

Espanha é o segundo maior mercado para a Abreu Online

A **ABREU ONLINE** está a apostar, cada vez mais, no mercado espanhol, dado este ser o seu “segundo maior mercado em termos de clientes”, afirmou à Viajar Luís Tonicha, diretor do tour operador, à margem da Fitur.

Com presença marcada uma vez mais com stand próprio, esta é para o gestor “uma aposta grande que começou há três anos e que tem estado a dar muito bons resultados”.

Para dar continuidade a este trabalho disse que a Abreu Online conta em Espanha já com uma equipa fixa de quatro profissionais, dos quais três encontram-se em Madrid e um em Barcelona. “Temos feito muitas ações neste mercado, com um enorme acompanhamento em diversas regiões”, explicou.

A Abreu Online está a “trabalhar com todos os agrupamentos de gestão de agências de viagens” naquele mercado e fechou recentemente “um acordo global com o grupo El Corte Inglés”, passando a partir de agora a estar disponível em “toda a rede de distribuição” do grupo espanhol, que não ape-

nas em Portugal. É o caso de Espanha e da América Latina.

O responsável garante que as “coisas estão a correr bem, como era esperado”, justificando o facto do “mercado espanhol ser um mercado natural” para o tipo de produto da Abreu Online, “dado procurarem muitos destinos da América Latina”.

Portugal, as principais cidades da Europa,

Caraíbas, EUA e Brasil foram os destinos apontados por Luís Tonicha como sendo os mais reservados pelos espanhóis através da Abreu Online. Segundo as suas palavras, Lisboa, Algarve e Madeira são os principais destinos que os espanhóis procuram em Portugal, embora tenha mencionado ainda que o Porto já tenha começado a registar alguma procura em 2015.

Luís Tonicha reitera quererem “consolidar” os mercados onde já estão presentes e crescer nos países da América Latina, para os quais começaram a ter programação mais recentemente. “Temos uma pessoa dedicada exclusivamente aos países da América do Sul, como Argentina, Colômbia, Chile, Panamá, entre outros, e depois temos uma equipa residente que vai fazendo o trabalho de captação essencialmente de operadores, além de uma equipa local que vai fazendo o acompanhamento diário nessas cidades e que vai desenvolvendo o negócio”, explicou o responsável.



GEOPARQUES PROMOVEM-SE NA FITUR

O Geoparque Naturtejo, em Portugal, e o Geoparque Villuercas, em Espanha, decidiram apresentar-se em conjunto na Fitur, com stand próprio, por terem uma “cooperação transfronteiriça, com o Tejo a servir de união entre ambos”.

Em declarações à Viajar, o presidente do conselho de administração do Geoparque Naturtejo, Armindo Jacinto, revelou estarem ali a “dar a conhecer esta rede mundial de Geoparques da UNESCO e todas as suas potencialidades turísticas”, para além de terem em vista e “potenciar negócios”.

Revelando que esta é uma “rede mundial que coopera muito entre si e desenvolvida sobre os auspícios da UNESCO”, Armindo Jacin-

to garante que o principal objetivo passa pela “preservação de um património de excelência na história da Terra, sempre feito com as pessoas e para as pessoas”.

“Impossível” de contabilizar as pessoas e os mercados que visitam os Geoparques em Portugal, “por não haver uma porta de entrada ou saída dos mesmos”, foram “mais de 200 mil os visitantes que já chegaram aos postos de turismo dos municípios que abrangem os Geoparques portugueses, em especial oriundos do mercado interno e de Espanha”. No entanto, assume que “o mercado espanhol é para os Geoparques portugueses um mercado interno alargado, e toda uma faixa que vai desde a fronteira até Madrid”.

Tendo em conta que existe agora uma autoestrada desde Madrid até às Termas de Monfortinho, gratuita, defende que “Madrid está às portas do Geoparque Naturtejo, com toda a potencialidade que isto importa”.

Por outro lado, tendo em conta que o concelho de Idanha-a-Nova, município que faz parte da área abrangente do Geoparque Naturtejo, no final do ano passado teve um outro reconhecimento da UNESCO ao tornar-se “Cidade Recreativa da Unesco na área da música”, o responsável afirmou “fazer todo o sentido também estarem a promover este feito que trás à região dois reconhecimentos por parte da UNESCO”.

Estes argumentos são apontados por Armindo Jacinto como sendo de “extrema importância” e que vão “despertar a curiosidade dos operadores” na hora de venderem o destino.

