

## 4º Aniversário da Loja Açores em Lisboa

# “Os nossos clientes não percebem a dificuldade que temos com os transportes”

Há quatro anos que em Lisboa, na rua Viriato, n.º 14 C, o nome dos Açores se destaca. Seja pelo azul dos toldos ou das hortênsias que embelezam as vitrines, seja pela grande variedade de produtos açorianos que a Loja Açores exhibe no interior.

Ao longo de quatro anos à frente da Loja Açores, explorada pela empresa Fábrica de Licores Eduardo Ferreira & Filhos, Carolina Ferreira destaca que os principais clientes são continentais, embora com uma particularidade: “temos uma grande parcela de clientes que não conhece os Açores mas que tem uma boa imagem da Região e quer experimentar os seus produtos. Talvez seja a nossa maior fatia de clientes”, refere ao acrescentar que quando a loja abriu portas “pensávamos noutro tipo de cliente, mas quem não aparece mais é mesmo aquele cliente que não conhece mas tem uma boa imagem dos Açores”.

Segue-se depois “uma fatia muito expressiva” de continentais que já visitaram os Açores e querem experimentar em casa os sabores regionais, nomeadamente a pimenta da terra “porque notam que usamos a pimenta em tudo”. Há depois os açorianos que moram em Lisboa e se dirigem à loja para fazerem as compras. Quanto aos turistas, têm vindo a ser cada vez mais os que entram na Loja Açores “mas não é o nosso forte”. Até porque, explica Carolina Ferreira, os turistas que se passeiam por Lisboa não têm por hábito entrar na loja. Só aqueles que já visitaram os Açores e encontram o nome visível é que geralmente entram. Os restantes ainda é difícil convencer uma vez que “ainda temos de explicar a muita gente o que é os Açores. É um trabalho que temos vindo a fazer mas muita gente ainda não sabe o que é. Ainda há muito trabalho a fazer em termos de divulgação”.

No entanto, a Loja Açores também tem loja online “e fazemos entregas em toda a Europa e para nós é muito importante o cliente estrangeiro, essa fatia de clientes também se revela cada vez mais interessante”, explica Carolina Ferreira.

A Loja Açores é a terceira loja em Lisboa,



A Loja Açores tem vindo a captar muitos continentais que não conhecem os Açores mas que têm boa imagem da Região, afirma Carolina Ferreira



gerida pela empresa Fábrica de Licores Eduardo Ferreira & Filhos, mas as dificuldades que a empresa sente ao longo dos 10 anos que aposta em mercearias seleccionadas na capital, são as mesmas.

Carolina Ferreira reconhece que os transportes são “uma dificuldade que temos desde o início” e que tentam colmatar com almofadas de stocks. No entanto, para os artigos frescos não é possível fazer esse armazenamento e os clientes muitas vezes não conseguem perceber essa dificuldade.

“Os Açores são uma Região Ultraperiférica e os nossos clientes acabam por não perceber, principalmente os que não são ilhéus”, explica Carolina Ferreira que dá o exemplo da massa sovada que quando não chega no dia previsto chegam perguntas do porquê. “Temos esse trabalho de explicar que se houver mau tempo o barco vai demorar mais tempo, se o avião estiver cheio, que é realmente uma dificuldade, a nossa mercadoria não vem. Vem a seguir, mas o “a seguir” já não

serve para o cliente. É um trabalho que tem de se fazer”, refere a responsável.

Além disso, uma outra dificuldade é na comunicação da loja. “Gostáramos de ter um plano de comunicação mais agressivo, mas fazemos as coisas à nossa maneira. Ter mais comunicação era óptimo porque o mercado de Lisboa é muito grande, tem dois milhões de habitantes só na área da Grande Lisboa, e quanto mais pessoas mais clientes”, avança Carolina Ferreira que diz que mesmo assim todos os dias entram clientes novos na Loja Açores.

Para assinalar mais um aniversário da Loja, cuja exploração o Governo Regional após concurso público entregou à empresa Fábrica de Licores Eduardo Ferreira & Filhos, além dos 10% de desconto para todos os clientes, haverá ainda produtos “mais exclusivos dos Açores” que vão marcar presença nas prateleiras, como é o caso de algumas manteigas artesanais, das Flores e do Pico, bem como alguns iogurtes artesanais, fru-

tas, carne fresca e batata-doce. Além disso, haverá disponível queijo fresco dos Açores “que estamos a tentar fomentar nos nossos clientes para consumirem de uma forma mais frequente. Temos uma dificuldade grande em relação ao queijo fresco porque tem uma validade muito curta e temos de o receber e tem de ser vendido rapidamente”. Também não vão faltar o licor de maracujá, “que as pessoas gostam e não deixa de ser o licor mais premiado de Portugal”, a pimenta da terra, e os vários tipos de queijo ilha, seja de São Jorge, como o do Topo ou queijo Canada que são ainda mais artesanais, seja da Terceira ou mesmo o queijo das Fumas.

Na festa de aniversário vai marcar presença o Director Regional de Apoio ao Investimento e à Competitividade, Ricardo Medeiros, haverá a actuação do cantor Romeu Bairos que vai dar destaque à música açoriana e haverá degustação de vários produtos dos Açores, sob a responsabilidade do chef Joe Best. **Carla Dias**

## Director da Portugal Tours diz que concurso para operação Madrid-Terceira tem condições “impossíveis”

Valentín Plamenov, director geral da operadora turística Portugal Tours, em Espanha, afirma que o concurso internacional para a operação Madrid/Terceira tem características “impossíveis para a aviação”.

A Portugal Tours esteve ligada à operação charter entre Terceira e Espanha durante sete anos, mas, de momento, como assinalou Valentín Plamenov, não têm existido contactos entre o Governo Regional e a empresa.

“Soubemos que existia um concurso internacional para esta operação, mas decidimos não concorrer. Pelo que vimos, o concurso tem por base 15 meses de operação. Isso é impossível em aviação. Nenhuma companhia aérea assina um contrato para fazer um charter por 15 meses, no máximo por 12 meses e depois pode-se negociar mais”, explica.

Valentín Plamenov sublinha que um contrato de 15 meses não respeita o calendário IATA. “Pode-se celebrar um contrato que vai de Novembro

a Novembro e depois acerta-se algo além disso, mas não é nada comum fazer-se o que propõe este concurso internacional”, adianta.

A Portugal Tours continua a enviar turistas para os Açores, mas agora acerta tudo com “a TAP e a SATA, na hora”.

“Quanto tínhamos a operação charter eram mais de 180 passageiros/semana, que ficavam oito dias”, lembra.

A Portugal Tours, revelou Plamenov, apenas teve conhecimento do concurso internacional através do instituto Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal (ICEP).

A ligação aérea directa entre Madrid e Terceira será para retomar em Outubro, segundo avançou o executivo açoriano.

DI pediu uma posição à secretaria regional da Energia, Ambiente e Turismo. O organismo do Governo Regional adiantou que “neste momento, as propostas estão a ser avaliadas pelo júri, pelo que não é possível acrescentar mais informações

até esse processo estar concluído”.

Segundo a publicação do concurso internacional, o prazo de execução é de 15 meses, mas apenas é referido que o fim é “promoção turística” no mercado espanhol.

Na resolução do Conselho de Governo, de Maio deste ano, que aprovou a abertura do concurso, é especificado que se trata de “três contratos de aquisição de serviços para promoção turística do destino Açores junto do mercado externo de Espanha, com a duração estimada de quinze meses e o preço base estimado de 1.275.000,00 (um milhão, duzentos e setenta e cinco mil euros), acrescido de IVA à taxa legal em vigor, o qual será dividido em três lotes, nos seguintes termos: Lote A - 975.000,00 (novecentos e setenta e cinco mil euros); Lote B - 150.000,00 (cento e cinquenta mil euros) e Lote C - 150.000,00 (cento e cinquenta mil euros)”.

Numa nota do Gabinete de Apoio à Comunicação Social do Governo Regional, publicada em

Julho, quando o concurso internacional abriu, era adiantado que o “mercado espanhol é identificado no Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores como um mercado com tendência de crescimento, elevado consumo e elevada dimensão populacional, facilitando o sucesso dos esforços de marketing, pelo que importa promover neste mercado o destino Açores”.

“É um mercado com características económicas e demográficas que o projectam como sendo um dos que detêm grande potencial de emissão de turistas”, podia ler-se.

“Esta é mais uma medida de reforço contínuo na promoção turística do destino Açores através de acções de comunicação, nomeadamente campanhas de marketing e de publicidade online e offline (revistas, jornais, rádio e acções educativas - press trips e fam trips), junto dos seus principais mercados turísticos, em concreto de Espanha, por ser um mercado determinante para a Região”, era sustentado. DI/CA