

32ª FESTURIS

REACENDE A ESPERANÇA PARA O CRESCIMENTO DO TURISMO BRASILEIRO



MOVIMENTAÇÃO NOS CORREDORES DO FESTURIS

ESTANDE DO ESTADO DE SÃO PAULO

PRIMEIRO GRANDE EVENTO DO SETOR APÓS O INÍCIO DA PANDEMIA DA COVID-19, FEIRA INICIA UM NOVO MOMENTO NO TURISMO

Ao longo das mais de três décadas de existência e participação no cenário turístico, a Festuris consolidou-se como a mais efetiva plataforma de negócios turísticos da América do Sul. O evento, primeira feira de negócios presencial no país após o início da pandemia da Covid-19, reforça a vocação turística da Serra Gaúcha, já que foi ancorado em Gramado, e

planos de ninguém que houvesse um quadro sanitário como o que enfrentamos mundialmente, mas o Rio Grande do Sul se destacou em função de estabelecermos regras, protocolos e cuidados. A realização da Festuris comprova que podemos fazer uma retomada segura dos eventos”.

Participaram da cerimônia os CEOs da Festuris, Marta Rossi e Eduardo Zorzanello, o prefeito

de Gramado, João Alfredo Bertolucci; a secretária estadual de Comunicação, Malu Macedo, o representante da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, Alexandre Sampaio, o presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur), Gilson Machado Guimarães Neto, e o secretário nacional da Cultura, Mário Frias.



O RIO DE JANEIRO TAMBÉM MARCOU PRESENÇA



ESTANDE DO PARÁ

renovou a esperança do setor em sua edição 2020, onde reuniu de forma presencial ou à distância os principais players do mercado turístico nacional e internacional para promover e iniciar transformação do setor para sua retomada.

O governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite (PSDB) abriu o evento. “A característica do povo gaúcho é a resistência e a resiliência, e a Festuris acontecendo aqui mostra essa capacidade de nos reinventarmos diante de uma circunstância absolutamente extraordinária. Não estava nos



ESTANDE DE SANTA CATARINA



ESTANDE DE ALAGOAS



EDUARDO ZORZANELLO E MARTA ROSSI COM O PRESIDENTE DA EMBRATUR GILSON MACHADO NETO

UNIÃO

O sentimento dos players presentes convergiram para a união entre governos e sociedade civil, promovendo a retomada do turismo com a mesma energia, coragem e responsabilidade. Na análise dominante, ser palco da retomada dos negócios requer empresários convictos de que a transformação do atual cenário não depende apenas do poder público, mas de uma corrente inquebrantável para a retomada e imediato crescimento do turismo, em suas novas formas e variações. “O sentimento foi de vitória, primeiro porque nós observamos um feedback muito positivo por parte dos expositores e dos participantes da feira em relação ao evento apresentado. Muitos comentando, inclusive, que está além da expectativa, diante do momento da pandemia e isso para nós é motivo de satisfação”, destacou o CEO Eduardo Zorzanello. Conforme resultados apresentados na coletiva de imprensa, além do número de inscritos e reuniões agendadas o Festuris teve 130 estandes e mais de 1.500 marcas em exposição, distribuídas pelos 25 mil m² de área dos pavilhões. A próxima edição acontecerá em novembro de 2021, em data ainda a ser confirmada.



PRODUTIVIDADE E MUITAS REUNIÕES MARCARAM O EVENTO



MOVIMENTAÇÃO NO ESTANDE DO SEBRAE

Fotos: Domingos

SOBREVOO DE BALÃO ABRE A FESTURI

Simbolizando a gratidão pela retomada, a Festuri foi aberta com uma bênção nas alturas, com o sobrevoado de um balão sob as dependências do Serra Park e da cidade de Gramado. O balão foi tripulado pelo pastor Erlo Aurich, que abençoou o evento e a comunidade de Gramado. ■

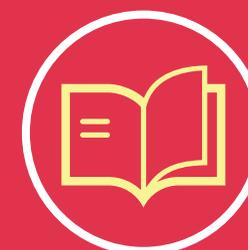


EMBRATUR CONTOU COM UM GRANDE ESPAÇO NA FEIRA

ATENÇÃO IMPORTA

Nunca foi tão difícil para a publicidade capturar a atenção. Neste quesito, as revistas são imbatíveis*

- **Leitores** prestam mais atenção ao ler revistas do que quando se envolvem com outras mídias
- **82%** dos leitores gostam da publicidade nas revistas
- **58%** dos leitores disseram que não fazem mais nada enquanto leem uma revista
- **43%** concordaram que a publicidade em revistas é relevante
- **57%** concordaram que a publicidade em revistas faz parte da experiência – mais do que para qualquer outro canal



*Fonte: Projeto Pay Attention