

CISION®

PRESS BOOK

Clipping 2019-09-11

CISION®

1. Portugal distinguido como Destino Turístico Acessível, TVI - Diário da Manhã, 11/09/2019	1
2. Portugal vence prémio de destino turístico acessível, TSF - Notícias, 10/09/2019	2
3. Ana Mendes Godinho. Destino acessível, Correio da Manhã, 11/09/2019	3
4. Falência de 36 companhias em dois anos deixou milhares em terra, Jornal de Notícias, 11/09/2019	4
5. Aviação - 36 empresas faliram, Correio da Manhã, 11/09/2019	5
6. Turismo, eventos e avenças esgotam parques municipais, Jornal de Notícias, 11/09/2019	6
7. Música de rua em Lisboa, TVI - Diário da Manhã, 11/09/2019	8
8. Eleições/Faro: Turismo é setor maior em região com múltiplas nacionalidades, Voz do Algarve Online (A), 11/09/2019	9
9. Conferência de Turismo do Algarve 2019, Publituris Online, 11/09/2019	11
10. Apanha de frutos secos em Loulé, RTP 1 - Portugal em Direto, 10/09/2019	13
11. Ovos de ouro ou ovos chocos, Público - Imobiliário, 11/09/2019	14
12. Algarve Nature Fest, Wilder Online, 11/09/2019	15

ID: 82424806

11-09-2019 08:45



Portugal distinguido como Destino Turístico Acessível

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=27c408b7-1246-48fd-94ad-36b717c228b7&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Portugal recebeu o prémio Destino Turístico Acessível. Foi o primeiro país a receber esta distinção por parte da Organização Mundial do Turismo.

Repetições: TVI - Diário da Manhã , 2019-09-11 09:46

TVI 24 - Diário da Manhã , 2019-09-11 09:47

TVI 24 - Diário da Manhã , 2019-09-11 08:46

Portugal vence prémio de destino turístico acessível

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=7a7763e3-12d2-4d98-8cab-783b8790b88d&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Portugal venceu o prémio inédito de destino turístico acessível da Organização Mundial de Turismo pelo esforço que tem feito na colocação de acertos para os cidadãos com deficiência em vários pontos turísticos no país. Portugal é único no país a receber este prémio que é atribuído pela 1.^a vez este ano pela Organização Mundial do Turismo, durante a assembleia geral que decorreu em São Petesburgo, na Rússia.

**ANA MENDES GODINHO**
DESTINO ACESSÍVEL

C Portugal foi escolhido como o primeiro país a receber o prémio de 'Destino Turístico Acessível 2019' da Organização Mundial do Turismo (OMT). A entrega do prémio teve lugar ontem em São Petersburgo, na Rússia.



Falência de 36 companhias em dois anos deixou milhares em terra

AVIAÇÃO Nos últimos dois anos, já faliram 36 companhias aéreas, sendo que a maioria são europeias, divulgou a Confederação Europeia das Associações de Agências de Viagens e Operadores Turísticos (ECTAA). O caso mais recente é da Aigle Azur, que definiu o passado dia 7 como o último de operações, tendo deixado sem voo 13 mil passageiros com viagens marcadas. Além da companhia aérea francesa, este ano já faliram empresas como a Insel Air e a Avianca Brasil. **A.M.P.**



AVIAÇÃO

36 empresas faliram

MEDIDAS ♦ Agentes de viagens defendem proteção para passageiros **ÚLTIMA** ♦ Aigle Azur é caso recente

RAQUEL OLIVEIRA

No espaço de dois anos, já foram à falência 36 companhias aéreas, prejudicando milhares de passageiros. Para a Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (APAVT), “esta situação recorrente sublinha uma vez mais a necessidade de criação de uma proteção adequada aos consumidores face às falências das transportadoras aéreas”.

A Aigle Azur – que cancelou todos os voos no passado domingo – é apenas a mais recente entrada na lista de companhias aéreas que cessaram operações. No caso, trata-se da segunda maior companhia aérea francesa.

A Confederação Europeia das Agências de Viagens quer “um mecanismo mandatário suportado pelas companhias aéreas para a proteção dos passageiros”.

A associação portuguesa recorda que enquanto as agências de via-



Compra
14 manifestações de interesse foram recebidas pela Aigle Azur mas nenhuma para o total do grupo

gens e operadores turísticos têm que dar garantias ou ter um seguro “contra a sua própria insolvência, as companhias aéreas não têm qualquer obrigação equivalente que proteja os seus clientes”.

A APAVT antecipa, face ao atual estado do setor da aviação europeia, “uma maior consolidação nos próximos anos o que, muito provavelmente, irá causar um maior número de falências ou encerramentos de companhias aéreas”. ●

Estacionamento lotado nos parques municipais do Porto

Épocas de turismo e festivais são as mais críticas. Preços baratos atraem muitos utilizadores

Ana Sofia Rocha
ana.s.ferreira@jn.pt

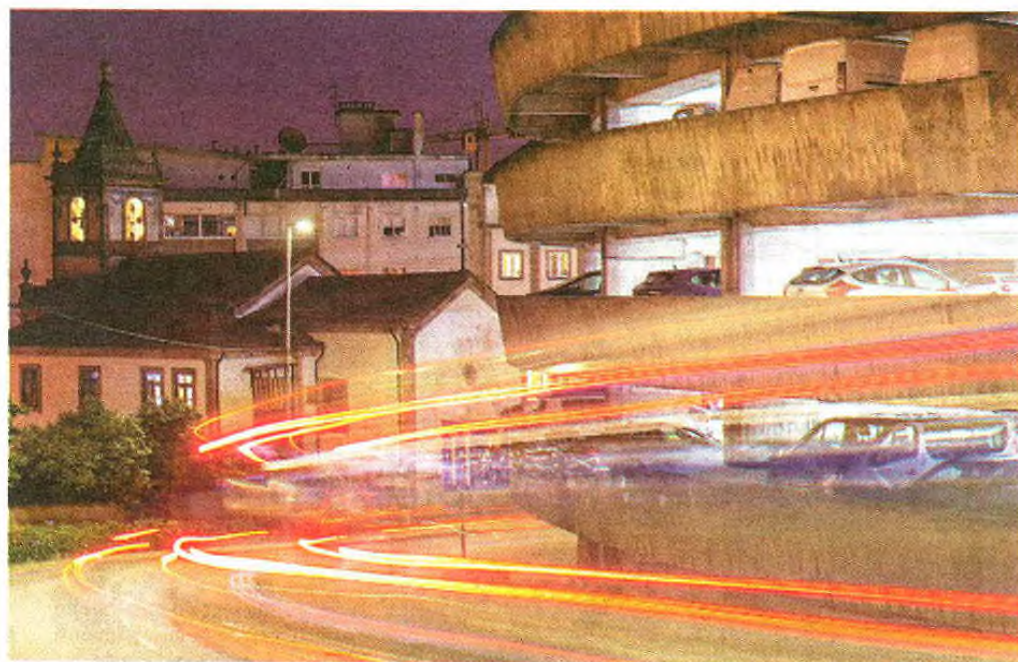
MOBILIDADE Muitos carros, muito turismo e vários eventos na cidade do Porto fazem com que os parques de estacionamento municipais estejam diariamente na sua capacidade máxima. Para os utilizadores, a localização e os preços mais acessíveis são os aspetos mais atrativos, mas o fenómeno estende-se também às avenças mensais que, em seis dos oitos parques municipais, estão esgotadas. Para a enchente de carros contribuem ainda as unidades hoteleiras que, com ou sem parcerias com os parques municipais, promovem junto dos hóspedes a utilização dos mesmos.

Estacionar na cidade do Porto pode ser, por vezes, um verdadeiro caos. Para fugir a isso, muitos utilizadores deixam os carros nos parques municipais, que parecem ser a melhor alternativa ao estacionamento caro e às multas.

“Venho para aqui porque sei que tenho sempre lugar para deixar o carro”, explicam Fátima Amaral e Armando Fonseca, marido e mulher que vêm de Resende ao Porto para consultas no Hospital Santo António.

Com as ruas do Centro Histórico do Porto cobertas por parcómetros taxados a 1,20 euros por hora com limite máximo de duas horas, recorrentes são as multas por deixar passar o tempo. “Como nunca sabemos quanto tempo vamos demorar nas consultas ou nas urgências, escolhemos os parques da Trindade ou do Palácio [de Cristal] porque pelo menos evitamos as multas”, explica o casal.

Em gestão direta da Autarquia, ou através da empresa municipal Porto Lazer, são oito os parques municipais que têm estado diariamente lotados.



Condutores utilizam estacionamento municipal para evitar as multas nos parcómetros

Parques de estacionamento



FONTE: CM PORTO

INFOGRAFIA JN

Segundo o Município, “nos últimos meses de julho e agosto, verifica-se a lotação diária completa devido à grande afluência de turistas e emigrantes”. Mas o aumento da procura também se faz sentir nos meses de março, abril, maio e dezembro “devido às épocas festivas e à Queima das Fitas”, esclarece a Câmara.

TURISTAS E PARCÓMETROS

Para Margarida Pinho, segurança no parque da Trindade, a falta de lugares na rua é

também um fator importante. “Temos os bilhetes para 72 horas e quem os pede muito são os turistas”, explica Margarida. “Mas os parcómetros também tiveram um grande peso porque já nem ao sábado se consegue estacionar na rua sem pagar”.

As avenças mensais para moradores e trabalhadores estão totalmente esgotadas em vários parques. “Há uma elevada procura e poucas desistências”, admite a Autarquia. Há ainda parques onde foram definidos limites para

o número de avençados como “medida de gestão que garanta a multiplicidade dos parques a assinantes e ao público geral”.

BILHETES MAIS BARATOS

A contribuir para esta enchente nos parques estão também as unidades hoteleiras que por sua vez adquirem bilhetes junto da Porto Lazer e dão ou vendem aos seus hóspedes, facilitando e promovendo o estacionamento nos parques municipais.

No hotel Dom Henrique, os hóspedes podem comprar bilhetes de 24 horas para estacionar no Silo Auto por um preço inferior. Em vez de 13 euros, podem comprar o bilhete por 10,50 euros. Um acordo confirmado pela unidade hoteleira, que não revela os termos do contrato por “razões de ética empresarial”.

Ao JN, a Autarquia garantiu que o benefício é exclusivo a este hotel e que deverá ser um contrato celebrado com a antiga concessão do parque.



José Teixeira
57 anos

“Deixo o carro no parque da Trindade porque é muito central e os preços são muito acessíveis”



Fátima Amaral
50 anos

“O turismo e a comodidade enchem os estacionamentos. Há muita gente na cidade”

euromilhões Esta sexta-feira 13 **TCHARAN 162 MILHÕES** JOGOS SANTA CASA

Proibido jogar a menores de 18 anos. Os prémios são pagos em dinheiro ou em 10.000 lotos, sendo a escolha do método de pagamento feita no momento da emissão do bilhete. A taxa única de 20% não tem impacto no valor do prémio.

jogosantacasa.pt

Jornal de Notícias

Homicida de freira na cadeia também por sequestro e roubo P. 18



Europa Elisa Ferreira gere fundos e lidera transição energética

Comissária vai criar com Centeno um orçamento da Zona Euro P. 14

Caso Matilde Análises atrasam medicamento para Noa e Simão P. 7

Porto Turismo, eventos e avenças esgotam parques municipais P. 25

Beauté morreu de uma embolia cerebral P. 40



Mais de dois mil obesos à espera de uma cirurgia

Lista de inscritos aumentou 61% no primeiro semestre do ano

Houve hospitais a fechar consultas para esconder o problema **Página 6**



Maria da Ponte, Enrique Buch e Carmen Oliveira. "Vamos lutar até ao fim"

Presos ao prédio Coutinho

Ainda há seis casas ocupadas em Viana do Castelo dependentes da decisão judicial P. 22

Póquer de Ronaldo acaba com a Lituânia

Portugal vence (5-1) e mantém segundo lugar do grupo P. 4 e 5



Cartel Deco estuda ação coletiva no tribunal contra Banca

Recursos não travam contestação dos clientes P. 15

Eleições Meio milhão de euros em brindes para a campanha

Maior fatia dos gastos será em cartazes P. 11

PUBLICIDADE

The future of packaging technology
EMPACK2019

TRANSPORT & LOGISTICS

18 & 19 SETEMBRO | PAVILHÃO 2, EXPONOR, PORTO

+140 Marcas representadas
+3.500 Profissionais

Registe-se agora e conheça pessoalmente o futuro da Logística e da Embalagem

Entrada gratuita só através do registo online
easyfairs.com/logisporto - CÓDIGO DE REGISTO: 366

ID: 82424912

11-09-2019 08:46



Música de rua em Lisboa

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=a33b19b7-3cf9-412c-b29d-2918f0bc48a0&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Não são apenas os turistas que procuram cada vez mais a cidade de Lisboa. O turismo traz até à capital do país artistas de rua que chegam de todo o mundo.

Repetições: TVI 24 - Diário da Manhã , 2019-09-11 08:47

Eleições/Faro: Turismo é setor maior em região com múltiplas nacionalidades

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 11/09/2019

Melo: Voz do Algarve Online (A)

URL: <http://www.avozdoalgarve.pt/detalhe.php?id=39060>

Com uma economia centrada sobretudo no turismo, o distrito de Faro tem no seu aeroporto internacional a sua principal porta de entrada, onde todos os anos aterram milhões de turistas ou segundos residentes que ali têm casa.

Depois da explosão do turismo, na década de 1970, o Algarve (que compreende um único distrito) foi lentamente abandonando as suas principais atividades económicas - a agricultura e a pesca - para se converter numa região cada vez mais dependente do turismo e setores associados, como o comércio e os serviços.

Estes são os setores que mais pessoas empregam na região, mas a contratação de recursos humanos tem vindo a ser dificultada, por um lado, pela falta de habitação disponível para residência permanente e, por outro, pelos elevados preços do arrendamento.

O crescimento do número de pessoas com estatuto de residente não permanente no Algarve - sobretudo ingleses, franceses e italianos -, e o 'boom' do alojamento local são positivos para a economia, mas uma verdadeira dor de cabeça para quem procura casa.

Segundo o portal de análise de dados estatísticos Eyedata, a população residente do círculo eleitoral de Faro era em média, em 2018, de 439.244 habitantes.

Comparativamente a 2011, segundo os dados apurados nos Censos, regista-se uma perda de cerca de 11.000 habitantes.

De acordo com dados do Ministério da Administração Interna, atualmente, após a suspensão do recenseamento eleitoral e enquanto decorre um período de reclamações, há 376.882 eleitores inscritos no distrito, mais 6.117 do que no dia das anteriores legislativas, em 2015.

No entanto, nesse ano, apenas metade dos eleitores inscritos (190.484) votaram para eleger os nove deputados atribuídos ao círculo de Faro, o que representou uma abstenção de 51%, inferior, ainda assim, à abstenção nacional, que foi de 57%.

Há quatro anos, os partidos mais votados na região foram o PS, que obteve quatro mandatos, com 32,7% dos votos, seguido do PSD, que elegeu três deputados, com 31,4% dos votos, e do BE e do PCP, que elegeram um deputado cada, com 14% e 8,6% dos votos, respetivamente.

Segundo dados da mesma plataforma, 31,65% da população com mais de 15 anos tinha pelo menos o ensino secundário em 2011, um número acima do valor total do país, que se cifrava em 30,53%.

A criação da Universidade do Algarve, há 40 anos, foi um fator decisivo na formação de quadros na região e ajudou a reconfigurar o perfil da cidade, ao atrair também muitas pessoas de outras zonas do país, que acabaram por ali se fixar.

Já o poder de compra per capita, segundo dados de 2015, situava-se no distrito de Faro em 95,28 (Portugal=100,22), sendo que o ganho médio mensal de trabalhadores por conta de outrem, em

2016, era de 945,78 euros, quando o valor nacional era de 1.108, 56 euros.

Apesar do problema do desemprego sazonal, já que parte dos hotéis e atividades associadas encerram no inverno, o número de desempregados oficiais no Algarve não é elevado.

O número de desempregados inscritos em 2018 era de 4,76%, enquanto o valor nacional registado era ligeiramente superior, cifrando-se em 5,54%.

Por: Lusa

Conferência de Turismo do Algarve 2019

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 11/09/2019

Melo: Publituris Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=449bf48c>

A 27 de setembro, o Hilton Vilamoura As Cascatas Golf Resort & Spa vai ser palco da Conferência de Turismo do Algarve 2019, iniciativa que vai debater o tema "Novos mercados para novos tempos", com destaque para as novas oportunidades geradas pelo movimento das viagens de saúde e bem-estar.

O debate, que decorre entre as 09h00 e as 17h00, é organizado pela ILM Real Estate Group, em parceria com a Ireland Portugal Business Network (IPBN) e a Dengun Digital Agency em Faro, estando já confirmada a participação de 25 especialistas, bem como de João Fernandes, presidente da Entidade Regional de Turismo do Algarve e da Associação de Turismo do Algarve, bem como de Francisco Serra, presidente da CCDR-Algarve.

O Publituris é media partner do evento e publica a entrevista a João Fernandes no âmbito desta conferência.

A conferência de turismo do Algarve regressa pelo segundo ano. Qual a importância de um evento como este para unir o setor turístico da região, estimulando o debate e criando parcerias para o crescimento futuro?

Sempre defendi que o setor do turismo algarvio seria tão mais forte, quanto a nossa capacidade para planearmos e anteciparmos problemas, assim como para falarmos de forma focada, articulada e conjugada.

A fórmula proposta para esta conferência parece-me correta, no sentido de percorrermos esse caminho de fortalecimento do setor e de capacitação dos seus agentes e, a julgar pela mobilização conseguida na anterior edição, bem como o resultado da reflexão aí promovida, esta organização poderá vir a contribuir para a definição da agenda regional.

Em perspetiva, qual a importância do setor turístico do Algarve para a economia nacional?

O Algarve é há mais de 40 anos seguidos o destino em Portugal com maior número de dormidas turísticas de portugueses e de estrangeiros. Não obstante a enorme dificuldade em avançar com um valor exato que permita dar resposta a esta pergunta, quer pela complexidade em circunscrever (e medir) aquilo que é consumo turístico e o que não é, bem como pela necessidade de termos uma Conta Satélite do Turismo regional, há vários indicadores que nos permitem perceber a importância do turismo algarvio para a economia nacional.

Primeiramente aquilo que se estima ser o peso do turismo em Portugal no PIB nacional - mais de 8%. Ainda que não haja uma decomposição regional destes valores, todos temos a consciência do enorme contributo que o Algarve dá para o todo do turismo nacional e que se traduz, por exemplo, nos mais de 4 milhões de hóspedes, ou nas quase 19 milhões de dormidas registadas anualmente. Em 2018, de acordo com o INE e com o Banco de Portugal, o Algarve representou cerca de um terço das dormidas e 30% dos proveitos em empreendimentos turísticos. Do lado da oferta, a realidade não se altera, sendo no Algarve que estão localizadas mais de 35% das camas em hotelaria.

Perspetivando este quadro geral e tendo em linha de conta de que se trata de um setor eminentemente exportador (muitos dos turistas são estrangeiros, representando entrada de divisas), creio que é fácil assumir o enorme contributo que turismo algarvio dá para a economia regional. De acordo com o Economista chefe do Novo Banco, Dr. Carlos Almeida Andrade, o Algarve é responsável

por quase 50% do Valor Acrescentado Bruto do setor do turismo em Portugal.

O tema da conferência é "Novos mercados de turismo para novos tempos". Onde se encontram as oportunidades no futuro para esta região e como deve o Algarve posicionar-se a fim de maximizar o seu potencial em pleno?

A estratégia que temos vindo a seguir nos últimos anos creio que ilustra bastante bem aquilo que preconizamos para a região relativamente a esse assunto. A nossa aposta tem-se centrado na conjugação básica de dois fatores: primeiro, demonstrar que o Algarve, além das praias que lhe conferiram (e continuam a conferir) grande notoriedade, tem um leque alargado de elementos que permitem, a cada visita, descobrir coisas novas independentemente de se ficar no litoral ou no interior, no sotavento ou no barlavento; simultaneamente, temos trabalhado numa maior valorização da nossa autenticidade e da nossa genuinidade. Elementos como a Dieta Mediterrânica, ou a produção cultural regional (esta, muito alavancada pelo programa 365 Algarve) têm sido autênticas bandeiras na nossa promoção.

Em termos internacionais quão forte é a marca turística do Algarve actualmente, e o que mais será necessário fazer, para promover a versatilidade do destino?

A marca Algarve é, inquestionavelmente, bastante forte, mas que pode ser ainda mais valorizada, sobretudo com a melhoria e a diversificação da oferta.

Como referi anteriormente, temos vindo a trabalhar num longo e contínuo processo de diversificação, desmistificando um pouco o preconceito de que o Algarve é só sol e praia e, quase consequentemente, é só de verão. Nenhuma dessas premissas é verdadeira, embora seja verdade que nosso produto estrela é, como continuará a ser o sol e praia. O que as pessoas têm vindo a descobrir é que existe bastante mais para além das lindas praias; que temos lindíssimos trilhos de percursos pedestres e cicláveis, com vistas de cortar a respiração; que o Algarve tem hoje vinhos de excepção; que na região existe uma grande preocupação com a valorização da nossa gastronomia regional; que aqui encontrarão magníficos hotspots para a prática do birdwatching; que em época baixa, já na sua 4ª edição, temos uma programação cultural bastante diversificada e abrangendo todo o território, com a designação de 365 Algarve.

Estes são, na nossa opinião, os elementos que ajudam a valorizar e diversificar a marca Algarve.

Publituris



Apanha de frutos secos em Loulé

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=a719236b-40db-4cd1-a0b7-bce75f0fd4dc&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Passar umas horas a apanhar frutos secos, a proposta da Câmara de Loulé, através de um projeto que quer promover saberes da região e ao mesmo tempo promover árvores de sequeiro. Desta vez a apanha foi de figos, alfarrobas e amêndoas.

Declarações de Joaquim Costa, do projeto Loulé Criativo.

Ovos de ouro... ou ovos chocos



Luís Lima
Presidente
da APEMIP
luislima@apemip.pt

No final do ano passado, a Associação dos Profissionais e Empresas de Mediação Imobiliária de Portugal (APEMIP) organizou, com o apoio da Região de Turismo do Algarve (RTA), uma conferência sobre o tema “O hoje e o amanhã do imobiliário português”.

Nesta conferência, pretendia-se avaliar as expectativas para a evolução dos sectores do imobiliário e do turismo no decorrer de 2019, e na generalidade, os oradores apontaram para a manutenção da rota de crescimento, ainda que com maiores dificuldades. Por um lado, a ausência de stock e o aumento de preços nos segmentos do arrendamento e da compra e venda no sector imobiliário, por outro, o regresso ao panorama turístico de mercados que são concorrentes diretos do nosso país, a preços muito competitivos.

A expectativa tem-se confirmado. Apesar dos números se apresentarem positivos, no ar sente-se a ligeira retração dos mercados, muito influenciada pelos valores que se praticam, revelando de alguma forma a repetição de alguns erros que se cometeram no passado.

Sou e sempre fui um verdadeiro defensor da evolução sustentável dos mercados. Desconfio dos crescimentos abruptos, e a experiência diz-me que quanto mais se sobe, maior é a queda. Temo verdadeiramente que o País volte a sofrer o impacto de uma crise, com os contornos dramáticos que se revelaram na última da qual todos temos bem memória. No entanto, há no português uma sofreguidão para se querer ganhar tudo de uma vez, sem pensar no dia de amanhã, num planeamento a curto prazo que deveria ser, para bem de todos, substituído

Meio: Imprensa

País: Portugal

Period.: Semanal

Âmbito: Economia, Negócios e

Pág: 6

Cores: Cor

Área: 13,33 x 23,30 cm²

Corte: 1 de 1



por uma visão estratégica mais diluída no tempo.

Durante o período de férias, não pude deixar de observar a repetição de erros bem recentes a que assistimos no passado. Se repararmos bem nos preços que estão agora a ser praticados no Algarve, confirmamos que são direcionados maioritariamente para o mercado estrangeiro, tal é o desfasamento da realidade portuguesa. Falo do Algarve por ter esta referência mais recente, mas em Lisboa ou Porto, os preços estão também absolutamente “turistificados”, afastando os consumidores portugueses. O mesmo se aplica ao sector imobiliário. Apesar de haver um forte desequilíbrio entre a procura e a oferta que faz com que a lei de mercado tenha reflexos diretos nos preços das casas, há também quem ache que deve colocar ativos no mercado a preços absurdos, acima do que seria aceitável.

É por isso preciso resfriar os ânimos. O ego português está em alta, e ainda bem, mas não estamos sozinhos no mundo e lá fora há alternativas que podem até não ser tão boas, mas sendo mais baratas captarão o olhar atento dos investidores e também dos turistas.

O mercado português tem um potencial incrível, a ainda há por onde crescer, mas a nossa credibilidade ficará em causa se se insistir na ideia de vender a preços especulados.

A nossa galinha tem posto ovos de ouro, mas se não cuidarmos bem deles, quando dermos por eles estarão chocos...

Algarve Nature Fest

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 11/09/2019

Melo: Wilder Online

URL: <https://www.wilder.pt/evento/algarve-nature-fest/>

De 21 a 22 de Setembro decorre o Algarve Nature Fest, um festival inteiramente dedicado ao turismo de natureza, no Passeio Ribeirinho de Olhão.

Fazem parte do programa caminhadas, passeios de barco, birdwatching, batismo de mergulho e vela, stand up paddle e BTT.

"Trata a natureza por tu" é a assinatura deste evento que conta com dezenas de experiências no mar, na ria ou em terra para adultos e crianças, todas gratuitas, algumas com inscrição prévia obrigatória.

Além do programa principal, há ainda um conjunto de atividades complementares para todos os que passarem pela área de animação e exposição implantada no Passeio Ribeirinho de Olhão.

O Algarve Nature Fest pretende promover os encantos naturais da região, mas também sensibilizar os participantes para a importância da proteção e conservação da diversidade biológica e paisagística da região algarvia. Por isso mesmo, no dia 21 de manhã haverá uma iniciativa no mercadinho de produtores do Mercado Municipal de Olhão que apelará à redução do uso do plástico através da oferta de sacos de compras reutilizáveis aos visitantes.

O evento é promovido pela Região de Turismo do Algarve (RTA) em parceria com o município de Olhão.

Consulte aqui o programa completo.