



Lisboa, 18.11.2020

## COMUNICADO DE IMPRENSA

A organização das 7 Maravilhas® reage ao artigo do Observador de 17 de novembro intitulado “O negócio das 7 Maravilhas. Autarquias e outras entidades públicas fizeram ajustes diretos de 3,7 milhões a empresa de eventos”

O artigo fala sobre os investimentos de dinheiro público, mas não leva em consideração o aspeto mais importante: **o retorno desses investimentos!** De facto, todas estas campanhas têm proporcionado retornos de investimento incríveis ao nível da promoção, imagem, marketing e com isso turismo, crescimento económico e social (e emprego!) sobretudo para as regiões mais carenciadas de Portugal.

7 exemplos:

- a) aumento de visitantes à **Lagoa das 7 Cidades** nos anos seguintes à eleição, de **169%**.
- b) visitas à montanha do **Pico** aumentaram **82%**.
- c) visitas às **Grutas de Mira d’Aire** aumentaram **70%**.
- d) aumento de consumo da **Alheira de Mirandela** de **15%**.
- e) aumento de visitantes na **Aldeia de Sistelo** de **1140%** e de ocupação turística de **95%**.
- f) aumento de ocupação turística da aldeia de **Piódão** de **100%**.
- g) aumento de consumo do doce **Charutos dos Arcos** de **60%**.

Ao focar apenas nos investimentos públicos não perceberam que estes estavam direcionados para os custos necessários para o que são campanhas e eventos complexos e demorados.

Evidências em Portugal e em todo o mundo mostram que estas campanhas das 7 Maravilhas® são de longe a forma mais eficaz de utilização de recursos, sejam públicos ou privados. Há também especialistas internacionais que dizem que estas campanhas podem ser uma parte central da construção do crescimento à medida que emergimos da pandemia. Convido-o a ter orgulho deste sucesso português, como sei que cada um dos participantes e vencedores têm!

### Resposta ao artigo do Observador, solicitada ao abrigo do Direito de Resposta:

1) A forma como a informação é veiculada induz o leitor a concluir que a empresa auferе injustificadamente elevados benefícios pelos contratos que firma com as entidades públicas, o que é falacioso, omitindo-se que os custos de produção dos eventos das 7 Maravilhas® são maioritariamente suportados pela EIPWU o que não é mencionado no artigo do Observador.



2) Em muitos dos casos, as receitas obtidas através dos municípios, não cobrem na íntegra os custos relacionados com o nível de exigência que uma produção televisiva obriga. A organização das 7 Maravilhas® custeia também estes programas com receitas alternativas de patrocinadores, não confirmando que as receitas obtidas juntos dos municípios deixariam uma choruda margem na empresa organizadora, como se subentende da leitura do artigo de investigação do Observador, anulando também qualquer conclusão que se possa retirar de que os municípios estarão a fazer um mau negócio, apenas porque a empresa dispõe de direitos exclusivos de organização.

3) Os custos de produção destes eventos envolvem invariavelmente, estruturas de produção complexas, com largas dezenas de recursos humanos, logística, aluguer de geradores, produção e implantação de palcos, aluguer e instalação de sistemas de iluminação, contratação de artistas, alimentação e dormidas de toda a equipa de produção e artistas, informação esta omitida pelo artigo do Observador.

4) A peça jornalística do Observador também desvaloriza ou põe em causa a visibilidade e exposição mediática positiva pretendida pelos municípios participantes. Estando-se a falar de projetos que anualmente alcançam grandes audiências, com investimentos avultados por parte da organização, quer na conceptualização, quer na promoção de todo o conteúdo que é transmitido em *prime time* da RTP1 onde atinge shares significativos, além de divulgado nas plataformas digitais e replicado nos órgãos de comunicação em geral, podemos afirmar com certeza que a promoção alcançada pelos territórios participantes nos eventos 7 Maravilhas®, supera largamente os investimentos efetuados pelas autarquias que têm trabalhado com a nossa organização. Como casos emblemáticos de sucesso na construção de fluxos turísticos, que trouxeram valor económico para as regiões vencedoras podemos citar os seguintes:

- a) aumento de visitantes à **Lagoa das 7 Cidades** nos anos seguintes à eleição, de **169%**.
- b) visitas à montanha do **Pico** aumentaram **82%**.
- c) visitas às **Grutas de Mira d'Aire** aumentaram **70%**.
- d) aumento de consumo da **Alheira de Mirandela** de **15%**.
- e) aumento de visitantes na **Aldeia de Sistelo** de **1140%** e de ocupação turística de **95%**.
- f) aumento de ocupação turística da aldeia de **Piódão** de **100%**.
- g) aumento de consumo do doce **Charutos dos Arcos** de **60%**.

5) Seria aliás de grande interesse público, que esta putativa investigação jornalística do Observador pudesse também incluir estes casos de verdadeiro sucesso de recuperação e dinamização de territórios de Portugal, completando uma notícia que se centrou exclusivamente na questão dos custos para o erário público, esquecendo-se de abordar esta questão como um todo e nesse sentido, induzindo conclusões parciais e que não correspondem à realidade.



## Sobre as 7 Maravilhas®

Desde 2007 que divulgamos e comunicamos os valores positivos de uma Identidade Nacional forte.

Através desta experiência sabemos que as pessoas gostam de participar ativamente nas votações. Querem fazer as suas escolhas através do voto - são causas nacionais reconhecidas, temas que as pessoas amam.

A eleição das 7 Maravilhas® permite a criação de roteiros turísticos que exploram o melhor que um país tem para oferecer, tanto para os turistas nacionais como para os internacionais. A primeira eleição decorreu em 2007 e catapultou o Património Histórico nacional para a ribalta global.

Em 2009 foi eleito o Património de Origem Portuguesa no Mundo, que partiu de uma base única no mundo – património classificado como Património da Humanidade em 3 continentes distintos, América do Sul, África e Ásia. A partir de 2010 foram eleitas as Maravilhas Naturais, a Gastronomia, as Praias, as Aldeias, as Mesas e os Patrimónios, projetos que constituíram um grandioso sucesso, que levou ao conhecimento do público, lugares e a interioridade de Portugal, numa busca pelas origens e pela autenticidade, onde participaram centenas de milhares de portugueses.

A distinção de ser uma das 7 Maravilhas® é hoje um poderoso ícone de marketing e comunicação dentro e fora de Portugal.

7 Maravilhas de Portugal® (Património Histórico), em 2007

7 Maravilhas de Origem Portuguesa no Mundo® (Património Histórico), em 2009

7 Maravilhas Naturais de Portugal®, em 2010

7 Maravilhas da Gastronomia®, em 2011

7 Maravilhas – Praias de Portugal®, em 2012

7 Maravilhas de Portugal – Aldeias®, em 2017

7 Maravilhas à Mesa®, em 2018

7 Maravilhas Doces de Portugal®, em 2019

7 Maravilhas da Cultura Popular®, em 2020

Para mais informações: [info@7maravilhas.pt](mailto:info@7maravilhas.pt)