

Paula Nunes



O secretário de Estado do Turismo, Adolfo Mesquita Nunes, lidera uma missão empresarial a Israel destinada a captar clientes para o segmento do turismo religioso.

Empresas de turismo exploram oportunidades de negócio em Israel

Turismo Governo realiza missão empresarial e lança plano estratégico para o turismo religioso.

A partir de hoje e até à próxima quarta-feira, cerca de 20 empresas do sector do turismo participam na primeira missão empresarial a Israel para explorar oportunidades de negócio. Entre as 18 entidades que participam destacam-se, entre outros, nomes como o grupo Vila Galé, Pousadas de Portugal, Sana Hotels, Natura IBM Hotels Guarda e Covilhã, Fátima Hotels a companhia aérea Windavia, ou a TUREL que se dedica à promoção do turismo religioso e cultural. A missão é organizada pelo Turismo de Portugal e liderada pelo secretário de Estado do Turismo, Adolfo Mesquita Nunes. Para hoje está agendado um 'workshop' centrado na comercialização do destino com o objectivo de criar oportunidades de negócio entre as empresas portuguesas e os operadores e agentes israelitas. Esta missão marca ainda o lançamento do plano estratégico do turismo religioso, segmento também considerado prioritário pelo Governo, e que movimentará a nível mundial entre 300 e 330 milhões de turistas religiosos por ano. A escolha de Israel ganha relevância por este ser um dos

principais mercados para o turismo religioso. Em 2011, Israel foi responsável por 3,1 milhões de turistas a nível mundial que têm nos Estados Unidos como principal destino, sendo que a Europa está a ganhar quota. A secretaria de Estado tutelada por Adolfo Mesquita Nunes salienta que, de entre os argumentos que podem ajudar Portugal a captar turistas neste país, estão "o efeito novidade, segurança, preço ('value for money'), gastronomia e o património cultural e raízes judaicas". De acordo com um comunicado da secretaria de estado do Turismo, esta presença em Israel dita o arranque dos novos 'workshops' para promoção de Portugal no estrangeiro, sendo que para 2014 estão previstas 38 iniciativas, em 37 cidades de 19 mercados. Ainda de acordo com o mesmo comunicado, no ano passado foram realizados 25 'workshops', uma estratégia adoptada como prioritária para a promoção do País em detrimento da presença nas tradicionais feiras. Os eventos previstos para este ano já contam com 943 empresas inscritas, mais 45% face ao ano transacto. **D.L.**