

CISION®

PRESS BOOK

Clipping 2019-09-30

CISION®

1. Orquestras à chegada, RTP 1 - Portugal em Direto, 27/09/2019	1
2. Concerto inédito no Aeroporto de Faro, Antena 1 - Notícias, 27/09/2019	2
3. Três orquestras, um coro e Katia Guerreiro acolhem turistas no Aeroporto, Sul Informação Online, 28/09/2019	3
4. Afinal, o segredo para o sucesso do Algarve está nos sorrisos, Marketeer Online, 30/09/2019	4
5. Sorriso é um dos segredos do sucesso do Algarve, Algarve Notícias Online, 28/09/2019	5
6. "Sorriso" é um dos Segredos de Sucesso do Algarve - Nova Campanha da RTA agradece a Residentes, + Algarve Online, 27/09/2019	6
7. Nova campanha da Região de Turismo do Algarve agradece a residentes, Algarve Informativo Online, 27/09/2019	7
8. RTA lança campanha "O teu sorriso é um dos segredos do Algarve", Ambitur Online, 27/09/2019	8
9. RTA assinala Dia Mundial do Turismo com nova campanha, Barlavento Online, 27/09/2019	9
10. SORRISO É UM DOS SEGREDOS DO SUCESSO DO ALGARVE, Correio de Lagos Online, 27/09/2019	10
11. Sorria está no Algarve!, Magazine Imobiliário Online, 27/09/2019	11
12. RTA lança campanha para agradecer aos algarvios a arte de bem receber, Postal do Algarve Online, 27/09/2019	12
13. RTA agradece o sorriso dos algarvios em nova campanha, Sul Informação Online, 27/09/2019	14
14. Alerta com marés vivas no Algarve, CM TV - CM Jornal - 20h, 29/09/2019	15
15. Turistas maravilhados com ´Veneza do Algarve´, Correio da Manhã, 30/09/2019	16
16. Maiores marés do ano no Algarve, TVI - Diário da Manhã, 30/09/2019	17
17. Gastos 4 milhões para receber congressos, Correio da Manhã, 30/09/2019	18
18. Sobe e Desce, Correio da Manhã, 30/09/2019	20
19. Sobe e desce, Correio da Manhã - Correio da Manhã Algarve, 30/09/2019	21
20. Grupo do Kuwait investe EUR500 milhões em Portugal, Expresso - Economia, 28/09/2019	22
21. Turismo de compras já cresce 36% este ano, Negócios, 30/09/2019	24
22. Noite de Lisboa já obriga a dormir de tampões nos ouvidos, Jornal de Notícias - Urbano, 29/09/2019	27
23. Falência. Thomas Cook afeta mais de duas dezenas de empresas, Negócios, 30/09/2019	30
24. Cartas do leitor - Falência da Thomas Cook, Público, 30/09/2019	33
25. Falência da Thomas Cook, TVI 24 - Notícias, 29/09/2019	34

26. Falência da Thomas Cook, RTP 1 - Bom Dia Portugal, 29/09/2019	35
27. 4,4 milhões de prejuízo após falência, Correio da Manhã, 29/09/2019	36
28. Família cumpre sonho de visitar o Algarve, SIC - Jornal da Noite, 28/09/2019	37
29. Falência da Thomas Cook, RTP 1 - Telejornal, 28/09/2019	38
30. Falência da Thomas Cook, TVI 24 - Notícias, 28/09/2019	39
31. Insolvência da Thomas Cook, SIC - Primeiro Jornal, 28/09/2019	40
32. Clientes da Thomas Cook regressam a casa, TSF - Notícias, 28/09/2019	41
33. Falência da Thomas Cook - Apoio de 150 milhões, Correio da Manhã, 28/09/2019	42
34. Sobe & desce, Correio da Manhã, 28/09/2019	43
35. "Confusion de Confusiones", Expresso - Economia, 28/09/2019	44
36. Férias de sonho dão em pesadelo, Expresso - Economia, 28/09/2019	45
37. Radar, Expresso - Economia, 28/09/2019	46
38. Fim da Thomas Cook pode tirar 80 mil turistas à Madeira, Público, 28/09/2019	48
39. Empresas ajudadas após colapso da Thomas Cook, Sol, 28/09/2019	50
40. Falência da Thomas Cook, SIC Notícias - Jornal das 7, 27/09/2019	51
41. Linha de crédito ajuda empresas algarvias a enfrentar falência da Thomas Cook, Sul Informação Online, 29/09/2019	52
42. Thomas Cook deixa dívida de 4,8 milhões no Algarve, Dinheiro Vivo Online, 28/09/2019	54
43. Vai poder andar numa carrinha pão de forma a descobrir a história do Algarve, NiT New in Town Online, 28/09/2019	55
44. Festival da Comida Esquecida recorda sardinhas garrentas, pau roxo e catacuzes, DiáriOnline Online, 29/09/2019	56
45. Hard Brexit? Têxtil, mobiliário e turismo medem o impacto, ECO - Economia Online, 29/09/2019	57
46. "Resort" e dois hotéis anunciados para Lagos, Jornal de Notícias, 28/09/2019	60
47. Kronos lança resort Palmares com investimento de EUR250M, Vida Imobiliária Online, 27/09/2019	61



Orquestras à chegada

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=2d074bc9-df17-4f1d-831d-fda86e847b90&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

No Algarve as comemorações do Dia Mundial do Turismo inclui uma receção especial a turistas, no aeroporto de Faro três orquestras estão a postos para dar música à chegada dos passageiros nos próximos voos e tudo vai acontecer na placa do aeroporto.

Concerto inédito no Aeroporto de Faro

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=d1615af4-462d-445c-abf3-98df27cac06b&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Hoje é o Dia Mundial do Turismo e na pista do Aeroporto de Faro está a decorrer, nesta altura, um concerto inédito que a junta várias orquestras e também uma fadista para surpreender os turistas.

Três orquestras, um coro e Katia Guerreiro acolhem turistas no Aeroporto

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	28/09/2019
Melo:	Sul Informação Online	Autores:	Hugo Lopes Rodrigues

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=e6b80fda>

Ação

Os passageiros que chegaram ontem a Faro, provenientes do Aeroporto de East Midlands, no Reino Unido, tinham à sua espera uma surpresa: um espetáculo protagonizado por três orquestras, por um coro e pela fadista Katia Guerreiro.

A Região de Turismo do Algarve (RTA) e o Aeroporto de Faro juntaram-se para celebrar o Dia Mundial do Turismo com uma iniciativa fora da caixa. Para isso, convidaram as Orquestras Clássica do Sul, das Beiras e do Norte, o coro da OCS e a fadista Katia Guerreiro para um concerto em plena placa da infraestrutura aeroportuária.

Uma iniciativa que surpreendeu os recém-chegados viajantes, que, ainda assim, não se demoraram muito no local, apesar de, em muitos casos, aproveitarem para tirar fotografias.

Neste caso, os turistas que tiveram uma chegada bem original ao seu destino viajaram num avião da Ryanair, companhia que tem sido muito falada por ter anunciado que iria fechar a base de Faro, decisão que entretanto reverteu parcialmente.

Embora os responsáveis pela ação assegurem que foi coincidência e que até era para outro voo, de uma companhia diferente, a ser alvo da iniciativa, este não deixa de ser um sinal.

Nós quisemos comemorar o Dia Mundial do Turismo vindo ao primeiro sítio que muitos turistas pisam quando vêm à nossa terra, sendo esta uma das portas de entrada na região, para brindar os que nos visitam com um concerto de boas-vindas. No fundo, trata-se de proporcionar um momento especial na altura precisa em que chegam à região, disse ao Sul Informação o presidente da RTA João Fernandes.

Temos realizado, ao longo dos anos, várias iniciativas fora da caixa. Esta também o é. Sempre que conseguimos criar um momento diferente e que demonstra a nossa hospitalidade, as coisas correm bem, acrescentou.

Esta ação acontece numa altura em que há várias situações a ensombrar o turismo no Algarve, não só a redução da operação da Ryanair, mas também a falência da Thomas Cook. Isso torna-a ainda mais importante, considerou o presidente da RTA.

Tem-se verificado a falência de algumas companhias aéreas, mas estamos aqui a demonstrar que o Aeroporto de Faro continua a crescer todos os meses e que a região continua a ter um excelente desempenho, que se tem alargado para fora da época alta, concluiu João Fernandes.

Fotos: Hugo Rodrigues|Sul Informação

Hugo Rodrigues

Afinal, o segredo para o sucesso do Algarve está nos sorrisos

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 30/09/2019

Melo: Marketeer Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=f4a7d8a2>

A nova campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA) é dedicada aos residentes, que ajudam a tornar o Algarve um dos destinos de eleição tanto para portugueses como para estrangeiros. "O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" é o mote do trabalho publicitário, cujo objectivo é agradecer a quem contribui para o sucesso da região.

O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas óptimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do sector e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias , explica João Fernandes, presidente da RTA. Quisemos, por isso, agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber , remata.

A campanha é composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots. Os materiais estão a ser divulgados sobretudo nas redes sociais, mas também no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes nos pontos de turismo da RTA.

João Fernandes adianta ainda que a campanha também tem como objectivo sensibilizar toda a comunidade para o contributo da actividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes . Segundo o responsável, é muito importante que se continua a fomentar as boas práticas no acolhimento a visitantes e turistas.

Sorriso é um dos segredos do sucesso do Algarve

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 28/09/2019

Melo: Algarve Notícias Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=66f4899>

Nova campanha da Região de Turismo do Algarve agradece a residentes

O teu sorriso é um dos segredos do Algarve é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca hoje (dia 27) com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber, sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas, acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha O teu sorriso é um dos segredos do Algarve está inserida no âmbito do projeto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

Ademar Dias

"Sorriso" é um dos Segredos de Sucesso do Algarve - Nova Campanha da RTA agradece a Residentes

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/09/2019

Melo: + Algarve Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=a33ae5ac>

O teu sorriso é um dos segredos do Algarve é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca hoje (dia 27) com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber, sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas, acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha O teu sorriso é um dos segredos do Algarve está inserida no âmbito do projeto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

Fonte: LPM

Nova campanha da Região de Turismo do Algarve agradece a residentes

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	27/09/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=ba0e733>

O teu sorriso é um dos segredos do Algarve é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arrancou no dia 27 de setembro com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros. A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site Visitalgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA. "O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climáticas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber", sublinha João Fernandes, presidente da RTA. "Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas", acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos e que, no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas. A campanha O teu sorriso é um dos segredos do Algarve está inserida no âmbito do projeto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

Daniel Pina

RTA lança campanha "O teu sorriso é um dos segredos do Algarve"

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/09/2019

Melo: Ambitur Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=be391477>

"O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca hoje (dia 27) com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

"O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber", sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

"Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas", acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha "O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" está inserida no âmbito do projeto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

RTA assinala Dia Mundial do Turismo com nova campanha

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/09/2019

Melo: Barlavento Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=bffe5f4b>

O teu sorriso é um dos segredos do Algarve é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca hoje, dia 27 de setembro, com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber, sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas, acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões de hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha O teu sorriso é um dos segredos do Algarve está inserida no âmbito do projeto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

[Additional Text]:

RTA_Campanha_sorriso

O teu sorriso é um dos segredos do Algarve é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA)

Print Icon

barlavento

SORRISO É UM DOS SEGREDOS DO SUCESSO DO ALGARVE

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/09/2019

Melo: Correio de Lagos Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=540b14e6>

O teu sorriso é um dos segredos do Algarve é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca hoje (dia 27) com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber, sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas, acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha O teu sorriso é um dos segredos do Algarve está inserida no âmbito do projeto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

Sorria está no Algarve!

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/09/2019

Melo: Magazine Imobiliário Online

URL: <http://www.magazineimobiliario.com/turismo/sorria-esta-no-algarve/>

"O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca no dia 27 de Setembro com o objectivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

"O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas óptimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do sector e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber", sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

"Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da actividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas", acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha "O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" está inserida no âmbito do projecto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

RTA lança campanha para agradecer aos algarvios a arte de bem receber

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	27/09/2019
Melo:	Postal do Algarve Online	Autores:	Cristina Mendonça

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=12389f62>

- PUB -

Ouvir

"O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca hoje com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que ao longo do ano contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região

(Fotos D.R.)

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no "Guia Algarve", em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

"O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber", sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

A campanha evoca a arte de bem receber

"Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas", acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha "O teu sorriso é um dos segredos do Algarve" está inserida no âmbito do projeto "SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve", uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

(CM)

Facebook Comments

Cristina Mendonça

RTA agradece o sorriso dos algarvios em nova campanha

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 27/09/2019

Melo: Sul Informação Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=afd748ef>

Campanha evoca a arte de bem receber

O teu sorriso é um dos segredos do Algarve é o mote da mais recente campanha da Região de Turismo do Algarve (RTA), que arranca hoje (dia 27) com o objetivo de agradecer aos residentes do Algarve que, ao longo do ano, contribuem para que a região seja um destino turístico escolhido por milhões de portugueses e estrangeiros.

A campanha evoca a arte de bem receber, a cordialidade e a hospitalidade da região e quer ainda motivar quem nela reside a continuar a acolher com carinho os seus visitantes.

Composta por fotografias, um vídeo promocional e breves spots, a campanha de marketing digital irá focar-se no social media advertising (Facebook e Instagram), apesar de estar também presente no site VisitAlgarve, no Guia Algarve, em outdoors e cartazes a afixar nos postos de turismo da RTA.

O Algarve destaca-se pela sua beleza natural, pelas ótimas condições climatéricas durante o ano, pela segurança, mas o seu sucesso deve-se também ao empenho dos profissionais do setor e dos residentes no acolhimento de quem escolhe a região para as suas férias. Quisemos por isso agradecer-lhes pela sua capacidade de bem receber, sublinha João Fernandes, presidente da RTA.

Por outro lado, com esta campanha pretendemos sensibilizar toda a comunidade para o contributo da atividade turística para o desenvolvimento regional e para a melhoria da qualidade de vida dos residentes, sendo muito importante que continuemos a fomentar as boas práticas no acolhimento aos visitantes e turistas, acrescenta.

Recorde-se que o Algarve tem vindo a registar um desempenho positivo ao longo dos anos. Já no primeiro semestre de 2019, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os proveitos totais atingiram os 431,3 milhões de euros e foram registados 2,17 milhões hóspedes e 8,62 milhões de dormidas.

A campanha O teu sorriso é um dos segredos do Algarve está inserida no âmbito do projeto SustenTUR Algarve - preservação do património natural e cultural da região do Algarve, uma operação candidata à Linha de Apoio à Sustentabilidade do Programa Valorizar do Turismo de Portugal.

Sul Informação



Alerta com marés vivas no Algarve

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=7792aef5-b97b-4936-85aa-99cc4fd81f68&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

As maiores marés vivas do ano na zona do Algarve, provocaram algumas inundações de pequena dimensão em Ferragudo, por exemplo, os comerciantes já estão habituados a este fenómeno.

MARÉS VIVAS. ZONAS RIBEIRINHAS ATINGIDAS

Turistas maravilhados com 'Veneza do Algarve'

INUNDAÇÕES ➤ Água invadiu algumas zonas ribeirinhas da região devido à maior maré do ano
TURISMO ➤ Fenómeno natural que acontece todos os anos está a tornar-se num postal turístico

RUI PANDO GOMES/ANA PALMA

Várias zonas ribeirinhas da região do Algarve ficaram ontem inundadas na sequência da maior maré do ano. Apesar de não terem sido registados prejuízos, o fenómeno natural colocou em alerta diversos meios dos bombeiros e da Proteção Civil.

Um dos locais onde a água invadiu as ruas e praças foi na vila de Ferragudo, no concelho de Lagoa, que já é considerada pelos turistas como a 'Veneza do

BOMBEIROS ESTIVERAM DE PREVENÇÃO MAS NÃO HOUVE REGISTO DE DANOS

Algarve'. "Nunca na minha vida passei por uma experiência como esta e já viajei pelo Mundo todo. Estou a adorar porque o cenário é fantástico", referiu ao CM uma turista brasileira, enquanto bebia uma cerveja numa esplanada da Praça Rainha D. Leonor, que ficou inundada. Já um casal português de férias no Algarve revelou que a água estava com "uma temperatura muito boa" e só era pena "não



Esplanadas na Praça Rainha D. Leonor ficaram inundadas, mas os turistas continuaram sentados com os pés na água

ser possível dar mergulhos".

Apesar da água ter invadido a praça, as esplanadas estavam cheias e os empregados tiveram que servir à mesa descalços. "Já que nós não vamos ao mar por falta de tempo, o mar veio ter connosco", disse em tom de brincadeira um funcionário. "É

um fenómeno que acontece todos os anos e que já se está a tornar num postal turístico", referiu o ex-presidente da Junta de Freguesia Luís Alberto.

Em Portimão, a subida da maré causou igualmente pequenas inundações, nomeadamente na rua Júdice Biker, na

Estrada da Rocha e em Alvor, sem provocar prejuízos. O mesmo cenário foi vivido em algumas ruas da cidade de Tavira e em Olhão. A norte, em Ofir, Esposende, também houve subida das águas, com duas viaturas imobilizadas numa estrada que ficou submersa. ●



Maiores marés do ano no Algarve

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=deb4bc1c-bf1f-40b5-a2ec-0e86db61ba9d&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

As marés vivas chegaram ao Algarve. O fenómeno é cíclico. Moradores e comerciantes já estão habituados a ter as zonas ribeirinhas inundadas durante os períodos de marés mais altas.

Repetições: TVI 24 - Notícias , 2019-09-29 00:21

TVI 24 - Diário da Manhã , 2019-09-30 07:11

TVI 24 - Notícias , 2019-09-30 10:46

TURISMO

Quatro milhões para receber congressos

BALANÇO Últimos dois anos foram os mais importantes, superando fasquia de um milhão de euros
NEGÓCIOS Apoio a eventos é encarado como uma ferramenta de combate à sazonalidade no País

WILSON LEDO

Portugal investiu 4,2 milhões de euros, desde 2013, para captar eventos de empresas e congressos internacionais. O Programa de Apoio M&I Portugal já financiou diretamente 366 iniciativas. Os números foram cedidos ao CM pelo Turismo de Portugal, entidade responsável por estes fundos, em parceria com as associações regionais de promoção turística. A contribuir fortemente para este balanço estão os últimos dois anos (ver gráfico). Em 2019, o País vai pagar cerca de 1,4 milhões de euros para receber 142 eventos e congressos. Praticamente metade vai ainda acontecer até ao final do ano.

Já no ano passado, quando se realizaram 123 eventos, foram

APOIOS DESTINADOS A EVENTOS QUE IMPLIQUEM MAIS DE 300 DORMIDAS

aplicados 1,2 milhões de euros. A região de Lisboa recebeu 42 eventos e congressos, praticamente um em cada três. Porto e Algarve fecham o pódio, ambos com 13 eventos.

O atual Governo definiu o turismo de negócios – que integra a dimensão dos congressos e eventos – como uma linha estratégica para o País, encarando-o como uma ferramenta para contrariar as lógicas de sazonalidade no País e dinamizar a economia.

O valor do apoio está diretamente relacionado com o número de dormidas gerado por cada evento, com um mínimo de 300 dormidas. Segundo as regras mais recentes, em Lisboa esse valor sobe para 600.



Em sete anos, programa do Turismo de Portugal apoiou 366 eventos

Interior tem direito a programa próprio

O Governo criou este ano um programa para apoiar a captação de eventos corporativos de pequena e média dimensão nos territórios de baixa densidade. Segundo o Turismo de Portugal, estão já em análise dez candidaturas. As regiões Centro e Norte são as mais procuradas.

PORMENORES

Referência mundial

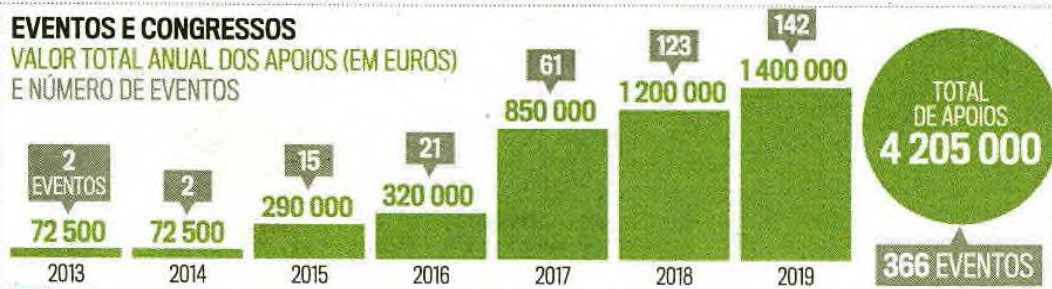
Portugal ocupa a 11ª posição entre os melhores países para acolher eventos, na lista da Associação Internacional de Congressos e Convenções. No País, Lisboa surge como a cidade preferida para receber estes encontros empresariais.

Recuperar dos incêndios

O Centro de Portugal recebeu 32 eventos financiados por este fundo em 2018. Do total, 29 integraram-se num programa especial para apoiar os concelhos afetados pelos grandes incêndios de 2017. O Alentejo também beneficiou deste incentivo.

EVENTOS E CONGRESSOS

VALOR TOTAL ANUAL DOS APOIOS (EM EUROS)
E NÚMERO DE EVENTOS



SEGUNDA-FEIRA 30/09/2019 | DIÁRIO | €1,10 (C/IVA)

VIDAS P.41 A 45

MODA
 PROPOSTAS
 OUSADAS
 PARA
 O VERÃO
 DE 2020

 DJALÓ ELOGIA
 LUCIANA: "AS
 MENINAS TÊM
 UMA BOA MÃE"


www.cmjornal.pt

CORREIO

40 ANOS

DIRETOR-GERAL: OCTÁVIO RIBEIRO
 DIR.-GERAIS ADJ.: ARMANDO ESTEVES PEREIRA E ALFREDO LEITE
 DIRETOR-EXECUTIVO: CARLOS RODRIGUES DIR.-ADJUNTOS: JOSÉ CARLOS CASTRO E PAULO JOÃO SANTOS

da manhã

 DESAGRADADO COM DIVÓRCIO
**JUIZ JULGADO
 POR PÂNICO
 E TERROR
 À EX-MULHER**

P.12

PINHO COMPRA CASA COM DINHEIRO DO ESPÍRITO SANTO
APARTAMENTO DE LUXO EM NOVA IORQUE JUNTO À BROADWAY P.4E5

ALARME NAS FORÇAS DE SEGURANÇA

391 POLÍCIAS FERIDOS EM 6 MESES


**NÚMERO
 DE MILITARES
 DA GNR AGREDIDOS
 JÁ VAI EM 40**

 ◉ **ÚLTIMO** caso ocorreu em Sintra. Casal espanca agente em disputa por criança, cuja avó tem a tutela P.10E11

PREDADOR CONDENADO VOLTA A ATACAR MENORES NA INTERNET P.15

CONSUMO P.21

**Disparam queixas com
 aparelhos auditivos**

190 MILHÕES EM JOGO P.22

**Outubro lidera sorte
 nos superprémios**

VIEIRA GANHA AOS 43 ANOS P.40

**RTP falha medalha
 histórica na marcha**

APOSTA DESDE 2013 P.27

**Gastos 4 milhões para
 receber congressos**

ANA BRITO
E CUNHA

RUI
MELO

OS VIZINHOS DE CIMA

FERNANDA
SERRANO

PEDRO
LIMA

REGRESSO DO GRANDE ÊXITO
TEATRO VILLARET

RIO AVE O | 1FC PORTO

MAREGA ENCOSTA AO BENFICA

Dragões e águias a um ponto do
 líder Famalicão. Campeonato
 para um mês P.6E7

AVANÇADO CONVINCE LAGE P.32
CARLOS VINÍCIUS ULTRAPASSA RAUL DE TOMAS
 Brasileiro vai passar a fazer dupla na frente com Seferovic

CONFIANÇA DE SILAS P.8

**"ESTA EQUIPA
 PODE GANHAR
 TODOS OS JOGOS"**

1500
CARROS
AO MELHOR PREÇO
DO MERCADO

PAGA A SUA MARCAÇÃO!
 Benecar.pt/feira

26 SETEMBRO
7/6 OUTUBRO

FEIRA
Benecar

SOBE
CEIA
DA SILVA
PRES. DA ERTAR



Entidade de Turismo do Alentejo e Ribatejo quer mais competências e ser chamada a pronunciar-se em projetos estruturantes.

DESCE
CHISTINE
LAGARDE
FUTURA PRES. DO BCE



UE perde impulso, com as economias a travarem a reboque da Alemanha. Lagarde terá grandes desafios quando assumir o cargo.



SOBE
FÁBIA
AZEVEDO

COORDENADORA DO RIAS



O RIAS - Centro de Recuperação e Investigação de Animais Selvagens celebrou 10 anos e já reabilitou mais de 11 mil animais.

DESCE
PETER
FANKHAUSER

PRES. THOMAS COOK



A operadora turística Thomas Cook deixou uma dívida de 4,8 milhões nos hotéis do Algarve, após ter declarado a falência.

Estratégia Gaia é a última aposta dos donos do Pine Cliffs, em expansão de sul para norte

Grupo do Kuwait investe €500 milhões em Portugal



MARGARIDA CARDOSO

Depois do Algarve, Cascais e Lisboa, A UIP — United Investments Portugal voltou-se para Norte e vai investir €200 milhões na Quinta Marques Gomes, em Gaia, onde quer construir um empreendimento hoteleiro e residencial de luxo em várias fases, no prazo de sete anos. No acumulado de três décadas, os investimentos dos árabes do Al-Bahar Investment Group em Portugal ascendem já aos €500 milhões, em empreendimentos como o Pine Cliffs Resort (Algarve), Sheraton Cascais Resort e Hyatt Regency Lisboa. O Norte entrou na sua rota em 2018, com o lançamento do Yotel Porto, um projeto de €30 milhões, com 150 quartos, a inaugurar no final do ano, junto à estação de Metro da Trindade,

e que marca a estreia da insígnia no país. Agora, a compra da Quinta Marques Gomes a um fundo do BES/ Novo Banco, vem confirmar o seu interesse na região.

É o maior investimento do grupo do Kuwait no país até ao momento e “é um dos projetos mais ambiciosos do grupo, que assim reforça a presença em Portugal”, afirma Carlos Leal, diretor-geral da UIP, admitindo que “este é um bom momento no panorama turístico e imobiliário nacional”.

Preços são confidenciais

O interesse em Gaia surgiu no final do ano passado, quando Carlos Leal visitou o empreendimento. Há procura de novas oportunidades de negócio em Portugal, o gestor ficou “rendido à tranquilidade e à localização do local, frente ao Porto, sobre a foz do Douro, o que significa que fica em cima do rio e do Atlântico”. “Percebi que era um sítio único, à medida dos nossos projetos. Percebi que encaixava naquilo que somos como grupo”, comenta.

São 25 hectares com uma área de construção de 90 mil metros quadrados prontos a receber um boutique-hotel que promete trazer uma nova insígnia do sector para Portugal, um SPA da marca Serenity — The Art of Well Being, vivendas, moradias e alguns apartamentos. Na primeira fase, que começa agora a ser comercializada, há 98 frações com tipologias T3 a T5 e piscinas privadas. Só depois deverão arrancar os apartamentos, com tipologias ainda a definir, em função de estudos de mercado ainda a decorrer.

Preços? Ainda são confidenciais. O grupo está habituado a posicionar-se no segmento mais alto do mercado e quer manter essa estratégia em Gaia. Sabe que o metro quadrado aqui ain-

da não atinge os valores do Algarve e de Lisboa, mas acredita que estar aqui, na margem sul do Douro, não vai obrigar a descer a fasquia relativamente aos valores praticados na cidade do Porto. “Com as infraestruturas que vamos criar, a localização do complexo e a nossa gestão acreditamos poder competir diretamente com as zonas *premium* do Porto”, diz o diretor-geral. Na primeira fase da comercialização, a oferta é reservada aos investidores que já trabalham com a UIP e, só depois, dentro de um mês, as habitações chegam ao mercado.

Alguns desses investidores acompanham o grupo em diferentes projetos, em Portugal e no estrangeiro, sendo que 30% dos clientes no *resort* Algarvio, a principal referência da UIP em Portugal, são, precisamente, da zona Norte do país. “Temos uma base de dados com 35 mil investidores e podemos dizer que ficaremos muito felizes se vendermos 15% das propriedades neste universo”, diz Carlos Leal.

Na conceção do projeto, a UIP acredita que um dos trunfos será a oportunidade de cada cliente customizar a casa à sua medida, no interior, mas também no próprio projeto de arquitetura, uma vez que o desenho de cada habitação terá de ter o aval de uma comissão técnica e respeitar a harmonia do conjunto, mas o objetivo “é cada um ter a sua própria casa, e cada casa ser única”, adianta o diretor-geral.

Para o hotel, será recuperado o palacete de Marques Gomes, um exemplo da arquitetura brasileira da viragem do século XIX para o século XX, construído por Marques Gomes, um imigrante português que fez fortuna no comércio das madeiras no Brasil. Mas a par da casa existente, com receção, biblioteca e algumas suítes, nascerá outro edifício, quase enterrado na

UIP EM NÚMEROS

1500

peçoas trabalham no grupo, com presença em Portugal há 30 anos

1800

quartos na carteira de projetos da UIP que soma dois mil proprietários e membros

230

milhões de euros é o investimento em curso na zona do Porto, no Yotel Hotel Group (€30 milhões) e na Quinta Marques Gomes

70

milhões de euros é o investimento em curso no projeto Hyatt Regency que marca a entrada da cadeia Hyatt em Portugal, Lisboa. A abertura está prevista para o final de 2020

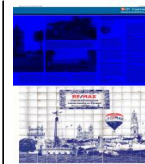
encosta, aproveitando o declive de 16 metros para se integrar na paisagem. O conceito e a insígnia de luxo do hotel ainda estão, também, em fase de estudo e negociação, sendo certo que a UIP não prevê criar mais de 100 quartos e confia no potencial que tem em mãos, uma vez que, como diz Carlos Leal, o vizinho “The Yeatman, do grupo The Fladgate Partnership, e o Six Senses Douro Valley (Douro/Lamego) têm os preços médios mais altos do país”.

Serviço à la carte

Quando estiver terminado, este condomínio fechado combinará o segmento residencial para primeira e segunda habitação, turismo e turismo residencial, juntando à oferta um SPA da marca própria Serenity — The Art of Well Being. E em todas as tipologias de habitação é possível beneficiar do “serviço comum *à la carte*” do complexo, da limpeza à alimentação.

“O que nos diferencia em relação a outros promotores imobiliários que compram, constroem e vendem é que nós ficamos sempre no projeto, em Portugal e em todos os outros locais do mundo onde o grupo está presente. Temos a gestão do empreendimento e temos uma âncora que pode ser hotelaria, comércio ou golfe, por exemplo. E isso permite-nos garantir a qualidade de futura do empreendimento, continuar a acrescentar valor”, sustenta Carlos Leal, certo de que o imobiliário é uma “uma alternativa confortável de investimento à banca e à bolsa, pode ter uma rentabilidade interessante e oferece um ativo concreto”.

Filho de pais portugueses, nascido em Angola, criado na África do Sul, Carlos Leal acompanha os investimentos do grupo árabe em todo o

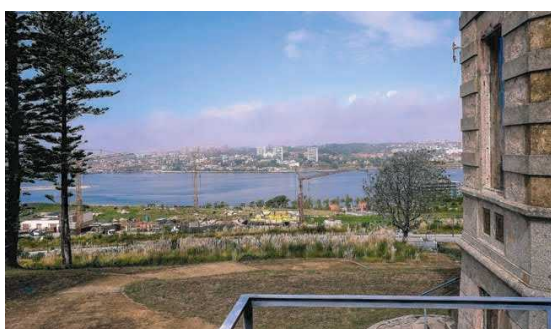


... mundo e acredita que a nova aposta da UIP no país "confirma que este é um bom momento para investir em Portugal", no segmento de luxo. Aliás, o próprio presidente do grupo passou este mês pelo Porto, para visitar a zona e o projeto, e "reservou de ime-



FOTO DR.

A localização, sobre a foz do Douro, junto ao rio e ao mar, é o principal trunfo da Quinta Marques Gomes, que marca a entrada da UIP no imobiliário residencial de luxo no Norte do país. O empreendimento, numa área de 25 hectares, envolve um investimento de €200 milhões que combina hotelaria e habitações, construção nova e recuperação de um velho palacete



diato duas casas, uma para ele e outra para a mãe", comenta.

A estudar outros investimentos em Portugal, com o foco no eixo Lisboa — Porto, a UIP, liderada pelo xequê Talar Al-Bahar e detida pela sua família em 93%, entrou também recentemente em

Lisboa, onde está a construir o Hyatt Regency, junto ao Tejo, entre Alcântara e Belém, num investimento de €70 milhões que contempla quartos de hotel e apartamentos de luxo e deverá ser inaugurado no final do próximo ano.

mcardoso@expresso.imprensa.pt

SETE PERGUNTAS A

Carlos Leal



Diretor-geral da UIP

■ A Quinta Marques Gomes pode comparar-se ao Pine Cliffs?

■ Também é um projeto especial, icónico, numa localização privilegiada. Aqui não temos o golfe, mas estamos junto ao Douro e ao Atlântico e temos uma vista única sobre o Porto.

■ Em preço compara com o Algarve?

■ Têm de ser mais baixos. O mercado, aqui, não está tão maduro como no sul. De qualquer forma, nesta fase, ainda não estamos a divulgar valores porque começamos por lançar a oferta na base de dados dos investidores que já trabalham connosco e fazemos-lhes uma atenção.

■ Mas em Gaia podemos ter o metro quadrado mais caro da zona do Porto?

■ Acreditamos que podemos competir com as zonas de luxo do Porto, onde o metro quadrado mais caro ronda os €5 mil. Temos conseguido esse posicionamento nos outros projetos. No Algarve, as últimas propriedades do Pine Cliffs atingiram os €10 mil/m², em Cascais falamos de €6500, em Lisboa de €9 mil.

■ Vão atrair investidores estrangeiros?

■ Queremos atrair novos investidores

para o país. No mercado inglês, o Porto não está muito na moda e o 'Brexit' não vai facilitar as coisas. Mas a cidade está em grande crescimento nos EUA e acredito em Espanha, em França, no Brasil. Basta andar na baixa portuense para ver a diversidade de nacionalidades dos turistas.

■ O aeroporto Sá Carneiro pode ser um trunfo?

■ Tem ajudado muito a por a cidade na moda. As ligações diretas aos Estados Unidos e ao Brasil são importantes, mas as ligações diretas a cidades de toda a Europa em *low cost* também. Em Faro, por exemplo, não temos isso, ficamos muito limitados ao Reino Unido. Já em Lisboa, o aeroporto pode ser uma ameaça e se não houver uma solução rápida para expandir a oferta isso pode estrangular o crescimento do turismo e do mercado imobiliário.

■ Estão a olhar para outras zonas do país?

■ Sim, estamos a analisar várias oportunidades entre Lisboa e o norte do país. E podemos entrar em novos segmentos como as residências universitárias e o mercado sénior.

■ E para sul?

■ O sul não está no nosso horizonte. O mercado na região de Lisboa já está muito quente, com preços muito elevados, muitos projetos em *pipeline*. No Algarve, continuamos focados nos 400 hectares do projeto do Vale do Freixo que compramos em 2001. Ainda não avançou devido ao ICNF — Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas, mas não estamos parados. Temos despachos favoráveis de três secretários de Estado e estamos a fazer estudos de impacto ambiental.

EMPRESAS

COMÉRCIO

Turismo de compras está a crescer 36% este ano

O novo sistema eletrónico para reembolso do IVA aos visitantes de fora da União Europeia impulsionou o turismo de compras. Mas os comerciantes ainda sentem dificuldades em se adaptarem.

PEDRO CURVELO

pedrocurvelo@negocios.pt

Os gastos em compras dos turistas oriundos de fora da União Europeia (UE) em Portugal aumentaram 36% nos primeiros oito meses deste ano. Um crescimento destacado por Renato Lira Leite, diretor da Global Blue Portugal, e que traduz uma aceleração face aos 12% de aumento registado em todo o ano passado.

O responsável da empresa de soluções de "tax-free shopping" estima que no ano passado o turismo de compras em Portugal tenha alcançado um volume de "400 a 500 milhões de euros". Mantendo-se o ritmo de crescimento observado até agosto e os valores avançados, os cálculos do Negócios apontam para que este ano esse valor possa ficar entre os 544 e os 680 milhões de euros.

Renato Lira Leite faz um balanço positivo da implementação, em julho do ano passado, do eTax Free, um sistema eletrónico que permite aos turistas extracomunitários o reembolso do IVA de forma mais simples. "Não só observamos o

crescimento de 36% no turismo de compras como verificamos "a perceção que todos estes turistas têm de Portugal como 'shopping destination' e que era uma das lacunas que tínhamos".

"Este sistema coloca o país na linha da frente daquilo que são as boas práticas na Europa, sobretudo na Europa do Sul - Portugal, Espanha, França e Itália -, que são países digitais", acrescenta.

"Nós ainda não somos um destino privilegiado de compras. Os grandes destinos privilegiados de compras ainda são Paris, Milão, Londres, que estão associados à moda", refere Maria de Lourdes Fonseca, presidente da União de Associações de Comércio e Serviços (UACS) de Lisboa, acrescentando que "o objetivo é incorporar as compras nas experiências para os turistas".

Renato Lira Leite diferencia o comportamento dos turistas comunitários e dos de fora da UE. "O turista comunitário vem a Lisboa por 'n' razões e pensa 'já que aqui estou agora vou fazer compras'. Já os extracomunitários vêm já com a intenção de comprar. Normalmente 30% a 40% do seu orçamento, o que é brutal, vai ser dedicado às compras e depois quando chegam aqui e veem um incentivo que é o reembolso do IVA e os preços se calhar são 25% a 30% mais

baratos do que nos países de origem e isso faz a diferença."

Dificuldades de adaptação

A presidente da UACS explica que os comerciantes tiveram e ainda têm "alguma dificuldade de se adaptarem ao novo sistema". Até porque, recorda, "foram sucessivas alterações: a fatura eletrónica, o regime de proteção de dados, agora o livro de reclamações eletrónico".

"Este turismo de compras tem potencial de crescimento muito maior mas como temos essencialmente microempresas, muitas delas familiares, que acabam por ter dificuldade em implementar sistemas digitais, é um caminho que ainda temos de percorrer", insiste.

O fator Web Summit

Renato Lira Leite sublinha também a importância de eventos como o Web Summit. "Em 2018 representou um 'pico' de subida de 13% no turismo de compras", adianta. "Atrai pessoas de dezenas de países que quando viajam, seja a título pessoal seja em negócios, há sempre uma componente das compras que está presente", diz. A presidente da UACS salienta a importância de se ter garantido a permanência do evento por mais 10 anos, o que dá "estabilidade aos comerciantes para realizarem os investimentos necessários". ■



A Avenida da Liberdade é privilegiada pelos turistas vindos da China

Saturação da Portela impede novas rotas e faz "perder milhões"

Além da perda de turistas que o esgotamento do aeroporto gera, os responsáveis do setor querem um plano estratégico para o turismo de compras.



Bruno Simão



e dos EUA, os que mais gastam por compra.

A criação de um plano estratégico para o turismo de compras é fundamental, dizem o diretor-geral da Global Blue e a presidente da União de Associações de Comércio e Serviços (UACS) de Lisboa. “Espanha desenhou esse plano em 2014 e é um dos mercados com maior crescimento na Europa”, assinala Renato Lira Leite, acrescentando que “não temos de inventar a roda, é ver o que outros países fizeram, perceber o que faz sentido em Portugal e implementar”.

Já Maria de Lourdes Fonseca insiste que é preciso tratar o turismo de compras “de forma integrada”. “Não é rivalizarmos com Paris, Milão, Madrid ou Londres. É promovermos também a componente de compras quando estamos a divulgar no exterior o país”, considera. A pro-

moção externa é, aliás, um dos aspetos mais difíceis para os comerciantes apontados por ambos os responsáveis.

Sem novas rotas, Lisboa perde “milhões de euros”

O esgotamento da capacidade do aeroporto da capital é, para



É ver o que outros países fizeram, perceber o que faz sentido em Portugal e implementar.

RENATO LIRA LEITE

Diretor-geral da Golden Blue

a presidente da UACS, um “importante travão” para o turismo de compras. “Aquilo que tem acontecido nos últimos anos, na ótica do cliente mais valioso, foi que o aeroporto não teve capacidade para aceitar rotas que para o turismo de compras eram fundamentais, por exemplo, do Médio Oriente. Perderam-se grandes oportunidades. Não ter ligação direta para alguns destes destinos levou a que se perderam milhões de euros em vendas do comércio em Lisboa”, acrescenta o diretor da Global Blue.

Já o Porto “está a ter uma grande dinâmica porque está a captar ligações diretas – Canadá, EUA, Qatar – e vê-se que as grandes marcas já nos perguntam se o Porto é uma área para investir”, contrapõe. ■

PEDRO CURVELO

Chineses gastam em média 727 euros por compra em Portugal

O valor médio por compra dos turistas não residentes na União Europeia ascendeu a 315 euros nos primeiros oito meses deste ano, o que revela um crescimento de 13% em termos homólogos, segundo dados da Global Blue.

Intocáveis, pelo menos para já, continuam os turistas chineses no que toca ao valor médio por aquisição: 727 euros, mais 9% do que nos primeiros oito meses de 2018. “Os turistas chineses são os campeões de compras a nível mundial. O turista chinês é um ‘profissional das compras’, e antes de viajar, ele já sabe onde é que vai gastar 75% do seu orçamento e o que é que vai comprar”, diz o diretor da Global Blue Portugal.

Em forte crescimento no valor médio gasto por compra estão os turistas oriundos dos Estados Unidos. Nos primeiros oito meses do ano esse montante situou-se em 646 euros, uma subida de 22%.

Também os russos aumentaram o valor médio por aquisição em 14%, ocupando o terceiro lugar entre as nacionalidades que mais dispõem por compra, com um valor de 312 euros.

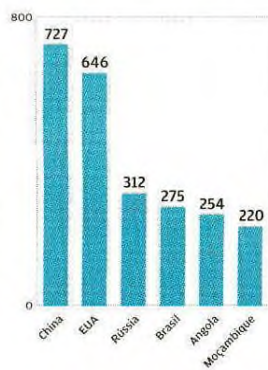
Os turistas angolanos ainda são os que mais dinheiro deixam no comércio português em termos de volume global, apesar de o valor médio por compra nos primeiros oito meses deste ano ter estagnado nos 254 euros.

Os brasileiros já ultrapassam os angolanos. Entre janeiro e agosto, o valor médio das compras dos brasileiros cifrou-se em 275 euros, um crescimento de 23%. “Os brasileiros têm tido taxas de crescimento fantásticas, são consumidores natos. As marcas de luxo estão a desaparecer lá e eles estão a comprar muito cá”, reforça. Maria de Lourdes Fonseca, presidente da União de Associações de Comércio e Serviços (UACS) de Lisboa, refere, como exemplo, os vestidos de noiva. “Há uma determinada linha de vestidos de noiva que os brasileiros vêm cá muito procurar. Porque o ‘tax free’ aca-

AMERICANOS MAIS PERTO DOS CHINESES

Valor médio por compra em euros

Os chineses continuam a liderar no gasto médio por compra, que cresceu 9% nos primeiros oito meses do ano. Mas os americanos encurtaram a distância, com um crescimento de 22%. Os brasileiros ultrapassaram os angolanos graças a um aumento de 23% no valor por compra.



Fonte: Global Blue

ba por lhes pagar não só a viagem como por lhes compensar grandemente, porque eles pagam lá três ou quatro vezes mais”.

Renato Lira Leite assinala que os brasileiros e angolanos realizam um maior número de compras do que os chineses ou americanos. E o perfil de lojas e produtos onde realizam as aquisições também são diferentes. “Os chineses e os norte-americanos privilegiam as grandes marcas internacionais, as lojas de luxo. Já os brasileiros e angolanos compram essencialmente produtos mais acessíveis, por exemplo em cadeias de vestuário com preços mais baixos”, detalha.

Em Lisboa, os turistas compram essencialmente na Avenida da Liberdade, Baixa, Colombo e Freeport. Já no Porto, o Norreshopping e o centro da cidade são os locais preferidos. ■ PC

negócios

negocios.pt

Segunda-feira, 30 de setembro de 2019 | Diário | Ano XVI | N.º 4088 | € 2,50
Diretor André Veríssimo | Diretor adjunto Celso Filipe

Turismo de compras já cresce 36% este ano

Gastos de visitantes de fora da UE com forte crescimento até agosto | **Web Summit** vai trazer novo pico de vendas | **Chineses pagam** em média 727 euros por transação | **Saturação da Portela** impede abertura de rotas e faz “perder milhões”, dizem comerciantes.

EMPRESAS 14 e 15

Banca
Suíços em Portugal “à caça” de fortunas do Brasil

MERCADOS 20 e 21

Trabalho
Portugal recuperou os empregos que tinha em 2009

ECONOMIA 12

Falência
Thomas Cook afeta mais de duas dezenas de empresas

EMPRESAS 16

investidor privado



As ações europeias eleitas pelos analistas

PRESIDENTE EXECUTIVA DA SIBS
MADALENA CASCAIS TOMÉ

Comissões da banca não vão travar MBWay

A CEO da empresa de sistemas de pagamentos diz que o MBWay vai substituir o “verde, código, verde”. O crescimento internacional é a grande aposta.

PRIMEIRA LINHA 4 a 6

Eleições

Propostas dos partidos: na educação há vida além dos professores

ECONOMIA 8 e 9

Governo deixa na gaveta novo balcão para inquilinos

Executivo deixou passar o prazo para regulamentar o Serviço de Injunção em Matéria de Arrendamento criado em fevereiro.

ECONOMIA 10 e 11



Há quem durma de tampões por causa do ruído da noite lisboeta

Crescimento do alojamento local, proliferação de bares em zonas residenciais e festas em terraços de hotéis fizeram disparar queixas por causa do barulho nas ruas. Moradores queixam-se da inércia da Câmara e já há quem pendure panos pretos à janela para chamar a atenção para o “pesadelo”

Paulo Lourenço
jplourenco@jn.pt

Jovens completamente embriagados, a cantar e a gritar na rua, turistas a arrastarem malas pela calçada a altas horas, discussões e até violência doméstica em casas de alojamento local, derivadas ao excesso de álcool e ainda festas em terraços dos hotéis, cujo som se propaga de uma colina da cidade à outra. Estes são alguns dos relatos que o JN Urbano registou na semana em que a Câmara Municipal de Lisboa arrancou com uma campanha de sensibilização, espalhando cartazes pela cidade a pedir moderação aos que saem à noite. Mas, na verdade, há já famílias inteiras a recorrer a tampões para dormir e panos pretos nas janelas em sinal de protesto contra aquilo que ameaça tornar-se num sério problema de saúde pública.

José Luis Silva, 56 anos, construiu um pequeno “paraíso” na casa que adquiriu há alguns anos na Rua da Fé, mesmo junto à Avenida da Liberdade. É ali que, no coração da cidade, consegue ter um quintal, com piscina e um pequeno jardim. Mas o cenário que imaginou idílico para a sua reforma transformou-se num pesadelo.

“Ainda na última semana, fizeram uma rave por cima de mim, com mais de 20 pessoas dentro de casa, a fazerem um barulho insuportável. Quando lhes fui pedir para pararem, ameaçaram-me e tive de pegar num ferro para evitar ser agredido”, conta o antigo subchefe do Regimento de Sapadores de Lisboa. “A minha neta de oito anos acorda de noite, aflita, a gritar por mim”, descreve, contando que a situação se agravou substancialmente nos últimos dois anos, quando todas as outras frações do edifício foram transformadas em alojamento local e ficou “cercado” no prédio. “Até um turista a espancar a mulher, por cima da minha casa, já ouvi. Chamei a polícia, mas ela não apresentou queixa e nada aconteceu”, conta. Ao barulho, acresce o arremesso constante de detritos para o seu quintal. “Já me atiraram garrafas, canecas de cerveja e até pedras da calçada para a piscina”, conta.

Noutro ponto da cidade, em São Cristóvão, Joana Areal descreve um cenário idêntico. Aqui não é tanto o alojamento local, mas o excesso de bares que existem atualmente que originam as queixas. “Mesmo que fechem mais cedo, os clientes ficam na rua a dançar e a cantar em altos berros. Não conseguimos descansar. É impossível”, de-



Grupos numerosos de jovens ficam nas ruas até de manhã, causando ruído que não permite o descanso dos moradores



Grupo no Facebook lançou a ideia de panos pretos nas janelas e já há quem esteja a aderir ao protesto

GRUPO COM 2800 MEMBROS NO FACEBOOK AGLUTINA QUEIXAS DE RESIDENTES QUE NÃO CONSEGUEM PREGAR OLHO DURANTE A NOITE

sabafa, revelando que há pessoas a recorrer a tampões para os ouvidos.

Joana Areal faz parte do grupo de Facebook "Menos Barulho em Lisboa", que conta já com mais de 2800 membros. Foi aqui que nasceu a ideia da colocação de panos pretos nas janelas, em protesto contra a situação, que já começa a ganhar visibilidade.

"São duas horas da manhã. Há festa, no Campo Santana, de estudantes. Música com batida, cantoria, urros. O som é ensurdecedor", escreveu, há uma semana, na página do grupo, uma residente naquela zona da cidade.

MAIS AVIÕES, MAIS BARULHO

Corre também uma petição pública dirigida à Câmara Municipal de Lisboa – já assinada por cerca de 1500 pessoas – a pedir medidas para "corrigir de forma célere os excessos e desequilíbrios". No documento que a suporta, sintetizam-se as queixas: "Há música alta e ininterrupta em esplanadas, bares, lojas, discotecas ao ar livre, na rua ou até em estruturas de animação flutuante no rio. Há ruído de obras dia e noite. E existem ainda as fontes permanentes de poluição sonora que causam danos severos, como o tráfego rodoviário e aéreo".

Mas os níveis de ruído não se limitam



Campanha



Câmara iniciou, na última semana, uma campanha de sensibilização contra o ruído, através de cartazes

Disseram



Vasco Morgado
Pres. Junta de Santo António

"A situação piorou nos últimos anos, mas não há vontade política para mexer no turismo"



Miguel Coelho
Pres. Junta de Santa Maria Maior

"O licenciamento zero permitiu a proliferação de bares e 'barzinhos' em certos bairros"



↑ José Luís não consegue dormir por causa das festas de turistas, que ainda lhe atiram lixo para a piscina

às zonas de diversão noturna. A associação ambientalista Zero fez um estudo sobre o excesso de ruído derivado ao tráfego aéreo e constatou diversas irregularidades. "Os limites definidos nas cartas de ruído para o período noturno são largamente ultrapassados em toda a zona de envolvimento do aeroporto e rotas de aproximação", revela Mafalda Sousa, adiantando que estão a ser realizados mais voos noturnos do que os permitidos por lei.

A ambientalista destaca que, a par do tráfego aéreo, há também o rodoviário a contribuir para a falta de descanso dos moradores, a par, claro, das zonas de bares. E conta que, entre os casos reportados à Zero, houve também o de "uma família inteira que dorme de tampões para evitar o barulho da rua".

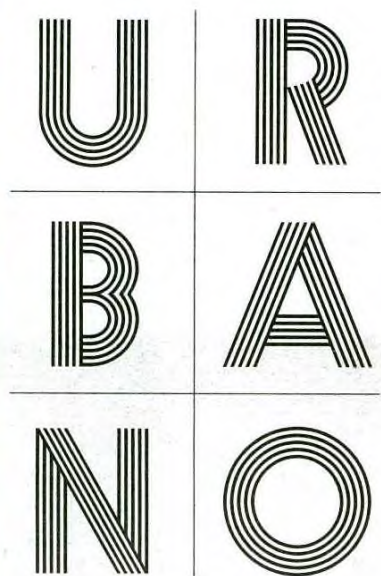
Em comum, todos os testemunhos se queixam da falta de medidas por parte das autoridades, nomeadamente da Câmara, e da falta de meios da polícia para intervir. O JN Urbano contactou a Autarquia de Lisboa para tentar obter explicações, mas, ao cabo de uma semana, não recebeu resposta. A autarquia começou, entretanto, há dias, uma campanha de sensibilização contra o ruído.

A "BAIRRO-ALTALIZAÇÃO" EM CURSO

Os presidentes das juntas de freguesia mais afetadas confirmam porém as queixas. "Aumentaram muito, sobretudo pelas festas de turistas em casas de alojamento local, das rodas dos tróleis a arrastar pela rua, e pela nova moda das festas em 'rooftops' [terraços] de hotéis. Nestas, o barulho atravessa a própria Avenida da Liberdade e não deixa ninguém descansar", refere Vasco Morgado (PSD), presidente da Junta de Santo António, para quem a situação piorou muito nos últimos anos.

Já o homólogo de Santa Maria Maior, o socialista Miguel Coelho, aponta o "excesso de bares e 'barzinhos', permitido pelo licenciamento zero, em bairros como a Mouraria e Alfama como o principal foco do aumento das queixas. "Há uma tentativa de 'bairro-altalização' – alusão ao Bairro Alto, há muito conhecido pelos excessos na noite" –, aponta, defendendo horários mais curtos de funcionamento destes estabelecimentos e "controlo mais apertado", que, em casos extremos, pode culminar "na cassação da licença".

Segundo a Organização Mundial de Saúde, além dos danos irreversíveis no sistema auditivo, o excesso de ruído tem outros efeitos diretos na saúde, incluindo sintomas relacionados com stress, qualidade do sono, distúrbios psicossociais, mobilidade, desempenho, aprendizagem e memória, hipertensão, doenças cardiovasculares, entre outros. ●



29 SETEMBRO 2019
Suplemento integrante do Jornal de Notícias.
Não pode ser vendido separadamente.

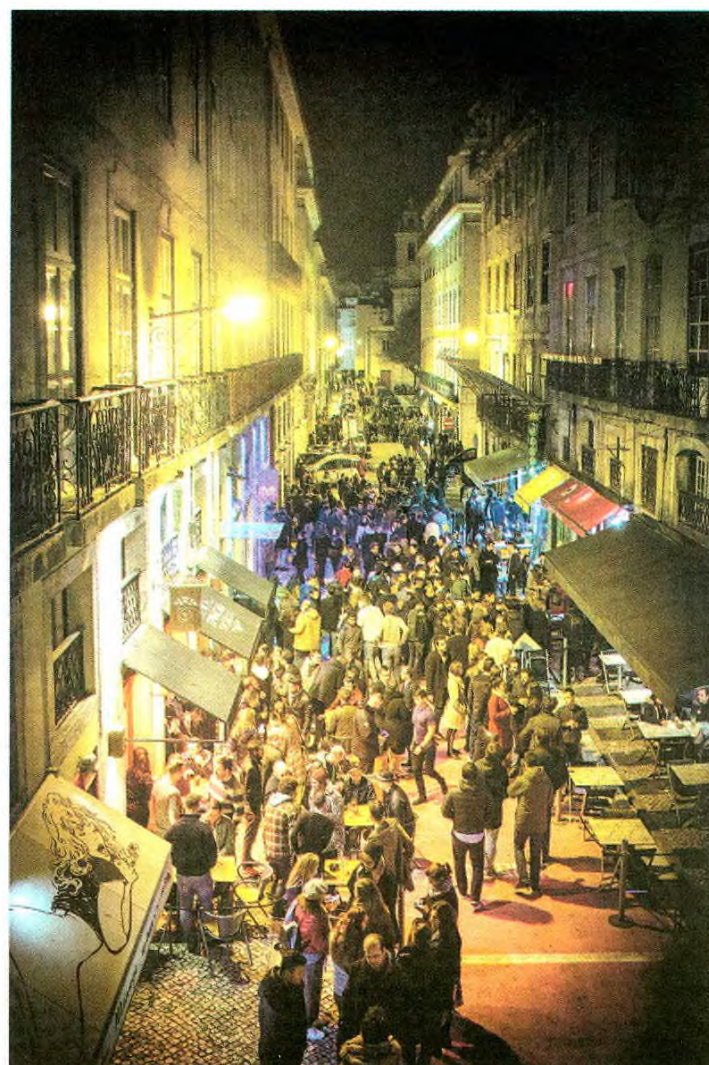


Lá fora / Inglaterra Corredor
para "zombies" dos telemóveis P. 14

Companhia ilimitada / Braga
Negócio das trotinetas vai
expandir-se até ao final do ano P. 11

A mexer / Porto Casas no Parque
da Cidade a 2,5 milhões P. 10

**Holofote/
Ana Gomes**
Cantora de
jazz explica
devoção à Braga
que a viu nascer P. 15



GERARDO SANTOS / GLOBAL IMAGES

Noite de Lisboa já obriga a dormir de tampões nos ouvidos

Crescimento do alojamento local, proliferação de bares
em zonas residenciais e festas nos terraços dos hotéis
fazem disparar queixas por causa do ruído. Já há quem
pendure panos pretos à janela contra o pesadelo P. 6-7



ID: 82724225

30-09-2019

EMPRESAS

TURISMO

Thomas Cook: Governo adianta mais do que hotéis pediam

O Governo disponibilizou uma linha de apoio de 150 milhões de euros para as necessidades de tesouraria das empresas afetadas pela falência da Thomas Cook. A AHETA refere perdas de 10 milhões, mas prevê que o valor ainda aumente.

PEDRO CURVELO

pedrocurvelo@negocios.pt

O Governo criou uma linha de apoio para as empresas afetadas pela falência da operadora turística britânica Thomas Cook. O valor total ascende a 150 milhões de euros, mas os hotéis do Algarve, região mais afetada, tinham proposto um fundo de compensação com um valor de "15 a 20 milhões de euros", disse ao Negócios Elidérico Viegas, presidente da Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA).

Num balanço provisório, na tarde de sexta-feira, a AHETA contabilizava "pouco mais de duas dezenas de empresas afetadas pela falência da Thomas Cook, algumas, poucas, com perdas superiores a dois milhões" e os prejuízos, "apenas relativos a serviços já prestados", rondavam os 10 milhões de euros. "Mas este montante vai certamente ainda aumentar", indicou Elidérico Viegas.

Já a Associação de Turismo do Algarve (ATA) referiu ao Negócios que existiam mais de três dezenas de empresas que terão sido afetadas e que os valores reclamados estão "próximos dos cinco milhões de euros".

Para o presidente da AHETA, os 150 milhões de euros anunciados são "manifestamente excessivos" tendo em conta as estimativas de perdas, mesmo as mais pessimistas. "O importante é que não se criem entraves e que as empresas afetadas possam, de facto, ter acesso ao dinheiro de que necessitam para fazer face às dificuldades decorrentes da falência da



A ATA refere que empresas reclamam cerca de cinco milhões de euros por perdas com a Thomas Cook, mas a AHETA aponta para o dobro do valor.

operadora britânica", frisa.

Linha exclui empresas que faturem mais de 150 milhões

As condições da linha de apoio, no âmbito do programa Capitalizar, excluem as empresas que apresentem um volume de negócios superior a 150 milhões de euros e que não integrem grupos empresariais que faturem mais de 200 milhões.

Para Elidérico Viegas, esta restrição "não exclui nenhuma das empresas que reclamam valores à Thomas Cook". Também a ATA referiu que "nem a associação nem o Turismo de Portugal foram, até ao mo-

mento, contactados por nenhuma empresa passível de ser excluída".

O apoio concedido a cada empresa é limitado a 1,5 milhões de euros no caso das que sejam classificadas como PME Líder, já as restantes têm um financiamento máximo de um milhão de euros.

Em função dos escalões de risco decorrentes da avaliação feita pelos bancos participantes na linha de apoio os "spreads" oscilam entre os 1,943% e os 3,178% para as PME Líder e entre 2,043% e 3,278% para as restantes empresas. Já a comissão de garantia mútua varia entre 0,53% e 1,25% para

as PME Líder e entre 0,63% e 1,35% para as outras empresas, em função da avaliação de risco efetuada pela sociedade de garantia mútua. O prazo da linha de financiamento é de três anos.

Mais 2,25 milhões para promover Algarve e Madeira

O Governo anunciou também, em parceria com a Associação de Turismo do Algarve e a Associação de Promoção da Madeira, um montante de 2,25 milhões de euros para um Plano Especial de Promoção para o Algarve e a Madeira, que "visa responder à quebra

“

Este montante [10 milhões de euros de prejuízo] vai certamente ainda aumentar.

ELIDÉRICO VIEGAS
Presidente da AHETA



150

PLAFOND

A linha de apoio do Fundo Capitalizar tem um plafond de 150 milhões de euros.

2,25

PROMOÇÃO

O Governo destina 2,25 milhões de euros para a promoção do Algarve e Madeira.

20

PEDIDO

A AHETA propôs um fundo de apoio com um valor de 15 a 20 milhões de euros.

naqueles que são os dois destinos nacionais mais dependentes deste operador", referiu, em comunicado, o Ministério da Economia. Deste total, 1,5 milhões destinam-se à promoção do Algarve e os restantes 750 mil euros serão para a Madeira.

AATA indicou ao Negócios que o plano algarvio "destina-se à promoção durante o Inverno IATA (19/20), nos mercados do Reino Unido, Alemanha, França, Irlanda e Holanda". "Neste momento, está já a decorrer um processo negocial com as companhias aéreas que já operam para o Algarve", adiantou. ■

negócios

negocios.pt

Segunda-feira, 30 de setembro de 2019 | Diário | Ano XVI | N.º 4088 | € 2,50
Diretor André Veríssimo | Diretor adjunto Celso Filipe

Turismo de compras já cresce 36% este ano

Gastos de visitantes de fora da UE com forte crescimento até agosto | **Web Summit** vai trazer novo pico de vendas | **Chineses pagam** em média 727 euros por transação | **Saturação da Portela** impede abertura de rotas e faz “perder milhões”, dizem comerciantes.

EMPRESAS 14 e 15

Banca
Suíços em
Portugal
“à caça”
de fortunas
do Brasil

MERCADOS 20 e 21

Trabalho
Portugal
recuperou
os empregos
que tinha
em 2009

ECONOMIA 12

Falência
Thomas Cook
afeta mais
de duas
dezenas
de empresas

EMPRESAS 16

**Investidor
privado**



**As ações
europeias
eleitas pelos
analistas**

PRESIDENTE EXECUTIVA DA SIBS
MADALENA CASCAIS TOMÉ

Comissões da banca não vão travar MBWay

A CEO da empresa de sistemas de pagamentos diz que o MBWay vai substituir o “verde, código, verde”. O crescimento internacional é a grande aposta.

PRIMEIRA LINHA 4 a 6

Paulo Galvão

Eleições

Propostas dos partidos: na educação há vida além dos professores

ECONOMIA 8 e 9

Governo deixa na gaveta novo balcão para inquilinos

Executivo deixou passar o prazo para regulamentar o Serviço de Injunção em Matéria de Arrendamento criado em fevereiro.

ECONOMIA 10 e 11



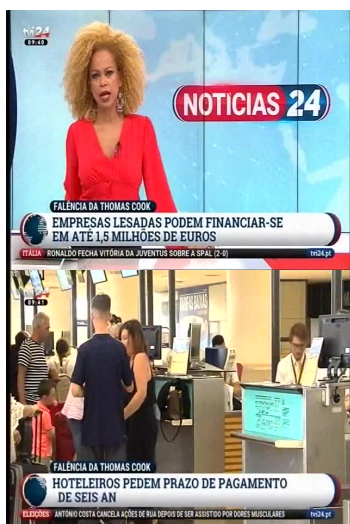
Falência da Thomas Cook

A recente falência da agência de viagens britânica Thomas Cook parece que não terá provocado grandes danos na economia nacional dado o volume de turistas que transportava para Portugal, ao que parece residual. No entanto, logo as associações de hotelaria vieram para a praça pública dizer que o Governo deveria criar uma linha de apoio de alguns milhões de euros pois parece que alguns hotéis iriam ficar sem receber alguma facturação: Portugal é um país estranho onde toda a gente acha que o Governo – leia-se os contribuintes – tudo têm de suportar, de salvar e de entrar

com o deles.

Compreendo que o Estado e os contribuintes tenham tido de salvar bancos durante a crise económica, pois na realidade não estava a salvar bancos, estava sim a salvar o dinheiro dos cidadãos e empresa, agora só nos faltava que tivéssemos de salvar hotéis porque uma agência de viagens deixou de lhes pagar umas quantas facturas: porque não fazem um seguro de facturação? Era o que faltava sermos nós a pagar! Em Londres, Boris Jonhson rejeitou qualquer auxílio estatal à Thomas Cook, deixando-a falir, com o que aliás estou de acordo, pois os contribuintes não podem andar permanentemente a salvar tudo o que corre mal nos negócios privados, e uma agência de viagens não tem propriamente um efeito dominó: se uma cai, outra se levanta, acho eu.

Carlos Duarte, Lisboa



Falência da Thomas Cook

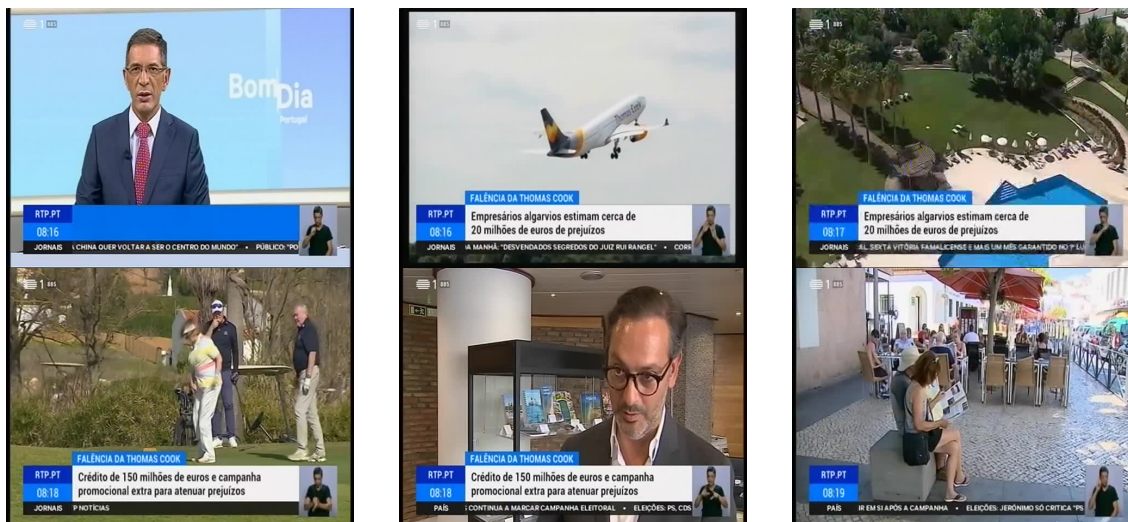
<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=ec0b450f-152d-42d5-ad6b-3e9bd4c48726&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

As empresas lesadas na região do Algarve pela falência das operadoras Thomas Cook, reuniram-se para acontecerem os procedimentos a adotar no sentido de minimizar o impacto da insolvência da segunda maior operadora turística da Europa.

Declarações de Filipe Silva, presidente do Turismo de Portugal e Elidérico Viegas, presidente da Associação dos Hoteleiros e Empreendimentos Turísticos.

Repetições: TVI 24 - Notícias , 2019-09-28 00:30

TVI 24 - Notícias , 2019-09-29 16:15



Falência da Thomas Cook

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=49b5e163-ef2b-4b54-afc8-659c46080f3b&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

A falência da agência de turismo britânica Thomas Cook, pode custar 20 milhões de euros ao Algarve. Declarações de Elidérico Viegas, presidente da Associação de Empresários e Empreendimentos Turísticos, e Filipe Silva, vice presidente do Turismo de Portugal, e João Fernandes, presidente do Turismo do Algarve.

Repetições: RTP 3 - Bom Dia Portugal , 2019-09-29 08:16

RTP 1 - Jornal da Tarde , 2019-09-29 13:24

RTP 3 - 3 às... , 2019-09-28 19:16

RTP 3 - 360 , 2019-09-28 23:02

RTP 3 - Jornal das 12 , 2019-09-29 12:21

RTP 1 - Bom Dia Portugal , 2019-09-30 06:37

RTP 1 - Bom Dia Portugal , 2019-09-30 07:45

RTP 3 - Bom Dia Portugal , 2019-09-30 06:38

RTP 3 - Bom Dia Portugal , 2019-09-30 07:46



THOMAS COOK

4,4 milhões de prejuízo após falência

▣ Várias empresários do setor da hotelaria participaram ontem, em Faro, numa reunião com responsáveis do Turismo de Portugal, para avaliar a repercussões da falência da Thomas Cook. Alegam prejuízos de 4,4 milhões de euros e o valor poderá ser maior porque a avaliação ainda não foi feita na totalidade. Entretanto, o Governo abriu uma linha de crédito de 150 milhões de euros para fazer face ao problema. ●



Família cumpre sonho de visitar o Algarve

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=399c1a94-fae1-4b4b-a0f8-b9cfc263a946&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Uma entrevista do programa "E se fosse consigo?" sobre exclusão social deu a conhecer Carlos Silva e a família. O pai sensibilizou-se com o drama do mecânico que ficou incapacitado depois de um acidente de trabalho sem indemnização. No meio de muitos problemas económicos, o sonho de Carlos era pequeníssimo mas parecia impossível, gostava de conhecer o Algarve.

Declarações de Luís Branquinho, empresário.

Repetições: SIC Notícias - Jornal da Noite , 2019-09-28 20:38



Falência da Thomas Cook

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=d4d7e6c6-1243-4bac-849d-a78c62ea3e63&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

A falência da Thomas Cook, o 2º maior grupo turístico da Europa, deixou uma dívida de 4.800 mil euros às empresas portuguesas que operam no Algarve. De acordo com o Dinheiro Vivo, o valor da dívida foi apurado juntos dos 30 empresários que participaram hoje numa sessão de esclarecimento sobre como agir após a insolvência do operador britânico.

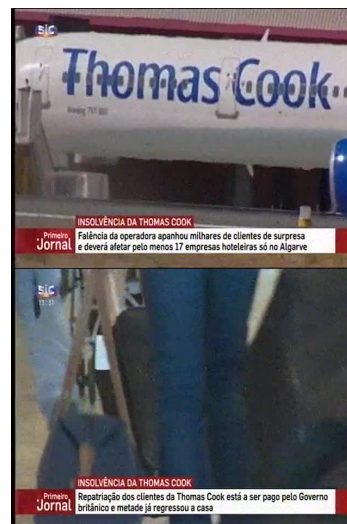


Falência da Thomas Cook

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=e740fdc4-3e8a-4217-9ec7-1a58528863fe&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Prossegue a maior ponte aérea em tempos de paz. O Reino Unido deve repatriar neste sábado mais de 16 mil passageiros afetados pela falência do operador turístico Thomas Cook. Para hoje estão agendados 76 voos para transportar de volta a casa milhares de turistas. No caso de Portugal, um dos países tocados pela crise, o Governo criou uma linha especial de apoio às empresas em dificuldade. Além desta medida que abrange todo o país, foi criado o Plano Especial de Promoção para o Algarve e Madeira superior a 2 milhões de euros e visa recuperar turistas para estas duas regiões.

Repetições: TVI 24 - Notícias , 2019-09-28 19:42



Insolvência da Thomas Cook

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=1ed57ab4-8e78-454d-a730-e77617ca3fe7&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Perto de 17 mil pessoas regressam este sábado a casa na sequência da insolvência da Thomas Cook. De acordo com a Autoridade de Aviação Civil do Reino Unido estão programados para hoje 76 voos.

Repetições: SIC Notícias - Primeiro Jornal , 2019-09-28 13:30

SIC Notícias - Jornal das Duas , 2019-09-28 14:30

SIC Notícias - Jornal das 7 , 2019-09-28 19:41

Cientes da Thomas Cook regressam a casa

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=0aba0e80-0bd7-4d3d-96ee-0361d6eeefe9&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Perto de 17 mil clientes da Thomas Cook vão hoje regressar a casa numa operação que envolve 76 voos de repatriamento.

Repetições: TSF - Notícias , 2019-09-28 09:01



FALÊNCIA DA THOMAS COOK

Apoio de 150 milhões

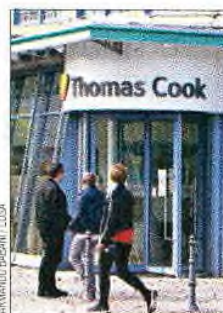
CAPITALIZAR ➤ Empresas afetadas com acesso a linha
PROMOÇÃO ➤ Regiões vão contar com verbas

RAQUEL OLIVEIRA

O Governo disponibilizou ontem uma linha de apoio às empresas portuguesas afetadas pela falência do grupo de turismo britânico Thomas Cook. A linha, no âmbito do Programa Capitalizar, dispõe de um plafond de 150 milhões de euros, concretizou ontem o Ministério da Economia.

Os interessados podem recorrer à linha de apoio que disponibiliza até 1,5 milhões de euros por empresa para financiamento de necessidades de tesouraria, com condições vantajosas e por um prazo até três anos.

Entretanto, será também disponibilizada uma verba de 2,25 milhões de euros para um Plano Especial de Promoção para o Algarve e a Madeira, que “visa responder à quebra naqueles que são os dois destinos nacionais mais dependentes deste operador”, acrescenta o Ministério da Economia. Este plano visa aumentar



Turismo
500
 turistas britânicos instalados no Algarve afetados foram apoiados no regresso

a procura e os níveis de transporte aéreo nos mercados Reino Unido, Alemanha, França, Holanda, Irlanda, Polónia e países nórdicos.

O Governo e o Turismo de Portugal têm estado a monitorizar de forma permanente a evolução registada nos principais mercados afetados pela insolvência da Thomas Cook, estando prevista para hoje uma reunião entre Turismo do Algarve e o Turismo de Portugal com associações e empresas afetadas. ●



SOBE
ANA MENDES
GODINHO
SEC. ESTADO TURISMO



A receita turística deverá subir 6% até dezembro para 17 mil milhões de euros e o número de hóspedes poderá ascender a 27 milhões.

DESCE
MICHAEL
O'LEARY
CEO DA RYANAIR



A Ryanair admite novas medidas para reduzir o que diz ser o "excedente" de pilotos, se estes não aceitarem ir para outras bases do grupo.



“Confusion de Confusiones”

João Duque
jduque@iseg.ulisboa.pt

ACORDAI!

Acordai // Acordai // Homens que dormis // A embalar a dor // Dos silêncios vis...”

Se os homens grandes conhecessem a poesia de Gomes Ferreira arranhando as nossas consciências, talvez não tivessem feito o hipócrita papel de consciências virgens arrepiadas a aplaudir Greta Thunberg nas Nações Unidas.

Terminado o evento, os homens grandes saíram da sala. Cada qual dirigiu-se ao aeroporto no seu carro poluente integrado na comitiva de mais carros da sua delegação e voaram em jatos poluentes para os seus países, a enxugar as lágrimas de crocodilo que as televisões ampliaram.

São hipócritas e sabem-no.

Uma amiga enviou-me há dias uma *selfie* tirada do topo de um dos arranha-céus de Banguecoque. Dois dias depois, enviou-me um vídeo com a jovem Greta a cantar, sobre a música do ‘Bella Ciao’: “We need to wake up // We need to wise up // We need to open our eyes // And do it now, now, now!”

Porque é que os nossos políticos que estão nas Nações Unidas não reconhecem que uma alteração significativa no turismo nos trará uma crise maior do que já passámos?

Retorqui à minha amiga, pré-reformada de uma companhia de aviação aérea aos 58 anos, que talvez fosse boa ideia começar por não viajar de avião em passeios. E recordei-lhe que se todos começassem a sofrer de “Flygskam”, que em sueco significa “vergonha de voar” por motivos turísticos, talvez se acabe a pré-reforma e acabe no desemprego. Resposta dela: murcha...

O tal vídeo mostra jovens brancos, alegres, com saúde e bem vestidos, um luxo a que milhões de asiáticos, africanos ou jovens da América do Sul não podem sequer aspirar.

Portugal depende fortemente do turismo. Em 2018, as receitas do turismo foram €16,6 mil milhões (quase 10% do PIB), associadas a uma chegada de 22,8 milhões de turistas não residentes. Sabemos que mais de metade dos turistas são pessoas em idade ativa e empregados, pelo que não podem deslocar-se em meios de transporte lentos. Quase metade dos turistas têm por objeto o lazer, o recreio ou as férias. É também um sector que emprega muita mão de obra. Então porque é que os nossos políticos que estão nas Nações Unidas não reconhecem que uma alteração significativa no turismo nos trará uma crise maior do que já passámos sem esperança de recuperar?

O senhor primeiro-ministro quer modificar a mobilidade para os percursos pendulares para diminuir a emissão de gases poluentes. Quer empacotar mais gente em transportes públicos. Não seria melhor acabar o IMT e facilitar a troca de residência para vivermos mais próximos do trabalho, melhorando o acesso a uma habitação a preços compatíveis com o rendimento dos portugueses?



Descodificador por CONCEIÇÃO ANTUNES

Férias de sonho dão em pesadelo

A falência do operador turístico Thomas Cook obrigou a repatriar 600 mil viajantes e quem não comprou pacotes ficou a 'arder'

1 Como ficaram os turistas que viajavam com a Thomas Cook?

Houve situações diversas. Os que tinham comprado pacotes à Thomas Cook, com voo, hotel ou até refeições incluídas, foram integralmente ressarcidos das despesas que fizeram, apesar de terem ficado de alguma forma com as férias estragadas. Esta responsabilidade é assumida pelo fundo britânico Air Travel Organiser's Licence (ATOL), que assegura o repatriamento dos turistas sem custos extra (envolvendo aqui 600 mil viajantes), além do seu alojamento, desde que foi declarada a insolvência do operador turístico, a 23 de setembro. Mas os que compraram só bilhetes de avião à Thomas Cook Airlines ficaram sem suporte e tiveram de comprar às suas custas a viagem de regresso, tendo havido companhias que aproveitaram para subir as tarifas.

2 Que destinos foram mais afetados?

Tipicamente, os destinos de *resort* que estão mais na berra para os operadores turísticos, e onde estão verticalizados, ou seja, operam com os seus aviões e têm hotéis próprios no local — o que não é o caso de Portugal, ao contrário de Turquia, Grécia, Espanha, Egito ou Tunísia. Com a falência da Thomas Cook multiplicaram-se cenários de caos em aeroportos de Maiorca ou do Chipre, com multidões de turistas apreensivos, à espera de serem repatriados ou procurando comprar à última hora viagens de regresso, cujos preços em muitas companhias dispararam para mais do dobro. Em Portugal falou-se de "impacto reduzido" por a Thomas Cook ter um peso mais diminuto (no Algarve só representava 0,2% do tráfego do aeroporto). Mas a prazo adensam-se os receios com o colapso do que era um gigante turístico.

3 Porque é que os hotéis na Madeira e no Algarve ficaram com dívidas?

Como a Thomas Cook não tinha ativos próprios em Portugal, fazia contratos com hotéis, companhias aéreas ou empresas de serviços (a exceção é a Condor, transportadora do grupo que serve a Madeira e também opera para terceiros). À semelhança dos outros operadores, pagava os serviços fornecidos a 60 ou 90 dias, e a sua falência apanhou em cheio o final do verão, e os meses que ficaram em dívida representam em média 50% da faturação anual dos hotéis. O fundo ATOL garante aos hotéis o pagamento desde a falência, a 23 de setembro, mas não o que ficou para trás. Além dos hotéis, o rasto de dívidas estende-se a *transfers*, *rent-a-car*, empresas de alimentação ou agências de viagens.

4 Se um operador turístico falisse em Portugal, como seria?

Portugal é reconhecido por ter um dos sistemas mais seguros de proteção ao consumidor em caso de falência de operadores turísticos, para quem adquire pacotes em agências de viagens. Se um turista estiver de férias em qualquer local e for apanhado com esta situação, a agência tem de assumir todos os custos de alojamento, transporte ou alimentação. Isto funciona através do Fundo de Garantia de Viagens e Turismo (FGVT), para o qual as empresas do sector contribuem, e tem neste momento uma dotação de €6 milhões. Mas atenção: só se aplica a quem compra pacotes em agências de viagem, exclui compras feitas na internet ou só de bilhetes de avião. Outra forma de ficar protegido é fazer seguros de viagem, o que já obriga a custos extra.

1 REINO UNIDO

Thomas Cook gera o maior repatriamento em tempo de paz

O colapso do gigante turístico obriga as autoridades britânicas a avançar com **um programa que vai custar 100 milhões de libras** para trazer os viajantes de volta



FOTO VICKIE LONES/JEP

Milhares de passageiros tiveram um regresso de férias forçado com a falência do operador

Um dos maiores gigantes da operação turística entrou em colapso, deixando um lastro de apreensão um pouco por todo o mundo, especialmente em destinos que estavam a viver tempos fulgurantes, como a Turquia, o Egito ou a Tunísia, a par de Espanha e da Grécia.

A Thomas Cook passou por muitas guerras nos seus 178 anos de história, mas nunca seria de imaginar que ela própria viria obrigar as autoridades britânicas à maior operação de repatriamento em tempos de paz de que há memória no Reino Unido. Quando foi decretada a insolvência da casa-mãe britânica do operador turístico a 23 de setembro, apurou-se haver 600 mil viajantes que estavam em férias com pacotes da Thomas Cook em diversos destinos, que ficaram 'apeados' quando a operação parou, e a quem havia que assegurar o regresso. Para os repatriar, obrigou a montar um programa que vai custar aos cofres ingleses 100 milhões de libras (cerca de €113 milhões), mobilizando operações em 53 aeroportos de 18 países, e envolvendo 45 aviões para garantir um total de mil voos.

Em Portugal, os efeitos imediatos com a falência do operador foram considerados "diminutos", em comparação com os atulhamentos gerados em aeroportos de destinos de resort, em particular no Mediterrâneo, onde a Thomas Cook apostava com mais força. No caso do Algarve, não representava mais do que 0,2% do tráfego do aeroporto de Faro, e quando estalou a falência, na segunda-feira, havia cerca de 450 britânicos em férias com pacotes do operador, e o seu repatriamento não gerou problemas de maior. Na Madeira, um destino ainda fortemente dependente de operadores turísticos, o colapso da Thomas

Cook adensou os receios, temendo-se na região um efeito de contágio a outros operadores. Mas foram boas notícias o facto de o Governo alemão estar disposto a dar um empréstimo-ponte para a transportadora Condor, do grupo

Os alertas do Turismo de Portugal

Logo após o decretar da falência da Thomas Cook no Reino Unido, a 23 de setembro, o Turismo de Portugal apressou-se a comunicar às empresas do sector um "ponto de situação" face a possíveis efeitos de risco em outros mercados relevantes para o país, como Alemanha, França, Escandinávia ou Polónia. No caso da Thomas Cook Alemanha, que parou a venda de viagens por "gestão de emergência", alertou para o facto de os turistas "serem obrigados pelos hotéis a pagar as pernoitas localmente", uma vez que "os hotéis correm o risco de não serem ressarcidos" — lembrando ainda que as viagens de operadores como a Neckermann ou Reisen "foram todas canceladas", mas não havendo razões "para recluir a insolvência da Aldiana, empresa de clubes turísticos". E sobre o mercado nórdico, avisou que o operador Spies Reiser poderá ser afetado com a falência, e "o impacto sentir-se-á mais na Madeira". C.A.

Thomas Cook, poder continuar a voar — e que para a Madeira assegure oito voos semanais, totalizando 80 mil lugares por ano. Ainda sujeito ao aval de Bruxelas, este empréstimo ascende a €380 milhões, onde também entra o estado alemão de Hesse, onde está sediada a companhia. Com o plano alemão para salvar a Condor, o "cenário mais catastrófico para a Madeira será afastado, a não ser que Bruxelas nos tire o tapete, o que esperamos que não venha a acontecer", sustenta Jorge Veiga França, presidente da Associação Comercial e Industrial do Funchal (ACIF).

O pior foi o rasto de dívidas que a Thomas Cook deixou no Algarve e na Madeira, em hotéis, rent-a-car ou fornecedores de serviços, apanhando os meses de época alta que ainda não tinham sido pagos, e para muitas empresas representam metade da faturação do ano. Este 'buraco' ainda não foi totalmente apurado, mas no sector fala-se já de "largos milhões de euros", com "hipótese zero de serem recuperados".

A falência da Thomas Cook já era uma morte anunciada. Em Portugal, o sector estava consciente das dificuldades do operador, que em maio reportou prejuízos €1643 milhões. Mas havia a esperança num plano de resgate, que se revelou inviável segundo a decisão dos credores e a sua principal acionista, a chinesa Fosun (que em Portugal é acionista do BCP e dona da Fidelidade).

E não falta quem veja 'mão' do 'Brexit' no colapso do gigante das viagens. Como frisa Jorge Veiga França, "o 'Brexit' veio acelerar o processo de falência da Thomas Cook, foi o golpe de misericórdia numa empresa que já estava doente".

CONCEIÇÃO ANTUNES
cantunes@expresso.imprensa.pt

2 ALEMANHA

Dirigentes da Volkswagen acusados de informarem tarde sobre o caso diesel

O Ministério Público de Braunschweig (Alemanha) apresentou acusação contra o presidente do grupo Volkswagen, Herbert Diess, o seu antecessor, Martin Winterkorn, e o presidente do Conselho de Supervisão, Hans Dieter Pötsch, por informarem tarde sobre o escândalo diesel.

A acusação centra-se na questão de saber se houve intenção de ocultar a dimensão do caso de manipulação de emissões dos motores diesel aos investidores, para evitar ou mitigar as consequências financeiras.

O consócio falou pela primeira vez sobre o assunto a 22 de setembro de 2015, dias depois de as autoridades dos EUA terem desvendado o escândalo. No entanto, antes já havia indícios do caso, que tinha mesmo sido

abordado numa reunião interna, em julho de 2015, em que estiveram presentes tanto Winterkorn como o então responsável pelas marcas, Diess.

A acusação apresentada agora em Braunschweig segue-se à que foi formulada em abril por manipulação de emissões contra Winterkorn, que deixou o cargo em 2015, e de outras quatro pessoas.

O caso das emissões foi conhecido em setembro de 2015, após investigações nos EUA, seguindo-se a demissão do presidente do grupo.

A Volkswagen admitiu na altura que milhares de veículos das marcas do grupo com motores diesel de dois litros estavam equipados com um dispositivo para manipular os testes de emissões.

5 BÉLGICA

CERVEJEIRA AB INBEV COLOCA A SUA UNIDADE ASIÁTICA NA BOLSA DE HONG KONG

5

mil milhões de dólares foi quanto o grupo belga AB Inbev conseguiu angariar com a entrada na Bolsa de Hong Kong da sua unidade da Ásia-Pacífico, a Budweiser Brewing Company. Estava previsto que a operação ocorresse há cerca de dois meses. Com o valor alcançado, esta passou a ser a segunda maior dispersão de capital do mundo, apenas superada pelos 8,1 mil milhões de dólares da Uber. A oferta ainda pode ter um valor final superior caso a AB Inbev coloque um lote opcional de mais 189.354.000 ações, o que poderia elevar o total do encaxe a 5,75 mil milhões de dólares. As ações deverão começar a ser negociadas na segunda-feira. A Budweiser Brewing Company atua na China, Austrália, Coreia do Sul, Índia e Vietname, produzindo e comercializando marcas como Budweiser, Stella Artois e Corona.

6 ALEMANHA

Confiança empresarial melhorou em setembro

A confiança empresarial na Alemanha melhorou ligeiramente em setembro, apesar de uma deterioração das expectativas para os próximos seis meses. Segundo o Instituto de Investigação Económica alemão (Ifo), o índice de confiança empresarial neste país subiu em setembro para 94,6 pontos, contra 94,3 pontos em agosto. A confiança empresarial tinha descido em agosto na Alemanha até ao mínimo desde novembro de 2012, devido ao aumento dos sinais de recessão na maior economia da zona euro.





3 CHINA

O GOVERNADOR DO BANCO CENTRAL DA CHINA DISSE ESTA SEMANA QUE A POLÍTICA MONETÁRIA DO PAÍS PERMANECERÁ “ESTÁVEL E SAUDÁVEL”, SUGERINDO QUE PEQUIM NÃO SEGUIRÁ OS EUA E A EUROPA, QUE REDUZIRAM AS TAXAS DE JURO. EM CONFERÊNCIA DE IMPRENSA, YI GANG GARANTIU QUE O BANCO DO POVO CHINÊS VAI EVITAR UM “ESTÍMULO MACIÇO”, APESAR DO IMPACTO DA GUERRA COMERCIAL ENTRE PEQUIM E WASHINGTON

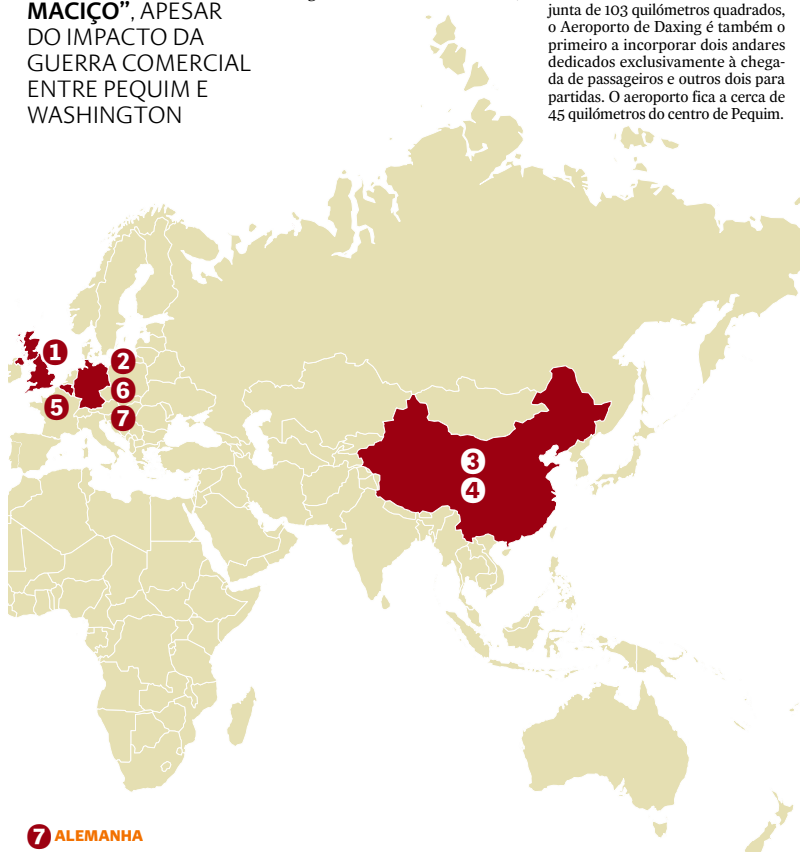
4 CHINA

Pequim tem novo aeroporto internacional e o maior terminal do mundo



O segundo aeroporto internacional de Pequim — que inclui o maior terminal do mundo e cujo custo de construção se fixou em 120 mil milhões de yuans (mais de €15 mil milhões) — foi inaugurado esta semana pelo Presidente chinês Xi Jinping. O primeiro voo teve como destino Cantão, capital da província de Guangdong. Erguido no extremo sul da cidade, o

Aeroporto Internacional de Pequim Daxing foi construído em menos de cinco anos e está projetado para receber 72 milhões de passageiros por ano. O investimento total, que inclui terminal, estação de alta velocidade, vias rodoviárias e infraestruturas em torno do aeroporto, ascende a 400 mil milhões de yuans (€52,5 mil milhões). Com cinco andares e uma área conjunta de 103 quilómetros quadrados, o Aeroporto de Daxing é também o primeiro a incorporar dois andares dedicados exclusivamente à chegada de passageiros e outros dois para partidas. O aeroporto fica a cerca de 45 quilómetros do centro de Pequim.



7 ALEMANHA

Michelin fecha fábrica de pneus com 858 empregados até 2021

O grupo francês Michelin vai encerrar a fábrica de Bamberg, na Alemanha, com 858 empregados, devido à queda da procura dos pneus que ali se fabricam provocada pela concorrência asiática. O fim da atividade em Bamberg ocorrerá até inícios de 2021, explicou a Michelin, que constituiu uma provisão de €167 milhões nas contas deste ano para fazer frente ao encerramento da fábrica. Em Bamberg produzem-se maioritariamente pneus *premium* de 16 polegadas, um segmento do mercado que segundo a empresa se vê afetado por “uma forte diminuição da procura global e por uma concorrência extremamente forte dos fabricantes asiáticos”. Os €60 milhões investidos desde 2013 para adaptar a produção e os esforços das suas equipas não foram suficientes para compensar as evoluções. A Michelin diz que neste contexto não há “qualquer alternativa industrial economicamente viável”.





Falência da Thomas Cook ameaça 80 mil turistas na Madeira

Hoteleiros madeirenses estão apreensivos com o impacto, a longo prazo, do colapso do operador britânico. Respostas dos destinos concorrentes preocupam. Governo vai reforçar promoção internacional

Turismo Márcio Berenguer

Um reforço de 750 mil euros em promoção e a antecipação das campanhas de marketing programadas para Novembro são as medidas mais visíveis do plano de contingência da Madeira para reduzir o impacto da falência do grupo britânico Thomas Cook no turismo da ilha que ameaça a presença anual de 80 mil turistas.

O plano, explicou ao PÚBLICO o vice-presidente da Associação de Promoção da Madeira (AP-Madeira), António Jardim Fernandes, foi articulado com a Confederação de Turismo de Portugal, que contribuiu com 500 mil euros para reforçar a promoção nos mercados afectados (Benelux, Inglaterra e Alemanha), cabendo os restantes 250 mil à AP-Madeira.

“Vamos também antecipar as campanhas que estavam previstas para Novembro, na tentativa de preencher o número de lugares disponíveis, devido a esta situação da Thomas Cook”, acrescentou Jardim Fernandes. Disse não ser possível, para já, quantificar o prejuízo que a falência deste operador turístico teve no turismo madeirense.

A Associação Comercial e Industrial do Funchal (ACIF) está a proceder a um levantamento junto do sector, para apurar valores. “Ainda estamos a recolher e processar dados de um inquérito que fizemos junto dos grupos hoteleiros”, adianta ao PÚBLICO Jorge Veiga França, presidente da ACIF, falando num impacto a dois momentos. O primeiro está relacionado com a operação de Verão da Thomas Cook na Madeira. Estava previsto o operador turístico pagar os meses de Verão a 3 de Outubro, o que não vai acontecer. “Depois, existem preocupações com o futuro, porque o operador britânico era responsável por uma quota de mercado importante.”

A Thomas Cook, nas contas da secretária regional do Turismo e Cultura, Paula Cabaço, representa, no arquipélago, cerca de 80 mil lugares de avião por ano, através da subsidiária alemã, a companhia aérea Condor. São oito ligações semanais durante



Queda da Thomas Cook deixou um rasto de danos no turismo mundial

tudo o ano que podem estar em risco. E é aqui que reside a maior preocupação do sector hoteleiro madeirense. No Algarve, os empresários estimam um impacto anual de 20 mil turistas na região, o que coloca a factura nacional desta crise em cerca de 100 mil perdas por ano.

“Se a Condor cair, se não se aguentar, será um tsunami para a Madeira”, admite Veiga França, defendendo a intervenção de Portugal junto de Bruxelas, para aprovar o empréstimo de 380 milhões de euros que a companhia recebeu do governo alemão e do estado de Hesse (onde está sediada) para continuar a operar.

Mas, para concluir a operação, ainda é necessário o aval da Comissão Europeia, que terá de decidir se, pelas regras da concorrência, o resgate da Condor não constitui uma ajuda de

Estado a uma empresa. “Está nas mãos da senhora Margrethe Vestager, [comissária para a Concorrência]. Esperemos que decida bem e com rapidez”, continua o presidente da ACIF, adiantando que a Condor assegura um quarto do mercado alemão para a ilha, mas apenas 30% dos passageiros viaja com pacotes da Thomas Cook. Os restantes chegam através de outros operadores, como a Tui.

Da Escandinávia chegaram boas notícias ao Funchal. A subsidiária nórdica do operador britânico, responsável por dois voos semanais para a Madeira, já garantiu a continuidade da operação, o que serviu para descansar os hoteleiros madeirenses. Mas a apreensão continua.

Para lá do futuro da Condor, e da contabilidade dos prejuízos, o sector olha para Canárias com algum receio. “Foram muito afectados pelo colapso da Thomas Cook, muito mais do que nós, e vão reagir em força”, perspectiva o vice-presidente da AP-Madeira, lembrando que, como destino concorrente à Madeira, o que aconteceu em Canárias tem impacto no Funchal. “Têm mais força, maior dimensão e mais dinheiro para promoção e vão querer recuperar os lugares perdidos”, alerta Jardim Fernandes.

“Temos de fazer um esforço adicional na promoção, para recuperar mercado”, complementa Veiga França, sublinhando que no imediato é preciso olhar para as empresas mais afectadas por este problema, que podem recorrer à linha de apoio criada pelo Governo, que conta com um fundo de 150 milhões de euros.

O turismo do arquipélago tem, nos últimos dois anos, enfrentado as flutuações do mercado da aviação. Em 2017, três companhias aéreas (Monarch, Air Berlin e Niki Airlines) foram declaradas insolventes. Eram responsáveis por 120 mil lugares por ano. Já este ano, a Aigle Azur, que voava semanalmente de Paris para a Madeira, entrou em falência. Representava oito mil turistas para os hotéis madeirenses. Pior foi a falência, em Fevereiro, da Germania Airlines, que transportava 105 mil passageiros anuais para os hotéis regionais.

marcio.berenguer@publico.pt

Linha de apoio financia 1,5 milhões

As empresas portuguesas que tenham sido afectadas pelo colapso do operador turístico podem recorrer a uma linha de apoio “que disponibiliza até 1,5 milhões de euros por empresa para financiamento de necessidades de tesouraria, com condições vantajosas e por um prazo até três anos”, anunciou ontem o Governo. Esta linha de apoio dispõe de um “plafond” de 150 milhões de euros e foi criada no âmbito do Programa Capitalizar — programa que pretende ajudar as empresas em fases de investimento, financiamento e criação de capital. Para além desta medida, que abrange todo o território nacional, o Governo criou o Plano Especial de Promoção para o Algarve e a Madeira, que conta com 2,25 milhões de euros. Este fim-de-semana será feita uma avaliação mais geral dos impactos nacionais da crise do operador britânico.



Procuradores acusam Ivo Rosa de “minar” processo *Marquês*

Investigadores têm vindo a apresentar recursos da anulação de provas, mas juiz de instrução não os encaminha para a instância superior. MP decidiu reclamar directamente para a Relação **Sociedade, 18**

Crise climática Jovens regressaram à rua pelo planeta e contra o consumismo p22



Lisboa

Tancos O assalto em noite de lua nova contado ao pormenor

A partir do despacho de acusação, o PÚBLICO revê os detalhes do assalto que fez cair um ministro p20/21

HOJE Garrafeira PÚBLICO
11.º vinho - Branco da Gaivosa

Por +
9,90€



Faltam camas para estudantes em quase todo o país

Crise do alojamento alastra às cidades mais pequenas e os preços aumentam p2a5



Mais de 30 julgamentos da Lava-Jato em risco

Em causa uma decisão do Supremo Tribunal brasileiro sobre procedimentos p32

E se fosse possível prever um surto de legionella? Já é

Sistema informático português pode prever infeções hospitalares p19

Fim da Thomas Cook pode tirar 80 mil turistas à Madeira

Governo cria linha de apoio para mitigar falência da agência de viagens p26

ISSN 0872-1548



EMPRESAS AJUDADAS APÓS COLAPSO DA THOMAS COOK

Daniela Soares Ferreira

daniela.ferreira@sol.pt

Operador turístico britânico era um dos operadores com maior tradição no Algarve e afetou algumas empresas da região. Governo e entidades turísticas querem contornar consequências.

O Governo e as entidades de Turismo do Algarve e de Portugal estão atentas aos prejuízos causados pela falência pelo operador turístico Thomas Cook e estão disponíveis para ajudar as empresas afetadas. E a pensar nisso, o Turismo do Algarve promove, em parceria com Governo e Turismo de Portugal, uma sessão de esclarecimento para as empresas turísticas da região que foram afetadas. A iniciativa decorre este sábado e tem como principal objetivo explicar quais são os procedimentos a adotar pelas empresas lesadas junto de cada mercado face aos créditos, vencidos e por vencer, resultantes de serviços prestados a este operador, informa o Turismo do Algarve em comunicado. A nota explica ainda que serão prestadas informações sobre as possibilidades de deduções em matéria fiscal, previstas na lei (IVA, IRC e derrama), bem como para dar a conhecer as linhas de apoio à tesouraria, disponibilizadas pelo organismo público, destinadas a suprir as necessidades decorrentes da falência da Thomas Cook.

Governo abre linha com 150 milhões

Também com o objetivo de ajudar as empresas afetadas e diminuir prejuízos, o Governo vai abrir uma linha com 150 milhões para estas empresas, no «âmbito do Programa Capitalizar, com condições vantajosas e por um prazo até três anos». O anúncio foi feito em comunicado pelo Ministério da Economia onde acrescenta que «além da medida que responde a dificuldades de tesouraria das empresas, o Governo, em parceria com a Associação de Tu-

rismo do Algarve e a Associação de Promoção da Madeira, disponibilizará 2,25 milhões de euros para um Plano Especial de Promoção para o Algarve e a Madeira, que visa responder à quebra naqueles que são os dois destinos nacionais mais dependentes deste operador».

Segundo o ministério o objetivo é que aumente a procura, bem como os níveis de transporte aéreo e de operação turístico nos mercados do Reino Unido, Alemanha, França, Holanda, Irlanda, Polónia e mercados nórdicos.

Falência

O operador turístico britânico Thomas Cook, com 178 anos de atividade, anunciou falência no início desta semana depois de não ter conseguido encontrar fundos necessários para garantir a sua sobrevivência, entrando, por isso, em «liquidação imediata». «Apesar dos esforços consideráveis, as discussões entre as partes interessadas do grupo e de novas fontes de financiamento possíveis não resultaram em acordo», anunciou a empresa. Ao todo, 600 mil turistas – dos quais, 150 mil britânicos – ficaram retidos em 17 países diferentes.

O Turismo do Algarve já anunciou estar à procura de operadores turísticos para suprir as ne-

Governo vai abrir uma linha com 150 milhões para ajudar empresas afetadas



Operadora abriu falência depois de 178 anos de atividade

cessidades criadas pela falência da Thomas Cook. «A Thomas Cook era um dos operadores com grande tradição no Algarve, com quem a região trabalhava há já muitos anos, e a notícia da sua falência é naturalmente preocupante, sobretudo no que diz respeito aos prejuízos que daí podem advir para alguns dos nossos hoteleiros», referiu, em comunicado, João Fernandes, presidente do Turismo do Algarve.

No entanto, segundo o responsável, a empresa vinha a perder terreno no Algarve, uma vez que «apesar do relacionamento duradouro», já não era o principal operador para o Algarve. «O peso que, hoje em dia, esta empresa tinha no turismo da região é bastante inferior ao que existia no passado», acrescentou.

Pouco depois do anúncio da falência, a Autoridade de Aviação Civil britânica revelou que quase 15 mil clientes da operadora turística Thomas Cook já tinham sido repatriados para o Reino Unido. De acordo com a mesma entidade, foram usados 64 voos para transportar 14.700 turistas dos 150 mil britânicos que se estimam que estejam fora do país. O processo de repatriamento de-

verá durar até dia 6 de outubro.

As dificuldades financeiras da empresa acumularam-se no ano passado, mas em agosto foram anunciadas negociações com o grupo chinês Fosun, que detém múltiplos ativos a nível mundial, nos setores de saúde, bem-estar, turismo (como o Clube Med), financeiro e até futebol (o clube inglês Wolverhampton Wanderers,

treinado pelo português Nuno Espírito Santo).

Em Portugal é dona da seguradora Fidelidade, que comprou à Caixa Geral de Depósitos (CGD) em 2014 e, através da seguradora, 5% da REN – Redes Energéticas Nacionais, é a maior acionista do banco BCP (com 27,25%) e é a dona da Luz Saúde.

Com Joana Marques Alves



Falência da Thomas Cook

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=b199099c-45c4-43bc-9a7b-dfd8a291daa0&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

O Governo português vai disponibilizar 150 milhões de euros para ajudar as empresas afetadas pela falência do operador turístico britânico Thomas Cook.

Repetições: SIC Notícias - Jornal da Meia Noite , 2019-09-27 00:38

SIC Notícias - Notícias , 2019-09-28 07:33

SIC Notícias - Notícias , 2019-09-28 08:33

Linha de crédito ajuda empresas algarvias a enfrentar falência da Thomas Cook

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	29/09/2019
Melo:	Sul Informação Online	Autores:	Hugo Lopes Rodrigues

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=8ded7c60>

Empresas podem pedir um crédito até 1,5 milhões de euros

O Turismo de Portugal lançou uma linha de crédito de 150 milhões de dirigida às empresas turísticas afetadas pela falência do operador turístico Thomas Cook, para fazer face a problemas de tesouraria.

A criação deste apoio foi um dos assuntos que foi abordado numa reunião mantida ontem, sábado, entre 28 empresários e dirigentes de associações empresariais do setor turístico algarvios, o Turismo de Portugal e a Região de Turismo do Algarve (RTA).

Segundo Filipe Silva, vice-presidente do Turismo de Portugal, houve uma preocupação de ouvir as empresas do setor do turismo que têm vindo a ser afetadas com toda a turbulência associada ao operador Thomas Cook nos vários mercados emissores onde este operava .

Acima de tudo, tentámos perceber os níveis das dívidas vencidas e vincendas, bem como perceber o tipo de preocupações que as empresas têm, no que toca a por onde começar a reclamação de créditos. Nessa área, temos vindo a identificar, em cada um dos mercados emissores, quais são os canais, quais os pontos de situação e por onde é que os empresários devem começar a trabalhar para reclamar os seus créditos , explicou.

O Turismo de Portugal e a RTA estão, de resto, a trabalhar em diferentes áreas, para garantir que o impacto da falência deste grande operador turístico é mitigado.

E uma das medidas principais é a criação da linha de 150 milhões de euros que já está disponível para as empresas portuguesas. Esta medida é justificada por Filipe Silva com o facto de ser expectável que algumas das empresas afetadas venham a ter problemas de tesouraria, nomeadamente as que têm maior nível de exposição ao operador , situação à qual é preciso dar uma resposta rápida .

João Fernandes

Já João Fernandes, presidente da RTA, precisou que esta é uma linha que permite às empresas solicitar um crédito até 1,5 milhões de euros. Estamos a falar de um período de três anos para reembolso e 50% de taxa de garantia mútua. São boas condições para as empresas .

Elidérico Viegas, presidente da Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA), considerou, no final da sessão que a criação desta linha de crédito é uma medida positiva.

O montante da linha de crédito parece-me adequado e ajustado às necessidades, mas com prazos para a amortização demasiado curtos. Tivemos a ocasião de expor aqui as nossas preocupações em relação a essa matéria. Pensamos que o prazo deveria ser alargado de três para seis anos , revelou.

Neste momento, não se coloca a questão de haver empresas algarvias a abrir falência, não é isso que está em causa. Felizmente, a queda da Thomas Cook não chega para pôr em causa a sobrevivência de

empresas hoteleiras e turísticas da região .

Ainda assim, diz Elidérico Viegas, não deixa de ser um prejuízo enorme, pelo que esta linha de apoio à tesouraria é muito bem vinda .

Na reunião de ontem, foi já possível apurar um valor aproximado dos prejuízos que a falência da Thomas Cook poderá causar.

O montante global já apurado foi de 4 milhões e 383 mil euros. É, naturalmente, um valor que não engloba todo o impacto, na medida em que há ainda empresas que estão a apurar as consequências desta falência nos diferentes mercados , revelou João Fernandes.

Outra medida anunciada ontem foi o lançamento de um plano de marketing no valor de 1,5 milhões de euros, que visa não só compensar as perdas, mas também aproveitar a oportunidade para diversificar mercados .

Estamos a falar de sete mercados de aposta e de diferentes canais de distribuição, desde o reforço das ligações aéreas, até a um investimento nos tour operadores, para compensar a falência da Thomas Cook , segundo o presidente da RTA.

O que interessa ressaltar é que a falência da Thomas Cook tem um impacto negativo enorme na região, porque o facto de, neste momento, haver menos um grande operador a trabalhar no Algarve vai dar muito mais poder negocial aos operadores que se mantém, quer em matéria de preços, quer em matéria de capacidade de alojamento contratada , alertou, por seu lado, Elidérico Viegas.

Hugo Rodrigues

Thomas Cook deixa dívida de 4,8 milhões no Algarve

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	28/09/2019
Melo:	Dinheiro Vivo Online	Autores:	Sónia Santos Pereira

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=63ce34be>

O valor da dívida foi apurado junto das 30 empresas turísticas que estiveram reunidas numa sessão de esclarecimento no Algarve.

A falência da Thomas Cook, o segundo maior grupo turístico na Europa, deixou, pelo menos, uma dívida de 4,8 milhões de euros às empresas portuguesas do setor do turismo que operam no Algarve. O valor foi apurado junto dos 30 empresários, entre hoteleiros e marítimo-turísticos, que participaram numa sessão de esclarecimento de como atuar após a insolvência do operador britânico.

Na reunião, que decorreu esta manhã (sábado), foram explicados os procedimentos a adotar pelas empresas lesadas face aos créditos existentes e esclarecidas dúvidas sobre o processo. A sessão serviu também para apresentar as linhas de apoio à tesouraria, instrumento financeiro lançado ontem pelo Governo e que disponibiliza até 1,5 milhões de euros por empresa.

Os empresários ficaram ainda a conhecer o Plano Especial de Promoção da Associação Turismo do Algarve (ATA), cofinanciado pelo Turismo de Portugal, criado para reforçar a capacidade de reação do destino Algarve. A campanha, de implementação imediata, integra um conjunto de iniciativas de marketing a desenvolver com as companhias aéreas nos principais mercados emissores. Até momento, estão previstas campanhas dirigidas aos mercados do Reino Unido, França, Alemanha, Holanda, Irlanda e Itália.

Em simultâneo, o Turismo do Algarve está a trabalhar alternativas para ocupar o espaço explorado pela Thomas Cook, estando já a negociar com vários operadores.

Para João Fernandes, presidente do Turismo do Algarve, "os meios existentes são eficazes e foram disponibilizados pelo Governo em tempo recorde. Estamos, por isso, confiantes de que estão reunidas as condições para o setor do turismo do Algarve conseguir rapidamente adaptar-se e dar a volta por cima."

A sessão foi promovida pelo Turismo do Algarve, em parceria com o Turismo de Portugal.

Partilhe esta notícia

Sónia Santos Pereira

Vai poder andar numa carrinha pão de forma a descobrir a história do Algarve

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	28/09/2019
Melo:	NiT New in Town Online	Autores:	Adriano Guerreiro

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=911f169>

Fazer do Algarve um destino durante o ano inteiro é a proposta da iniciativa "365Algarve". Esta é a quarta edição do programa que leva várias propostas culturais a todos os concelhos da região a partir de outubro. Uma delas foi criada pela Happy Van e vai dar a conhecer várias tradições algarvias ao ser transportado numa carrinha pão de forma.

Portimão, Silves, Albufeira e Lagoa são os concelhos que recebem este evento. Chama-se "(A)Prender-me no Algarve" e acontece sempre nos segundos sábados de cada mês. O objetivo é mostrar músicas, património, tradições e costumes. Está garantida uma performance teatral e um workshop de artesanato.

Esta iniciativa acontece até maio de 2020. Terá a duração de duas horas. Os bilhetes começam nos 10EUR e podem ser comprados online. É no site do "365Algarve" que encontra um mapa com os vários programas que pode assistir. Sempre que implicam a compra de bilhete, podem aí ser feitos.

O Festival da Comida Esquecida, que passa por aldeias de Lagoa, Alcoutim e Tavira; o Jazz nas Adegas, com música em espaço pouco habituais; o Luza, o festival de luzes que este ano ocorre em Loulé; e festival do Contrabando, em Alcoutim, são outras das iniciativas.

Grande parte do programa é de entrada livre, informação que também está disponível no site do evento.

tags:

Adriano Guerreiro

Festival da Comida Esquecida recorda sardinhas garrentas, pau roxo e catacuzes

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 29/09/2019

Melo: DiáriOnline Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=6260abd2>

O Festival da Comida Esquecida vai realizar-se pela primeira vez em outubro, em nove concelhos do Algarve, recordando antigas iguarias e ingredientes perdidos na memória, como sardinhas garrentas, pau roxo e catacuzes.

A edição inaugural do evento inclui 11 ações em nove concelhos algarvios, do litoral até à serra.

A agenda inclui piqueniques de charme inspirados nos anos 30 e 40, experiências gastronómicas com uma narrativa sensorial em locais monumentais, passeios a hortas familiares com recolha de alimentos seguidas de sessões culinárias e, por fim, uma grande festa de encerramento dedicada à comida das famílias algarvias.

"O objectivo desta iniciativa é fazer renascer receitas e ingredientes perdidos na memória, e em alguns casos em iminência de extinção da sua espécie, tanto por estarem associadas à pobreza, à ruralidade ou pelo facto de não serem espécies de interesse agrícola actual", refere a organização.

O Festival da Comida Esquecida, promovido pela Cooperativa QRER, integra a nova temporada do programa cultural 365 Algarve . Mais informações no sítio oficial do evento.

EP - diariOnline

Hard Brexit? Têxtil, mobiliário e turismo medem o impacto

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	29/09/2019
Melo:	ECO - Economia Online	Autores:	Fátima Castro

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=a8bc8a73>

Brexit sem acordo pode significar perdas de 2,3 mil milhões de euros para Portugal. O têxtil será o setor mais afetado, segundo um estudo da Universidade de Leuven. Mas o setor desvaloriza.

O Brexit traz consigo um clima de receio e instabilidade para algumas empresas. Segundo um estudo da Universidade de Leuven, um Brexit sem acordo pode ter um grande impacto na economia portuguesa. Pode significar uma perda de 2,3 mil milhões de euros para a balança comercial portuguesa. O ECO falou com intervenientes do setor do têxtil, vestuário, mobiliário e turismo para desmistificar estes números e perceber se o impacto será assim tão grande.

Segundo os dados divulgados pela universidade belga, os têxteis serão o setor mais afetado pela saída do Reino Unido da União Europeia. O setor não concorda com estes números e considera que o "Brexit não vai ser nenhuma tragédia". A indústria do vestuário considera que a "Europa está melhor preparada para um Brexit que o próprio Reino Unido" e o turismo adianta que este ano, "no primeiro semestre, as receitas do mercado britânico aumentaram 5,1%". Por outro lado, o setor do mobiliário mostra maior precaução.

O diretor geral da Associação Têxteis de Portugal (ATP), Paulo Vaz, não concorda que os têxteis sejam o setor mais afetado e refere que o Reino Unido é o terceiro mercado mais importante para os têxteis e que vai continuar a ser um "forte mercado para as exportações portuguesas". Acrescenta ainda que a "saída do Reino Unido da União Europeia (UE) não vai ser nenhuma tragédia".

Refere ainda que o mais importante "é saber como isto termina", para as empresas se reposicionarem nos mercados. "A grande problemática é a instabilidade que se vive na Europa e o facto de as empresas estarem numa grande expectativa e apreensivas relativamente à conjuntura internacional, causada não só pelo Brexit mas também pela guerra comercial entre os EUA e a China", refere Paulo Vaz.

Já o presidente Associação Nacional das Indústrias do Vestuário e Confeção (Anivec), César Araújo, destaca ao ECO que "toda esta incerteza à volta do Brexit está a provocar preocupações no setor do vestuário e na indústria em geral". Todavia, considera que a "Europa está "melhor preparada para o Brexit que o próprio Reino Unido". Destaca que o fator cambial é a maior preocupação dos setores, apesar de considerar que "os países europeus vão ser solidários entre eles".

Por outro lado, os fabricantes de mobiliário e carpintarias portuguesas estão mais precavidos. O presidente da Associação das Indústrias de Madeira e Mobiliário de Portugal (AIMMP), Vítor Poças, destacou que "os fabricantes de mobiliário e carpintarias portuguesas estão a reduzir a exposição ao Reino Unido, optando por parcerias locais em vez de abrir espaços físicos e deslocar pessoal". Acrescentou que estão a tomar estas medidas "por precaução, para poderem sair [do Reino Unido] rapidamente", explicou à agência Lusa, à margem da London Design Fair.

As empresas portuguesas não estão a desistir do Reino Unido, muito pelo contrário, estão a apostar no mercado inglês e a intensificar a sua presença nas feiras internacionais."

Paulo Vaz

Diretor geral da Associação Têxteis de Portugal (ATP)

Apesar de estar otimista, o diretor geral da Associação Têxteis de Portugal está consciente que desde que o Reino Unido manifestou o interesse em sair da União Europeia "o setor dos têxteis tem vindo a perder alguma quota neste mercado; tem vindo a decrescer 3 a 4% anualmente", refere. Explica que "a desvalorização da libra prejudica imediatamente as exportações para o Reino Unido e esta incerteza acaba por levar a quebras de consumo interno".

De acordo com o estudo, "o Brexit reduz a atividade económica do Reino Unido cerca de três vezes mais em comparação aos 27 países membros da UE". A universidade belga prevê que relativamente ao PIB, o Reino Unido vai sofrer um decréscimo na produção de valor agregado: a percentagem desta queda será entre 1,21% (soft Brexit), e 4,47% (hard Brexit), prevendo-se assim um cenário difícil para o Brexit.

Há 17 anos que as exportações de têxtil e vestuário não tinha um mês assim

Mesmo com toda a incerteza que se vive na Europa e no mundo, Portugal exportou 531,4 milhões de euros de têxteis e vestuário, sendo que julho foi o melhor mês desde julho de 2002, de acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística (INE). Contudo, as exportações para o Reino Unido continuam em queda, registando-se uma quebra de 6 milhões de euros.

O Reino Unido importa quase tudo e com uma libra mais fraca fica mais pobre.

César Araújo

Presidente Associação Nacional das Indústrias do Vestuário e Confeção (Anivec)

O presidente da Associação Nacional das Indústrias do Vestuário e Confeção, César Araújo, considera que o turismo é um dos setores que mais vai perder com o Brexit. "O turismo deve ser dos setores que mais vai perder com esta desagregação. O turista inglês tem valor acrescentado para o nosso país". O presidente do Turismo de Portugal, Luís Araújo, não concorda.

Reino Unido é principal mercado para o turismo em Portugal

Portugal recebeu, em 2018, cerca de três mil milhões de hóspedes britânicos, sendo o Reino Unido o principal mercado para o nosso país ao representar uma quota de 17% nas receitas totais. Luís Araújo destaca a importância do mercado britânico para o setor do turismo e salienta que "no ano passado, a nível de receitas, crescemos 8,5% e este ano no primeiro semestre 5,1%, quando comparado com o ano passado".

O presidente do Turismo de Portugal descreve ao ECO que o "objetivo é alargar os mercados e Portugal não ser apenas visto como um "destino de sol e praia". Destaca que redobram a atenção com o mercado britânico e que tem vindo a ser feita uma aposta em outros mercados com o objetivo de mostrar Portugal como um país diverso, que aposta em outras regiões, como a região norte e centro, o Alentejo e os Açores.

O setor do turismo tem crescido significativamente e acredito que vai continuar a crescer e a merecer a preferência dos turistas britânicos.

Luís Araújo

Presidente do Turismo de Portugal

"A questão da desvalorização da libra e a crescente concorrência de outros destinos obrigam-nos a ter uma atenção especial e acima de tudo alargar a outros mercados que tragam mais valor acrescentado a Portugal", refere. Destaca que a "região norte foi a que registou um maior crescimento" e foi a zona do país "que mais cresceu no primeiro trimestre do ano". Apesar de 60% dos britânicos escolherem o Algarve, seguido da Madeira e Lisboa, a região norte está a destacar-se.

Brexit colocará postos de trabalho em risco?

Segundo o estudo, um Brexit sem acordo pode aumentar o desemprego em 0,6% em Portugal, essencialmente no setor têxtil. Paulo Vaz não concorda e afirmou ao ECO que, pelo menos no setor dos têxteis, os postos de trabalho não estão em risco. "O setor não está a temer pela perda de postos de trabalho, muito pelo contrário, existe falta de mão-de-obra qualificada". Segundo o estudo, se o Reino Unido chegar a acordo os prejuízos seriam quatro vezes inferiores.

Paulo Vaz afirma que o setor dos têxteis já passou por momentos bem mais complicados como a liberalização mundial do comércio e o fim do acordo multifibras e conclui que "não é o Brexit que nos vai parar. Perdemos quota no Reino Unido mas ganhamos noutros mercados, no pior da hipótese".

O presidente do Turismo de Portugal, Luís Araújo, partilha da mesma opinião e não considera que os postos de trabalho estejam em risco. Salaria que "o setor do turismo tem crescido significativamente e que acredita que vai continuar a crescer e a "merecer a preferência dos turistas britânicos".

De acordo com o estudo, os países menos afetados por um Brexit sem acordo serão a Grécia, Croácia e a Espanha. Por outro lado, os países mais afetados serão Irlanda, Malta e Bélgica. Portugal aparece no meio da tabela. Segundo o estudo da Universidade de Leuven, um Brexit sem acordo pode acarretar perdas económicas no valor de 200 mil milhões de euros para os 27 países da União Europeia (UE). Para o Reino Unido, esta saída pode significar um prejuízo de 113 mil milhões de euros.

Fátima Castro



“Resort” e dois hotéis anunciados para Lagos

Investimento de 250 milhões de euros. Projeto, com piscina e golfe, contempla 460 casas

ALGARVE A Kronos Homes, marca de promoção imobiliária residencial da Kronos, anunciou ontem que vai investir 250 milhões de euros na construção de um “resort” com 460 casas e dois hotéis na zona de Pal-

mares, em Lagos. Em comunicado, a empresa indica que o projeto “Palmares – Ocean Living & Golf” é um “resort” com praia, campo de golfe, hotéis, moradias e apartamentos, estando prevista a constru-

ção de 460 unidades, das quais 103 serão moradias e 357 apartamentos, com uma densidade de construção de 5,7% dos cerca de 200 hectares abrangidos.

O “resort” inclui ainda dois hotéis de cinco estrelas, um já em operação, com 20 quartos, e outro em fase de desenvolvimento, com 152 quartos, um “clubhouse” e infraestruturas desportivas e de lazer.

Citado no comunicado, Rui Meneses Ferreira, sócio da Kronos Homes em Portugal, destaca que “Palmares é uma zona privilegiada, localizada entre a baía de La-

gos e o estuário de Alvor”.

“Este projeto tem a sustentabilidade ambiental como princípio e contará com uma certificação Breeam, um dos principais sistemas de certificação de sustentabilidade de edifícios reconhecidos internacionalmente”, explica Rafael Aranda, fundador da RCR Arquitetores.

A Kronos Homes entrou no mercado português em 2018.

Além do projeto de Palmares, a empresa tem mais quatro já em desenvolvimento, dois em Lisboa e dois no Algarve. ●

Kronos lança resort Palmares com investimento de EUR250M

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	27/09/2019
Melo:	Vida Imobiliária Online	Autores:	Ana Maria Tavares

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=4c84b3b6>

A Kronos Homes já apresentou o seu mais recente projeto em Portugal, o Palmares Ocean Living & Golf, em Lagos, no qual deverá investir 250 milhões de euros.

O resort terá um campo de golfe de 27 buracos, hotéis, moradias e apartamentos, prevendo a construção de 460 unidades, das quais 103 moradias exclusivas e 357 apartamentos, com uma densidade de construção de 5,7% dos 200 hectares que o compõem.

Por outro lado, inclui um novo Clubhouse e dois hotéis de 5 estrelas, um dos quais já em operação, com 20 quartos, e outro em desenvolvimento, com 152 quartos, além de outras infraestruturas desportivas e de lazer.

Rui Meneses Ferreira, sócio da Kronos Homes em Portugal, salientou durante a apresentação do projeto que é com grande entusiasmo que iniciamos este projeto da Kronos Homes em Portugal. Palmares é uma zona privilegiada, localizada entre a Baía de Lagos e o estuário de Alvor, onde a beleza natural e as paisagens deslumbrantes se aliam a uma arquitetura muito elegante e singular. Esperamos que quem nos visite reconheça Palmares como um local tranquilo, excecional e deveras inspirador .

Também na ocasião, Paulo Reis, vice-presidente da autarquia de Lagos, afirmou que é um programa ambicioso, pautado pela excelência e elevados standards de qualidade, mas estamos certos de que - tal como tem acontecido até agora - o empenho dos promotores, a qualificação das equipas técnicas envolvidas, a disponibilidade e abertura do município de Lagos e a assunção de que somos todos parceiros na procura das melhores soluções, possibilitarão a concretização de algo único que o local, o município e o Algarve, merecem. Depois de lançada esta 1.ª pedra, arriscaria a dizer que o melhor ainda está para vir .

De recordar que a Kronos Homes chegou a Portugal no ano passado. Além do Palmares, tem outros 4 projetos em pipeline no nosso país, dois deles em Lisboa, e dois no Algarve.

Ana Tavares