



CENTRO INTERNACIONAL DE
INVESTIGAÇÃO EM TERRITÓRIO E TURISMO
INTERNATIONAL CENTER OF
TERRITORY AND TOURISM RESEARCH



NOTA DE IMPRENSA

Ref^o04:/2007 - 27 de Março de 2007

Assunto: Estudo de Impacto do Vodafone Rally de Portugal 2007 na Economia do Turismo de Portugal e Imagem do Algarve e Baixo Alentejo.

O Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo da Universidade do Algarve está a elaborar para o Automóvel Clube de Portugal o **Estudo de Impacto do Vodafone Rally de Portugal 2007 na Economia do Turismo de Portugal e Imagem do Algarve e Baixo Alentejo**. O Projecto contempla duas fases. Uma inicial que decorreu entre Outubro 2006 e Fevereiro 2007, a qual visou a identificação das estimativas do impacto a gerar pelo evento e onde se destacam alguns números:

Turistas		
Despesa média diária (euros)	110	
Estada média prevista	4,6 dias	Despesa prevista
Acréscimo de dormidas (hotelaria classificada)	15.955	€ 8.073.118
Excursionistas (visitantes de 1 dia)		
Despesa média diária (euros)	58,89€	Despesa prevista
Acréscimo de visitas	17.525	€ 1.032.012
Organização		
Despesa média diária (euros)	192,50€	
Estada média prevista	7 dias	Despesa prevista
Quartos reservados	800	€ 1.509.200
Transmissões televisivas		
Audiência média	50 milhões	
Países com transmissão directa	200	Exposição televisiva
Horas de cobertura por Rally	288	€ 17.000.000
Receita Total Prevista, em Euros		€ 27.614.330

A segunda fase que agora se inicia, visa a quantificação *in loco* dos valores e imagem expressa pela organização, comunicação social e adeptos (nacionais e estrangeiros), aferindo no terreno as expectativas estimadas na fase precedente. Esta investigação é sustentada na colocação de equipas de avaliação nos troços em acompanhamento da prova, num total de 18 colaboradores, distribuídos pelas três etapas e cobrindo 12 Zonas Especiais de acesso ao público, para além da presença permanente no Estádio do Algarve de 29 de Março a 1 de Abril. Os valores recolhidos serão posteriormente agregados através de um modelo de avaliação desenvolvido expressamente pelo CIITT para a avaliação do impacto económico e de imagem projectada pelos grandes eventos, a entregar ao ACP e cuja metodologia na componente de marketing e imagem será publicada no decorrer deste ano pelo *International Journal of Tourism Research*.