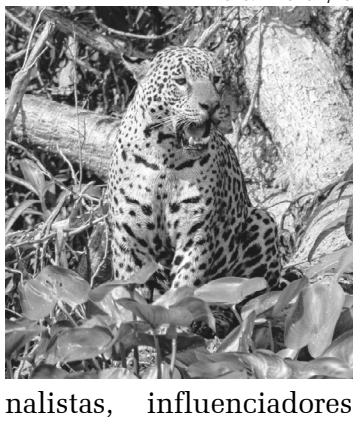
TURISMO

Conselho aprova campanha internacional para posicionar Pantanal como destino de safári

PROJETO com a National Geographic é o quarto pilar de uma estratégia integrada para atrair turistas estrangeiros ao bioma

DÉBORA SIQUEIRA /
ASSESSORIA - SEDEC

FOTO: DIVULGAÇÃO



O Conselho Estadual de Desenvolvimento do Turismo de Mato Grosso aprovou o investimento de US$ 150 mil, por meio do Fundo Estadual de Desenvolvimento do Turismo (Funtur), para a campanha internacional "Safari for the Senses", uma iniciativa conjunta entre os Governos de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, Embratur e a National Geographic. O objetivo é posicionar o Pantanal como um dos principais destinos de turismo de vida selvagem no mundo.

A campanha será veiculada em canais oficiais da National Geographic e faz parte de uma estratégia internacional composta por quatro pilares principais: a vinda de jornalistas, influenciadores internacionais e operadores de turismo estrangeiro para vivenciar o Pantanal; participação em feiras internacionais; a realização da Galeria Visit Brasil em Nova Iorque de 28 de outubro a 1º de novembro e, agora, a produção de conteúdo proprietário com a National Geographic, voltado para os sentidos — visão, audição, tato e experiência emocional no bioma pantaneiro.

Durante a reunião, o diretor de Marketing, Negócios e Sustentabilidade da Embratur, Bruno Reis, apresentou os detalhes do projeto e destacou que a campanha será voltada especialmente aos mercados dos Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, França e Austrália — onde o Brasil disputa espaço com destinos de safári africanos e países como Costa Rica, Peru e Indonésia, voltados ao ecoturismo.

"A África do Sul é nosso maior concorrente em produtos de safári, e o Pantanal tem potencial para competir com diferenciais únicos. Com a National Geographic produzindo conteúdo proprietário, vamos alcançar milhões de pessoas com uma campanha sensorial e estratégica, dentro de uma galeria exclusiva em Nova York", destacou Bruno.

Segundo ele, a iniciativa já está em andamento. Um fotógrafo e influenciador brasileiro radicado nos Estados Unidos, Filipe DeAndrade, está percorrendo o Pantanal registrando a experiência de forma imersiva. O conteúdo será divulgado em plataformas com alcance estimado de 10 milhões de impressões e inclui postagens no perfil global da @natgeo, com 280 milhões de seguidores no Instagram.

A secretária adjunta de Turismo, Maria Letícia Costa, destacou que a campanha representa um passo decisivo na consolidação do Estado como destino turístico global. "A aprovação desse projeto é um marco para o turismo de Mato Grosso. Estamos falando de uma ação estratégica, com alcance global, que vai posicionar o Pantanal como um dos principais destinos de vida selvagem do mundo. O conselho compreendeu a importância de investir na promoção qualificada, com parceiros que têm credibilidade internacional, como a Embratur e a National Geographic. Essa campanha faz parte de um plano estruturado, com pilares sólidos, que vão consolidar o Pantanal na rota do turismo internacional e gerar resultados reais para quem vive do turismo no Estado".

A ativação com a National Geographic também será uma das atrações da Galeria Visit Brasil, em Nova York, no final de outubro. Filipe DeAndrade, que participou da expedição, fará um talk show exclusivo, apresentando a experiência vivida no Pantanal para jornalistas, operadores e formadores de opinião do turismo internacional.