



ID: 32512409

29-10-2010

Brasil é prioritário para o Porto de Lisboa

Na conferência "Portugal e o Mar, a nossa aposta no Século XXI", a presidente da APL, Natércia Cabral, falou das apostas mais recentes e dos objectivos futuros

Tiago da Cunha Esteves

testeves@publituris.wolmedia.pt

O Porto de Lisboa está a apostar forte no mercado brasileiro, que continua a crescer em todos os sentidos, nomeadamente, no que toca ao turismo marítimo e costeiro. Esta foi uma das ideias que a presidente da Administração do Porto de Lisboa (APL), Natércia Cabral, deixou na conferência "Portugal e o Mar, a nossa aposta no Século XXI", que teve lugar na semana passada, no hotel The Oitavos, em Cascais.

"O mercado brasileiro está a crescer muito e a despertar para este



Júlio Reis

tipo de turismo de cruzeiros. Nesse sentido, fizemos um acordo com a companhia que faz a exploração deste segmento de mercado no Porto do Rio de Janeiro, para trocarmos experiências e pormos em contacto a comunidade dos agentes económicos. Por outro lado, pretende-se atingir os que trabalham o segmento dos cruzeiros, com vista a aumentarmos as viagens transatlânticas, ou de tornarmos Lisboa

num ponto de partida dos brasileiros para os cruzeiros na Europa. Eles estiveram no Porto de Lisboa, fizemos este protocolo, e agora iremos lá no início do próximo ano para fazermos uma reunião de trabalho", contou ao Publituris Natércia Cabral, à margem da conferência.

Durante o debate, dedicado ao tema "Turismo Marítimo e Costeiro" e moderado por Nicolau Santos

e Ricardo Santos, directores-adjuntos do jornal Expresso, foi abordada a necessidade do Porto de Lisboa melhorar o seu perfil de turnaround. Em relação a este aspecto, a presidente da APL defendeu que estão a ser feitos esforços nesse sentido e o novo terminal será fundamental para seguir esse caminho. "Os navios de turnaround pressupõem embarque e desembarque e nós nos actuais terminais temos dificuldade em fazer certos processamentos. Neste novo terminal, as coisas vão mudar. Vamos ter 20 balcões de check-in e vários aparelhos de raio-X, entre outros apetrechos. Isso posiciona-nos muito bem para prestar um bom serviço. Os navios de trânsito querem estar pouco tempo, os de passageiros querem ter qualidade e poder visitar sítios. A cidade tem essa qualidade", defendeu, salientando ainda a importância da capacidade de satisfação dos turistas, para que estes voltem ao destino. "Estamos a fazer uma aposta muito grande para melhorarmos as nossas condi-

ções físicas e de serviços, por um lado, e, por outro, trabalhar a promoção junto dos mercados principais", acrescentou.

MERCADOS E DESAFIOS

Além do mercado brasileiro, Natércia Cabral destacou que o mercado mediterrânico também tem sido importante. "Temos crescido muito no Mediterrâneo Ocidental, que faz rotas que chegam a Lisboa. É como se a capital tivesse sido integrada numa parte do Mediterrâneo e isso tem sido muito importante. Depois, o mercado atlântico também, sendo que são essas as nossas principais apostas", salientou.

A curto prazo, os objectivos do Porto de Lisboa são "concluir até 2013 o novo terminal, que permite responder a essa procura diferente de navios de 4.000 passageiros e 1.500 tripulantes, fomentando a procura externa, e desenvolver o maior número de parcerias, bem como encontrar nichos de mercado". ■

Publituris

29-10-2010

Tiragem: 4500

País: Portugal

Period.: Semanal

Âmbito: Viagens e Turismo

Pág: 38

Cores: Preto e Branco

Área: 2,53 x 1,68 cm²

Corte: 2 de 2



Brasil é prioritário
Porto de Lisboa
Pág. 42