

BTL desafia... Nuno Tomaz, da GEA

2 de Fevereiro, 2023

A praticamente um mês do arranque de mais uma Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), a Ambitur e a BTL lançam o desafio aos profissionais do setor que, de alguma forma, estarão presentes na feira este ano. Falámos com **Nuno Tomaz, diretor comercial do Grupo GEA Portugal**, que acredita que “a edição deste ano vai pautar-se por agradáveis surpresas”.

Há quantos anos se desloca à BTL e quais as motivações que o levam a não faltar?

A minha primeira presença na BTL foi no ano de 1993, ainda na antiga FIL, junto à Ponte 25 de Abril, perfazendo exatamente 30 anos agora. As motivações da minha ida à BTL tiveram sempre que ver com o facto de ser profissional da área, e a BTL ser, não só a grande montra do Turismo português, como também o principal fórum de negócios e de encontro de profissionais de todo o setor.

Quais as expectativas em relação à edição deste ano?

Estamos a viver um ano de incertezas relativamente à economia, de acordo com as notícias que têm circulado em catadupa relativas ao aumento da inflação e à perda do poder de compra das famílias. E que têm tido consequências no plano prático. Ainda assim, e considerando que estamos no rescaldo de uma pandemia de efeitos nefastos e que teve profundo impacto na maneira de estar e de pensar das pessoas, penso de uma forma otimista que a edição deste ano vai pautar-se por agradáveis surpresas, não só ao nível do número de visitantes, como também dos negócios que se conseguirão fechar durante e após o certame.

O que nunca perde na BTL?

Sempre a oportunidade de estar com colegas do setor, trocar ideias e tomar o pulso ao mercado, assim como ter a oportunidade de fechar novos negócios, seja com parceiros a montante que de alguma forma possam agregar valor à empresa que represento, e mais concretamente aos clientes a quem prestamos serviços, assim como a jusante, integrando novos clientes no portfólio da empresa.

Qual a importância da BTL no contexto turístico nacional?

Sendo a BTL o maior certame do turismo nacional, que agrega um número bastante significativo de players de todos os subsectores da cadeia de valor, assim como as várias regiões portuguesas que se dão a mostrar, é uma feira de importância máxima, pois permite não só afirmar a dinâmica do turismo português como destinos turístico de referência mundial, como também dar a conhecer as empresas e os recursos humanos que dão a sua contribuição para que tal seja uma realidade. Recordando que Portugal, neste contexto, em números referentes a 2019, segundo os relatórios da Organização Mundial do Turismo, posicionou-se no 15º lugar dos países mais visitados do mundo (fonte: www.wto.org).