

Projeto de Atração de Turistas Norte-Americanos e Portugueses a Santa Catarina

1. Introdução

O Projeto de Atração de Turistas Norte-americanos e Portugueses a Santa Catarina - etapa 2009-2010, visa consolidar as ações que vem sendo realizadas para a promoção e marketing da indústria do lazer e do entretenimento em Santa Catarina, objetivando o desenvolvimento sócio-econômico gerado pelo turismo.

O Programa desenvolvido por Santa Catarina se engaja dentro dos princípios de trabalho do **Plano Aquarela** executado pelo Ministério de Turismo, através da Embratur. O Plano Aquarela, que objetiva promover o Brasil como destino turístico competitivo no exterior, foi criado a partir de pesquisas realizadas em 18 países. Os objetivos são claros: atrair mais turistas, que gastem mais, viajando por mais e diferentes motivos, e permanecendo por mais tempo. Para isso, foram definidos países considerados mercados prioritários. O mercado português e o canadense são considerados de “alta prioridade” e o dos Estados Unidos de “altíssima prioridade”.

2. Objetivos

Ampliar o número de visitantes norte-americanos e portugueses à Santa Catarina, através dos seguintes objetivos específicos:

- Consolidar os canais existentes com operadoras e agências de turismo de lazer;
- Abrir novos canais com operadoras e agências para o turismo de incentivo, ecoturismo e turismo GLS;
- Promover o Estado de Santa Catarina nos Estados Unidos, Canadá e Portugal através de ações diretas e indiretas de marketing e vendas.

3. Ações nos Estados Unidos, Canadá e Portugal

- Assessorar e acompanhar o desenvolvimento do destino Santa Catarina com operadoras que já trabalham com o destino, focando no turismo de lazer, ecoturismo e segmento GLS;
- Apresentar o Estado de Santa Catarina como opção para viagens de turismo, visando a formação de alianças estratégicas com operadoras e agência que ainda não trabalham com o destino;
- Fomentar o turismo de negócios e viagens de incentivo, apresentando o destino para associações e empresas deste segmento.

- Traduzir, formatar e enviar material promocional (conteúdo para sites, newsletters e revistas de turismo e fotografias de alta resolução);
- Organizar Fam e Press trips para Santa Catarina, promovendo o conhecimento das opções turísticas, avaliação do equipamento turístico e negociação de serviços terrestres;
- Coordenar ações de promoção do destino Santa Catarina através de road shows, participação em feiras e conferências e divulgação em jornais, revistas especializadas e pela internet.
- Promover e acompanhar a publicação de material sobre o Estado na imprensa escrita norte-americana e portuguesa, revistas e newsletters especializadas em turismo;
- Planejar de forma conjunta com as agências e operadoras ações de promoção do Estado, acompanhar o processo de divulgação e avaliar a efetividade;

4. Ações para 2009

Portugal:

- Feira BTL em Lisboa – Janeiro, 2009;
- Workshop da Bito em Lisboa – Janeiro, 2009;
- Capacitação Rede Best Travel – Janeiro, 2009;
- Mundo Abreu Lisboa – Abril, 2009
- Road Show em Lisboa – Abril, 2009
- Fam Trip Abreu (Incentivo) – Abril, 2009
- Eventos de divulgação congressos e incentivos – Porto e Lisboa, Outubro, 2009
- Road Show (Tap Tours e Abreu) – Porto e Lisboa, Outubro, 2009
- Capacitação Best Travel – Lisboa, Outubro, 2009
- Capacitação Abreu – Porto e Lisboa, Outubro, 2009
- Press Trip de jornalistas portugueses – Novembro, 2009

Canadá

- Press Trip de jornalistas canadenses – Março, 2009
- Road Show em Toronto (incentivo) – Maio, 2009
- Convenção da IGLTA em Toronto – Maio, 2009
- Adventure Travel World Summit em Québec – Outubro, 2009
- Convenção da USTOA em Banff, Canada – Dezembro, 2009

Estados Unidos:

- Simpósio IGLTA em Florianópolis – Março, 2009
- Press Trip de jornalistas americanos – Março, 2009
- Workshop Embratur em Miami – Maio, 2009
- Discover Brazil Philadelphia – Junho, 2009
- Discover Brazil New Jersey – Junho, 2009

- Discover Brazil New York – Junho, 2009
- Feira NBTA em San Diego – Agosto, 2009
- Feira IT&ME em Chicago – Setembro, 2009
- Workshop Embratur em Chicago – Setembro, 2009
- Press Trip de jornalistas americanos – Novembro, 2009

RESUMO DE AÇÕES REALIZADAS

MERCADO NORTE-AMERICANO

Operadoras Parceiras: Brendan Vacations, Sita World Tours, Latour, Sunny Land Tours, Value Vacation, AAA Travel, General Tours, Ensemble Travel, Travel Impressions, e Avanti e Mayflower Tours.

Ações Realizadas:

Road Show junto com operadoras parceiras:

- a) Sita World Tours: Miami, Orlando, Tampa, West Palm Beach;
- b) Sita World Tours II: Los Angeles.
- c) Latour: Dallas, Austin, Houston, San Antonio;
- d) Latour II: Nova Iorque, Nova Jersey;
- e) Latour III: Boston;
- f) Operadoras IGLTA: San Francisco.

Capacitações a Agentes de Turismo

- a) Nova Iorque (5);
- b) Los Angeles (4);
- c) Miami (2);
- d) Dallas (2);
- e) Tampa (1);
- f) Anaheim (1).

Participação em Feiras e Convenções

1. USTOA* (Scottsdale, Cancun e Palm Springs);
2. Ensemble Travel*² (Toronto, Anaheim e Cancun);



3. The Travel Show (Las Vegas);
4. La Cumbre (Fort Lauderdale);
5. LA Times Travel Show (Los Angeles);
6. NBTA (San Diego);
7. IGLTA*³ Convention (Las Vegas);
8. Discover Brazil (Nova Iorque e Chicago)

* Santa Catarina é membro da USTOA (Associação de Operadoras de Viagem dos Estados Unidos), entidade que agrupa as 45 maiores operadoras de turismo dos Estados Unidos.

*² Organização que agrupa 600 agências e operadoras dos Estados Unidos e Canadá, que atua como operadora e associação de agências.

*³ A IGLTA, Associação Internacional de Viagens GLS, agrupa mais de 300 agências e operadoras do mundo inteiro que trabalham com clientela GLS.

Fam Trips a Santa Catarina

1. Sunny Land Tours I (12 agentes);
2. Sunny Land Tours II (11 agentes)
3. Latour I (8 agentes);
4. Latour II (6 agentes)
5. Sita World Tours (4 agentes);
6. Isram World Travel (Vice-Presidente)
7. Sunny Land Tours (Presidente e VP Marketing)
8. Value Vacation (Presidente);
9. Dan Travel (Presidente e VP Marketing);
10. USTOA (24 presidentes das maiores operadoras dos EUA)*.

Press Trips

1. Travel Weekly;
2. The Rainy Day Traveler;
3. The Luxury Web;
4. The Agent Magazine;
5. Jax Fax;
6. Business Traveler.

MERCADO PORTUGUÊS

Operadoras Parceiras: Abreu, Terra Brasil, Lusanova, Mundo Vip, Master Turismo, Convencional.

Ações Realizadas:

Road Show junto com operadoras parceiras:

1. Abreu I: Lisboa, Porto e Braga;
2. Abreu II: Lisboa e Porto.
3. Terra Brasil I: Lisboa, Porto, Braga e Coimbra;
4. Terra Brasil II: Lisboa e Porto;
5. Terra Brasil III: Lisboa e Porto.
3. Mundo Vip: Lisboa, Porto, Coimbra, Algarve e Funchal;
4. Tap Tours: Lisboa.

Capacitações a Agentes de Turismo

1. Lisboa (Top Atlântico, Best Travel, Star e Geotur);
2. Porto (Abreu, Top Atlântico, Best Travel e Paneuropa).

Participação em Feiras e Convenções

1. Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL);
2. Mundo Abreu Lisboa;
3. Mundo Abreu Porto;

Fam Trips a Santa Catarina

Terra Brasil (4).

Press Trips a Santa Catarina

1. Rotas e Destinos;
2. Revista Lux;
3. Publituris;
4. Todo Terreno;



5. Blue Travel;
6. Revista Viajar;
7. Revista Flash;
8. Revista Apavt;
9. Mais Brasil e Caraibas.

Eventos Internacionais de Promoção do Turismo Realizados em Santa Catarina

1. Reunião Fora do País da USTOA: Entre 03 e 05 de abril de 2008, Santa Catarina foi sede da Reunião Fora do País (*Out-of-the-country Meeting*) da USTOA, Associação de Operadoras de Turismo dos Estados Unidos, o evento mais importante realizado no exterior por esta organização a cada ano. 24 altos executivos das maiores operadoras dos Estados Unidos, incluindo a Sita World Tours, Avanti e Travel Bound (GTA), fizeram uma inspeção no equipamento turístico de Santa Catarina.

2. Simpósio da IGLTA: Entre 26 e 29 de março de 2009, Santa Catarina receberá o Simpósio da IGLTA, Associação Internacional de Viagens GLS, com sede em Fort Lauderdale, Florida, Estados Unidos. Durante três dias, mais de 30 agências de viagem e operadoras de turismo estrangeiras que trabalham com o mercado GLS internacional estarão conhecendo o equipamento turístico de Florianópolis. De forma paralela, realizar-se-á o Fórum Internacional de Turismo GLS e o Marketplace, onde prestadores de serviço poderão apresentar e negociar os seus produtos perante agentes internacionais. Informações adicionais no hotsite: www.abratgls.com.br/iglta

3. Lançamento do portal de informações: Objetivando oferecer informações e apoio a jornalistas, agentes de viagem e consumidores finais foi lançado o site em inglês, www.santacatarina.travel. Este site está sendo traduzido para o Português e será lançado em finais de Abril/2009, neste idioma.

4. Reportagem no New York Times: Como resultado do trabalho que vem sendo realizado pela Santur, no dia 11 de janeiro de 2009, o jornal The New York Times recomendou Florianópolis como um dos 44 destinos a serem visitados em 2009. Florianópolis, que foi capa do Caderno de Viagens, foi o único destino recomendado na América do Sul continental pelo prestigioso jornal.