



A edição deste ano do WRC Vodafone Rally de Portugal, disputada em maio, nas regiões Norte e Centro, gerou um impacto recorde na Economia nacional: mais de 153,7 milhões de euros, um aumento de 12,5 milhões face à edição de 2019 (anterior à pandemia COVID-19). Estudo científico da Universidade do Algarve – CiTUR aponta receita fiscal direta para o Estado superior a 18 milhões de euros, detalhando o impacto de um "evento inigualável" no território nacional.

Além de ser um dos mais emblemáticos ralis do mundo, o Vodafone Rally de Portugal continua a potenciar a Economia nacional como nenhum outro evento. A prova do Campeonato do Mundo FIA de Ralis (WRC), que, de 19 a 22 de maio, atravessou 15 concelhos das regiões Norte e Centro do país, gerou um impacto económico de 153.794.685 euros (mais de 153,7 milhões de euros), um acréscimo de 12,5 milhões (8,9 %) relativamente à edição de 2019, que antecedeu o espoletar do contexto pandémico mundial. São conclusões do estudo elaborado pelo Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR) - Universidade do Algarve, que avalia anualmente o impacto económico do evento do Automóvel Club de Portugal.

A despesa direta gerada no rali, formada pelos gastos conjuntos de adeptos (residentes e visitantes), equipas e organização, ascendeu a 76 milhões de euros, mais 3,6 % do que em 2019. Deste valor, mais de 78 % (59,9 milhões de euros) foi gerado por adeptos não residentes, o que ilustra os fluxos turísticos de espectadores portugueses e estrangeiros originados pelo evento. Com efeitos na Balança Turística, mais de metade (54,4 %) da despesa direta teve origem em adeptos ou equipas não residentes em Portugal, cujos gastos em território nacional promovem receitas por incoming que, segundo o estudo, asseguram "a

realização de exportações no valor absoluto de 39.552.876 euros" (mais de 39,5 milhões de euros).

Cerca de 1 milhão de espetadores assistiu ao vivo à prova do ACP, e entre estes mais de 273 mil oriundos de países como Espanha, França, Reino Unido, Finlândia, Itália, Suécia, Irlanda, Alemanha, Polónia ou Estónia, entre outros. Em média, os turistas estrangeiros que visitaram o rali permaneceram quase três noites em Portugal (2,75 noites), com 86 % a mostrarem vontade de regressar ao país no Verão e 63 % no Inverno. Um indicador que, segundo o estudo da Universidade do Algarve, "deve ser tomado como exemplo no âmbito da promoção e animação em turismo em benefício das economias, populações e empresas".

Receita fiscal direta de 18 milhões

A receita fiscal sobre o consumo gerado no Vodafone Rally de Portugal superou os 18,2 milhões de euros, só entre IVA e ISP, permitindo ao Estado resgatar 24 % do impacto económico direto da prova. Para o impacto total também contribuem os valores económicos da projeção do evento e de Portugal através dos media, a qual estima o valor monetário das notícias (AVE) difundidas pelos media nacionais e internacionais, a qual totalizou 77.714.339 euros (quase 78 milhões de euros), entre canais de televisão, meios digitais, imprensa e rádio. O tempo total de transmissões televisivas da prova cresceu 18,7 % face ao ano passado, colocando o Vodafone Rally de Portugal como um dos três eventos com maior cobertura televisiva do Campeonato do Mundo FIA (WRC).

No mercado nacional, o valor mediático da prova em 2022 foi avaliado em 30.920.574 euros, um crescimento muito significativo de 26,1 % face ao ano passado (mais 6,4 milhões de euros). A este indicador não será alheia a existência, pela primeira vez, de três Super-especiais no Rally de Portugal, duas em percurso citadino, Coimbra e Porto, e Lousada.

Dinâmica de crescimento

Desde que regressou ao calendário do WRC, em 2007, ano em que começou a ser analisado de forma científica pela Universidade do Algarve, o Vodafone Rally de Portugal já registou 1.563,9 milhões de euros de retorno económico para o país, numa perspetiva agregada. "Tal permite concluir que, no conjunto dos impactos, o WRC Vodafone Rally de Portugal 2022 não

só retoma como faz crescer as dinâmicas económicas existentes nas edições pré-pandemia COVID-19. Esta perspetiva agregada do contributo do WRC Vodafone Rally de Portugal para a economia do turismo nacional é de todo assinalável e acredita-se que inigualável por nenhum outro evento desportivo e/ou turístico regularmente organizado em território nacional", conclui o estudo.