

Minas Gerais fortalece posição turística na Bolsa de Turismo de Lisboa

Seg 04 março

Minas Gerais conquistou os portugueses que participaram da 34ª edição da Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), realizada na última semana, entre quarta-feira (28/2) e domingo (3/3), mostrando as riquezas, a cultura e as delícias da cozinha mineira aos participantes da feira.

Uma das maiores e mais importantes feiras de turismo do mundo, a BTL contou com mais de 1.400 expositores, 63 mil visitantes, 2.000 reuniões e 75 destinos internacionais, números que fizeram do evento um importante espaço de negócios e geração de novos investimentos. Pelo estande do [Governo de Minas](#) passaram, em média, 300 pessoas por dia, além de gestores e personagens do universo político.

Uma das novidades anunciadas na feira é que, a partir de junho, Belo Horizonte terá voos diários para Lisboa. O acordo assinado entre a TAP Air Portugal e a Embratur fortalecerá o intercâmbio entre Minas Gerais e o país europeu, gerar novas oportunidades de negócios, emprego e desenvolvimento econômico para o estado. A BTL Lisboa reuniu operadoras, redes hoteleiras, companhias aéreas e prestadores de serviços turísticos para desenvolvimento de negócios e promoção de networking.

Diretor da TAP para o Brasil e América do Sul, Carlos Antunes ressaltou a parceria com o Governo de Minas. “Trazer um pouco de Minas para Portugal suscita curiosidade, o desejo do agente de viagens português em vender Minas para seus passageiros. Graças ao trabalho entre a TAP e a [Secretaria de Estado Cultura e Turismo de Minas Gerais \(Secult-MG\)](#), estamos conseguindo melhorar a ocupação dos voos e aumentar a frequência no Estado”, avalia Antunes.

As ações do Governo de Minas na BTL 2024, por meio da Secult-MG e da [Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais \(Codemge\)](#), fazem parte do programa “Minas para o Mundo: Mundo para Minas”. Em 2024, a previsão é que o Estado participe de 37 feiras e eventos turísticos no Brasil e no exterior para seguir posicionando Minas no mercado internacional, estimular os negócios e atrair novos turistas estrangeiros.

Para o secretário de Estado de Cultura e Turismo, Leônidas de Oliveira, o mundo está vendo que Minas Gerais é uma potência turística e importante destino de investimentos: “Isso é resultado de um trabalho multidisciplinar do Governo de Minas. Na BTL, cumprimos nosso objetivo de mostrar Minas para o mundo e atrair turistas e investimentos”, resume Leônidas.

Em todas as feiras turísticas de 2024, a Secult-MG terá a Codemge como importante parceira para promover a cultura e o turismo de Minas. “Vamos manter e até aumentar a promoção de Minas dentro e fora do Brasil para que empresas, turistas e outros agentes interessados possam conhecer Minas Gerais e suas potencialidades, e a gente possa promover desenvolvimento econômico”, afirma Thiago Toscano, presidente da Codemge.

Cozinha Mineira na BTL Lisboa

Ao longo de cinco dias, a promoção da Cozinha Mineira deu o tom da programação do estande do Governo de Minas na Bolsa de Turismo de Lisboa. Os chefs Felipe Rameh e Roberta Gomes promoveram degustações com ingredientes típicos para os convidados na Cozinha Viva. O presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa, visitou o espaço e se encantou com os sabores, cores e temperos da Cozinha Mineira. “A comida mineira é um sonho”, disse.

O presidente da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur), Marcelo Freixo, também foi só elogios: “A cozinha mineira é espetacular. Nosso país também tem que ser conhecido pela gastronomia e Minas Gerais é a porta de entrada”.

Outra novidade é que o Queijo Canastra, um dos símbolos da Cozinha Mineira, será promovido na 26ª edição do Festival de Cinema Brasileiro de Paris, que acontece de 26/3 a 2/4 no tradicional cinema de rua L’Arlequin, no bairro de Saint-Germain-des-Près. A iguaria é tema de um documentário produzido pela Embratur, terceiro episódio da série “Turismo Transforma”.

Queijo, pão de queijo e cachaça

O estande do Governo de Minas na BTL Lisboa também ofereceu degustação de cachaças, cafés, doces e queijos – Queijo Canastra Mauro, Queijo Canastra do Onésio e Capim Canastra, todos da região de São Roque de Minas, Queijo Serro Samuel, da cidade do nordeste do Estado, Matriarca Cabra, de São Gotardo, Solera Ribeiro Fiorentini, de Governador Valadares, e d’Alagoa, da Serra da Mantiqueira.

Hugo Faria Leite, um dos produtores rurais da Associação dos Produtores de Queijo Canastra (Aprocan), destaca que a BTL foi oportunidade única para divulgar a Serra da Canastra e reforçar a candidatura do modo de fazer do Queijo Minas Artesanal como Patrimônio Mundial da Unesco.

“Não só para mim, mas para todos os produtores de queijo da Canastra, foi um momento importante de apresentar o trabalho que a gente vem fazendo ao longo dos anos. É um momento oportuno também para que os pequenos produtores tenham o devido reconhecimento e valorização de suas produções artesanais”, enfatiza Hugo, que enviou para a feira o queijo canastra Roça na Cidade.

A mais famosa iguaria mineira, o pão de queijo, também esteve representada pelos produtos da grife Pão de Queijaria. “Futuramente, temos projeto de viabilizar a exportação de nossos produtos para a Europa ou mesmo a entrada de nossas lojas por lá. Dessa forma, esperamos também contribuir com a economia de Minas Gerais”, afirma o sócio-fundador da Pão de Queijaria, Lucas Parizzi.

Outro produto típico mineiro, a cachaça ficou disponível para degustações no balcão gastronômico. Desde 2016, Paulo Rodrigues e a esposa Regina administram um alambique em Três Corações e produzem a cachaça Divina. A produção profissional começou em 2017 e, hoje, a marca participa de feiras no Brasil e no exterior.

Na BTL, a Divina Cachaça exibiu cinco rótulos: Netuno (armazenada em inox), Febo (blend e amburana e jequitibá rosa), Vulcano (blend de carvalho e jequitibá rosa), prata (tradicional) e Júpiter (blend de carvalho norte-americano e europeu). “Participar da feira foi o reconhecimento de um trabalho, é o que nos faz refletir que estamos no caminho certo e entender que podemos levar uma identidade brasileira para a Europa”, salienta Rodrigues.