

**CXXX SESSÃO ORDINÁRIA DO COMTUR
(20 de Abril de 2004)**

Aos vinte dias do mês de abril de dois mil e quatro, às 09h15, no Auditório Elis Regina, realizou-se a CXXX Sessão Ordinária do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR, sob a presidência do Sr. Celso Marcondes e com a presença dos Membros relacionados no final desta ata. Sr. Denise iniciou a reunião agradecendo a presença de todos e avisou que a reunião está sendo realizada no Auditório Elis Regina, pois o Anhembi está passando por uma revitalização e convidou a todos os Conselheiros presentes para uma visita as obras no final da reunião. Sra. Denise agradeceu a presença do Sr. Jorge Alves de Souza que passará, a partir desta reunião, a ocupar o lugar de Vice-Presidente substituindo o Sr. João Batista de Lima. Sr. Armando comentou que é uma grande satisfação ter o Sr. Souza como parceiro, ele tem uma atuação muito forte na área de feiras e negócios e receptivo e com certeza irá desempenhar um papel muito importante neste Conselho. Sr. Armando ressaltou que o Sr. Souza foi Vice-Presidente da UBRAFE e Presidente do SINDIPROM, que é um órgão que agrega, só no estado de São Paulo, mais de duas mil empresas do setor de feiras e eventos. Sr. Celso agradeceu a participação do Sr. João Batista de Lima por toda a sua trajetória neste Conselho e deu as boas vindas ao Sr. Souza, que desempenhará um excelente papel neste Conselho. Sr. Celso reiterou o convite feito pela Sra. Denise para conhecer as obras de revitalização do Parque Anhembi. Sr. Celso avisou que a ata da CXXIX Sessão Ordinária do COMTUR, já aprovada anteriormente, está sendo passada para assinatura. Sr. Celso passou a palavra ao Sr. Pedro D’Alessio, representante do SPC&VB, que apresentará as “Novas Campanhas de Promoção do São Paulo Convention e Visitors Bureau”. Sr. Pedro agradeceu a oportunidade de fazer parte desta reunião e iniciou a sua apresentação comentando que após uma reestruturação dentro do SPC&VB, assumiu a Diretoria de Operações, informou que o Sr. Aristides continua no SPC&VB, assumindo a área de marketing. Nesta linha o SPC&VB reitera a importância da parceria com a Anhembi e com todas as entidades do trade, o Convention representa o trade privado, mostrando a integração do trade público com o privado. Saudou o Sr. Sérgio Bicca como novo presidente da ABEOC. Sr. Pedro informou que esse tema das novas campanhas de promoção do SPC&VB surgiu devido a uma reunião realizada com a Sra. Denise e os Operadores de Turismo e Agentes de Viagens. Todos sabem que há dois anos, o SPC&VB e a Anhembi vêm desenvolvendo campanhas junto com as Agências de Receptivo e as Operadoras da cidade, no sentido de criar pacotes de São Paulo com uma maior qualidade, aumentando assim, o número de vendas. A cidade é um grande pólo emissor e a nossa recepção está baseada no turismo de negócios, principalmente nos eventos, assim a prioridade do SPC&VB é a captação de eventos. Informou que toda a área de captação de eventos do SPC&VB está sendo reformulada, pois esse é o ponto forte da cidade, salientou não ser possível deixar de lado a área de visitors, com a possibilidade de desenvolver a captação de novos fluxos turísticos para São Paulo, complementando essa vocação. Sr. Pedro comentou que neste sentido estão sendo elaborados pela Mccan Ericson uma nova campanha que estará concentrada em: São Paulo no final de semana como pólo cultural, lembrando que em relação a outras grandes capitais ficar o final de semana em São Paulo é muito barato, pois tanto as companhias aéreas e a hotelaria fazem promoções neste período. Esta campanha será retomada, pois há algum tempo atrás ela já existia, mas muito tímida. De início esta campanha será vinculada em duas áreas teste, nos shoppings do interior de São Paulo, com material específico para esse tipo de propaganda e também na região centro oeste, que foi uma região avaliada de grande importância para São Paulo. Essa campanha também contará com a mídia eletrônica, que não será a principal, pois a principal mídia será as impressas dos veículos do interior do estado. Sr. Pedro informou que quando a

campanha estiver pronta trará para o Conselho todas as peças. Sr. Celso Marcondes abriu a palavra aos Conselheiros. Sr. Quental parabenizou a apresentação do Sr. Pedro e comunicou que é uma grande satisfação ter de volta ao Conselho os Srs. Pedro D' Alessio e Jorge Alves de Souza. Sr. Quental parabenizou o Sr. Celso pela sua presença em Lima, vendendo os 450 Anos de São Paulo. Sra. Vininha parabenizou a apresentação e deu as boas vindas aos novos Conselheiros, colocando a ABRAJET à disposição para o que for necessário. Sr. Celso saldou a iniciativa do SPC&VB, pois agora teremos uma política agressiva de captação de turistas e ressaltou que o foco tem que ser o Estado de São Paulo. Comentou que o Carnaval deste ano comprovou essa tendência, pois tivemos um aumento de 14%, onde a maioria destes turistas é do Estado de São Paulo, assim temos que desenvolver uma campanha forte, pois a cidade tem condições de reter as pessoas que vêm para o turismo de negócios e também de atrair outros turistas para passar um final de semana na cidade. Sr. Celso solicitou que a Anhembi pudesse participar do processo de criação, pois foi desenvolvida uma campanha dentro da Prefeitura, para captar turistas para a cidade, que deveria ter saído em Janeiro, onde seria criado um mês de ofertas. Infelizmente essa campanha não saiu, mas tinha como objetivo atrair turistas para a cidade, visando as grandes ofertas que seriam criadas pelos restaurantes, hotéis, casas de shows, entre outros estabelecimentos. Sr. Celso comentou que o plano de mídia foi cotado em R\$ 5 milhões e a campanha seria feita em *outdoors*, jornais, revistas, rádio e televisão, ela está pronta, mas não se conseguiu patrocínio para a realização. Sr. Celso informou que a cidade não necessita turisticamente de grandes obras e sim, de mais facilidades ao turista, como melhor sinalização, ampliação das centrais de Informação Turística, mais folhetos, uma série de iniciativas do ponto de vista organizativo. Ressaltou que a cidade não precisa de mais restaurantes ou casas de shows, temos a oferta, só não está organizada de modo que as pessoas sintam vontade de usufruir, tendo informações adequadas para se servir desta oferta, por isso a iniciativa do SPC&VB é muito importante e a Anhembi dará toda a ajuda necessária. Existem duas questões muito importantes neste processo, que é a adequação do calendário de turismo de negócios da cidade, pois a exemplo da Argentina, poderíamos marcar todos os eventos realizados na cidade, utilizando o Sábado, fazendo com que os visitantes passem o final de semana na cidade, lembrando que a cidade de São Paulo tem um calendário de eventos farto e, que a maioria tem seu encerramento na quinta feira. O outro ponto seria a integração dos grandes eventos com um calendário cultural que retenha o turista na cidade e que traga a família, como poderia ser o caso da Fórmula 1, aonde a pessoa além de assistir a corrida, que trouxesse a família para ir a uma peça de teatro ou ver uma exposição esportiva. Comentou que esse ano, tudo indica que conseguiremos cruzar a Fórmula 1 com o Salão do Automóvel, o que já é muito bom para a cidade. Sr. Celso concluiu que ao longo deste ano teremos muito trabalho organizacional para criarmos uma oferta cultural e de entretenimento entorno dos grandes eventos e feiras para que o visitante fique mais tempo na cidade. Sr. Pedro comentou que o SPC&VB irá integrar esse trabalho junto ao do Anhembi, tanto na parte de criação, como na execução, pois a Anhembi não é apenas um órgão gestor da política municipal de turismo e sim, um parceiro principal. Sr. Oswaldo agradeceu o Sr. Pedro pela apresentação e por todo o apoio já recebido e colocou o Conselho de Câmaras à disposição. Informou que o Conselho está fechando um evento em homenagem aos 450 Anos de São Paulo e, assim que estiver formatado trará ao Conselho. Sr. Jarbas Favorretto comentou que a AMITUR tem uma grande experiência na divulgação de São Paulo pelo interior do Estado, segundo pólo emissor de turismo, assim o interior tem um grande potencial que não é lembrada em nenhuma campanha, por isso é muito importante que este tipo de campanha seja divulgada nos jornais e revistas regionais e locais. Sr. Pedro informou que todos os jornais e revistas locais farão parte dessa campanha. Sra. Lygia Martinelli

sugeriu que essa campanha também se entenda aos passageiros dos navios que aportam no Porto de Santos, pois os passageiros desembarcam e vão direto para o aeroporto. Sr. Faustino divulgou que, no ultimo final de semana, foi realizada a 2ª Convenção da Associação Brasileira de Locadoras de Automóveis, em Campos de Jordão, onde tiveram um painel histórico e os Srs. Otávio - da ABAV e Luis Carlos Nunes - da ABIH, estavam, justamente, em busca de soluções para a integração do aluguel de automóveis com o trade turístico, onde o principal objetivo é fazer a extensão do turismo de negócio para os finais de semana. A ABLA, ABAV e ABIH firmaram um acordo que estará na imprensa nos próximos dias a respeito deste tema. Informou que em 2003 tivemos uma queda 2% na locação de turismo de negócios e 4% de acréscimo no turismo de lazer, o que mostra que o turismo de lazer vem crescendo e temos que investir neste segmento, sem esquecer o turismo de negócios. Sr. Pedro perguntou se esses dados são de São Paulo. Sr. Faustino comentou que esses dados são do Brasil, mas se considerarmos que São Paulo corresponde a 60% de todas as locações de veículos no Brasil esses dados são significativos. Comunicou que na última 4ª feira foi lançado o Anuário da ABLA, onde temos todos os números do setor por regiões. Sr. Carlos Gusmão comentou que está se perdendo um mercado muito bom que são os navios e sugeriu que essa campanha fosse feita em torno da cidade, mas em um raio de 100 Km da capital, lembrando dos turistas que vêm para a cidade de ônibus, para passar o final de semana, aproveitando a oferta da cidade. Sr. Lúcio Soares colocou que já que o SPC&VB está fazendo essa campanha não pode se esquecer do turismo rodoviário, pois as pessoas que vêm do interior para a cidade não utilizam avião. Sr. Souza comentou que foi indicado para fazer parte do COMTUR assim que a UBRAFE sofreu algumas mudanças e comentou que tem uma cumplicidade muito grande com o setor, desenvolvendo diversos trabalhos ao longo dos anos. Ressaltou que o setor de eventos e feiras sente a dificuldade do receptivo para os turistas que chegam à cidade, no que diz respeito às feiras, conseguiram amenizar esse problema em tempo real, mas nos outros setores não tiveram muitos avanços. Informou que, recentemente, foi realizado um trabalho de visita em diversos pontos do Brasil e detectaram que os pequenos lojistas têm medo de vir a São Paulo, pois tudo é muito grande, trabalharam isso com a ajuda da Gestão de Relações Públicas da UBRAFE, que conseguiu convencer diversos lojistas de que é fácil vir para São Paulo e que existem ônibus ligando os hotéis com as feiras, além de outras facilidades. Assim, esse trabalho do SPC&VB é muito importante, mas, não podemos nos esquecer do receptivo, pois se o visitante for mal recebido na cidade, ele não retornará. Sr. Pedro comentou que justamente por esse motivo é que foram unidos nesta campanha todos os operadores e, principalmente, as agências de receptivo. Sra. Vininha solicitou que nesta mídia, o rádio não fosse esquecido, pois é um poderoso instrumento de divulgação. Sr. Pedro comunicou que o rádio não foi esquecido. Sr. Domingos Chiappetta cumprimentou os novos Conselheiros. Acredita que a campanha que estava prevista para janeiro poderá ser viável em outro mês, pois tudo o que está sendo dito nesta reunião se resume nesta campanha, o que falta apenas é um grande parceiro. Sr. Quental completou dizendo que o Sindicato tem uma integração com o SPC&VB há muitos anos, pois buscam o mesmo objetivo, vender a cidade de São Paulo, o que é muito complicado, pois diversas entidades trabalham de formas separadas, não há uma integração no setor, o que dificulta todo o processo. Informou que há algum tempo realizaram um trabalho chamado "Brasil de melhores dias", com o objetivo de tentar resolver o problema da baixa sazonalidade, todas as entidades que participaram acharam a idéia muito boa, mas não houve comprometimento. Finalizou colocando a Confederação Nacional do Turismo à disposição. Sr. Celso comentou que acredita que essa campanha não é uma campanha de mídia e sim, estará trazendo mais turistas para a cidade. As intervenções da Sra. Lygia e do Sr. Carlos Gusmão mostram que essas pessoas não serão atingidas somente

pelo rádio ou pela televisão, mas também por promotores que estarão presentes nos locais de chegada, entregando folhetos sobre São Paulo ou fazendo um tipo de promoção, assim essa campanha é composta por uma série de ações integradas que utiliza a mídia, ações de promoção, marketing, importantes para atrair mais turistas para a cidade. Sr. Pedro concordou com o Sr. Celso e informou que nesta campanha está prevista uma linha de ação promocional nos shoppings centers do interior, aos sábados e com certeza não irão deixar de aprimorar o receptivo da cidade. Sra. Lygia comentou que esse trabalho deveria ser realizado junto às companhias de turismo estrangeiras, pois os passageiros dos navios já vêm com o pacote pronto, não sobrando tempo para ficar em São Paulo. Sra. Denise esclareceu que a Anhembi entrou em contato com o Bureau de Santos sobre esse assunto e a informação que se obteve foi que os passageiros já vêm com seus *vouchers* prontos e não tem tempo de ficar na cidade, assim o trabalho terá que ser feito com os agentes de viagens. Sr. Pedro informou que o principal foco é nas agências de viagens e operadores, segurando o turista por um período maior na cidade. Sr. Pedro comunicou a todos que há poucos dias foi criado o Fórum Paulista dos Conventions Bureaux, que conta com 10 Bureaux e tem como mote facilitar o trabalho de todos. Sra. Valéria se colocou à disposição para ajudar no que for necessário, pois já trabalhou em todas as fases de um receptivo. Sr. Reinales parabenizou o Sr. Pedro por ter assumido a Diretoria Operacional do SPC&VB e em nome da hotelaria de São Paulo solicitou que fosse feito um trabalho para a melhoria da imagem da cidade, pois a cidade é vendida pelos jornais e revistas como uma cidade muito violenta e se essa imagem não for desfeita, dificilmente essa campanha terá bons resultados. Sr. Pedro informou que essa questão da imagem é muito importante e para isso o SPC&VB iniciou um trabalho tanto internamente, como externamente para melhorar a imagem de São Paulo, pois não adianta a imagem de São Paulo ser boa fora da cidade, se os próprios paulistanos não tem uma relação boa com a cidade. Enfatizou que junto a esse trabalho será realizado um Seminário que se chamará "O Turismo e a Mídia construindo a imagem de São Paulo", onde irão reunir todo o trade e a imprensa em geral. Sr. Oswaldo comentou que um bom exemplo disso são os Espanhóis que mesmo depois do atentado do dia 11 eles não ficaram nas suas casas, saíram às ruas, pois eles têm uma conscientização cultural e educativa que os levam a tomar esse tipo de atitude, ajudando assim a melhorar a imagem de seu país. Sra. Denise chamou o Sr. Julio César, Assessor Especial da Presidência e responsável pela coordenação geral do Carnaval, para fazer parte da mesa e apresentar o balanço geral do Carnaval. Sr. Julio César comentou que irá responder pontualmente todas as questões que o Conselho tiver e iniciou sua apresentação dizendo que o Carnaval de São Paulo é o maior evento que ocorre na cidade, é um evento da Prefeitura do Município de São Paulo instituído por uma Lei de 1980, que não se restringe apenas ao Sambódromo, mas abrange toda a cidade com ações culturais. A contratação das empresas e entidades que auxiliam no Carnaval é feita durante toda ano, pois a produção deste evento é realizada meses antes do Carnaval. Sr. Júlio informou que as parcerias são feitas através de chamamento empresarial, abrindo ao mercado para todas as empresas que desejam participar. Neste ano contamos com a parceria de empresas que montaram camarotes e realizaram as suas propagandas. Com empresas que fizeram permutas para a montagem de setores e estrutura base para o Carnaval nos bairros. Para o Anhembi é importante que a imagem dessas empresas tragam benefícios para o Carnaval chamando a atenção do público e fazendo com que eles comparecem e prestigiem o evento. Sr. Júlio comentou que nunca o Carnaval teve um programa de venda de espaço e merchandising, este ano foi criado um plano de venda, onde conseguimos a quantia de R\$ 880 mil, entre permuta e parceria. Todas essas parcerias, pela Anhembi ser uma empresa de economia mista, são feitas através publicações públicas e de chamamento empresarial, não necessitando da realização de

licitação. A transmissão do Carnaval de São Paulo é feita pela Rede Globo, o que fez o Carnaval crescer muito, pois leva a cidade para 67 países com um IBOPE maior que o Carnaval do Rio de Janeiro. Ressaltou que, ainda, precisamos fazer com que, além de divulgar o evento a Rede Globo, divulgue também a cidade de São Paulo. Informou que esse contrato é feito entre a Liga das Escolas de Samba e a Globo, ficando difícil o acesso a esse contrato. Sr. Júlio ressaltou que a Rede Globo paga para a Liga das escolas de Samba o direito de arena e o Anhembi não participa desta transação. O credenciamento é de responsabilidade da Anhembi, mas todo o pessoal de serviço, tanto da montagem ou da execução, bem como imprensa e todo o credenciamento da Liga das Escolas de Samba, pessoas que ficam na pista que durante o desfile, não pertence ao Anhembi. Informou que para que as escolas não sejam prejudicadas no seu desfile, as únicas pessoas que tem acesso à pista são as da Coordenação de Carnaval. Sr. Júlio informou que a carga de ingresso foi passada como forma de remuneração à Liga das Escolas de Samba, com a obrigação de repassar a Anhembi 5%, para que pudéssemos fazer uma distribuição entre as entidades, Prefeitura, funcionários da Anhembi, entre outros. Ressaltou que, desde o ano passado, ficou entendido que era importante para o crescimento do Carnaval, que neste ano fossem convidados parceiros de maior peso, como empresários paulistas, artistas, formadores de opinião e jornalistas, para mudarmos a imagem do Carnaval de São Paulo, fazendo assim, com que mais empresas tenham o interesse de ligar a sua marca ao Carnaval. Lutamos para que cada vez mais os cofres públicos não tenham que sofrer nenhuma retirada para o Carnaval e sim que as empresas parceiras arquem com esse gasto. O Camarote da Prefeita, nos anos anteriores, era um camarote sem expressão, já este ano tivemos muita mídia e um grande sucesso. Sra. Denise agradeceu a explanação do Sr. Júlio e passou a palavra ao Sr. Quental. Sr. Quental parabenizou a apresentação e comentou que esse processo todos já tinham conhecimento, parabenizou também todo o trabalho realizado neste Carnaval. Sr. Carlos Gusmão parabenizou a administração da Anhembi pela realização do Carnaval e comentou sobre a Lei, onde a Prefeitura contrata a Anhembi para que essa realize o Carnaval, por isso questionou qual foi a participação da Anhembi neste Carnaval, qual é a contribuição da Liga para o FUTUR e Anhembi, qual o conceito de escolha dos compradores de espaço dentro do Sambódromo, qual é o conceito de escolha dos convidados para o camarote da Prefeita e qual é o valor real que a Anhembi recebeu pelo Carnaval. Sr. Júlio informou que a Rede Globo pagou o contrato que ela tem com a Liga, assim esse contrato não é renda para a Anhembi. A Prefeitura cedeu para o Carnaval R\$ 18,3 milhões, onde a Anhembi não tem participação, pois o Carnaval não é um evento para gerar lucro e na lei que cria o Carnaval, não há nada que obrigue repassar uma parte deste dinheiro para o FUTUR, até porque o Carnaval é um evento institucional. Informou que todos os contratos, reformas e ações são realizados com a participação da Anhembi e depois de realizado o evento, a Anhembi presta contas ao Tribunal de Contas do Município. Sr. Armando comentou que a verba do Carnaval vem sendo estudada há dois anos e, na verdade, como o processo é realizado hoje, não cabe ao FUTUR receber nenhuma parte desta verba, pois a Anhembi apenas repassa a verba. Ressaltou que precisamos nos preparar para que no futuro o FUTUR receba parte dos patrocínios deste evento. Sr. Carlos Gusmão perguntou quem é o responsável pelo pagamento da luz e água utilizada no evento. Sr. Júlio informou que isso é de responsabilidade da Liga das Escolas de Samba, fazendo parte do contrato com a Anhembi. Sr. Celso agradeceu as palavras do Sr. Carlos Gusmão quando parabenizou a realização do Carnaval, pois esse evento vem crescendo a cada ano com maior técnica, qualidade, divulgação da cidade, atraindo mais turistas para São Paulo, além do público presente e por isso temos que comemorar. Lembrou que, da mesma maneira que a Fórmula 1, os cofres públicos dispensam uma verba para a realização do Carnaval, que neste ano ficou em torno de

R\$ 18,7 milhões, a mesma de 4 anos atrás, a Fórmula 1 recebe entre R\$ 21 e 25 milhões, esses dois eventos merecem investimentos do poder público, pois são eventos de grande interesse para a cidade gerando receitas, empregos e aumentando o número de turistas na cidade, além de melhorar a imagem da cidade e movimentar o comércio. Informou que a verba destinada ao Carnaval vem da Prefeitura para a Anhembi para a realização de todos os melhoramentos necessários no Pólo Cultural e o restante é dividido entre as 5 entidades Carnavalescas. A Rede Globo tem um contrato com a Liga das Escolas de Samba há alguns anos, assim como a DIMEP comprou da Liga o direito da bilheteria. Sr. Celso ressaltou que a receita da LIGA é composta por verba pública, contrato com a Rede Globo, venda dos ingressos e por atividades específicas realizadas por eles e esse dinheiro é gasto na realização dos desfiles. Sr. Celso enfatizou que é importante lembrar que com a força que o Carnaval de São Paulo está ganhando, será possível colocar menos verbas públicas e mais verba privada para suprir essa necessidade, assim como foi as comemorações dos 450 Anos, onde os eventos realizados somaram um gasto de R\$ 40 milhões e apenas R\$ 2 milhões vieram dos cofres públicos. Sr. Celso comentou que o Carnaval não se realiza sem o aporte financeiro da Prefeitura, que não ganha dinheiro com esse evento, assim como a Anhembi, o COMTUR e FUTUR também não. O que estamos tentando fazer são acordos e parcerias para diminuir os custos da Prefeitura, este ano o Camarote da Prefeitura foi todo patrocinado pela Vivo, Brahma, Gráfica Takano, Zoomp e Ambev, neste ano houve um público selecionado e, para os próximos anos, a intenção é diminuir o tamanho do camarote da Prefeitura para podermos locar o espaço. Sr. Carlos Gusmão comentou que para o próximo ano seria interessante que os Conselheiros pudessem fazer parte deste camarote sem ter que implorar por convite. Sr. Celso respondeu que os Conselheiros sempre tiveram seus ingressos reservados, mas como todos sabem não podemos disponibilizar um grande número de convites por Conselheiro. Sra. Vininha comentou que a negociação com a Rede Globo é difícil, mas temos que lembrar que graças a eles é que o Carnaval de São Paulo cresceu tanto e em poucos anos e parabenizou todo o esforço da Anhembi para tornar esse evento cada vez melhor. Sr. Lúcio Soares comentou que acompanha o Carnaval de São Paulo desde que ele era realizado na Avenida São João e sempre trabalha para melhorar esse evento, assim trouxe para esta reunião representantes da Operadora Manchester que gostaria de vender o Carnaval de São Paulo, como produto turístico, passou a palavra para o Sr. Ricardo. Sr. Ricardo, representante da Manchester, comentou que há algum tempo opera alguns destinos que trabalham com o produto Carnaval e a princípio a cidade de São Paulo exporta público para esses destinos, mas a Manchester pretende trabalhar com o Carnaval de São Paulo, principalmente no interior do estado. Percebeu que, para as operadoras, o Carnaval Paulistano é um mistério, pois não possui informações suficientes para poderem produzir um bom pacote, para isso estão trabalhando e gostarão de contar com o apoio deste Conselho. Sra. Denise esclareceu que foi feito um trabalho com diversas operadoras e neste ano contamos com treze delas trabalhando com o Carnaval e com a Cidade de São Paulo. Sra. Denise convidou a Manchester a fazer parte deste grupo e lembrou que, neste ano, o setor 7 foi disponibilizado para os turistas e essas operadoras tiveram um local próximo ao setor para estacionarem seus veículos, onde tínhamos recepcionistas de turismo, oferecendo o kit da cidade. Sr. Ricardo agradeceu o convite. Sr. Jarbas Favorretto sugeriu que a ordem das reuniões fosse alterada para que os Srs. Conselheiros pudessem falar antes das apresentações. Solicitou que o Conselho enviasse um ofício para a Prefeitura para derrubar o Obelisco, pois a sua estrutura está abalada e o monumento é administrado pela Associação dos Combatentes de 32, que não possuem verba para reforma, assim fizeram um contrato com a Operadora Claro para a reforma e em troca eles estaria estampando sua marca nos tapumes, mas os herdeiros estão pedindo para a Claro R\$ 96 milhões de comissão, assim a Claro parou

as obras e, dificilmente, irá finalizar. Comentou que a Prefeitura de Volta Redonda entregou essa semana um belíssimo e moderno estádio, onde a Prefeitura gastou R\$ 16 milhões para fazer toda a obra. Sr. Quental comunicou que este ano o CIHAT não será realizado no Anhembi por falta de espaço, assim estaremos realizando o 17º CIHAT, de 14 a 17 de Junho, das 10h00 às 13h00, no Pátio do Collégio. Anunciou que o Sindicato completa 70 anos este ano e em comemoração estará sendo realizado um Festival Internacional de Gastronomia, com a participação de 40 chefes de cozinha de todo o mundo, além de dois seminários, um em agosto com a participação de 10 universidades da América e Europa e um segundo em novembro, onde será discutido "A Integração da América do Sul como Conceito Turístico". Sr. Armando comunicou que na última reunião foi apresentado e aprovado o planejamento das ações que serão efetuadas este ano pelo PLATUM, foi solicitado às entidades que se manifestassem, solicitando um aporte de verba da Prefeitura, mas infelizmente só recebemos 6 cartas, o que é muito pouco para uma ação efetiva. Solicitou novamente o apoio as entidades, solicitando que as mesmas enviem o ofício para que possa realizar um pleito para a Prefeitura. Sra. Denise comentou que os ofícios recebidos foram das entidades: UBRAFE, SINDIPROM, SPC&VB, ABBTUR, ABLA, AMITUR e Câmara de Comércio. Sr. Quental comentou que encaminhará os ofícios das 5 entidades que representa. Sra. Denise sugeriu que no caso do Obelisco fosse realizado um levantamento se a Prefeitura poderá ou não intervir neste caso, pois pelo que conhecemos é uma entidade que cuida deste monumento com uma ligação direta com o Governo do Estado. Sr. Armando lembrou que a Comissão dos Festejos do 4º Centenário foi uma entidade criada pelo governador Sr. Luca Nogueira Graces e houve uma integração entre recursos do Estado e da Prefeitura para a construção do Parque do Ibirapuera e o Obelisco, assim não se sabe quem é o verdadeiro responsável por essa obra e desta forma se torna importante levantarmos as reais possibilidades de intervenção e para que a solicitação deste Conselho na solução deste problema não seja em vão. Sra. Vininha apoiou essa ação, pois o Obelisco é um marco da cidade. Sr. Faustino ressaltou que sempre se fala muito em divulgar a cidade de São Paulo, assim a ABLA publicou em sua revista um anúncio do SPC&VB. Ressaltou que essa publicação é nacional e o Bureau de São Paulo é o único associado da ABLA. Sr. Carlos Gusmão perguntou se a verba de estacionamento no período da realização do Carnaval fica para a Liga das escolas de Samba ou para a Anhembi. Sr. Júlio César respondeu que essa arrecadação é da Anhembi. Sra. Denise lembrou que há uma distinção entre a Anhembi empresa e o Órgão Oficial de Turismo de São Paulo, assim não é toda renda que entra que faz parte do Órgão Oficial. Sr. Carlos Gusmão perguntou se não tem como reverter uma verba para o FUTUR, sendo que está se locando uma área pública. Sra. Denise respondeu que o Anhembi não é uma área pública, pois a empresa é de economia mista e toda a verba do estacionamento, independentemente do evento, é parte do caixa da Anhembi. Sr. Roque comunicou que o monumento as Bandeiras, assim como o Obelisco, é administrado por uma fundação que cobra uma taxa dos turistas para tirarem fotos ou filmarem o local. Sra. Denise passou a palavra ao Presidente. Sr. Celso convidou todos os Srs. Conselheiros para participarem da apresentação da Orquestra Jovem no Mercado Comum Europeu. Informou que no dia 24 de abril será realizado no Anhembi o "Skol Beats". Sr. Celso comunicou que durante o mês de maio será realizado no Sambódromo uma grande festa dos 450 Anos, fazendo uma homenagem ao povo nordestino que construiu a cidade, com shows, quermesse, 180 barracas de comidas e lazer, entre outras atrações. Em junho serão realizados 3 eventos internacionais, sendo eles: 1- XI Conferência da UNCTAD, congresso da ONU que discute o comércio exterior, a cada 4 anos se realiza em um país diferente e que a pela primeira vez vem para a América do Sul, este evento contará com a participação de representantes de diversos países e 3.000 jornalistas internacionais que publicarão a cidade de São Paulo em diversos jornais e revistas do mundo; 2- LACIME, Feira Latina Americana, de grande

importância relacionada à área de turismo e 3- Fórum Cultural Mundial que utilizará todo o espaço do Anhembi durante uma semana. Sr. Celso comentou que estes eventos são de extrema importância para a Cidade de São Paulo, pois a cidade estará no foco da mídia durante todo esse período. Sr. Celso anunciou que a partir de 22 de maio começaremos a realizar passeios ciclísticos noturnos dentro da cidade, que poderão se tornar eventos permanentes, esse evento é uma iniciativa da Prefeitura, através da Secretaria Municipal de Esportes, da Anhembi, CET, Guarda Civil Metropolitana, juntamente com a Associação Viva o Centro, Federações de Ciclimos e os Clubes de Bikers. A idéia é criar uma nova oferta de turismo para a cidade, o passeio será sempre aos sábados, com saída do centro da cidade, às 21h00 e com um percurso de cerca de 8 Km pelo centro da Cidade, ressaltando toda a modificação que está sendo realizada. Sra. Denise colocou em aprovação a inclusão da Associação dos Correspondentes Estrangeiros como convidado especial deste Conselho. Essa Associação congrega 125 jornalistas internacionais focados na América Latina e Europa. Em nada havendo a ser declarado, a proposta de inclusão da Associação dos Correspondentes Estrangeiros, como convidado especial deste Conselho, foi aprovada. Sra. Denise comentou que este Conselho recebeu um convite do Sr. César Nascimento, gestor do Mercado Municipal, para que a próxima reunião do COMTUR seja realizada no Mercado Municipal. Sra. Denise convidou todos os presentes para participarem da visita técnica nas dependências do Anhembi. Sr. Celso Marcondes finalizou a reunião às 12h20. Para constar, eu, Talita Lucchesi Caminha, lavrei a presente ata, que, se aprovada, será assinada pelos Membros do Conselho.

São Paulo, 20 de Abril de 2004.

Secretária	Talita Lucchesi Caminha	_____
Presidente	Celso Marcondes(Anhembi)	_____
Vice-Presidente	Jorge Alves de Souza (UBRAFE)	_____
Sec. Executiva	Denise Battistini (Anhembi)	_____
ABBTUR	Marlene Matias	_____
ABLA	Carlos Faustino	_____
ABEOC	Sérgio Luiz Bicca	_____
ABIH	Antonio Reinales	_____
ABRAJET	Vininha de Moraes	_____
ABRACCEF	Ana Luiza Diniz Cintra	_____
CET	Luis Antonio Seraphim	_____
CET	Celso Buendia	_____
DSV	Reinaldo Peres Rodrigues	_____
EMURB	Marta M. Lagreca Sales	_____
SCTDET/SP	Sonia Maria Belardinucci	_____
SF	Maria Tereza de Oliveira	_____
SEME	Antonio M ^a do Carmo Rangel	_____
SEMPA	José Magalhães Jr.	_____
SEMPA	Rubens Chammas	_____
SINDEGTUR	Lygia Kun Martinelli	_____
SINDEGTUR	Carlos Alberto Gusmão	_____
SINHORES	Sérgio Martins Machado	_____
SINHORES	Domingos Chiappetta	_____
SINDIPROM	Armando A. P. C. Mello	_____
SPC&VB	Pedro D´Alessio	_____

ABRESI	Luiz Figueira de Quental	_____
ABRESI	Lúcio Soares Lúcio	_____
ABRESI/AMITUR	Jarbas Favoretto	_____
Câm. Comércio	Oswaldo A. C. Rovetto	_____
CMSP	Leandro Gimenez	_____
FHORESP	Domingos Chiappetta	_____
Guia de Turismo	José Roque da Silva	_____
Manchester	Ricardo do Nascimento	_____
Manchester	Selma Maria Santana	_____
Muss Consultoria	Valéria Mussalem	_____
Procentro	Regina Orsi	_____
SEMAB	César Nascimento	_____
SEMAB	Sérgio Luis Avancine	_____
SINDLOC	Ana Cristina Baracat	_____
S.R.B.	Sérgio Belleza	_____
TAM	Mauro Professori	_____
TAM	Laura C. Malz	_____