

TONS DO

BRASIL

TONES OF BRAZIL



BRAZILIAN LUXURY
TRAVEL ASSOCIATION

TONS DO
BRASIL

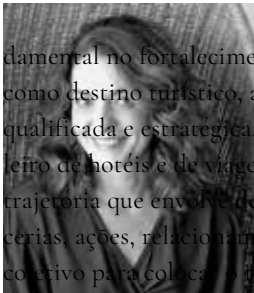
TONES OF BRAZIL

BRAZILIAN LUXURY TRAVEL ASSOCIATION

15 ANOS 15 YEARS



BRAZILIAN LUXURY
TRAVEL ASSOCIATION



Nesses 15 anos, a BLTA teve um papel fundamental no fortalecimento da imagem do país como destino turístico, apresentando, de forma qualificada e estratégica, um portfólio brasileiro de hotéis e de viagens de excelência. Uma trajetória que envolve desenvolvimento de parcerias, ações, relacionamento e muito trabalho coletivo para colocar o turismo do país em um patamar contínuo e saudável de crescimento e de competitividade global. Atingir esse posicionamento como destino de desejo exige um olhar atento e minucioso, estratégias criativas e muita dedicação. Assim, fomos inserindo nossa marca e imagem nas principais feiras de turismo de luxo, realizando eventos e roadshows em mercados prioritários e agregando, a cada ano, mais associados. Para nos destacar no mercado global, a todo momento exercemos nossa criatividade, promovemos diálogos e buscamos orientar e engajar outros players do segmento, assim como entidades do setor e órgãos públicos, e incentivá-los a acreditar e investir nesse importante nicho. Desmistificamos o luxo e fortalecemos em seu conceito a excelência da hospitalidade, as experiências transformadoras, a inclusão, a valorização e a qualificação das pessoas para um modelo de alto padrão para o turismo brasileiro. Somando experiências, a união das nossas marcas é essencial para criarmos, juntos, uma referência que inspira, impulsiona e regenera toda a cadeia produtiva do turismo, agregando novos produtos e mais destinos brasileiros a um modelo de gestão associativa e sustentável para a promoção do país. Afinal, na BLTA sempre enxergamos o turismo como força geradora de renda, de preservação das florestas e de valorização das nossas maiores riquezas: a nossa gente, a nossa cultura e a nossa história. Isso sim é luxo!

Este livro comemora a construção de pontes e relacionamentos com o trade, com a imprensa e com os viajantes. Descubra nas próximas páginas os nossos associados e a diversidade de nosso Brasil autêntico.

Simone Scorsato
CEO da BLTA

In these 15 years, BLTA has played a key role in strengthening the image of the country as a tourist destination, presenting, in a qualified, strategic way, a Brazilian portfolio of excellent hotels and travels. A trajectory that involves the development of partnerships, actions, relationships and a lot of collective work to set the country's tourism on a course of continuous and healthy growth and global competitiveness. Achieving this position as a destination of desire requires a careful and meticulous perspective, creative strategies and plenty of dedication. As such, we went about inserting our brand and image at the major luxury tourism fairs, holding events and roadshows in priority markets and adding more associates each year. To stand out in the global market, at all times we exercise our creativity, promote dialogues and seek to guide and engage other players in the segment, as well as sector entities and public agencies, and encourage them to believe and invest in this important niche. We demystify luxury and strengthen in its concept the excellence of hospitality, transformative experiences, inclusion, appreciation and qualification of people for a model of high standards for Brazilian tourism. Combining experiences, the union of our brands is essential for us to create, together, a reference that inspires, promotes and regenerates the entire tourism production chain, including new products and more Brazilian destinations in a model of associative and sustainable management for the country's promotion. After all, at BLTA we always see tourism as a force that generates income, preserves forests and values our greatest riches: our people, our culture and our history. Now that's luxury! This book celebrates building bridges and relationships with the trade, with the press, and with travelers. Discover our associates and the diversity of our authentic Brazil in the following pages. Simone Scorsato, BLTA CEO



O livro que vem celebrar a história da BLTA, *Tons do Brasil*, apresenta um país autêntico, culturalmente diverso e de um turismo que tem como premissa essencial a sustentabilidade. Continuamente, trabalhamos para aumentar o engajamento dos nossos associados na conservação da natureza, fundamental para garantir a vida das futuras gerações e para que elas possam desfrutar das tantas belezas naturais de que nos

orgulhamos hoje. É essa potência que nos mantém como o país mais importante no que tange à biodiversidade do planeta. E, na minha opinião, ela é o maior luxo do Brasil. Nossa biodiversidade, bem trabalhada na divulgação e promoção, é também nossa maior vantagem em relação a outros destinos internacionais. Cada vez mais, o trabalho da BLTA é abrir caminhos para que os associados compartilhem experiências e aprendizados de suas iniciativas, conectando entidades como a CNC/Cetur, os governos de cada estado em que nos encontramos e o governo federal – representado pelos Ministérios do Turismo e do Meio Ambiente e pela Embratur – na construção de políticas comuns que integrem a conservação e preservação do meio ambiente ao turismo. Acredito que é trabalhando em conjunto que vamos desenvolver, de maneira saudável, não apenas um segmento, mas todo o setor de turismo, influenciando os demais relacionados. Quanto mais valorizarmos a nossa natureza, mais valiosa e desejada será a nossa marca Brasil.

Roberto Klabin
Presidente do conselho da BLTA

The book that celebrates the history of BLTA, *Tones of Brazil* presents an authentic, culturally diverse country and a tourism that has sustainability as its essential premise. We are working continuously to increase the engagement of our associates in the conservation of nature, fundamental to guaranteeing life for future generations and so that they can enjoy the many natural wonders that we are proud of today. It is this power that keeps us as the most important country on the planet in terms of biodiversity. And, in my opinion, it is Brazil's greatest luxury. Our biodiversity, well-crafted in dissemination and promotion, is also our greatest advantage in relation to other international destinations. Increasingly, BLTA's work is to open paths for members to share experiences and lessons from their initiatives, connecting agencies such as CNC/CETUR, the governments of each state in which we operate and the federal government – represented by the Ministries of Tourism and Environment and Embratur – in the construction of common policies that integrate the conservation and preservation of the environment with tourism. I believe that it is by working together that we will develop, in a healthy manner, not just one segment, but the entire tourism sector, influencing all other related sectors. The more we value our nature, the more valuable and desired our Brazil brand will be. Roberto Klabin, BLTA Chairman of the Board

16	TURISMO NO BRASIL	TOURISM IN BRAZIL
22	A HISTÓRIA DA BLTA	THE HISTORY OF BLTA
22	Nossas premissas para o turismo de luxo	Ourpremisesfor luxury tourism
23	BLTA 15 anos	BLTA 15 years
30	Xodó da BLTA	Xodó by BLTA
32	TONS DO BRASIL	TONES OF BRAZIL
34	VERDE DA NATUREZA	GREEN OF NATURE
54	Hotéis associados BLTA	BLTA associate hotels
78	AZUL DAS ÁGUAS	BLUE OF THE WATER
98	Hotéis associados BLTA	BLTA associate hotels
128	DOURADO DO SOL	GOLD OF THE SUN
148	Hotéis associados BLTA	BLTA associate hotels
168	BRANCO DA CRIAÇÃO	WHITE OF CREATION
186	Hotéis associados BLTA	BLTA associate hotels
212	ROTAS DA BRASILIDADE	ROUTES OF BRAZIL
218	Rota da biodiversidade	Routeof biodiversity
220	Rota das trilhas	Routeoftrailsand roads
222	Rota dos ventos	Route of the winds
224	Rota das ondas	Route of the waves
226	Rota do mergulho	Route of diving
228	Rota das artes	Route of the arts
230	Rota dos sabores	Route of flavors
232	Rota do bem-estar	Routeofwell-being
234	Rota Brasil em festa!	RouteofBrazil in celebration!
236	Rota Brasil para se apaixonar	Route to fall in love with Brazil
238	Operadoras/DMCs BLTA	BLTAtour operators



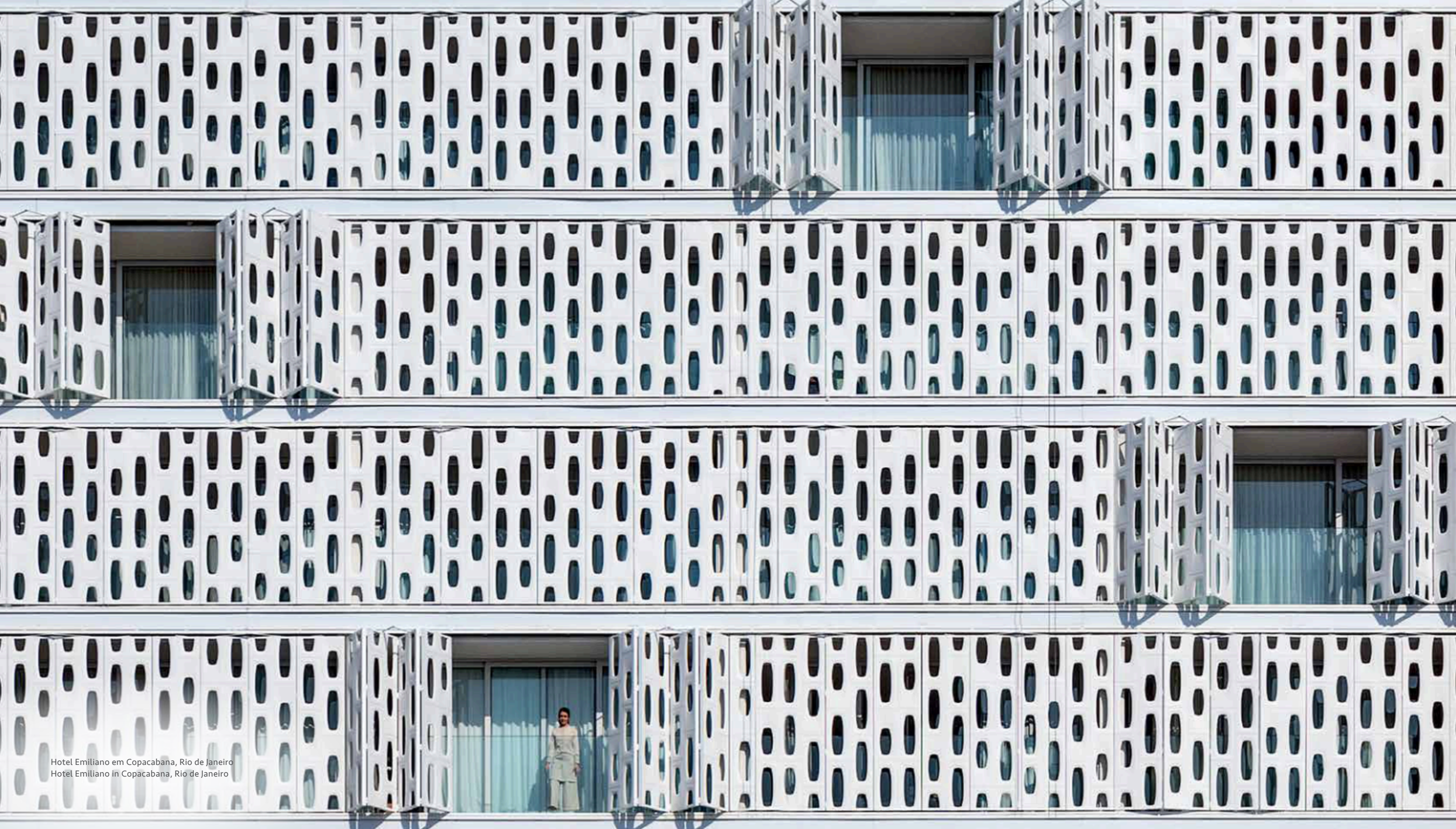
Amanhecer na Floresta Amazônica
Dawn in the Amazon Rainforest



Formação de piscinas naturais na Costa dos Corais, Alagoas
Formation of natural pools in Costa dos Corais, Alagoas



O espetacular pôr do sol nas dunas de Jericoacoara, Ceará
Spectacular sunset over the dunes of Jericoacoara, Ceará



Hotel Emiliano em Copacabana, Rio de Janeiro

Hotel Emiliano in Copacabana, Rio de Janeiro



Copacabana Palace, Rio de Janeiro, 1925
Copacabana Palace, Rio de Janeiro, 1925

TURISMO NO BRASIL

TOURISM INBRAZIL

Acesse o livro completo
Access the complete book



UMA HISTÓRIA DE RESISTÊNCIA E CONQUISTAS

A HISTORY OF RESISTANCE AND ACHIEVEMENTS

Criado com o objetivo de assessorar o setor e estudar os principais desafios para a atividade turística no Brasil, o Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur) da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) contribuiu com inúmeras conquistas por décadas, mantendo o protagonismo na coordenação de iniciativas empresariais, acadêmicas e sindicais. Uma história que merece ser compartilhada para inspirar os próximos capítulos do nosso turismo.

Created with the objective of advising the sector and studying the main challenges facing tourism in Brazil, the Business Council for Tourism and Hospitality (CETUR) of the National Confederation of Trade in Goods, Services and Tourism (CNC) has contributed with numerous achievements over the course of decades, maintaining its leading role in coordinating business, academic and union initiatives. A story that deserves to be shared to inspire the next chapters of Brazilian tourism.

“O potencial do turismo brasileiro é imenso. Poucos países têm a diversidade de culturas e paisagens que nós temos. Nesses anos, vemos com orgulho o papel que o Sistema CNC-Sesc-Senac, com suas federações e seus sindicatos, desempenhou na institucionalização do setor. Isso nos encoraja a seguir atuando para que o turismo do Brasil possa contar com um ambiente de desenvolvimento cada vez mais estimulante.”

“Brazilian tourism has immense potential. Few countries have the diversity of cultures and landscapes that we do. In these years, we look back with pride at the role that the CNC-Sesc-Senac System, with its federations and unions, has played in the institutionalization of the sector. This encourages us to continue working so that Brazil’s tourism can count on an increasingly stimulating environment of development.”

José Roberto Tadros
Presidente daConfederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)
President of the National Confederation of Trade in Goods, Services and Tourism (CNC)



1950



CNC CETUR / A HISTÓRIA DO TURISMO NO BRASIL
CNC CETUR / THE HISTORY OF TOURISM IN BRAZIL

FLOR E SUOR FLOWER AND SWEAT

O fim da Segunda Guerra Mundial acelera a aviação comercial e o turismo floresce. A Varig lança a linha Nova York/Rio de Janeiro/Buenos Aires. Nasce, em 1955, o Conselho de Turismo da Confederação Nacional do Comércio, e a entidade começa a trabalhar no primeiro plano diretor para o segmento. Em 1958 é criada a Comissão Brasileira de Turismo (Combratur), primeiro órgão do governo com a responsabilidade de coordenar as atividades destinadas ao desenvolvimento do setor.

The end of World War II accelerates commercial aviation and tourism flourishes. Varig introduces the New York/Rio de Janeiro/Buenos Aires line. In 1955, the Tourism Council of the National Confederation of Commerce is born, and the entity begins to work on the first master plan for the segment. In 1958, the Brazilian Tourism Commission (Combratur) was created, the first government agency with the responsibility of coordinating activities aimed at the sector's development.

1960

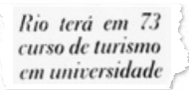


ASFALTO E CHUMBO ASPHALT AND LEAD

Com o modal rodoviário adotado, a classe média começa a pegar a estrada. Brasília, cidade planejada, com arquitetura de vanguarda, é inaugurada e ajuda a projetar o Brasil para o mundo. A CNC envia ao presidente um pedido de revisão do Plano de Desenvolvimento Econômico, que, então, passa a ter o turismo integrado às atividades de tratamento prioritário. Nasce a Embratur.

With the highway model adopted, the middle class begins to take to the road. Brasília, a planned city with avant-garde architecture, is inaugurated, helping to project Brazil to the world. The CNC sends the president a request to review the Economic Development Plan, which comes to include tourism among activities of priority treatment. Embratur is born.

1970



Jornal do Brasil
16 de julho de 1972
Jornal do Brasil
July 16, 1972

TIJOLO E GIZ BRICK AND CHALK

Sob as benesses do chamado milagre econômico, o governo passa a oferecer financiamentos generosos e a investir em infraestrutura para o Brasil se tornar um polo turístico. Redes nacionais hoteleiras expandem sua atuação e bandeiras internacionais chegam ao país. A Confederação estimula a formação profissional, o que origina o primeiro curso superior de turismo, da atual Universidade Anhembi-Morumbi, em São Paulo.

Under the benefits of the so-called economic miracle, the government begins to offer generous financing and to invest in infrastructure for Brazil to become a tourist hub. National hotel chains expand their operations and international flags arrive in the country. The Confederation encourages professional training, which leads to the first higher education course in tourism, at what is now Anhembi-Morumbi University in São Paulo.

1980

CONSTITUIÇÃO E ROLETA
CONSTITUTION AND ROULETTE



A nova Constituição Federal (1988) reconhece o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico. O país investe fortemente em publicidade, e Pelé torna-se Embaixador do Turismo Brasileiro. A primeira edição do Rock in Rio dá ao carioca o papel de bom anfitrião. O Conselho de Turismo da CNC insiste na reabertura dos cassinos proibidos no país. (Na década de 1920, os cassinos eram incorporados a hotéis e estâncias de luxo e recebiam artistas consagrados, como Edith Piaf e Carmen Miranda. Os “anos dourados” geraram uma relevante receita para o setor.)

The new Federal Constitution (1988) recognizes tourism as a factor of social and economic development. The nation invests heavily in advertising and Pelé becomes Ambassador of Brazilian Tourism. The first edition of Rock in Rio confers the role of good hosts upon the Cariocas. The CNC Tourism Council insists on reopening the country's formerly prohibited casinos. (In the 1920s, casinos were incorporated into luxury hotels and resorts and hosted established artists such as Edith Piaf and Carmen Miranda. The “golden years” generated major revenue for the sector.)

1990

ECOLOGIA E MUNICIPALIZAÇÃO
ECOLOGY AND MUNICIPALIZATION



As viagens se tornam mais acessíveis. A Organização Mundial do Turismo (OMT) passa a dimensionar os impactos que o vaivém de seres humanos pelo planeta causa na economia. A palavra ecologia salta dos dicionários e entra no nosso dia a dia. Na Rio92, conferência promovida pela ONU, brota o ecoturismo. A CNC elenca quatro pilares de uma política viável: 1. Turismo social 2. Formação profissional 3. Propaganda e conhecimento do mercado 4. Preservação ambiental e estímulo à educação ecológica. É lançado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

Travel becomes more accessible. The World Tourism Organization (UNWTO) starts to measure the impacts on the economy caused by the circulation of human beings around the planet. The word ecology jumps out of dictionaries and into our daily lives. At Rio92, a conference promoted by the UN, ecotourism emerges. The CNC lists four pillars of viable policy: 1. Social tourism 2. Professional training 3. Advertising and market knowledge 4. Environmental preservation and encouragement of ecological education. The National Program for the Municipalization of Tourism (PNMT) is launched.

2000

MINISTÉRIO E INTERNET MINISTRY AND THE INTERNET



Com o atentado ao World Trade Center, em NY, a atividade turística nunca mais é a mesma. Protocolos de segurança são rigorosamente adotados. Surge o euro, apresentando um continente potente. O turismo alça voo inédito no Brasil na esfera política, ganhando seu próprio ministério. Com a internet, discute-se a chegada do comércio eletrônico ao universo turístico. No Fórum Mundial de Turismo, em Salvador, a atividade é vista como instrumento para valorização da diversidade cultural e para o desenvolvimento econômico e social. O Brasil ganha marca e posicionamento que, finalmente, se descolam do tripé mulher-carnaval-futebol.

With the attack on the World Trade Center in NY, tourism changes forever. Strict security protocols are adopted. The euro is introduced, heralding the arrival of a powerful continent. Tourism in Brazil makes an unprecedented leap into the political sphere, getting its own ministry. With the internet, there is discussion of the arrival of e-commerce in the world of tourism. At the World Tourism Forum in Salvador, the activity is seen as an instrument for placing value on cultural diversity and for economic and social development. Brazil gains a brand and positioning that, finally, break away from the trifecta of women/carnaval/football.

CORONAVÍRUS E VAI TURISMO
CORONAVIRUS AND VAI TURISMO

A pandemia torna-se um marco na história global, especialmente para o turismo. Entidades e empresas se unem para exigir apoio do governo. Com o fechamento das fronteiras, o brasileiro decide descobrir o Brasil e o turismo de luxo ganha destaque, conquistando um novo público com a excelência de seus produtos e a segurança dos protocolos adotados. Apesar de ser um dos últimos segmentos a retomar as atividades, o setor reage de forma rápida, com um crescimento de 22% em 2021, e volta a gerar empregos. Passada a pandemia, aprendemos a importância da união de

toda a cadeia pelo reconhecimento do turismo como gerador de desenvolvimento e por sua inclusão em políticas públicas. Impulsionado por esse movimento, o Cetur/CNC lança o Programa Vai Turismo – uma agenda nacional do setor criada com base na união de propostas de todos os estados brasileiros e do Distrito Federal.

The pandemic is a milestone in global history, especially for tourism. Entities and companies come together to demand government support. With the closing of the borders, Brazilians decide to discover Brazil and luxury tourism gains prominence, winning over a new audience with the excellence of its products and the security of the protocols adopted. Despite being one of the last segments to resume activities, the sector reacts quickly, with a growth of 22% in 2021, and once again begins creating jobs. After the pandemic, we learned the importance of uniting the entire chain for the recognition of tourism as a generator of development and for its inclusion in public policies. Driven by this movement, Cetur/CNC launches the Vai Turismo Program – a national agenda for the sector based on the union of proposals from all of Brazil's states and the Federal District.

2020

2010

MACROTEMAS E MEGAEVENTOS
MACROTHEMES AND MEGA-EVENTS

O Brasil tem a oportunidade de sediar a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. O Cetur participa da conferência Rio+20. Em 2020, a BLTA torna-se membro do Conselho da CNC com o objetivo de trabalhar para potencializar um turismo de luxo no país que gere valor para as comunidades e preserve o meio ambiente natural.

Brazil has the opportunity to host the 2014 World Cup and the 2016 Olympic Games. Cetur participates in the Rio+20 conference. In 2020, BLTA becomes a member of the CNC Council with the objective of working to create a viable luxury tourism in the country that generates value for communities and preserves the natural environment.



Cerimônia de encerramento dos Jogos Olímpicos
Rio 2016, no Maracanã, Rio de Janeiro

Closing ceremony of the 2016 Rio Olympics at
Maracanã Stadium, Rio de Janeiro



NOSSAS PREMISSAS PARA O TURISMO DE LUXO

OUR PREMISES FOR LUXURY TOURISM

AUTENTICIDADE
A VERSÃO BRASILEIRA DO LUXO

A concepção de luxo varia a cada milha percorrida no mundo. Depende do que o viajante espera encontrar, da cultura do lugar e da maneira de ser de seus anfitriões. Excelência no serviço é o ponto de partida para receber os exigentes viajantes. Mas a experiência do luxo vai além. É se encantar com tradições, ritmos, danças, paisagens, sabores, formas e cores. É descobrir a história que faz a moda, a arquitetura, o design e a arte local. Luxo também é a possibilidade de realizar o inusitado, de se surpreender com o afeto e de se encontrar com o que é raro. Essencialmente, nosso turismo de luxo é o da diversidade, da conscientização, do respeito ao meio ambiente e do cuidado com as comunidades para que estejam cientes de seu papel como anfitriãs e agentes de transformação no espaço da hospitalidade e do turismo. Quando a satisfação e a alegria se expressam no sorriso da nossa gente, o Brasil domina, como nenhum outro destino no planeta, a arte de bem receber.

AUTHENTICITY
THE BRAZILIAN VERSION OF LUXURY

The concept of luxury varies with every mile traveled in the world. It depends on what the traveler expects to find, the culture of the place and their hosts' way of being. Excellence in service is the starting point for welcoming discerning travelers. But the luxury experience goes further. It is being enchanted by traditions, rhythms, dances, landscapes, flavors, shapes and colors. It is discovering the history that makes the fashion, architecture, design and local art. Luxury is also the possibility of doing the unusual, of being surprised by affection and of coming across something rare. Essentially, our luxury tourism is about diversity, awareness, respect for the environment and caring for communities so that they are aware of their role as hosts and agents of transformation in the space of hospitality and tourism. When satisfaction and joy are expressed in the smiles of our people, Brazil dominates, like no other destination on the planet, the art of hospitality.

CULTURAL DIVERSITY
THE RICH REPERTOIRE OF A SINGULAR EXPERIENCE

SUSTAINABILITY
A STRONG POTENTIAL FOR INCOME GENERATION



Membros do conselho diretor BLTA 2023. Da esquerda para a direita: Michael Castro (Diretor Comercial), Pedro Treacher (Diretor de Sustentabilidade), Carolina Napolitano (Diretora de Comunicação), Simone Scorsato (CEO) e Roberto Klabin (Presidente). Também fazem parte do conselho Manuela Losso (Diretora de Relações Institucionais) e Alex Da Riva (Diretor Financeiro)

Members of the BLTA board 2023. From left to right: Michael Castro (Commercial Director), Pedro Treacher (Sustainability Director), Carolina Napolitano (Communications Director), Simone Scorsato (CEO) and Roberto Klabin (President). Also included are Manuela Losso (Director of Institutional Relations) and Alex Da Riva (Director of Finance)

BLTA 15 ANOS

BLTA 15 YEARS

POR UM TURISMO AUTÊNTICO E
DE ALTO VALOR PARA O BRASIL
AUTHENTIC AND HIGH VALUE TOURISM
FOR BRAZIL

A BLTA – Brazilian Luxury Travel Association foi fundada no dia 1º de outubro de 2007. Naquele momento, o país vivia a estruturação do setor de turismo por meio do Plano Aquarela, lançado em 2005, com foco na promoção do Brasil por segmentos estratégicos em mercados prioritários. Foram criados grupos de trabalho para cada um desses segmentos, como o de turismo de luxo, envolvendo entidades do setor, órgãos governamentais e iniciativa privada.

BLTA – Brazilian Luxury Travel Association was founded October 1, 2007. At that time, the country was structuring the tourism sector through the Watercolor Plan, launched in 2005, focusing on the promotion of Brazil by strategic segments in priority markets. Working groups were created for each of these segments, such as luxury tourism, involving sector entities, government agencies and private initiative.

“Além de atender a uma necessidade técnica para ajudar na divulgação institucional – de forma correta – a um nicho de mercado tão específico, o nascimento da BLTA foi, sobretudo, o encontro de homens e mulheres apaixonados pelo Brasil e com belos valores em comum. A um punhado de guerreiros se juntaram grandes profissionais, empresários e executivos, acrescentando suas experiências para promover nossas riquezas naturais e culturais, com o melhor e mais autêntico da hospitalidade brasileira.”

“In addition to meeting a technical need to help in the correct institutional promotion of such a specific market niche, the birth of BLTA was, above all, the union of men and women who passionate about Brazil and who share beautiful common values. A handful of warriors is joined by great professionals, entrepreneurs and executives, adding their experiences to promote our natural and cultural riches, with the best and most authentic in Brazilian hospitality.”



Franck P. H. Vallois
Cofundador e 1º presidente da BLTA | 2008-2009
Co-founder and 1st president of BLTA | 2008-2009

Com o objetivo de divulgar nossos hotéis e operadoras, **os primeiros associados se uniram**: Fasano, Txai, Unique, Emiliano, Ponta dos Ganchos, Pousada Maravilha e as DMCs Comptoir e Matueté. Assim nasceu a BLTA, com a missão de atender a necessidade de **trabalhar de forma estratégica** a promoção do segmento, já extremamente relevante em outros destinos do mundo, onde se compreendia a força do mercado de luxo para impulsionar o turismo, gerar receita e criar tendências.

Para colocar o país no mapa dos destinos de desejo, em 2010 a associação firma o **termo de cooperação com a Embratur** e ganha espaço em Paris para apresentar os produtos de alto padrão do Brasil para o mercado europeu. Na sequência, a BLTA estreia sua participação na Feira de Turismo da ILTM, em Cannes.

Diante de megaeventos sediados pelo Brasil como a Copa do Mundo de 2014 e a Olimpíada de 2016, a associação impulsiona sua presença no mercado internacional em conjunto com a Embratur.

24



In order to promote our hotels and tour operators, the first associates united: Fasano, Txai, Unique, Emiliano, Ponta dos Ganchos, Pousada Maravilha and the DMCs Comptoir and Matueté. Thus, BLTA was born with the mission of meeting the need to work strategically to promote the segment, already extremely relevant in other destinations in the world, where the strength of the luxury market to boost tourism, generate revenue and create trends was understood.

To put the country on the map of destinations of desire, in 2010 the association signs a cooperation agreement with Embratur and gains space in Paris to present Brazil's high standard products to the European market. Subsequently, BLTA participates in the ILTM Tourism Fair in Cannes for the first time. In the face of mega-events hosted by Brazil, such as the 2014 World Cup and the 2016 Olympics, the association boosts its presence in the international market in conjunction with Embratur.



Reunião no Rosewood São Paulo. Da esquerda para a direita: Roberto Pedro Gavaerd, Diretor de Gestão Corporativa (Embratur); Pedro Treacher, Diretor de Sustentabilidade (BLTA); Simone Scorsato, CEO (BLTA); Marcelo Freixo, Presidente (Embratur); Roberto Klabin, Presidente (BLTA); e Jaqueline Gil, Diretora de Marketing, Inteligência e Comunicação (Embratur)

Meeting at Rosewood São Paulo. From left to right: Roberto Pedro Gavaerd, Director of Corporate Management (Embratur); Pedro Treacher, Director of Sustainability (BLTA); Simone Scorsato, CEO (BLTA); Freixo, President (Embratur); Roberto Klabin, President (BLTA); and Jaqueline Gil, Director of Marketing, Intelligence and Communication (Embratur)

“Era um momento embrionário e estávamos focados em três assuntos: (i) quem éramos, (ii) quais ativações internacionais poderíamos fazer juntos, (iii) que papel a Embratur poderia exercer no sentido de apoiar este grupo como representante do Brasil no exterior. Na época, não existia esse nível de colaboração entre os associados que vemos hoje, essa presença de mercado que catalisa o desenvolvimento do setor, une parceiros e competidores em prol da criação de abundância. Acredito que este seja o maior legado da BLTA.”

“It was an embryonic moment and we were focused on three issues: (i) who we were, (ii) what international activations we could realize together, (iii) what role Embratur could play in supporting this group as a representative of Brazil abroad. At the time, there wasn't the level of collaboration among associates that we see today, this market presence that catalyzes the development of the sector, unites partners and competitors in favor of creating abundance. I believe this is BLTA's greatest legacy.”



Nicolas Peluffo
Presidente da BLTA | 2010-2011 BLTA's President | 2010-2011

Os **roadshows internacionais**, passando por Londres, Paris, Nova York, Chicago, São Francisco e Los Angeles, tornam-se eventos essenciais para a BLTA encantar os principais agentes do mercado na Europa e nos Estados Unidos. Novos associados enxergam na associação uma oportunidade única (e acessível) de dar voz às suas marcas para além das fronteiras.

Inicia-se o movimento de iluminar nossos produtos de luxo nas **mais importantes feiras do turismo**, com a BLTA levando o melhor da hospitalidade brasileira para Pure Life Experiences, ILTM Latam, Emotions Travel Community, Top Resa, WTM Londres, Festuris, entre outras.

A relevância do mercado interno também começa a crescer e a associação passa a ter mais adeptos aos **roadshows nacionais** de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília e Porto Alegre. E, naturalmente, vai expandindo sua atuação para o interior dos estados.

Buscando o levantamento de dados do mercado e cruzando as informações dos associados, a BLTA passa a mapear comportamentos do consumidor de viagens de luxo e as necessidades de cada hotel para atender a essa demanda tão exigente.



“ O desafio da BLTA, desde o início, sempre foi o da união de um grupo com um objetivo em comum: colocar o Brasil como destino premium e de luxo no mapa, mostrar ao mundo todas as nossas riquezas e belezas naturais. Nesses anos, tivemos grandes conquistas como grupo. Em especial, a união e o reconhecimento como uma entidade séria, organizada e com foco em um turismo de luxo sustentável.”

“BLTA's challenge, from the beginning, has always been to unite a group with a common goal: to put Brazil on the map as a premium, luxury destination, to show to the world all our riches and natural wonders. In these years, we have had great achievements as a group. In particular, the unity and recognition as a serious, organized entity with a focus on sustainable luxury tourism.”

Melissa Fernandes
Presidente da BLTA | 2012-2014 BLTA's President | 2012-2014



Roadshow Nacional 2022 em Goiânia e (acima) Evento BLTA na Casa Jereissati para imprensa e buyers da ILTM Latam, 2017

2022 National Roadshow in Goiânia and (above) BLTA event at Casa Jereissati for the press and buyers at ILTM Latam, 2017

25

The international roadshows, held in London, Paris, New York, Chicago, San Francisco and Los Angeles, become essential events for BLTA to delight the main players in the market in Europe and the United States. New associates see in the association a unique (and affordable) opportunity to give voice to their brands across borders. The movement to illuminate our luxury products begins at the most important tourism fairs, with BLTA taking the best of Brazilian hospitality to Pure Life Experiences, ILTM Latam, Emotions Travel Community, Top Resa, WTM London and Festuris, among others.

The relevance of the domestic market was also growing and the association started to gain more adherents to the national roadshows in São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília and Porto Alegre. And, naturally, it expanded its operations to the interior of the states.

Seeking to collect market data and cross-referencing member information, BLTA starts to map consumer behaviors on luxury travels and the needs of each hotel to meet this ever discerning demand.



Roadshow Internacional BLTA em Londres, 2022. Abaixo, ilustração do Anuário BLTA e convite para divulgação do evento à imprensa
BLTA International Roadshow in London, 2022. Below, illustration of the BLTA Yearbook and invitation to the event's announcement to the press

Tal iniciativa começa a desenhar um painel de visibilidade do mercado em diferentes destinos do país. O estímulo à troca de experiências, desafios e aprendizados entre as marcas forma uma sinergia de ações que possibilitam ampliar o olhar dos associados para o papel transformador do turismo nos destinos, nas comunidades e na própria cadeia do turismo e da hospitalidade.

Em parceria com o Senac São Paulo, passam a ser realizadas pesquisas de levantamento de dados sobre o mercado nacional. O resultado é a primeira edição do **Anuário BLTA**, em 2015, que se torna um importante instrumento estratégico de monitoramento e análise do mercado, além de apontar as principais tendências.

This initiative starts to design a panel of visibility of the market in different destinations in the country. The stimulation of an exchange of experiences, challenges and learning among the brands forms a synergy of actions that make it possible to broaden the members' view of the transformative role of tourism in destinations, communities and in the tourism and hospitality chain itself.

In partnership with Senac São Paulo, data collection surveys are carried out on the domestic market. The result is the first edition of the BLTA Yearbook 2015, which becomes an important strategic instrument for monitoring and analyzing the market, in addition to pointing out the main trends.

“Na época, enfrentamos diversos desafios devido ao número reduzido de associados, à receita limitada e à baixa notoriedade da associação. Iniciamos um trabalho sólido de divulgação em território nacional com eventos, parcerias e roadshows. Conseguimos aumentar a receita e atrair o interesse de novos associados. Além disso, começamos a promover o Brasil no exterior em parceria com a Embratur. Foram anos de estruturação que ajudaram a associação e o turismo de experiências no Brasil a estabelecer sua presença em diversos mercados.”

“At the time, we faced several challenges due to the association's reduced number of members, limited revenue and low notoriety. We started solid efforts at promotion in Brazilian territory with events, partnerships and roadshows. We were able to increase revenue and attract interest from new associates. In addition, we began to promote Brazil abroad in partnership with Embratur. These were years of structuring that helped the association and experience tourism in Brazil to establish a presence in several markets.”



Guilherme Padilha
Presidente da BLTA | 2015-2016 BLTA's President | 2015-2016

“Nesse período, o desafio era mudar de patamar a importância da associação. Consolidamos roadshows internacionais e praticamente dobramos o número de associados, que viam a BLTA como uma oportunidade irrecusável de se apresentarem ao mercado exterior e se posicionarem no segmento premium. Durante a pandemia do coronavírus, a BLTA atingiu outro importante objetivo: ganhou relevância política como uma das principais vozes para trazer benefícios fundamentais ao setor do turismo – um dos mais atingidos. No segmento de hospitalidade há dificuldade em formar consensos e atuar como grupo, já que as pessoas envolvidas, muitas vezes, usam esses espaços para autopromoção. A BLTA quebrou esse paradigma e tornou-se uma entidade que conta com um incrível espírito de equipe e um ambiente em que mesmo concorrentes diretos conseguem conversar sobre aquilo que pode ajudar a promover nosso país no segmento de hospitalidade de luxo. Isso faz com que a BLTA atue com muito mais força e seja a principal 'fazedora de tendências' em relação ao que é o luxo autêntico com sabor brasileiro.”



“During this period, the challenge was to elevate the importance of the association. We consolidated international roadshows and practically doubled the number of associates, who saw BLTA as an undeniable opportunity to present themselves to the foreign market and position themselves in the premium segment. During the coronavirus pandemic, BLTA achieved another important objective: it gained political relevance as one of the main voices to bring fundamental benefits to the tourism sector – one of the hardest hit sectors. In the hospitality segment, it is difficult to form a consensus and act as a group, since the people involved often use these spaces for self-promotion. BLTA broke this paradigm and became an entity that boasts incredible team spirit and an environment in which even direct competitors can talk about whatever might help promote our country in the luxury hospitality segment. This makes BLTA operate with much more strength and be the main 'trendsetter' in relation to that which is authentic luxury with Brazilian flavor.”

Martin Frankenberg
Presidente da BLTA | 2017-2020 BLTA's President | 2017-2020

A pauta de sustentabilidade sempre foi um dos principais pilares da associação, que decide criar o **Fundo de Sustentabilidade**, fazendo o primeiro repasse para o projeto Ilha de Alcatrazes e adotando, de 2017 até 2019, uma **Unidade de Conservação**, em parceria com a SOS Mata Atlântica.

Os associados passam a incentivar uns aos outros a criar uma série de ações locais. Para destacar e acompanhar as boas práticas dos nossos hotéis e operadoras é criado o **Prêmio de Sustentabilidade BLTA**, merecidamente entregue ao Cristalino Lodge, em 2018.



Simone Scorsato na entrega do 1º Prêmio

Lodge, com o troféu de cerâmica e madeira criado pela própria CEO da BLTA

Simone Scorsato at the presentation of the first Sustainability Award to the Cristalino Lodge, with the ceramic and wood trophy

that the BLTA CEO herself created

Em 2019, com foco na promoção do Brasil e em homenagem à biodiversidade brasileira, é inaugurado na ILTM Latam o mural **Biomes Graffiti Brazil**, do artista visual Fernando Garroux. Para ampliar o debate sobre o setor no momento crítico da covid-19, de necessária união para fortalecimento do turismo, nasce o **1º Fórum BLTA**, com participação da então presidente

do WTTC, Gloria Guevara. O evento gratuito estimula os participantes a fazerem doações à Fundação Almerindo Malaquias e ao Instituto SOS Pantanal.

BLTA FORUM 2020
ATUAÇÃO, PROPÓSITO E DESAFIOS
DO TURISMO DE LUXO NO BRASIL



The agenda of sustainability has always been one of the main pillars of the association, which decides to create the Sustainability Fund, making the first transfer to the project Ilha de Alcatrazes and adopting, from 2017 to 2019, a Conservation Unit, in partnership with SOS Mata Atlântica.

Associates encourage each other to create a series of local actions. To highlight and follow the best practices of our hotels and tour operators the BLTA Sustainability Award is created, deservedly presented to the Cristalino Lodge in 2018.

In 2019, focusing on the promotion of Brazil and in honor of Brazilian biodiversity, the mural Biomes Graffiti Brazil, by visual artist Fernando Garroux, is inaugurated at ILTM Latam.

To broaden the debate on the sector in the critical moment of the COVID-19 pandemic, on the need for union to strengthen tourism, the 1st BLTA Forum was born, with the participation of the WTTC president at the time, Gloria Guevara. The free event encourages participants to make donations to the Almerindo Malaquias Foundation and Instituto SOS Pantanal.

Durante a pandemia, a BLTA ganha protagonismo junto a outras entidades do setor, contribuindo para elaborar o protocolo de segurança e operação dos hotéis e difundir o **Movimento Hospitalidade Segura**.

Sensibilizada pelo impacto nas comunidades dos destinos, a BLTA se engaja no **Movimento Unidos pela Vacina** e, por meio de doações, compra equipamentos para armazenamento de vacinas em Itacaré, Cocos e na Península de Marau.

Em 2021, o II Fórum BLTA em plataforma virtual traz o tema **Brasil Incomparável** e amplia a participação de importantes vozes do setor, contando com a presença de players de todo o país e de convidados internacionais, como WTTC e Turismo de Portugal, que compartilham suas experiências. Naquele ano, as doações dos participantes do evento foram direcionadas ao projeto O Pão do Povo da Rua.

During the pandemic, BLTA gained prominence with other entities in the sector, contributing to the development of the safety and operations protocols for hotels and disseminating the Safe Hospitality Movement.

Affected by the impact on the destinations’ communities, BLTA engages in the United for Vaccine Movement and, through donations, buys equipment for vaccine storage in Itacaré, Cocos and the Marau Peninsula.

In 2021, the 2nd BLTA Forum, held on a virtual platform, features the theme Incomparable Brazil and expands the participation of important voices in the sector, with the presence of players from all over the country and international guests, such as the WTTC and Turismo de Portugal, who share their experiences. That year, the donations from event participants were directed to the O Pão do Povo da Rua project.

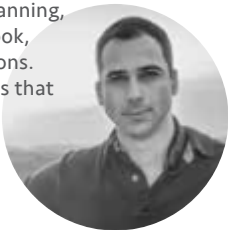


Convite do Roadshow em Londres e selo WTTC – World Travel & Tourism Concil

Invitation to the Roadshow in London and the seal of the WTTC – World Travel & Tourism Council

“No período da minha gestão tivemos a pandemia, que fechou fronteiras e ocasionou uma reviravolta no setor da hotelaria. Nesse contexto, a BLTA contribuiu imensamente para seus membros, realizando regularmente palestras online com convidados estratégicos para o setor do turismo. Tivemos também o Fórum online, que gerou conteúdo em plataforma aberta, disponível para todos os hotéis e interessados. Com o tempo, a vida foi voltando ao normal e, no ano de 2021, obtivemos excelentes resultados para o turismo, sobretudo de origem nacional. Tivemos nesse período também um crescimento relevante do número de associados e, com isso, conquistamos praticamente todos os principais hotéis de luxo do Brasil. Além de corpo, a BLTA ganhou maturidade, investindo em planejamento estratégico, consolidando-se como referência no mercado de luxo e na produção de conhecimento – tanto por meio do anuário BLTA, principal publicação do Brasil de números do turismo de luxo, como em pesquisas com os membros, que conduzem as ações da associação. A BLTA fortaleceu sua comunicação com o trade e passou a se aproximar do público local, sempre valorizando os atributos que norteiam a associação: sustentabilidade, diversidade e autenticidade.”

“During my administration, we had the pandemic, which closed borders and caused an upheaval in the hospitality sector. In this context, BLTA contributed immensely to its members, regularly holding online lectures with strategic guests for the tourism sector. We also had the online Forum, which generated content on an open platform, available to all hotels and interested parties. Over time, life returned to normal and, in the year 2021, we achieved excellent results for tourism, mainly Brazilian in origin. In this period, we also saw relevant growth in the number of associates and, as such, conquered practically all the main luxury hotels in Brazil. In addition to volume, BLTA gained maturity, investing in strategic planning, consolidating itself as a reference in the luxury market and in the production of knowledge – both through the BLTA yearbook, Brazil’s main publication of luxury tourism numbers, as well as in surveys with members, which guide the association’s actions. BLTA strengthened its communication with the trade and started to approach the local public, always valuing the attributes that drive the association: sustainability, diversity and authenticity.”



Alex Da Riva

Presidente da BLTA | 2021-2022 BLTA’s President | 2021-2022

Lançado em 2022, o **Prêmio BLTA de Jornalismo e Conteúdo** destaca a importância da imprensa especializada e valoriza sua contribuição em fomentar o turismo de luxo brasileiro nos merca- dos interno e externo.

Orgulhosa de sua trajetória e da bagagem adquirida ao coordenar iniciativas privadas, entidades do setor e órgãos do governo para a evolução do turismo de luxo, a **BLTA celebra seus 15 anos em 2023** com a união de 61 associados e a assinatura de um importante acordo de cooperação com a Embratur. O movimento reforça o compromisso de retomar a marca Brasil como destino preparado e altamente capacitado para receber os mais exigentes viajantes.

É com uma cuidadosa curadoria de marcas autênticas, apaixonadas pelo país, engajadas em suas comunidades e comprometidas com a natureza e com a diversidade brasileira que apresentamos a você o novo capítulo da história da BLTA.

“A BLTA finalmente alcança o importante papel de relevância política e estratégica, ganha corpo e aumenta sua estrutura operacional buscando atender às expectativas e dar visibilidade a todos os seus associados. Diante da diversidade de produtos e destinos, focamos tanto na promoção internacional e nacional como na representatividade política e social da entidade. Mais do que um conceito de luxo, estamos aptos a falar de excelência e sustentabilidade e a lançar uma nova marca BLTA que traduza a nossa brasilidade e se conecte com o nosso viajante. Terminamos 2023 com excelentes motivos para celebrar: um livro, inúmeras viagens agendadas – nacionais e internacionais –, um acordo de cooperação assinado com a Embratur e 61 associados, entre os melhores hotéis e operadoras do Brasil, unidos com o mesmo propósito. Estamos prontos para escrever os próximos capítulos da história do turismo brasileiro.”

“BLTA finally achieves the important role of political and strategic relevance, gains volume and increases its operational structure seeking to meet expectations and provide visibility to all its associates. In view of the diversity of products and destinations, we focus both on international and national promotion and the political and social representativity of the entity. More than a luxury concept, we are apt to talk about excellence and sustainability and to launch a new BLTA brand that translates our Brazilian spirit and connects with Brazilian travelers. We end 2023 with some great reasons to celebrate: a book, countless scheduled trips – domestic and international –, a cooperation agreement signed with Embratur and 61 associates, including the best hotels and tour operators in Brazil, united in the same purpose. We are ready to write the next chapters in the history of Brazilian tourism.”

Roberto Klabin

Presidente da BLTA | 2023-2024 BLTA’s President | 2023-2024



Membros do conselho, júri e finalistas do Prêmio BLTA de Jornalismo e Conteúdo
Board members, judges and finalists for the BLTA Journalism and Content Award

Launched in 2022, the BLTA Journalism and Content Award highlights the importance of the specialized press and values its contributions in encouraging Brazilian luxury tourism in the foreign and domestic markets.

Proud of its trajectory and the baggage acquired in coordinating private initiatives, sector entities and government agencies for the evolution of luxury tourism, BLTA celebrates its 15th anniversary in 2023 with the union of 61 members and the signing of an important cooperation agreement with Embratur. The movement reinforces the commitment to resuming the Brazil brand as a destination that is prepared and highly qualified to receive the most discerning travelers. It is with a careful curatorship of authentic brands, passionate about the country, engaged in their communities and committed to Brazilian nature and diversity that we present to you the next chapter in BLTA’s history.

XODÓ DA BLTA

A criação da nova marca Xodó by BLTA representa a premissa de compreender a constante transformação e evolução do mercado de turismo diante de um momento de maior consciência e necessidade de regeneração do conceito de luxo de um Brasil plural. A autenticidade e a excelência brasileiras sempre foram nossa aura, e levamos isso ao mercado internacional com responsabilidade e propriedade, enaltecendo o valor da nossa hospitalidade.

Xodó nasce de um movimento afetivo com o Brasil – quando o pós-pandemia mostrou o país para os próprios brasileiros. Foi assim que identificamos a necessidade de nos aproximarmos, cada vez mais, dos nossos viajantes, inserindo nossa marca neste país tão alegre e rico em diversidade cultural. Xodó vem para continuarmos a descoberta e valorizarmos as nossas particularidades.

Acreditamos que os Xodós da BLTA irão fortalecer a marca da associação em território nacional e conquistar o coração do viajante brasileiro.

MANIFESTO Na essência da Xodó reside um compromisso profundo com a excelência. Mais do que um grupo que busca a promoção do “Destino Brasil”, somos a personificação da paixão pela hospitalidade brasileira, pela diversidade cultural e pela nossa exuberância natural. Essas paixões, unidas, possibilitam criar e oferecer experiências extraordinárias.

Xodó é uma palavra que ecoa aconchego, carinho, pertencimento e beleza. De origem africana, ela foi abraçada pelo Brasil como um símbolo de calor humano e receptividade. Alinhada ao significado originário, a marca representa uma conexão profunda do brasileiro com empresas que são referência em hospitalidade, acolhimento, bem-estar, sustentabilidade e experiências diversificadas e raras. Aqui, a arte de receber o viajante é manifestada de forma autêntica, genuína e personalizada, em que o conforto vai além do mantra da hospitalidade comercial do “sinta-se em casa” para o “sinta-se único”, criando espaços para novas e gratificantes descobertas.

EXCELÊNCIA EM CADA DETALHE Nosso compromisso com a excelência transcende a promessa de uma jornada comum. Cada detalhe é meticulosamente planejado e cada experiência é cuidadosamente selecionada para atender aos mais altos padrões e expectativas.

CELEBRANDO A DIVERSIDADE E A SUSTENTABILIDADE Diversidade é o tecido da nossa nação. Celebramos a riqueza de culturas, paisagens e histórias que se entrelaçam e fazem do Brasil um lugar único. Ao mesmo tempo, nos comprometemos com as boas práticas em nosso meio ambiente natural e cultural que possibilitam tangibilizar o conceito de sustentabilidade em viagens inigualáveis no campo social. A diversidade está em todo o nosso portfólio de hotéis e experiências no Brasil que se distinguem e se complementam.

O BRASIL É O NOSSO XODÓ Para nós, o Brasil é mais do que um destino: é a materialização de um sonho compartilhado. O nosso país é onde a excelência se encontra com a hospitalidade e as experiências se tornam memórias inesquecíveis.



JUNTE-SE A NÓS NA BUSCA PELOS XODÓS DO BRASIL



XODÓ by BLTA. The creation of the new brand Xodó by BLTA represents the premise of understanding the constant transformation and evolution of the tourism market confronted with this moment of greater awareness and need for regeneration of the concept of luxury in a diverse Brazil. Brazilian authenticity and excellence have always been our aura, and we bring this to the international market with responsibility and ownership, highlighting the value of our hospitality. Xodó was born out of a movement of affection for Brazil – when the aftermath of the pandemic revealed the country to the Brazilian people themselves. This is how we identified the need to get ever closer to Brazilian travelers, inserting our brand in this country that is so cheerful and rich in cultural diversity. Xodó is here for us to continue the discovery and appreciation of our particular wonders. We believe that the Xodós of BLTA will fortify the association’s brand in national territory and conquer the hearts of Brazilian travelers. MANIFESTO: At the essence of Xodó is a deep commitment to excellence. More than a group that seeks the promotion of “Destination Brazil,” we are the personification of the passion for Brazilian hospitality, for the cultural diversity and our natural exuberance. Combined, these passions make it possible to create and offer extraordinary experiences. Xodó is a word that echoes warmth, affection, belonging and beauty. African in origin, it was embraced by Brazil as a symbol of human warmth and receptivity. Aligned with the original meaning, the brand represents the profound Brazilian connection with companies that are references in hospitality, reception, well-being, sustainability and diversified and rare experiences. Here, the art of welcoming travelers is manifested in an authentic, genuine and personalized way, in which comfort goes beyond the mantra of commercial hospitality from “make yourself at home” to “feel unique”, creating spaces for new and rewarding discoveries. EXCELLENCE IN EVERY DETAIL: Our commitment to excellence transcends the promise of a common journey. Every detail is meticulously planned and every experience is carefully selected to meet the highest standards and expectations. CELEBRATING DIVERSITY AND SUSTAINABILITY: Diversity is the fabric of our nation. We celebrate the richness of cultures, landscapes and histories that intertwine and make Brazil a unique place. At the same time, we are committed to good practices in our natural and cultural environment that make it possible to make the concept of sustainability tangible in unique trips in the social field. Diversity is present in our entire portfolio of hotels and experiences in Brazil that distinguish and complement each other. BRAZIL IS OUR XODÓ: For us, Brazil is more than a destination: it is the materialization of a shared dream. Our country is where excellence meets hospitality and experiences become unforgettable memories. JOIN US IN THE SEARCH FOR THE XODÓS OF BRAZIL.



Saíra-sete-cores
Seven-color tanager

TONS DO BRASIL

TONES OF BRAZIL

Há 15 anos olhamos para o Brasil como a ave que sobrevoa a floresta em busca dos frutos mais coloridos e saborosos, zelando por seu ninho.

Voamos para longe com a missão de trazer novos modelos de desenvolvimento para o turismo e parcerias internacionais que possam dar luz às nossas riquezas humanas e naturais.

Voamos para dentro para transferir conhecimento entre aqueles que compartilham da mesma inquietação, nutrindo nossos destinos com o que acreditamos ser o melhor para o setor crescer de forma saudável e impulsionar o seu potente ecossistema.

Começar esta história foi como buscar trilha em mata fechada. E a união de pessoas com o mesmo propósito nos permitiu enfrentar o escuro, aquietar o coração, aguçar os sentidos para ouvir o correr das águas, respeitar o tempo, agradecer o sol, contemplar a lua e pedir licença à natureza,

até encontrarmos clareiras onde pudéssemos nos inventar e seguir nossa jornada.

Este livro é a celebração de uma longa caminhada com o registro das nossas lentes, testemunhas do Brasil pelo qual somos encantados. Lentes que nos permitem dar contorno ao que merece ser percebido e decorado na alma.

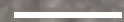
Nas próximas páginas, convidamos você a sobrevoar este país de tantos tons, representados no dourado do sol, no verde da natureza, no azul das águas e no branco da criação.

Desejamos que a nossa história convoque o seu espírito viajante a preparar as malas e a nos encontrar por este Brasil tão autêntico, diverso, simples e sofisticado. A experimentar um complexo conceito de luxo que não se encontra em nenhuma outra parte do mundo. Um conceito que, para ser compreendido, só mesmo sendo vivenciado. De preferência, com os pés descalços. Boa viagem!

For 15 years, we have been looking at Brazil like a bird flying over the forest in search of the most colorful, tasty fruits, watching over its nest. We fly afar with the mission of bringing new models of development to tourism and international partnerships that can give birth to our human and natural riches. We fly inward to transfer knowledge among those who share the same restlessness, nurturing our destinies with what we believe is best for the sector to grow healthily and boost its potent ecosystem. Starting this story was like searching for a trail in the woods. And the union of people with the same purpose allowed us to confront the darkness, still our hearts, sharpen our senses to hear the flow of the waters, respect the weather, thank the sun, contemplate the moon and ask nature for permission, until we found clearings where we managed to invent ourselves to continue our journey. This book is the celebration of a long journey registered by our lenses, witnesses of the Brazil that has enchanted us. Lenses that allow us to give shape to what deserves to be perceived and memorized by the soul. In the following pages, we invite you to fly over this country of so many tones, represented in the gold of the sun, the green of nature, the blue of the waters and the white of creation. We hope that our history will summon your traveling spirit to pack your bags and come meet us in this authentic, diverse, simple and sophisticated Brazil. To experience a complex concept of luxury not found anywhere else in the world.

A concept that can only be understood once it's experienced. Preferably barefoot. Bon voyage!

ROTAS



DA BRASILIDADE

ROUTES OF BRAZIL





UM BRASIL PARA TODOS OS GOSTOS

mar, rio e cachoeira
todos os encantos da natureza
aromas e sabores locais
ritmos, festas e música brasileira
é só viajar para se encantar

Na BLTA reunimos os melhores resorts e hospedarias-
-boutique enraizados nas florestas, abraçados por
montanhas, descobertos nas reluzentes pérolas do litoral
ou nas vibrantes cidades brasileiras. São destinos de norte
a sul, que enaltecem as principais regiões e biomas do país,
prontos para serem combinados em uma viagem singular
conduzida por nossas talentosas operadoras de viagem,
que sabem mapear o roteiro dos sonhos e proporcionar as
mais memoráveis vivências com segurança e privacidade.

A BRAZIL FOR ALL TASTES ocean, river and waterfall / all the marvels of nature / local flavors and aromas / brazilian rhythms, festivals and music / all it takes is travel to be enchanted. At BLTA we bring together the best resorts and boutique lodges rooted in the forests, embraced by mountains, unveiled in the gleaming pearls of the coastline or the vibrant cities of Brazil. They're destinations from north to south that compliment the country's main regions and biomes, ready to be combined in a unique journey led by our talented tour operators, who know how to map out the itinerary of dreams and provide the most memorable experiences with safety and privacy.

Pantanal, no Mato Grosso do Sul,
e (acima) Rio Negro, no Parque Nacional
de Anavilhanas, Amazônia

The Pantanal in Mato Grosso do Sul
and (above) Rio Negro in Anavilhanas
National Park, the Amazon

ROTA DA BIODIVERSIDADE ROUTE OF BIODIVERSITY

Perceber que os botos acompanham o barco nas águas negras de Anavilhanas, na Amazônia. Avistar as inesperadas onças-pintadas no Pantanal, salvas de extinção pelo projeto Onçafari. Flagrar as antas que se aproximam das margens do rio para beber água, protegidas pela iniciativa Antas na Trijunção, ou tamanduás-bandeira e lobos-guará caminhando livres pelo Cerrado enquanto você pedala por caminhos de terra batida. Conhecer o projeto Muriqui House, que promove a sobrevivência e busca a reprodução de um dos maiores primatas da América do Sul ameaçados de extinção, em Ibitipoca. Assistir ao esplendoroso espetáculo das revoadas de pássaros e borboletas sob o sol da Caatinga. Ouvir os cantos e fotografar o colorido de aves raras da Mata Atlântica ou das espécies endêmicas catalogadas no Parque Cristalino do Sul da Amazônia. Sorrir com os macacos ou suspirar com golfinhos, baleias e tartarugas em passeios de barco pela costa brasileira. Subir o rio, adentrar no mangue de Alagoas e presenciar o esconde-esconde de caranguejos, com uma

parada para conhecer os gigantes protegidos pelo projeto Peixe-boi. Acompanhar as tartaruguinhas saindo dos ninhos em direção ao mar no projeto Txaitaruga, em Itacaré. Com mais de 125 mil espécies de animais e 50 mil de plantas espalhadas por seis biomas terrestres e três grandes ecossistemas marinhos, o Brasil agiganta-se pela sua própria natureza quando o assunto é biodiversidade. Nenhum outro lugar do planeta é tão rico em fauna e flora, e nenhum contempla, em um mesmo território, tantos biomas distintos. Para proteger esse imenso patrimônio natural, vários associados da BLTA desenvolvem projetos conservacionistas e promovem safáris de observação que contribuem para a preservação de espécies ameaçadas. Afinal, é do conhecimento que nasce o nosso genuíno desejo de preservar.

Notice there are dolphins accompanying the boat in the black waters of Anavilhanas in the Amazon. Glimpse the unexpected jaguars in the Pantanal, saved from the brink of extinction by the project Onçafari. Spot the tapirs that approach the banks of the river to drink water, protected by the initiative Antas na Trijunção, or the giant anteaters and maned wolves wandering freely through the Cerrado as you pedal along dirt paths. Get to know the project Muriqui House, which promotes the survival and reproduction of one of the largest endangered primates in South America, in Ibitipoca. Watch the splendid spectacle of the flocks of birds and butterflies under the sun of the Caatinga. Listen to the songs and photograph the colorful rare birds of the Atlantic Forest or the endemic species cataloged in Cristalino Park in the Southern Amazon. Smile with the monkeys or sigh with dolphins, whales and turtles on boat trips along the coast of Brazil. Sail up the river, enter the mangrove in Alagoas and witness the land crabs playing hide-and-seek, with a stop to see the giant creatures protected by Project Manatee. Accompany the baby turtles leaving their nests and heading for the sea at Project Txaitaruga in Itacaré. With over 125,000 animal species and 50,000 plant species spread across six terrestrial biomes and three large marine ecosystems, Brazil is truly a giant by its very nature when it comes to biodiversity. No other place on the planet is so rich in fauna and flora, and no other contemplates so many distinct biomes in the same territory. To protect this immense natural heritage, several BLTA members are developing conservation projects and promoting safaris of observation that contribute to the preservation of endangered species. After all, it is knowledge that gives way to our genuine desire to preserve.



Ariramba-de-cauda-ruiva
Rufous-tailed jacamar



Cervo
Deer



Boto-vermelho
Amazon river dolphin



ROTA DAS TRILHAS ROUTE OF TRAILS AND ROADS

Não há maneira melhor de se conectar com a natureza do Brasil do que se embrenhar em suas florestas, percorrer suas praias, escalar montanhas, descer as serras e deixar pegadas nas dunas. A pé ou de bike, há sempre um bom caminho a ser trilhado. Com a quinta maior extensão territorial do mundo, neste país ninguém se cansa de descobrir novos trajetos, lindos cenários e boas aventuras. Bastam disposição e um par de tênis bem adequado (ou de rodas). Para trekkers acostumados com longas travessias, há rotas que permitem alcançar o cume do Monte Roraima, acampar nos Lençóis Maranhenses, conquistar as melhores vistas nos picos da Serra dos Órgãos e cruzar ilhas, em meio à Mata Atlântica, para chegar a praias intocadas, como algumas de Ilhabela e Ilha Grande. No coração do Brasil, as chapadas Diamantina, dos Veadeiros e dos Guimarães, além da Chapada das Mesas, mais ao norte, esbanjam a beleza e a diversidade da fauna e da flora brasileiras, com trilhas para todos os níveis de desafios. Para recompensar o esforço: cânions, cachoeiras e poços de água translúcida. Já na Região Sudeste, destinos da Serra da Mantiqueira, como Campos do Jordão, Queluz e o Parque Estadual do Ibitipoca, revelam as delícias preparadas por pequenos produtores rurais em roteiros elaborados com foco na degustação de sabores regionais. Para quem

quer descansar as pernas entre uma trilha e outra, uma boa opção é percorrer trechos da Estrada Real de carro, passando por cidades históricas de Minas Gerais até descer a serra de Paraty. De lá, é só seguir a estrada Rio-Santos e parar para mergulhar nas praias de São Paulo. Para curtir o friozinho sem pressa e conhecer as vinícolas do Sul do país, a Rota Romântica e a Serra do Rio do Rastro são trajetos apaixonantes. Quem quiser mais aventura pode acionar o 4x4 e atravessar o Pantanal pela Transpantaneira, desbravar o Jalapão ou se deliciar com as praias do Nordeste na Rota das Emoções. E para alcançar o impressionante acervo brasileiro de pinturas rupestres, o Parque Nacional do Jaú, no Amazonas, e os parques das Sete Cidades e da Serra da Capivara, no Piauí, guardam os nossos tesouros pré-históricos.

There's no better way to connect with the nature of Brazil than by venturing into its forests, walking along its beaches, climbing up and down its mountains and leaving footprints in the dunes. By foot or bike, there is always a good path to travel. With the fifth largest territorial extension in the world, in this country, no one gets tired of discovering new routes, beautiful scenarios and pleasant adventures. All it takes is disposition and the right pair of sneakers (or wheels). For trekkers used to long passages, there are routes that allow them to reach the summit of Mount Roraima, camp in Lençóis Maranhenses, attain the best views from the peaks of Serra dos Órgãos and cross islands, in the middle of the Atlantic Forest, to reach pristine beaches, like some that are found on Ilhabela and Ilha Grande. In the heart of Brazil, the Chapada Diamantina, Chapada dos Veadeiros and Chapada dos Guimarães, in addition to Chapada das Mesas, located further north, showcase the beauty and diversity of Brazilian fauna and flora, with trails for all levels of difficulty. To reward you for the effort: canyons, waterfalls and pools of translucent deep waters. In the Southeast Region, destinations in the Serra da Mantiqueira such as Campos do Jordão, Queluz and Ibitipoca State Park, reveal delicious treats prepared by small rural producers in itineraries developed with a focus on sampling the regional flavors. For those looking to rest their legs between trails, a good option is to travel stretches of the Royal Road by car, passing through the historical cities of Minas Gerais until driving down the mountain range to Paraty. From there, just follow the Rio-Santos road and stop for a swim at the beaches of São Paulo. If you're looking to enjoy the cold weather at your own pace and see the vineyards of South Brazil, the Romantic Route and the Serra do Rio do Rastro are especially enchanting. Those who want more adventure can take a 4x4 and cross the Pantanal

on the Transpantaneira highway, explore Jalapão or delight in the beaches of Northeast Brazil on the Route of Emotions. And to reach the impressive set of ancient Brazilian cave paintings, Jaú National Park, in Amazonas, and the parks of Sete Cidades and Serra da Capivara, in Piauí, are home to prehistoric



As belezas naturais do Brasil recompensam todos os esforços dos nossos aventureiros

Brazil's natural beauty rewards all of our adventurers' efforts





Kitesurf na Praia de Cumbuco, Ceará
Kitesurfing on Cumbuco Beach, Ceará

Fortes e constantes, os bons ventos que sopram do Atlântico, aliados a paisagens naturais únicas, fazem do litoral nordestino um dos melhores lugares do mundo para velejar – especialmente entre julho e dezembro, quando os céus ganham o colorido das pipas de kitesurf e uma infinidade de velas de windsurf pontilham os mares, lagoas e rios em uma rota perfeita para realizar downwind e treinar manobras. Como prêmio, quem se deixa guiar ao sabor dos ventos vislumbra uma sequência de cenários de rara beleza, desde a sossegada São Miguel do Gostoso (onde o vento literalmente faz a curva no mapa do Brasil) e Pipa, no Rio Grande do Norte, até o recôndito vilarejo de Atins, em meio aos Lençóis Maranhenses. As charmosas Guajirú, Cumbuco, Fortim, Jericoacoara e Preá, no Ceará, e o santuário ecológico do Delta do Parnaíba, no Piauí, completam a lista de cartões-postais que se sucedem ao longo do trajeto. Uma experiência que faz o coração pulsar tão forte quanto os ventos desse deslumbrante trecho do litoral brasileiro.

Strong and steady, the good winds blowing from the Atlantic, combined with unique natural landscapes, make the coast of Northeast Brazil one of the best places in the world for wind sports – especially between July and December, when the skies are filled with the colors of kitesurfing kites and a multitude of windsurfing sails dot the seas, lagoons and rivers in this perfect route for downwinding and practicing maneuvers. As a reward, those who follow the course of the winds glimpse a sequence of scenarios of rare beauty, from the quiet São Miguel do Gostoso (where the wind literally takes a turn on the map of Brazil) and Pipa in Rio Grande do Norte, to the secluded village of Atins, in Maranhão, and the charming towns of Guajirú, Cumbuco, Fortim, Jericoacoara and Preá, in Ceará, and the ecological sanctuary of the Parnaíba Delta, in Piauí, complete the list of postcard-worthy locales along the way. An experience that will make your heart beat as fast as the winds on this stunning stretch of Brazilian coastline.

ROTA DOS VENTOS ROUTE OF THE WINDS

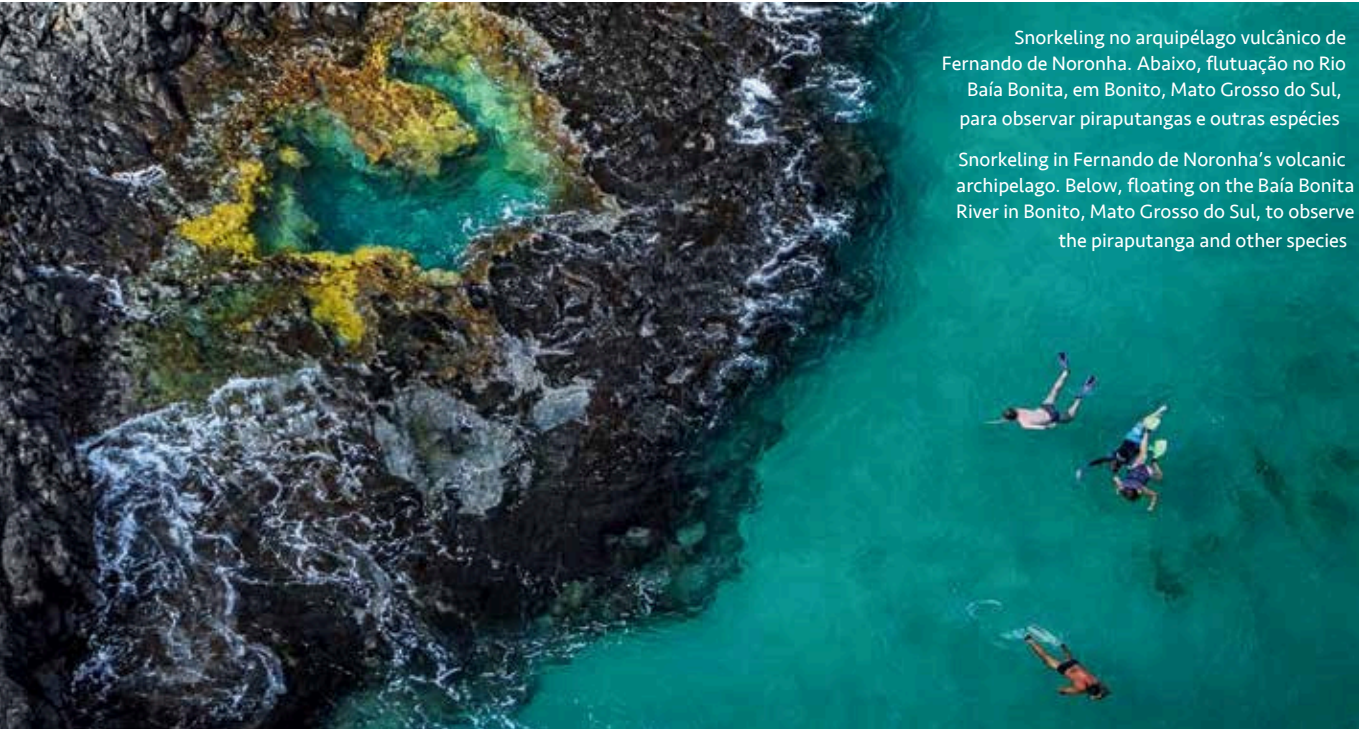
Mais que um esporte, o surf é um estilo de vida, uma paixão que atrai gente do mundo todo para alguns dos lugares mais fascinantes do litoral brasileiro. Não é à toa que a bandeira do Brasil marca presença nos principais campeonatos internacionais. Afinal, do norte ao sul, não faltam destinos para quem busca a onda perfeita. Nesse oceano de opções há points que vão desde o agito das capitais – como Rio de Janeiro e Florianópolis – e do litoral norte de São Paulo, palcos de importantes campeonatos da modalidade, até paraísos de natureza quase intacta, como Pipa, Itacaré e Fernando de Noronha, onde ondas tubulares de até 3 metros atraem os surfistas entre dezembro e março. Para pegar onda e também curtir a badalação na areia, siga a rota das charmosas praias de Búzios, como Geribá, ou das praias cenográficas da costa de Santa Catarina, como Guarda do Embaú e Garopaba. E para voltar contando histórias inacreditáveis, surfe em águas doces durante a po-

roroca nos rios do Pará. É esse misto de adrenalina e comunhão com a natureza que faz do surf um esporte transcendente.

More than just a sport, surfing is a lifestyle, a passion that attracts people from all over the world to some of the most fascinating places on the Brazilian coast. It is no wonder that the flag of Brazil is a mainstay at the main international championships. After all, from north to south, there is no shortage of destinations for those seeking the perfect wave. In this ocean of options, we have spots that range from the hustle and bustle of capital cities – like Rio de Janeiro and Florianópolis – and the north coast of São Paulo, settings for important surfing championships, to paradises of virtually untouched nature, such as Pipa, Itacaré and Fernando de Noronha, where tubular waves up to three meters in size attract surfers between December and March. To catch waves and also enjoy the party scene on the sand, follow the route of the charming beaches of Búzios, such as Geribá, or the cinematic beaches on the Santa Catarina shore, such as Guarda do Embaú and Garopaba. And if you want to go home with some unbelievable stories to tell, surf in the fresh waters during the tidal bore, locally known as the Pororoca, on the rivers of Pará. It is this mix of adrenaline and communion with nature that makes surfing a transcendent sport.



Florianópolis, Santa Catarina
Florianópolis, Santa Catarina



Snorkeling no arquipélago vulcânico de Fernando de Noronha. Abaixo, flutuação no Rio Baía Bonita, em Bonito, Mato Grosso do Sul, para observar piraputangas e outras espécies

Snorkeling in Fernando de Noronha's volcanic archipelago. Below, floating on the Baía Bonita River in Bonito, Mato Grosso do Sul, to observe the piraputanga and other species



ROTA DO MERGULHO ROUTE OF DIVING

Com uma imensa costa, milhares de ilhas e uma rica biodiversidade, o Brasil é um excelente destino para a prática de mergulho livre (feito na superfície, com snorkel) e autônomo (com cilindro de ar comprimido para alcançar as profundezas). Para os adeptos do snorkeling, as piscinas naturais formadas por arrecifes em Porto de Galinhas, Maracajaú, Taipus de Fora e ao longo da Costa dos Corais, no litoral alagoano, são perfeitas para observar a fauna marinha. Locais com boa visibilidade para efetuar o batismo também não faltam. A começar pelos santuários ecológicos de Fernando de Noronha, Abrolhos e Bombinhas, onde a natureza reina absoluta. Para os aficionados de histórias de piratas e tesouros perdidos, os litorais norte de São Paulo e e sul fluminense são fartos em naufrágios de navios ainda pouco explorados. Até o coração do Brasil tem suas surpresas. Em destinos como Jalapão, Bonito e Chapada Diamantina, rios e lagos dão a sensação de estar em um grande aquário natural e convidam à

prazerosa flutuação. Para uma experiência pitoresca, o mergulho em cavernas proporciona a emoção de imergir cercado por espeleotemas e espécies raras de peixes adaptados à escuridão. Uma rota para aventureiros em busca dos mistérios e dos tesouros da nossa natureza submersa.

With an immense coastline, thousands of islands and a wealth of biodiversity, Brazil is an excellent destination for freediving (done on the surface, with snorkel) and scuba diving (with compressed air cylinder in order to reach the depths). For snorkelers, the natural pools formed by reefs in Porto de Galinhas, Maracajaú, Taipus de Fora and along the Coral Coast, on the shore of Alagoas, are perfect for observing marine fauna. And there is no shortage of places with good visibility for a veritable baptism. Starting with the ecological sanctuaries of Fernando de Noronha, Abrolhos and Bombinhas, where nature reigns supreme. For lovers of pirate stories and lost treasures, the north coast of São Paulo and the south coast of Rio de Janeiro are filled with shipwrecks that remain largely unexplored. Even the heart of Brazil has its surprises. In destinations such as Jalapão, Bonito and Chapada Diamantina, rivers and lakes will give you the feeling of being inside a large natural aquarium, inviting visitors to the pleasurable pasttime of floating. For a picturesque experience, cave-diving provides the thrill of immersing oneself surrounded by speleothems and rare fish species adapted to darkness. A route for adventurers in search of the mysteries and treasures of our submerged nature.



Seja nas curvas geniais da arquitetura de Oscar Niemeyer, no paisagismo de Burle Marx, nos coloridos muros das ruas de grandes cidades, nas bonecas de Zezinha do Vale do Jequitinhonha, nas tramas das rendeiras, seja nas pinturas corporais indígenas, o Brasil sempre inspira o olhar para muito além de suas belas paisagens naturais. Nas grandes metrópoles, onde hotéis e operadoras BLTA oferecem roteiros para os amantes das artes visuais, visitas reservadas a galerias são boas opções para conhecer artistas expoentes. Quem se hospeda em Belo Horizonte pode fazer um tour guiado ao Instituto Inhotim, o maior museu a céu aberto do mundo, com um enorme acervo de arte contemporânea. Outras cidades mineiras, como Ouro Preto e Congonhas, guardam a arquitetura histórica e as esculturas barrocas de Antônio Francisco Lisboa, o “Mestre Aleijadinho”, esculpidas em pedra-sabão. Já no Rio de Janeiro, as experiências para os visitantes vão desde workshops de Carnaval, sobre fantasias e percussão, até tours por lojas de design de móveis e joias. Com essa proposta de experimentação, São Paulo oferece imersões nos mundos do grafite, do design e da arquitetura paulistana. A efervescência artística do país se encontra em eventos

como SP-ART e Rio ART, que reúnem grandes galeristas, e na mostra Rotas Brasileiras, exclusiva de artistas nacionais, concebida para valorizar os saberes e fazeres de cada região do país. As exposições da Bienal Internacional de Arte e a Casa Cor, que promove nossos designers, decoradores e arquitetos, também movimentam a cena artística brasileira. Se você aprecia artesanato, siga a rota pelo Nordeste, visitando comunidades tradicionais que dominam as técnicas das cestarias, dos bordados, de esculturas em madeira, peças em cerâmica, trançados com palha de coco e outras artes transmitidas de geração a geração. Na Bahia, os artesãos de Trancoso ampliam a bagagem cultural (e literal) de qualquer viajante. Em Recife, um tour guiado pelos ateliês da vizinha Olinda é uma ótima opção para garimpar o melhor da arte regional. Adicione ao roteiro uma visita à Oficina Francisco Brennand, antiga fábrica de tijolos que hoje guarda um incrível conjunto de esculturas em cerâmica de grande originalidade, e ao Instituto Ricardo Brennand, que abriga um dos maiores acervos de arte e história do país. Espontaneidade, autenticidade, habilidade e tradição é o que você vai encontrar nas mais diversas expressões pelo Brasil.

Street Art no Beco do Batman, Vila Madalena, São Paulo. Abaixo, obra de Tunga Palíndromo Incesto, 1990-1992, e à esquerda, instalação de Chris Burden, Beam Drop, 2008, Instituto Inhotim, Minas Gerais

Street Art at the Beco do Batman, Vila Madalena, São Paulo. Below, a work by Tunga Palíndromo Incesto, 1990-1992, and at left, installation by Chris Burden, Beam Drop, 2008, Inhotim Institute, Minas Gerais



Whether in the brilliant curves of Oscar Niemeyer’s architecture, the landscape design of Burle Marx, in the colorful walls on the streets of its big cities, in the dolls made by Zezinha from the Valley of Jequitinhonha, in the fabrics woven by lacemakers and in the body painting of its indigenous peoples, Brazil always inspires the eyes far beyond its beautiful natural landscapes. In the big cities, where BLTA hotels and tour operators offer itineraries for lovers of the visual arts, reserved visits to galleries are good opportunities to meet the artists showing their work. Those staying in Belo Horizonte can take a guided tour of the Inhotim Institute, the largest outdoor museum in the world, with a huge collection of contemporary art. Other cities in Minas Gerais, such as Ouro Preto and Congonhas, contain the historical architecture and baroque sculptures of Antônio Francisco Lisboa, known as “Mestre Aleijadinho,” carved in soapstone. While in Rio de Janeiro, the experiences for visitors range from Carnaval workshops, focused on costumes and percussion, to tours of furniture and jewelry design stores. With this proposal of experimentation, São Paulo offers immersions in the city’s graffiti, design and architecture. The country’s artistic effervescence can be found at such events as SP-ART and Rio ART, which bring together gallery owners, and in the exhibition Brazilian Routes, which features exclusively Brazilian artists, conceived of to value the knowledge and practices of each region of the country. The exhibitions of the International Art Biennial and Casa Cor, which promotes Brazilian designers, decorators and architects, also move the country’s art scene. If you appreciate handicrafts, follow the route through the Northeast, visiting traditional communities that master the techniques of basketry, embroidery, wood sculptures, ceramic pieces, weavings of coconut straw and other crafts transmitted from generation to generation. In Bahia, the artisans of Trancoso expand the cultural (and literal) baggage of any traveler. In Recife, a guided tour of the studios in neighboring Olinda is a great option for browsing the best of regional art. Add to the itinerary a visit to the Oficina Francisco Brennand, a former brick factory that today houses an incredible set of ceramic sculptures of great originality, and the Instituto Ricardo Brennand, home to one of the largest collections of art and history in the country. Spontaneity, authenticity, skill and tradition is what you will find in their most diverse expressions all throughout Brazil.



ROTA DOS SABORES
ROUTE OF FLAVORS

Do churrasco gaúcho ao caldo de piranha, do acarajé ao barreado, dos vinhos do Sul à cachaça onipresente nas caipirinhas cariocas, do pão de queijo ao pato no tucupi, da tapioca à maniçoba, do tutu ao sururu. Viajar pelo nosso país é sempre uma descoberta de sabores, aromas e texturas que surpreendem o paladar para muito além da feijoada. A combinação de influências indígenas, africanas, árabes e europeias – com direito a pitadas asiáticas e a uma vasta variedade de ingredientes típicos – resultou em uma profusão de especialidades culinárias que distinguem cada região e bem traduzem o caldeirão cultural que é o Brasil. Não tem como entender a riqueza de sabores do país sem visitar uma típica feira de rua ou entrar em um mercado local. Para degustar as frutas dos diferentes biomas brasileiros, anote na lista: pitanga e jabuticaba da Mata Atlântica; pequi e buriti do Cerrado; açaí, guaraná e cupuaçu da Amazônia; caju e mangaba da Caatinga. Uma água de coco, uma garapa de cana, acompanhadas de um pastel, também não podem faltar no passeio. Para conduzir o viajante nessa jornada gustativa, os hotéis BLTA de grandes cidades como São Paulo, Rio, Brasília, Salvador e Belo Horizonte oferecem aulas de culinária com visitas guiadas a mercados e feiras locais. Em comunidades remotas, as nossas operadoras organizam vivências com os maiores talentos da cozinha. Você pode participar de workshops de ostras em Florianópolis, degustar acarajés com baianas ou navegar com um chef pelos rios da Amazônia. Experiências que sempre conquistam o paladar e o coração dos viajantes.

From the churrasco gaúcho to the piranha soup, from acarajé to barreado, from the wines of the South to the ubiquitous cachaça in Rio’s caipirinhas, from cheese bread to tucupi duck, from tapioca to maniçoba, from tutu to sururu. Traveling through our country is always a discovery of flavors, aromas and textures that surprise the palate far beyond feijoada. The combination of indigenous, African, Arab and European influences – with pinches from Asia and a wide variety of typical ingredients – culminated in a profusion of culinary specialties that distinguish each region and do well to translate the cultural melting pot that is Brazil. There is no way to understand the wealth of the country’s flavors without visiting a typical street fair or stepping inside a local market. Feel like sampling the fruits of Brazil’s different biomes? Put these on your list: pitanga and jabuticaba from the Atlantic Forest, pequi and buriti from the Cerrado, açaí, guaraná and cupuaçu from the Amazon, cashew fruit and mangaba from the Caatinga. A drink of coconut water or sugarcane juice, accompanied by a pastel, are a must on this excursion. To lead travelers on this taste journey, BLTA hotels in major cities such as São Paulo, Rio, Brasília, Salvador and Belo Horizonte offer cooking classes with guided tours to local markets and fairs. In remote communities, our tour operators organize experiences with the greatest talents in the kitchen. You can participate in oyster workshops in Florianópolis, sample acarajé with Bahians or sail the rivers of the Amazon with a chef. Experiences that never fail to win over travelers’ palates and hearts.



Restaurante Pér gula, no Copacabana Palace, A Belmond Hotel
The restaurant Pér gula at Copacabana Palace, A Belmond Hotel



Chef Nena e suas receitas baianas no
Txai Itacaré. Acima, degustação do
chocolate “bean to bar”

Chef Nena and her Bahian recipes at
Txai Itacaré. Above, tasting session of
“bean to bar” chocolate



BRAZILIAN LUXURY TRAVEL ASSOCIATION | TONS DO BRASIL TONES OF BRAZIL



ROTAS DA BRASILIDADE ROUTES OF BRAZIL

A massagem relaxante é a predileta dos viajantes. À esquerda, ar puro e meditação na Serra da Mantiqueira, no Botanique Hotel, e (abaixo) práticas de yoga para acordar e restaurar o corpo, no Barracuda Hotel & Villas

Relaxing massage is a travelers' favorite. At left, fresh air and meditation in Serra da Mantiqueira, at the Botanique Hotel, and (below) yoga session to wake up and restore the body, at Barracuda Hotel & Villas



ROTA DO BEM-ESTAR ROUTE OF WELL-BEING

Desconectar-se do mundo para se reconectar consigo mesmo, restabelecendo o equilíbrio físico e mental. Esse é o mantra para quem busca as viagens de bem-estar. O objetivo é promover a saúde e o autocuidado por meio de atividades físicas, de terapias holísticas e das mais diversas vivências em meio à natureza. E, nesse aspecto, o Brasil tem um generoso cardápio para saciar corpo e alma. Além de proporcionar horizontes para distrair o olhar e visitas a lugares remotos, afastados dos ruídos do mundo, nossos hotéis e operadoras de luxo ampliaram seus leques de experiências: sessões de yoga e meditação ao nascer do sol na praia ou ao pôr do sol no alto das chapadas, tours de bike e cavalgadas em áreas verdes, respirando o ar puro das montanhas, banhos de cachoeira, de rio ou em águas termais e trilhas com parada para deliciosos piqueniques. Em alguns destinos, o viajante pode participar da colheita de frutas da estação ou da produção do artesanato local. Afinal, que stress resiste a oficinas de chás, de temperos ou de jardinagem? Os spas se encarregam de oferecer ao hóspede de uma combinação de tratamentos inspirados em rituais locais, com a sabedoria ancestral dos povos da floresta, as tradicionais técnicas milenares aprendidas na Ásia e a alta qualidade das mais modernas marcas da Europa. Em muitos deles, os óleos essenciais usados nos tratamentos são extraídos da flora brasileira. Se o intuito da viagem é uma restauração completa, prepare-se para se deliciar com um sensível roteiro de tratamentos autênticos em cada destino BLTA.

Unplug from the world to reconnect with yourself, restoring physical and mental balance. This is the mantra for those seeking wellness trips. The goal is to promote health and self-care through physical activities, holistic therapies and a wide variety of experiences in nature. And, in this aspect, Brazil has a generous menu for nourishing the body and soul. In addition to providing horizons for distracting the eye and visits to remote places, away from the noises of the world, our luxury hotels and tour operators have expanded their range of experiences: yoga and meditation sessions at sunrise on the beach or at sunset high on the slopes, bike tours and horseback rides through green areas, breathing in the fresh air of the mountains, taking a dip under waterfalls, in rivers or hot springs and hiking with a stop for a delicious picnic. At some destinations, travelers can participate by harvesting seasonal fruits or producing local handicrafts. After all, is there any stress that can resist tea, flavors or gardening workshops? The spas are there to offer guests a combination of treatments inspired by local rituals, with the ancestral wisdom of the forest peoples, traditional millennial techniques learned in Asia and the high quality of the most modern brands in Europe. At many of them, the essential oils used in the treatments are extracted from Brazilian flora. If the idea of the trip is complete restoration, prepare for the delights of a sensitive itinerary of authentic treatments at each BLTA destination.

Aos olhos do mundo, o Brasil é o país do Carnaval. E não é para menos: a festa mais popular do país atrai milhões de visitantes e impulsiona a economia em diversos estados. Tem blocos de rua e desfiles nos sambódromos do Rio e de São Paulo, trios elétricos em Salvador, bonecos gigantes em Olinda e muito frevo com maracatu no Recife. Alguns associados da BLTA oferecem programações especiais com participação nos desfiles, incluindo camarote para assistir à folia e curtir numa boa. Mas a festa por aqui vai muito além do Carnaval. Os fogos que inauguram o novo ano no espetacular ré-veillon em Copacabana iluminam a mensagem: brasileiro sabe fazer festa como ninguém. Em junho e julho, os maiores arraiais fazem ferver as nordestinas Caruaru e Campina Grande. Outras celebrações religiosas reúnem multidões para testemunharem a beleza de tradições como o Círio de Nazaré, em Belém, e a Festa de Iemanjá, em Salvador, Trancoso e diversas praias do Brasil. No Norte, o folclore ganha vida nas festas do boi-bumbá e a disputa entre Caprichoso e Garantido acontece em um dos mais belos espetáculos do país, atraindo visitantes de todas as partes a Parintins, no Amazonas. Já no Sudeste, a diversidade de temas no calendário se revela em eventos como a São Paulo Fashion Week, a Bienal Internacional de Arte e a Parada LGBTQIA+. Para os apreciadores das artes, há festivais

de ópera em Manaus, de música erudita em Trancoso e de dança em Joinville, mostra de cinema em Tiradentes e a Festa Literária de Paraty. Completando a agenda com festivais memoráveis, como o Rock in Rio e o The Town, é impossível não se divertir por aqui!

In the eyes of the world, Brazil is the country of Carnival. And no wonder: the most popular party in the country attracts millions of visitors and drives the economy in several states. There are street bands and parades in the sambodromes of Rio and São Paulo, trios elétricos in Salvador, the giant dolls of Olinda and lots of frevo with maracatu in Recife. Some BLTA associates offer special programs featuring parades, including private boxes to watch the festivities and enjoy in comfort. But the partying here goes way beyond Carnival. The fireworks that ring in the new year at the spectacular New Year's Eve at Copacabana highlight the message: Brazilians know how to party like no one else. In June and July, the largest festas juninas light up the northeastern towns of Caruaru and Campina Grande. Other religious celebrations attract crowds to witness the beauty of such traditions as the Círio de Nazaré, in Belém, and the Feast of Iemanjá, in Salvador, Trancoso and various beaches around Brazil. In the North, folklore comes to life in the boi-bumbá festivals and the dispute between Caprichoso and Garantido takes place in one of the most beautiful spectacles in the country, attracting visitors from all over to Parintins, in Amazonas. In the Southeast, the diversity of themes in the calendar is revealed in such events as São Paulo Fashion Week, the Biennial of International Art and the LGBTQIA+ Parade. For lovers of the arts, there are festivals of opera in Manaus, classical music in Trancoso and dance in Joinville, a film festival in Tiradentes and a literary festival in Paraty. With memorable music festivals like Rock in Rio and The Town rounding out the calendar, it's impossible not to have fun around here!



De cima para baixo: desfile de bonecos gigantes no Carnaval de Olinda, Pernambuco; Parada LGBTQIA+; Festa de São João no Nordeste; e cortejo Águas de Oxalá do Candomblé

From top to bottom: parade of giant dolls at the Carnaval of Olinda, Pernambuco; the LGBTQIA+ Parade; Feast of São João in Northeast Brazil; and The Candomblé procession Águas de Oxalá

ROTA BRASIL EM FESTA! ROUTE OF BRAZIL IN CELEBRATION!



Um brinde à vida e à vista privilegiada no Hotel das Cataratas, A Belmond Hotel, em Foz do Iguaçu, e chegada de barco com jantar especial preparado na areia da praia de águas doces do Rio Tapajós, na Amazônia do Pará

A toast to life and the privileged view at Hotel das Cataratas, A Belmond Hotel in Foz do Iguaçu, and arrival by boat with a special dinner prepared on the sands of the freshwater beach of the Tapajós River, in the Amazon of Pará



Christ the Redeemer, the Iguaçu Falls, Lençóis Maranhenses, the Amazon, the Pantanal, Fernando de Noronha, Salvador, beaches framed by coconut trees in the Northeast and by the Atlantic Forest in the Southeast. Brazil is full of iconic postcard settings, admired around the world. To make visits to these wonders even more special, BLTA members offer experiences that go beyond contemplation. This is how visitors to Rio discover such pleasures as having breakfast on the Sugar Loaf after hang gliding over the city and watching the sun come up before Christ the Redeemer, biking around the Lagoon at dusk and stopping for a delightful picnic at sunset, admiring nature from aboard a sailboat, going swimming surrounded by green at Grumari Beach and then stand up paddling in Guaratiba. In the Iguaçu Falls, the spectacle of the waters can also be seen from other perspectives, both on a helicopter flight at dawn and under the light of the full moon. In the Amazon, expeditions in small luxury boats along the Negro, Tapajós and Arapiuns Rivers make travelers feel like they're an integral part of the immensity of the forest. The scenic beauty of our most remote beaches and destinations, in forests and mountains, is especially enchanting to lovers. Whether celebrating their union, partying, or simply enjoying a honeymoon, from the North to the South of Brazil, there is no exhausting the capacity of the scenery and creativity of our people to surprise. Here, you will always be welcomed with smiles and open arms to celebrate special moments in unforgettable ways.



Para mais informações sobre o Livro ou para adquiri-lo favor entrar em contato via e-mail com paula@blta.com.br



BRAZILIAN LUXURY
TRAVEL ASSOCIATION