

# Estação Itaipu

Newsletter semanal de Foz do Iguaçu – edição nº 78/Dezembro 2013

FOZ DO  
**IGUAÇU**  
Destino do Mundo



Siga-nos no Twitter e no Facebook



## BALANÇO

### Mídia espontânea confirma boa imagem do Destino Iguaçu

A **mídia espontânea**, aquela em que o próprio meio de comunicação busca o assunto, confirmou a **imagem positiva do Destino Iguaçu em 2013**, em reportagens veiculadas na televisão, em jornais e em blogs.

A isso se somam as campanhas de promoção e divulgação desenvolvidas pela **Gestão Integrada do Turismo** e a realização de eventos que foram destaque ao longo do ano.

Durante o ano, na telinha e em páginas de jornais e revistas, **Foz do Iguaçu ganhou um espaço privilegiado**. Confira os destaques, de janeiro a dezembro.



Em janeiro, a **Revista Viagem e Turismo**, a mais importante do setor no Brasil, trouxe uma reportagem especial de dez páginas sobre o Destino Iguaçu, com chamada de capa: **"O mundo todo se encontra em Foz do Iguaçu"**.

Na Rede Globo, uma reportagem de sete minutos – tempo muito generoso em televisão – mostrou as atrações de Foz do Iguaçu no programa matinal **Encontro com Fátima Bernardes**.

Na mesma emissora, o programa Fantástico mostrou o passeio sob a **luz da lua nas Cataratas do Iguaçu**.

O caderno **Viagem**, do jornal **O Estado de São Paulo**, ainda em janeiro, colocou as Cataratas do Iguaçu numa reportagem de capa, intitulada **"Um mar de cachoeiras"**. O texto dizia que **"as Cataratas fazem de Foz do Iguaçu um dos três destinos mais procurados pelos estrangeiros no Brasil"**.

Em maio, a revista de bordo da empresa aérea

Gol, distribuída gratuitamente a todos os passageiros, destacou em sete páginas **as aventuras radicais no Parque Nacional do Iguaçu e o salto de paraquedas**, que começou a ser oferecido naquele mês pela empresa Skydive.

Em junho, o jornal **O Estado de Minas** também mostrou as belezas de Foz. O texto abre dizendo que **"o famoso 'nuuu' de mineiro vai bater o recorde de citações, no mínimo cinco a cada meio minuto, diante da beleza e força da natureza das Cataratas do Iguaçu"**.



### Outros destaques:

- editorial de moda da **Revista Marie Claire**, fotografado nas Cataratas do Iguaçu e no Parque das Aves, que classificou o principal atributo de Foz como **"Natureza glam"** (qualidade de quem ou do que é elegante, charmoso, sofisticado).

- **reportagem na UP**, revista de bordo da empresa aérea portuguesa Tap, que exorta os viajantes: **"Vá pela natureza, pela ecoaventura, pelas compras ou pela gastronomia"**.



Destino Iguaçu, com o título geral **"3 fronteiras, 2 idiomas, 1 maravilha"**.

- reportagem de nove páginas na **Azul Magazine**, revista de bordo da Azul Linhas Aéreas, intitulada **"Atividades e cenários de tirar o fôlego em Foz do Iguaçu"**.



- texto especial no anuário **"Lide Sustentabilidade"**, do Grupo Lide, que reúne **1.400 empresas no Brasil**, sobre as ações ambientais da usina de Itaipu e sobre os encantos das Cataratas do Iguaçu.

A reportagem de maior repercussão, pelo interesse no Brasil e no exterior, foi apresentada em outubro no programa **Esporte Espectacular**, da Rede Globo. Foi o **salto de paraquedas de Aida Gemaque da Silva**. Aos 103 anos, a **"vovozinha arretada"**, como a chamou o pessoal da Skydive, tornou-se a **pessoa mais velha do mundo a saltar de paraquedas** e foi para o Guinness Book of Records.





## CURTAS

Novos hotéis – Entre novos, reformas e ampliações, a rede hoteleira de Foz do Iguaçu ganhará mais **3 mil leitos de hotéis em 2014**, que se somarão aos **27 mil existentes**. Até junho, devem ser inaugurados os hotéis Íbis e Porto Madero, no centro da cidade, ambos com **150 apartamentos**, e o Hampton, na Avenida das Cataratas, com **200 apartamentos**.



Também está em obras a nova unidade da rede Bourbon, em frente ao **Shopping Cataratas, com 220 unidades**. No bairro Cognópolis, a rede Mabu e a Associação Internacional para Expansão da Conscienciologia irão construir e explorar o Mabu Interludium Iguassu Convention, **que terá cem apartamentos**.

Empregos – Com crescimento de **5,75% no acumulado do ano**, Foz do Iguaçu é a **sexta cidade do Paraná em aumento no número de empregos**. No Paraná, a média foi de **5%**, superior à do crescimento de empregos no Brasil – **pouco menos de 4%**.

No Estado, Foz ficou atrás apenas de Ponta Grossa, Londrina, Curitiba, Cascavel e São José dos Pinhais.

## Participação em eventos de turismo

Notícias positivas são fundamentais para garantir a boa imagem do destino, mas para atrair mais visitantes é preciso **usar outros canais de promoção e divulgação**, como as feiras e as campanhas em mídias especializadas. A atuação da **Gestão Integrada do Turismo**, em 2013, procurou atingir todos os públicos, **não só no Brasil, mas também no exterior**.

Dentro dessa estratégia, Foz esteve presente em **grandes em grandes eventos nacionais e internacionais**. Alguns dos mais importantes:

- 33ª Feira Internacional de Turismo da Espanha (**Fitur**), que reuniu **120 mil profissionais** da área de **167 países** e regiões;
- Vitrine Turística da **Associação Colombiana de Agências de Viagens e Turismo**, em Bogotá;
- **Feira Internacional de Turismo**, em Berlim;
- Luxury Travel Market, em Praga, República Tcheca;
- ação promocional na **Hungria**, em **parceria com a TAP**;
- Beijing International Tourism

## Vizinhança

De agosto a novembro, foi feita uma campanha para atrair turistas de cidades a até **mil quilômetros de distância**. A ação foi **desenvolvida em shopping centers** de Porto Alegre, Florianópolis, Joinville, São Paulo, Campinas, Ribeirão Preto, Campo Grande e Curitiba.



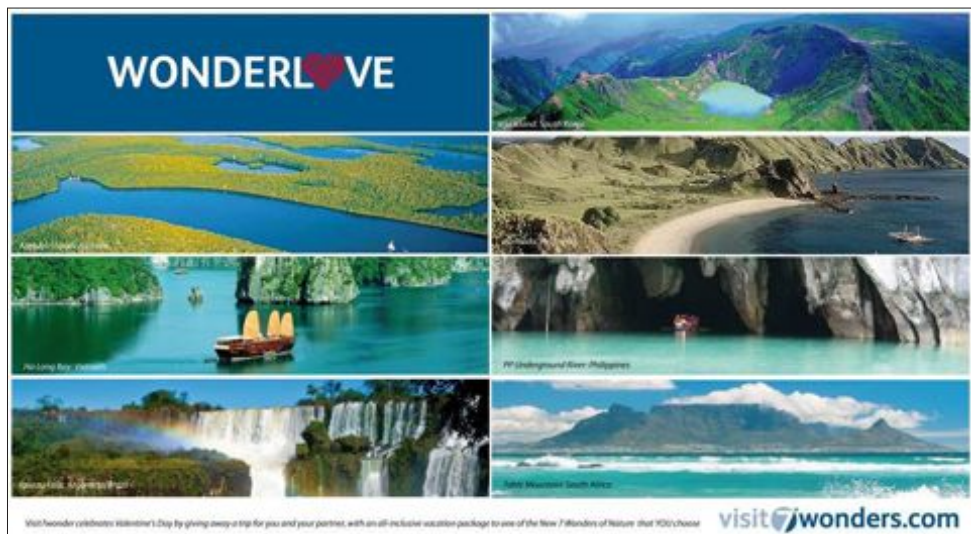
Expo, em Pequim, **principal evento de turismo da Ásia**;

- **41ª edição da Abav** – Feira de Turismo das Américas, maior e mais importante evento da indústria de viagens promovido no Hemisfério Sul;
- **Feira Internacional de Turismo**, em Buenos Aires;
- **EIBTM Barcelona** (Espanha), maior feira do mundo no segmento Mice (sigla em inglês para reuniões, incentivo, congressos e feiras);
- **Roadshow World Meets in Brazil**, ação de promoção turística nas cidades americanas de Los Angeles, Chicago e Nova York.

## Nastur

Ainda em 2013, Foz do Iguaçu sediou o **encontro anual da agência de viagens Nascimento Turismo**, uma das mais tradicionais de São Paulo. O Nastur trouxe à cidade, além de funcionários da agência, **cerca de 360 agentes de todo o Brasil**. Pela primeira vez nesses encontros, **o Nastur incluiu um fatur** pelos principais atrativos do destino.

## Campanhas do destino buscam novos públicos



Em junho, numa parceria entre **Embratur, Itaipu e Prefeitura**, foi lançada a campanha **"Bem-vindo ao inesquecível"**, que apresenta Foz do Iguaçu como destino de diferentes atrativos e sensações únicas, o que torna a

viagem uma **experiência inesquecível**.

Em conjunto com a TAM Linhas Aéreas, tendo como foco exclusivamente **as redes sociais**, foi também desenvolvida a campa-

na **"Foz do Iguaçu como você nunca viu"**.

Outra parceria uniu as Cataratas do Iguaçu, no Brasil e na Argentina, com as outras seis maravilhas naturais do planeta, **a campanha mundial "WonderLove"** sorteará viagens turísticas aos sete atrativos para sete casais de qualquer ponto do planeta.

Na foto, o presidente do Fundo Iguaçu, **Gilmar Piolla**, e o diretor da News Seven Wonders, o argentino **Marcelo Almada**.

