associação está também atenta às novas formas de comunicação e tecnologias. Recentemente, lançou a sua página no Facebook, “tendo antes dado formação aos colaboradores com responsabilidade de manter a página activa, bem como a criação de um blog”. ■