

## **Para discutir legados das Olimpíadas, FecomercioSP recebe Agência de Turismo da Grã-Bretanha**

A CEO da VisitBritain - Agência Nacional de Turismo da Grã-Bretanha – Sandie Dawe esteve presente nesta manhã na sede da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) com Jeanine Pires, presidente do Conselho de Turismo e Negócios da entidade, para falar sobre as estratégias do órgão para o setor de turismo e os exemplos que o Brasil pode tirar da experiência britânica. “As Olimpíadas abrem portas de novas parcerias com empresas por meio dos patrocinadores globais dos jogos”, afirmou Sandie. “O relacionamento por meio da mídia também é estratégico, pois eles serão responsáveis por mostrar Londres para o mundo inteiro”. A representante da VisitBritain ressaltou que há muitas oportunidades de se movimentar a indústria do turismo por todo o país utilizando festivais culturais e o percurso da tocha olímpica. “Nosso desafio é mostrar que toda Grã-Bretanha pode brilhar e não apenas Londres”, completou.

Um dos problemas de receber grandes eventos como Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos é trabalhar o marketing dentro das rígidas regras de patentes e proteção de marcas que os proprietários desses eventos – Fifa e Comitê Olímpico Internacional, respectivamente – impõem. “A proteção de palavras, como por exemplo, Summer 2012, dificulta o trabalho com materiais gráficos e promoção de locais com potencial turístico e de negócios”, explicou Sandie. Segundo ela, foi criada uma página especial sobre as oportunidades, o que pode e o que não pode fazer com as marcas ligadas às Olimpíadas e o que pequenos estabelecimentos podem fazer com promoções sem infringir as regras. “A indústria do turismo brasileira ainda não acordou para as oportunidades que o País oferece após as Olimpíadas”, completou Jeanine Pires, presidente do Conselho de Turismo e Negócios da FecomercioSP.

Outro ponto abordado pela representante britânica em sua apresentação foi sobre o legado que as Olimpíadas deixarão para a cidade e para o país. Os ginásios e estádios construídos para o evento receberam uma atenção especial. Foi criado o Olympic Park Legacy Company, órgão responsável única e exclusivamente para que não haja elefantes brancos e estes empreendimentos sejam utilizados após os jogos. “Nós temos muito que aprender com Londres, principalmente sobre o legado. Infelizmente, é parte da nossa cultura não planejar e parece que estamos perdendo tempo”, reforçou Jeanine.

Sandie deu detalhes sobre a campanha GREAT que irá promover o Reino Unido como destino para lazer, cultura e história no Rio de Janeiro e São Paulo. O lançamento oficial da campanha será realizado esta noite na capital fluminense e terá a presença do príncipe Harry e do ministro de Cultura e Esportes, Jeremy Hunt, que vieram ao Brasil especialmente para a ocasião. “O Brasil é um dos locais estratégicos na nossa campanha. Nós investimos R\$ 4 milhões para a campanha, muito mais do que jamais gastamos aqui”, contou.

Estimativas do órgão apontam crescimento de 51% no fluxo de turistas brasileiros no Reino Unido em 2011, o maior crescimento entre os 35 mercados primários do país. O Reino Unido é o 10º destino escolhido pelos brasileiros para férias. O primeiro lugar é dos Estados Unidos, seguido pela Argentina. Apesar de estar atrás de França, Portugal, Itália e Alemanha como destino preferido dos brasileiros na Europa, o Reino Unido tem recebido cada vez mais

visitantes do Brasil e é considerado pelo governo britânico, pela primeira vez na história, um dos cinco mercados prioritários em um longo prazo, junto com Estados Unidos, Austrália, Canadá e Índia.

Os jogos olímpicos de Londres acontecerão de 27 de julho a 12 de agosto deste ano. Será a terceira vez que a capital inglesa sediará o evento (já organizou em 1908 e 1948) e desde 2005 se prepara para recepcionar turistas do mundo inteiro durante e após o evento.