



ID: 74334261

03-04-2018

● ENTREVISTA

“Não é apenas um destino que faz o sucesso de um cruzeiro”

Lígia Correia

FRANCISCO JOSÉ CARDOSO
fcardoso@dnoticias.pt

Participou recentemente em mais uma edição do Seatrade Global Cruise, a maior feira mundial da indústria de cruzeiros. Qual o balanço que faz deste evento? Quais as novidades no que diz respeito aos Portos da Madeira? A participação nesta Seatrade Global Cruise foi muito positiva. Tivemos várias reuniões com representantes das companhias e armadores e com os nossos parceiros de Canárias e dos portos portugueses. Salientamos o encontro com a Fred Olsen Cruises Lines, a propósito do evento “Four Fred’s in Funchal”, a 4 de Abril de 2020. Esse evento está já em preparação e a ideia é por um lado, assinalar este encontro raro de quatro navios da Fred Olsen, que pela primeira vez acontece na Madeira, e pela terceira vez, na vida da companhia.

Queremos fazer deste evento uma forma de promoção da nossa Região, enquanto destino turístico. Por isso, e indo ao encontro aos objectivos da Fred Olsen, nesse dia, vamos criar condições para que os passageiros e as tripulações tenham todas as possibilidades de interagir entre si e com a cidade do Funchal.

Mas há outras apostas que saíram desse evento? Nas reuniões havidas, releva-se a reunião com a AIDA Cruises, tendo-se debatido vários assuntos relacionados com a operação dos seus novos navios. De destacar o intercâmbio com agentes portuários de Canárias para novas operações, com navios de expedição que escolheram o corredor Atlântico para uma operação a ter lugar já em 2019. E com os nossos parceiros portugueses tivemos uma reunião para definir um Plano Estratégico conjunto que permita elevar o segmento do Turismo de Cruzeiros, no interior das instituições oficiais, bem como definir e desenvolver a presença dos portos no decorrer da Seatrade Med 2018 que irá realizar-se, em Lisboa, de 19 a 20 de Setembro.

A participação a dois níveis (através do stand dos Portos de Portugal e do CAI) tem dupla visibilidade. Em que contexto isso favorece a comunicação da APRAM? De facto, hoje integramos as marcas “Cruise Portugal” e “Cruise in the Atlantic Islands” (CAI). Integramos percursos, partilhámos promoção, defi-



A presidente da APRAM vê como fundamentais as parcerias entre os portos do ‘corredor Atlântico’ FOTO ARQUIVO/ASPRESS

nimos estratégias e ampliamos a comunicação. Não é apenas um destino que faz o sucesso de um cruzeiro! Tem que haver complementaridade e é isso que, tanto os Portos de Canárias como os Portos de Portugal, ganham conosco e nós com eles.

Desde meados da década de 1990, a Madeira integra o referido CAI, parceria reforçada com a inclusão de Cabo Verde. Falou-se na possibilidade de os Açores se juntarem a este triângulo. Como está este processo? Encontra-se ainda em fase de estudo e análise por parte da Portos dos Açores. Vamos aguardar pela nomeação do seu novo Conselho de Administração para renovarmos o interesse na integração daqueles portos na CAI. Para a CAI constitui uma forma de fortalecer a marca, numa altura em que há uma clara aposta no ‘corre-

APRAM REFORÇA PARCERIAS PARA MANTER ACTUAIS NÚMEROS. PORTO SANTO ‘DESPERTA’

dor Atlântico’, onde as ilhas dos Açores têm grande relevância.

Também é certo que desde que está nesta parceria, os benefícios para os Portos da Madeira têm tido resultados. Quão importante tem sido esta parceria e como será no futuro? Esta parceria permitiu-nos crescer bastante nos últimos anos. Somos um porto tradicional nas rotas atlânticas, há muito tempo, temos uma baía ímpar e disponibilizamos uma série de serviços ao cruzeirista. A tudo isto junta-se a

segurança do destino Madeira. Por isso, estamos sempre nas opções dos Itinerary Planners, quem planifica percursos ou rotas.

Vamos continuar. Ninguém visita um porto! Um porto integra um itinerário. Daí a grande importância em mantermos todas as parcerias. Não podemos ficar isolados. Temos potencial e apostamos continuamente nos transatlânticos, importantes no nosso negócio.

Também cada vez mais forte tem sido o papel dos portos portugueses no que toca ao turismo de cruzeiros, sendo que a Madeira por ter sido pioneira e estar bem posicionada pode continuar a ser um dos mais procurados. O Porto de Lisboa é um concorrente ou um parceiro? Fortemente parceiros e complementaridade de portos no ‘corredor Atlântico’. Reafirmamos que somos parceiros, complementares na rota e

“

”

NINGUÉM VISITA UM PORTO. ESTE INTEGRA UM ITINERÁRIO. É IMPORTANTE MANTER TODAS AS PARCERIAS

no espaço geográfico. Estamos no meio destes dois grandes destinos que nos trazem escalas e turistas.

O Porto de Lisboa, tal como os Portos de Canárias, são interlands de tráfego de passageiros de cruzeiro em turnaround, o interface entre aeroporto e porto que permite ao passageiro ficar uns dias no destino, antes de embarcar ou após desembarcar do cruzeiro.

O Porto do Porto Santo, que em média tem três a quatro escalas por ano, não tem sido explorada nem sequer na sua média potencialidade. Este ano parece que algo mudou, estando previstas várias escalas. Será só para este ano ou haverá, no futuro, continuidade num número médio de escalas superior ao que foi no passado? Estamos a ser muito procurados pelas companhias que possuem pequenos navios. Este é um tipo de turismo mais elitista que procura lugares menos massificados, aquilo que se pode designar de paraíso ambiental. Estas companhias afastam-se claramente do chamado turismo de massas e, por isso, o Porto Santo é um destino ideal, também muito procurado pelas companhias, com navios científicos ou de exploração que atravessam o Atlântico, entre os pólos ou vindos de cruzeiros na Argentina, rumo aos fiordes. Pelo caminho, procuram locais de repouso no meio do oceano, menos procurados, com menos turismo e sem cruzeiros de grande envergadura.

Este ano, estão previstas 10 escalas na ilha de Porto Santo, no ano passado foram quatro. Em 2019, já temos a reserva de sete escalas de navios de cruzeiro.