

CISION®

PRESS BOOK

Clipping 2019-10-04

CISION®

1. Golfe dá ´mega jackpot´ de 500 milhões por ano ao Algarve - Jornal do Algarve, Jornal do Algarve Online, 04/10/2019	1
2. Thomas Cook - Um hotel sossegado? No Egito???, Sol - B.I., 04/10/2019	3
3. João Fernandes, Ambitur, 30/09/2019	7
4. A força do enoturismo de norte a sul de Portugal, Ambitur - Ambitur Travel & Lifestyle, 30/09/2019	8
5. Gastos em férias atingem máximos, CM TV - Notícias CM, 04/10/2019	12
6. Bolsa: Mais & Menos, Correio da Manhã, 04/10/2019	13
7. Espanha ajuda após falência, Destak, 04/10/2019	14
8. Franceses são a nacionalidade que mais pesquisou Portugal, Destak, 04/10/2019	15
9. Imobiliário de luxo no Porto continuará a ter preços inferiores aos do Algarve, Vida Económica, 04/10/2019	16
10. Thomas Cook closure worries Algarve hotels, Portugal News (The), 28/09/2019	17
11. 4.ª edição do 365 Algarve arranca logo com duas estreias na programação, Algarve Informativo Online, 04/10/2019	20
12. Bilhetes para a segunda sessão do Jazz nas Adegas estão à venda, Algarve Informativo Online, 04/10/2019	21
13. Projeto para a Quinta da Rocha sujeito a nova consulta pública, Algarve Informativo Online, 04/10/2019	23
14. Quarta edição do 365 Algarve está aí com duas estreias, Algarve Primeiro Online, 04/10/2019	24
15. Associações de turismo do Porto e Norte vão ter o mesmo presidente, Jornal de Notícias Online, 04/10/2019	25
16. Algarve recebe outono com muita música, animação e atividades ao ar livre - Jornal do Algarve, Jornal do Algarve Online, 04/10/2019	27
17. Hotelaria: julho foi mês de sacrificar preços a bem da taxa de ocupação, Jornal Económico Online (O), 04/10/2019	29
18. Algarve welcomes autumn with music, entertainment and activities, Portugal News Online (The), 04/10/2019	30
19. O Algarve vive do turismo, mas não vive para o turismo, Sul Informação Online, 04/10/2019	32
20. Taxa de ocupação na hotelaria cresceu na exata medida da descida do preço, TecnoHotel Online, 04/10/2019	37
21. Castro Marim defende suspensão das portagens na Via do Infante enquanto decorrerem as obras da Ponte Internacional do Guadiana, Voz do Algarve Online (A), 04/10/2019	41
22. Bilhetes para 2ª Sessão do "Jazz nas Adegas" estão à Venda, + Algarve Online, 03/10/2019	42

Golfe dá ´mega jackpot´ de 500 milhões por ano ao Algarve - Jornal do Algarve

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 04/10/2019

Melo: Jornal do Algarve Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=9f0215b>

Jornal do Algarve No Algarve desde 1957. Em papel e digital

Os muitos milhões de euros gerados e a capacidade de combate à sazonalidade tornam o golfe numa atividade cada vez mais relevante para a região. Em entrevista ao JORNAL do ALGARVE, o presidente do Turismo do Algarve - que até já foi formador de profissionais desta modalidade - explica que as receitas geradas pelo golfe são hoje primordiais para garantir a sustentabilidade dos empreendimentos turísticos e da própria atividade turística da região

O Algarve acabou de viver mais uma época alta. As praias estão mais vazias, as ruas estão mais silenciosas, o trânsito acalmou, já não há filas nos restaurantes, nem encontrões nos supermercados. Mas o turismo algarvio não parou! A prova disso é que já se regista uma grande afluência de estrangeiros no Algarve para jogar golfe, cuja época alta regista-se nos meses de setembro, outubro, novembro, fevereiro, março e abril.

Este setor tem sido fundamental para combater a tão falada e temida sazonalidade do turismo algarvio, garantindo a ocupação de hotéis, restaurantes, empresas de aluguer de veículos, entre muitos outros serviços, nas chamadas épocas baixas do turismo.

De acordo com um estudo da Associação de Turismo do Algarve (ATA), em 2017, e apenas na região do Algarve, o turismo de golfe gerou uma riqueza global de 500 milhões de euros e quase 17 mil empregos...!

É um autêntico 'mega jackpot' para a região (o limite do 'jackpot' do Euromilhões está atualmente fixado nos 190 milhões de euros) num período do ano em que o turismo arrefece. Por outras metáforas, é um negócio de muitos milhões que dava para comprar cinco passes do futebolista João Félix ou do Cristiano Ronaldo!

O mesmo estudo comprovou "o efeito multiplicador do golfe na economia da região" ao nível do turismo, emprego, alojamento, restauração, transportes e entretenimento. Ou seja, o golfe é determinante para manter "vivos" muitos negócios durante a época turística baixa, gerando receitas primordiais para a economia regional.

Peso do golfe na economia regional em crescimento

Apesar de o 'sol e praia' continuar a ser o principal atributo turístico do Algarve, a notoriedade e o peso económico do golfe têm vindo a crescer na região, comprovado pela conquista de vários prémios internacionais, entre os quais os galardões atribuídos pelos World Travel Awards e pela International Association of Golf Tour Operators.

João Fernandes, presidente do Turismo do Algarve

FOTO: VASCO CÉLIO/STILLS

"O golfe é já um produto consolidado e o reconhecimento do Algarve como um destino de eleição para a prática desta modalidade é, sem dúvida, um contributo fundamental para o turismo da região.

Sobretudo porque, hoje em dia, quem nos visita com essa motivação, já não se interessa apenas pelo produto em si, mas também por toda a oferta complementar que o destino lhe apresenta e que se revela enriquecedora da sua experiência de estadia na região. Além disso, o golfe tem um papel de enorme relevância no que diz respeito à geração de fluxos de visitantes fora da época alta, uma vez que a presença de golfistas no Algarve é sobretudo notória nos meses de setembro a novembro e de março a maio", acentua ao JORNAL do ALGARVE o presidente do Turismo do Algarve, João Fernandes, frisando que "o desafio atual passa por continuar a trabalhar e a investir neste produto"...

Leia a notícia completa na edição em papel.

Nuno Couto

Share this: [Click to share on Facebook \(Opens in new window\)](#) [Click to share on Twitter \(Opens in new window\)](#) [Click to email this to a friend \(Opens in new window\)](#) [Click to print \(Opens in new window\)](#) [Click to share on WhatsApp \(Opens in new window\)](#) [Click to share on Pinterest \(Opens in new window\)](#) [More](#)

{ B.I. } VIAGENS

Thomas Cook

Um hotel sossegado? No Egito???

Se até Philleas Fog, de Verne, viajou com a Thomas Cook, já ninguém mais repetirá a experiência. Resta a memória de um pregador baptista que odiava o álcool e que resolveu, certa vez, organizar grupos para se deslocarem a preços de ocasião. Houve snobs que torceram os sensíveis narizes.

{ AFONSO DE MELO }
afonso.melo@sol.pt

Philleas Fog, esquire, e o seu valete, Jean Passepartout, apanharam um comboio de Londres para Brindisi, no sul da Itália, e daí um vapor para o Suez. Os bilhetes foram adquiridos na Thomas Cook & Son, uma agência de viagens instalada na Fleet Street a partir de 1865, isto é, sete anos antes de Fog ter iniciado a sua **Volta ao Mundo em 80 Dias**, segundo Júlio Verne. O membro do Reform Club viria a ter problemas no Suez, até com a Scotland Yard, que o confundiu com um foragido ladrão de bancos, mas isso por agora não vem ao caso. Aliás, Fog existiu mesmo, embora só tenha sido Philleas para Verne e para os seus leitores. Na verdade chamou-se William Perry Fogg e era um aventureiro americano de New Hampshire, mas isso ainda vem menos a propósito. O assunto é Cook, Thomas Cook, que para variar destes cavalheiros supracitados, era um rapaz de poucas posses, nascido em Melbourne, não na Austrália, mas bem menos exoticamente no Derbyshire, cidadezinha comercial nas margens do rio Trent, no n.º 9 da Quick Close, no dia 22 de novembro de 1808. Ainda miúdo, arranhou emprego como aprendiz de jardineiro, para compor a contabilidade lá de casa. Mais tarde, sob a influência do pastor

baptista Francis Beardsall, deixou-se fanatizar pela igreja e tornou-se num operário da palavra divina, distribuindo panfletos rogando pragas contra o álcool, esse canalha destruidor de famílias: era a Temperance Society. O combate furioso contra as bebidas espirituosas iluminou-lhe o espírito de negócio. No fundo, aproveitou-se daquele grupo de abstémios e levou-os a dar uma volta. Estrearam o novo ramal da Midlands County Railways que ligava a estação de Leicester Campbell Street e Loughborough. Cerca de 16 quilómetros, mais centímetros menos centímetros, cobrados por

**Cook nunca
perdeu o seu fundo
beato: aconselhava
com fervor viagens
guiadas à Terra
Santa e outros
lugares bíblicos**



The Nile Voyage

THOS. COOK & SON OFFER YOU THE FINEST
RIVER STEAMERS IN THE WORLD

Luxurious State-Rooms : Spacious Decks : Private Bath-Rooms
Unrivalled Comfort : Hot and cold running water in every cabin



THREE WEEKS' VOYAGE to LUXOR & ASWAN AND
The S.S. "SUDAN," "ARABIA" & "EGYPT" leave Cairo
weekly on Wednesdays from November 7th to March FARE £70

TWO WEEKS' VOYAGE to LUXOR & ASWAN AND
The S.S. "ROSETTA" & "DAMIETTA" leave Asyut
weekly on Saturdays from January 5th to March FARE £56
(including return fare from Cairo to Asyut and return)

ONE WEEK'S VOYAGE to ABU-SIMBEL & HALFA AND
The S.S. "THEBES" leaves Aswan (Shellal) weekly on
Mondays in connection with both the above services—FARE £30

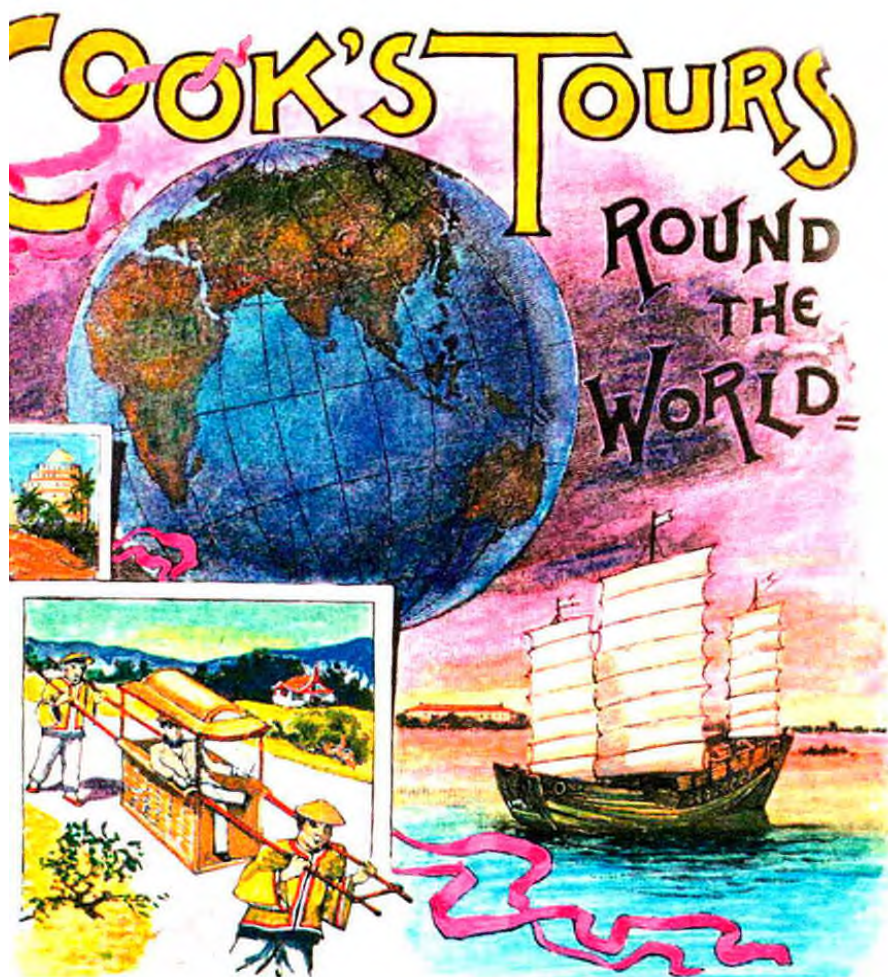
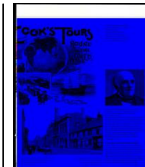
Applies to:-

THOS. COOK & SON LTD.

CHIEF OFFICE:-
BERKELEY ST., PICCADILLY, LONDON, W.1.

Branches at Cairo, Luxor, Aswan, Alexandria, Port Said, Khartoum and
throughout the world.

Egypt



As famosas viagens da Thomas Cook & Son através do mundo não precisavam, obrigatoriamente, de ser reduzidas a 80 dias como a inventada por Júlio Verne. Mas deixavam água na boca aos que nunca tinham saído de casa



De repente, anunciava-se o mundo! Toda a gente parecia ter capacidade para viajar para os lugares mais fascinantes. E a preços módicos

Foi aqui que Thomas Cook explorou a sua ideia de rasgar horizontes. Ele que cruzara muitos como pregador, de Bíblia na mão

Thomas a 6 *shillings* por cabeça, ida e volta. A Temperance Society era popular na altura. E Cook também. Juntou 500 viajantes. Isto em julho de 1841.

Dez anos mais tarde, Thomas Cook já achava que os membros da Temperance Society formavam um mercado demasiado escasso. Realizara, entretanto, excursões de Leicester a Liverpool e à Escócia e tratara da burocracia da deslocação de 150 mil pessoas à Grande Exposição de Londres de 1851, hotéis, entradas e tudo e tudo. Foi uma das maiores deslocações em massa jamais vistas na Grã-Bretanha. Não estava satisfeito: começou a programar viagens ao estrangeiro – Bélgica, Alemanha, França.

O MUNDO AO ESTENDER DA MÃO

Na Fleet Street, a Thomas Cook & Son tornou-se um local obrigatório de passagem. Alimentava sonhos de distância. Vendia guias de viagem para que a viagem se tornasse ainda mais próxima da realidade. E a realidade era Thomas e a sua organização que acabou agora mesmo, há uma semana, em bom português, por ir para o galheiro a contas com contas impossíveis de pagar. A sua estátua, mandada erguer pelo seu bisneto,

CONTINUA NA PÁG. SEGUINTE ➔

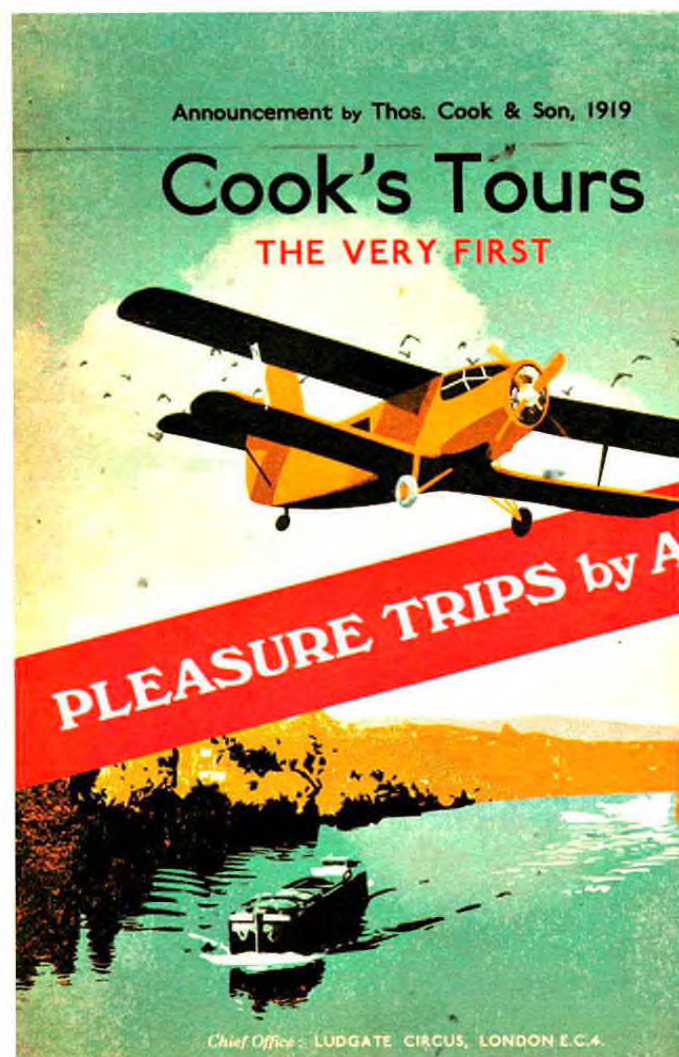


{ B.I. } VIAGENS

A Thomas Cook já depois
da morte do seu fundador.
Foi o filho, John Mason, que deu
o passo decisivo
para a modernidade

Thomas Cook nasceu numa
família humilde do Derbyshire.

Ainda garoto foi aprendiz
de jardineiro para poder ajudar
na contabilidade da família

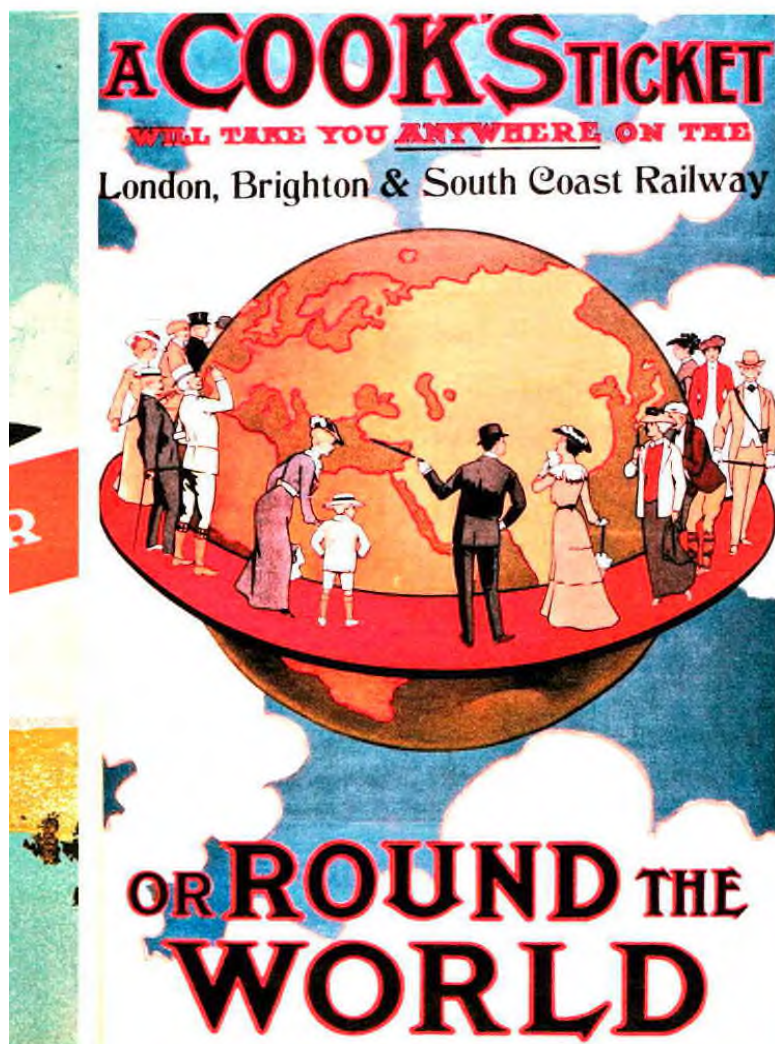


Thomas Cook, terceiro do nome, na Leicester Railway Station, London Road, pode manter-se impávida; mas o que resta dos seus restos, enterrados no Welford Road Cemetery, deve andar aos pulos na cova.

A chegada do dinheiro fez com que Thomas fosse perdendo alguma da sua fúria religiosa. Afinal passara a lidar com gente de todas as camadas sociais e não apenas com os bebedolas da aldeia da sua infância. Alargou horizontes para além de todos aqueles que percorrera como pregador baptista, de Bíblia na mão. A clientela incluía agora muitos *esquires*, diversos *gentlemen*, militares e até gente de sangue azul. Mas, uma vez vigário, sempre vigário, e longe de mim estar aqui com trocadilhos sobre a sua honestidade: por entre as excursões aos Estados Unidos, que tinham muita procura, e até à organização de voltas ao mundo, não necessariamente em 80 dias, tinha um gosto particular nas suas viagens para o Egito e para o Médio Oriente, aconselhando visitas guiadas à Terra Santa e outros locais igualmente bíblicos.

Os negócios corriam-lhe sobre rodas, mas a sua vida particular não acompanhava essa passada. A morte da sua filha Annie viria a causar o desespero e a doença da sua mulher Marianne Manson, que também não tardou a entregar a alma ao criador. O





O desenvolvimento do caminho de ferro foi a grande alavanca para o negócio imaginado por Thomas Cook



Estátua de Thomas Cook em Leicester, mandada erguer pelo seu bisneto Thomas Cook, o terceiro do nome



Loughborough Road.

Brixton.

Ex 2013

Loughborough. A primeira viagem organizada por Thomas Cook levou até lá nada mais nada menos de 500 membros da Temperance Society. A seis shillings por cabeça. Ida e volta...

seu filho e sócio John Mason Cook aproveitou o desquite do pai e a sua crescente perda de visão para se tornar no verdadeiro administrador da Thomas Cook & Son e o verniz entre ambos estalou de forma irreversível. O sonhador de viagens, que fora capaz de escrever propaganda para a sua própria agência, sem perder o tom beato – «Viajar é a alimentação da mente, a humanização da alma» – dava lugar à mais musculada intervenção publicitária: «Quem não quer viajar a um penny por milha?»

Ora, para um bom *snoob* inglês, de chapéu de palha e calças de caqui, que se passeava por entre os obeliscos de Luxor antes de tomar o seu gin tónico de final de tarde, observando as fíbas do Nilo, ver-se rodeado por aquela plebe vermelhusca dos subúrbios a quem Cook oferecia viagens baratas, a realidade tornava-se incomodativa. No dia da sua morte, em 1892, não houve assim tantos que lamentassem o seu desaparecimento. Nesse tempo, tal como Philleas Fog, um cavalheiro preferia mandar o seu valete à frente, tratar da acomodação e bagagens. Foi por isso que Passepartout, depois de vaguear pelas ruas do Suez, procurando um hotel em condições para o seu patrão, ouviu aquela resposta cheia de pontos de interrogação: «O senhor procura o quê? Um hotel sossegado? No Egito???» Nem Thomas arranjava... ✕

**João Fernandes****Pres. do Turismo do Algarve**

"Hoje não sabemos praticamente o que ensinar, temos dificuldade em preparar pessoas para ciclos mais longos", in Jornal de Negócios

A força do enoturismo de norte a sul de Portugal

The power of wine tourism from the north to the south of Portugal

Considerada como a “mais generosa no mundo”, a época dos vinhos está oficialmente aberta. De Norte a Sul do país, são várias as ofertas de enoturismo, uma atividade vista como um “complemento” à oferta turística e, ainda, como “combate” à sazonalidade. A Ambitur esteve à conversa com as várias regiões do país para saber como é encarado este setor que está a ganhar cada vez mais força em Portugal.

Considered the “most generous in the world”, the wine season is officially open. From the North to the South of the country, there are several wine tourism offers, an activity seen as a “complement” to the tourist offer and also as a “combat” to seasonality. Ambitur was talking with the regions of the country to find out how they face this sector, which is increasingly gaining strength in Portugal.

Porto e Norte: uma atividade recente

Sendo uma “atividade recente” em Portugal, o “cluster” dos vinhos representa para a região do Norte de Portugal “um dos principais atributos da oferta turística do destino”, afirma Luís Pedro Martins, presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP). Nos últimos 10 anos, verificou-se o incremento do número de quintas produtoras de vinho que “encontraram no enoturismo uma forma muito interessante de promover o seu próprio vinho”. Atualmente, existem na região “mais de 400 quintas com potencial”. O presidente do TPNP acredita que “tem sido possível a transformação completa dessas quintas produtoras em espaços de nível mundial”, oferecendo tudo o que o verdadeiro consumidor deste tipo de produto turístico procura.

Centro de Portugal: potencial de crescimento

Assente na estratégia do Centro de Portugal, está o enoturismo. “É um produto turístico em que a região se diferencia e que tem um grande potencial de crescimento”, afirma Pedro Machado, presidente do Turismo Centro de Portugal (TCP), realçando a capacidade que tem para “combater a sazonalidade”. O facto de existir uma “ligação muito forte” com as vinhas e o vinho na região, permite “aprimorar o entusiasmo” e o “cuidado”. No entanto, “é ainda um produto turístico relativamente recente”. O objetivo agora é a “consciencialização dos empresários” para as “vantagens em mostrar os seus espaços para quem os pretende visitar”, criando “complementaridade entre o enoturismo e outros produtos”. Dos investimentos, destaca-se o “Programa de Ação para o Enoturismo em Portugal” e o Projeto

Estratégico de Apoio à Fileira do Vinho na Região Centro com o intuito de “apoiar a cadeia de valor dos vinhos”.

Lisboa: um desafio

“Conhecer e descobrir” a Região de Lisboa é “também ter experiências de enoturismo”, começa por afirmar Vítor Costa, presidente da Entidade Regional de Turismo (ERT) de Lisboa. Entre a capital e a Península de Setúbal, existem “duas realidades” e “duas dimensões vinícolas complementares” que fazem do enoturismo “um produto turístico que faz parte da nossa oferta”, exemplificando com a parceria com a Associação de Turismo de Lisboa, que dá “apoio à comercialização e venda por parte de empresas de animação turística”, ou com a TAP, através da inclusão de ofertas e experiências de enoturismo no programa “Stopover”. “Conseguir desenvolver uma maior integração com outras dimensões da oferta” é agora o principal desafio.

Alentejo: uma das cores do arco-íris da oferta

Sendo o turismo uma “atividade económica composta”, o enoturismo é “uma das cores do arco-íris de oferta”, afirma António Ceia da Silva, presidente da ERT do Alentejo, sublinhando que “há muitas pessoas que visitam as regiões em função de uma bom vinho e de uma boa gastronomia”. O facto de ter também um “aspecto promocional através do vinho”, o nome da região acaba por “alcançar vantagens do ponto de vista competitivo em relação às outras”. De modo a tornar o enoturismo como um produto com mais potencial, o responsável acredita que “temos de aproveitar aquilo que é a dimensão das nossas unidades que tem muita força e muita dinâmica”, procurando assim “promovê-las”.



Algarve: cruzar com oferta turística e cultural

No Algarve, o crescimento do setor vitivinícola não é exceção. João Fernandes, presidente da Região de Turismo do Algarve, afirma que “os vinhos portugueses estão em alta no mundo e o turismo começa a diferenciar-se, também, pela qualidade do seu vinho”. Nos últimos anos verificou-se, na região, um forte investimento no revitalizar do setor vitivinícola: “Em 2017, a produção cresceu 50%”. João Fernandes não tem dúvidas

de que “estamos perante um produto com potencial crescimento. Existe uma variedade gastronómica sendo uma das suas grandes riquezas turísticas”, acrescenta. O caminho a seguir passa pelo fortalecimento do trabalho que tem sido feito no que toca à promoção do vinho, com o reforço das “dinâmicas de “cross selling” direto entre vinho e turismo” e a dinamização da “projeção da região e da sua oferta”. Uma aposta “certeira” é o cruzamento da oferta turística e cultural com o universo vinico.«



Porto and North: a recent activity

As a "recent activity" in Portugal, the "cluster" of wines is for the northern region of Portugal "one of the main attributes of the tourist offer of the destination", president of Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP) Luís Pedro Martins says. In the last 10 years, there has been an increase in the number of wine producing estates that "found in wine tourism a very interesting way to promote their own wine". Currently, there are "more than 400 farms with potential" in the region. The president of TPNP believes that "it has been possible to completely transform these properties into world-class spaces", offering everything the true consumer of this type of tourist product is looking for.



João Fernandes



Vítor Costa



Pedro Machado

Center of Portugal: growth potential

Wine Tourism lays on the strategy of the Center of Portugal. "It is a tourism product in which the region differs and has great potential for growth", president of Turismo Centro de Portugal (TCP) Pedro Machado confirms, highlighting its ability to "combat seasonality". The fact that there is a "very strong connection" with the vineyards and wine in the region allows to "enhance enthusiasm" and "care". However, "it is still a relatively recent tourist product". The goal now is to make "entrepreneurship awareness" of the "advantages of showing your spaces to those who want to visit them", creating "complementarities between wine tourism and other products". In the investments category, there is the "Action Program for Wine Tourism in Portugal" and the "Strategic Project to Support the Wine Row in the Central Region" in order to "support the wine value chain".

that "there are a lot of people who visit the regions for good wine and good food." The fact that it also has a "promotional aspect through wine", the region's name ends up "achieving competitive advantages over others". In order to make wine tourism a product with more potential, the responsible believes that "we have to take advantage of the size of our units that have a lot of strength and a lot of dynamics", and thus trying to "promote them".

Algarve: mix with tourism and cultural offer

In Algarve, the growth of the wine sector is no exception. The president of Região de Turismo do Algarve, João Fernandes, states that "Portuguese wines are on the rise in the world and tourism is beginning to differentiate itself, too, by the quality of its wine". In the last years, there was a strong investment in revitalizing the wine sector in the region: "In



Luís Pedro Martins



Ceia da Silva

2017, production grew by 50%". João Fernandes has no doubt that "we are facing a product with potential growth. There is a gastronomic variety being one of its great tourist riches", he adds. The way forward is to strengthen the work that has been done

in promoting wine, by reinforcing the "dynamics of direct cross selling between wine and tourism" and the promotion of the "projection of the region and its supply". A "sure" bet is the mix of the tourist and cultural offer with the wine universe.

Lisbon: a challenge

"Knowing and discovering" the Lisbon Region is "also having wine tourism experiences", president of Entidade Regional de Turismo (ERT) of Lisbon, Vítor Costa, claims. Between the capital and Setúbal Peninsula there are "two realities" and "two complementary wine dimensions" that make wine tourism "a tourism product that is part of our offer", exemplifying the partnership with the Lisbon Tourism Association, which provides "support for the marketing and sale by tourist entertainment companies", or with TAP, through the inclusion of wine tourism offerings and experiences in the "Stopover" program. "Achieving greater integration with other dimensions of supply" is now the main challenge.

Alentejo: one of the rainbow colours on offer

As tourism is a "composite economic activity", the wine tourism is "one of the rainbow colours on offer", director of ERT of Alentejo, António Ceia da Silva says, underlining



A Força do enoturismo de norte a sul de Portugal

The power of wine tourism from the north to the south of Portugal





TRAVEL & LIFESTYLE

*The power of wine
tourism from the
north to the south
of Portugal*

*escapadelas...
getaways...*



*Vitoria Stone Hotel
| Alentejo*

*A força do
enoturismo de
norte a sul de
Portugal*



*Be Poet Baixa Hotel
| Lisboa*

*À mesa com
At the table with...*

*Chef
Paulo Leite*





Gastos em férias atingem máximos

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=12696449-26ec-4bb3-a002-87bd6afe1072&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Os gastos com os cartões de portugueses e estrangeiros bateram novos máximos em Julho e em Agosto. Os pagamentos em lojas e restaurantes durante o Verão, ascenderam a 9,2 mil milhões de euros, dos quais cerca de 7,7 mil milhões foram feitos por portugueses.

**MAIS&MENOS****EASYJET****CONDENAÇÃO**

— A companhia aérea easyJet foi condenada numa coima de 125 mil euros pelo não pagamento de uma indemnização de 250 euros reclamada por uma passageira cujo voo foi cancelado, segundo um acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa. A decisão foi publicada pela ANAC.

THOMAS COOK**MADRID AJUDA**

+ O governo espanhol vai aprovar na próxima semana uma série de medidas no valor de cerca de 300 milhões de euros, para apoiar nas dificuldades causadas pela falência do operador turístico britânico Thomas Cook. Essas medidas incluem a redução de taxas sobre passageiros e rotas nos voos para as ilhas das Canárias e das Baleares.



Espanha ajuda após falência

O Governo espanhol vai aprovar na próxima semana uma série de medidas, no valor de cerca de 300 milhões de euros, para apoiar as dificuldades causadas pela falência do operador turístico britânico Thomas Cook.

TENDÊNCIA DO TURISMO

Franceses são a nacionalidade que mais pesquisou Portugal

Com base no crescimento da procura nos meses de agosto e setembro, as estimativas indicam que Portugal deverá receber, até ao final do ano, 27 milhões de turistas estrangeiros, o que representa um aumento de 6% face aos 25 milhões de turistas que estiveram no mercado nacional em 2018. Segundo a momondo, o clima ameno, as acessibilidades, a gastronomia, as acomodações e a simpatia dos portugueses fazem do país um dos mais pesquisados para passar férias. Franceses, alemães, norte-americanos, britânicos e brasileiros são as cinco nacionalidades que mais



São esperados 27 milhões de turistas

usam a plataforma para pesquisar Portugal. O Brasil registou o maior crescimento (47%), ao contrário da Alemanha, com uma queda de 11%.



CARLOS LEAL, CEO DA UIP, PREVÊ

Imobiliário de luxo no Porto continuará a ter preços inferiores aos do Algarve

A United Investments Portugal (UIP) vai investir cerca de 200 milhões de euros no novo projeto da Quinta Marques Gomes, em Vila Nova de Gaia.

Além de quase 100 moradias com vista privilegiada sobre a foz do rio Douro, o projeto contempla um hotel de luxo e um bloco de apartamentos. “Os valores de venda estarão abaixo do nível de preços praticados no Algarve no residencial de luxo” – estima Carlos Leal. O diretor-geral da United Investments Portugal, proprietária do resort Pine Cliffs, considera que o tipo de utilização será diferente. Ao contrário do que acontece no

No Porto, o grupo está a investir 30 milhões de euros na primeira unidade Yotel, próximo da estação de metro da Trindade, nas antigas

instalações da EDP. O hotel de 4 estrelas irá ter 150 quartos, devendo ser inaugurado no final do ano em curso.



A UIP está a aumentar os investimentos em Portugal. Grupo também vai investir 70 milhões em Lisboa

Pine Cliffs, onde há um elevado número de clientes em regime de propriedade fracionada, a Quinta Marques Gomes não terá essa modalidade de investimento.

A Quinta Marques Gomes, em Vila Nova de Gaia, confirma o interesse da UIP no Norte do país. O imóvel era um dos ativos do grupo Espírito Santo, e pertencia à ESAF. A UIP pertence a investidores do Kuwait, através do consórcio IFA Hotels & Resorts, dirigido pelo xequete Talal Al-Bahar.

Novos investimentos em Lisboa e Porto

A UIP está a aumentar os investimentos em Portugal. Além do resort Pine Cliffs, em Albufeira, e do Sheraton Cascais, o grupo árabe decidiu em maio passado investir 70 milhões de euros em Lisboa. O projeto deverá estar concluído no final do próximo ano com a abertura do Hyatt Regency Lisboa, junto ao Centro de Congressos de Lisboa.



Thomas Cook closure worries Algarve hotels

As the process of repatriating travellers who have been affected by the closure of Thomas Cook continues, in the Algarve tourism experts air concerns regarding the impact on the region.

Algarve authorities fear that the bankruptcy of British travel agent Thomas Cook will leave the services provided during the high season in the region unpaid, even though the operator's tourists represent only 0.2% of Faro airport passengers.

There will be an impact, "not only on tourists who had already booked their holidays", but, above all, on the services already provided during the two months of high season, which "is unlikely to be paid" and can be as much as "a few million euros", the president of the Association of Hotels and Tourism Enterprises of the Algarve (AHETA), Elidérico Viegas, told Lusa.

The hotel representative expressed concern about the debt that "reflects the months with the most expensive prices" and that often represent "50 percent of the annual turnover of the companies".

The importance of Thomas Cook as an operator in the Algarve has been decreasing, reflecting "competition from 'low cost' companies and online reservations", currently representing 10,000 tourists flying into Faro airport, "only 0.2 percent of the annual number of passengers".

Many of the packages marketed by Thomas Cook are for accommodation in the Algarve, but also for "tourist units in the province of Huelva", despite using Faro Airport, which could represent "a minor impact of this bankruptcy on the region".

Portugal's Algarve Tourism Association (ATA) president, João Fernandes also revealed that the news about the financial difficulties and a possible bankruptcy of Thomas Cook "has been going on for some time" and that, therefore, there was "some caution by operators and hotel units", which could reduce the negative impact of this bankruptcy on the Algarve region.

The packages marketed by Thomas Cook in the Algarve, "ended in October and would

only start in March," which, according to the president of the RTA, will give the market time to take over this capacity.

Elidérico Viegas, on the other hand, warns of a market that "is beginning to get narrower and narrower", as the disappearance of the aviation companies and market operators makes "the alternatives increasingly smaller, with greater concentration", which means that the impacts created by these bankruptcies "reach a much larger dimension".

The ATA is supporting the process of welcoming and returning home the 500 tourists who remain in the region and who have been affected by the bankruptcy of Thomas Cook.

In a statement, ATA president, João Fernandes, said he believed that it would not be a complicated operation, since the Algarve has several operators and airlines that guarantee direct connections to the main airports in the United Kingdom, Germany and the Netherlands, the main markets the British operator was working with.

He said that Algarve Tourism is closely monitoring the situation, together with Faro Airport and associations representing the sector, to find solutions to minimise the impact of the operator's bankruptcy on Algarve tourism, even though the weight of tourists arriving in the region via Thomas Cook is negligible.

At the same time, Turismo do Algarve is stepping up its efforts to make good the losses resulting from the bankruptcy of Thomas Cook, by stepping up negotiations with other tour operators and by carrying out marketing campaigns.

The British tour operator Thomas Cook announced bankruptcy on 23 September, after failing to find, over the weekend, funds necessary to ensure its survival and, therefore, will enter into immediate liquidation, according to a statement published on the group's website.

The group needed to raise £200 million



The importance of Thomas Cook in the Algarve mark closure. (Photo: EPA/Friedemann Vogel)

(about €227 million) in additional funds, claimed by banks such as RBS or Lloyds. The 178-year-old company had planned to sign a rescue package with its largest shareholder, the Chinese group Fosun, but this was delayed by the banks' demand that the group had new bookings for the winter. The government said in a statement that it is monitoring the effects of the bankruptcy of the tour operator Thomas Cook on tourists and national companies, particularly in the regions of the Algarve and Madeira. Regarding the Portuguese tourists who have purchased holiday packages from Thomas Cook, the secretary said that information and consumer support mechanisms have already been put in place.



et has been decreasing, however concerns still remain within the industry as to the impact of the companies

WEATHER

No sign yet of autumn in Portugal

It will still be feeling a lot like summer in Portugal this week with high temperatures in the capital and south while it will remain warm in the north with a chance of rain.

Lisbon: The warm weather continues in Lisbon with temperatures set to rise as the week continues to highs of 28 degrees. Over the weekend there will be intermittent cloud cover and on Tuesday there is a slight chance of rain while the rest of the week will remain dry.

The South: Temperatures are to fall slightly over the weekend in the south to average highs of 27 degrees before rising again for the remainder of the week to highs of 29 degrees. Slight cloud cover is expected on Sunday and Monday with blue skies for the rest of the week.

The North: Cloud cover over the weekend is to increase from Monday when there will also be a chance of rain in the north. Temperatures are to remain steady throughout the week with average highs of 22 degrees and lows of 15.



THE PORTUGAL News

Portugal's **National** Newspaper in English

28 Sep 2019 • Ed. 1545

€1.50 inc IVA

Publisher: Paul Allen Luckman

www.theportugalnews.com

This week 19,222 copies

Facebook: 62,532 followers

Web: 110,595 page views last week

Thomas Cook closure worries Algarve hotels



Algarve Tourism is closely monitoring the situation regarding the closure of Thomas Cook, together with Faro Airport and associations representing the sector, to find solutions to minimise the impact of the operator's bankruptcy on Algarve tourism. (Photo: EPA/Vickie Flowers) Full story, see page 2.



Britons in Portugal the "lucky" ones. P4



President "is not a criminal". P6



Higher price, better quality wine? P8



The battle against Asian hornets. P12

Life isn't about finding yourself.
Life is about creating yourself.

PORTUGAL
PROPERTY.COM

4.ª edição do 365 Algarve arranca logo com duas estreias na programação

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	04/10/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=ba0b7104>

O arranque oficial da edição 2019-2020 do 365 Algarve acontece, a 5 de outubro, com o regresso do Jazz nas Adegas a apresentar a Feel Good Band, em Silves. No sábado seguinte, a 12 de outubro, estreiam-se duas novas propostas, que unem um ritmo de lento de descoberta do território à exploração do seu potencial artístico.

Às 14h30, nas ruínas megalíticas de Alcalar, em Portimão, a programação (A) Prender-me no Algarve propõe uma viagem pelo património, costumes e musicalidades a bordo de uma carrinha pão de forma. O espetáculo inicia-se com uma visita encenada e, a partir dali, decorre a viagem no tempo, que é intervalada com canções dos velhos tempos e uma oficina de artesanato.

Meia hora mais tarde, às 15h, em Marmeleite, Monchique, começa o primeiro percurso pedestre da programação Em Canto pela Algarviana , que se estreia nesta edição do 365 Algarve para dar também a conhecer o potencial da região enquanto destino de turismo da natureza. Com ponto de encontro na Igreja Matriz de Marmeleite, esta proposta é promovida pelo Grupo Coral Ossónoba e alia música coral de diversas origens, com passeios em troços específicos da Via Algarviana, por diferentes municípios algarvios. Após este percurso, às 18h, é tempo de assistir ao concerto, na Junta de Freguesia de Marmeleite.

A 4.ª edição do 365 Algarve decorre de outubro de 2019 a maio de 2020 e o ciclo de programação parte de uma ideia de território enquanto paisagem à escala humana, que se pode percorrer a pé. São mais de 400 iniciativas culturais por toda a região e que incluem mais de uma centena de concertos, cerca de 50 espetáculos de teatro e cerca de cem ações relacionadas com o património da região, entre outros eventos.

Daniel Pina

Bilhetes para a segunda sessão do Jazz nas Adegas estão à venda

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	04/10/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=72984412>

O Jazz nas Adegas terá a sua segunda sessão nos dias 18 de outubro (às 21h) e 19 de outubro (às 17h), sendo destaque no que aos vinhos diz respeito a Quinta João Clara (Alcantarilha). Nesta sessão, que decorrerá na Casa do Povo de Alcantarilha, a convidada musical será Beatrice e os bilhetes já estão à venda.

A cantora, cujo nome é Beatriz Cruz, formada musicalmente em jazz, iniciou a sua carreira em Londres, onde tocou em bares e hotéis. A sua banda é formada por Tiago de Lemos (Guitarra), Zé Maria da Silva (Bateria), Adriano St. Aubyn (Piano) e João Ruano (Baixo), músicos com uma vasta experiência de estúdio e estrada. Interpretam vários temas icónicos e recriam um ambiente descontraído e refinado com uma sonoridade soul, smooth jazz, ou um ambiente mais festivo com repertório de disco, R&B, funk e blues.

Para esta ação, que decorre de outubro de 2019 a maio de 2020, estão ainda previstas as seguintes sessões:

9 de novembro de 2019 | 21h | Convento do Paraíso, Silves | Low Tech Groove

10 de novembro de 2019 | 17h | Convento do Paraíso, Silves | Low Tech Groove

17 de janeiro de 2020 | 21h | Barradas, Silves | Trio Rui Caetano

18 de janeiro de 2020 | 17h | Barradas, Silves | Trio Rui Caetano

24 de janeiro de 2020 | 21h | Quinta do Francês, Silves | The Dixie Lab

25 de janeiro de 2020 | 17h | Quinta do Francês, Silves | The Dixie Lab

31 de janeiro de 2020 | 21h | Quinta da Malaca, Alcantarilha | Jazz UALG

1 de fevereiro de 2020 | 17h | Quinta da Malaca, Alcantarilha | Jazz UALG

28 de fevereiro de 2020 | 21h | Cabrita Wines, Silves | BWN

29 de fevereiro de 2020 | 17h | Cabrita Wines, Silves | BWN

6 de março de 2020 | 21h | Herdade Barranco do Vale, São Bartolomeu de Messines | Cool Manouche

7 de março de 2020 | 17h | Herdade Barranco do Vale, São Bartolomeu de Messines | Cool Manouche

20 de março de 2020 | 21h | Paxá Wines, Silves | Chibanga Groove

21 de março de 2020 | 17h | Paxá Wines, Silves | Chibanga Groove

3 de abril de 2020 | 21h | JAAP, Silves | Edgar Caramelo Quarteto

4 de abril de 2020 | 17h | JAAP, Silves | Edgar Caramelo Quarteto

17 de abril de 2020 | 21h | Quinta do Barranco Longo, Algoz | Quarteto Luís Bastos

18 de abril de 2020 | 17h | Quinta do Barranco Longo, Algoz | Quarteto Luís Bastos

8 de maio de 2020 | 21h | Marquês dos Vales, Lagoa | Tamal Hot Band

9 de maio de 2020 | 17h | Marquês dos Vales, Lagoa | Tamal Hot Band

23 de maio de 2020 | 17h | Armação de Pêra | Al-Fanfare

O Jazz nas Adegas é organizado pela Câmara Municipal de Silves e integra, mais uma vez, a programação cultural 365 Algarve, contando com produção artística do Ginásio Clube de Faro. A iniciativa pretende dinamizar culturalmente os locais onde se produzem os Vinhos de Silves, numa simbiose entre o vinho, o seu produtor e a música, proporcionando uma experiência única ao público, em locais pouco usuais para a apresentação de um concerto de Jazz. Procura ainda valorizar todo o património material e imaterial do concelho, dando-o a conhecer através de uma experiência e um contacto diferente com o mesmo.

Daniel Pina

Projeto para a Quinta da Rocha sujeito a nova consulta pública

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	04/10/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=9f208def>

O projeto de empreendimento de Turismo em Espaço Rural (TER) para a Quinta da Rocha, Portimão, com avaliação de impacte ambiental em curso, vai ter uma nova consulta pública na sequência da reformulação a que foi sujeito face à versão inicialmente apresentada. A consulta pública decorre de 4 a 17 de outubro, correspondente a uma duração de 10 dias úteis, podendo a documentação ser consultada no sítio eletrónico da CCDR em www.ccdr-alg.pt e no portal Participa em www.participa.pt.

Recorde-se que, na sequência do parecer da comissão de avaliação do estudo de impacte ambiental, a CCDR Algarve determinou a suspensão do procedimento de AIA para que o promotor pudesse ponderar a introdução de modificações ao mesmo bem como de medidas adicionais de mitigação de impactes. O projeto incide totalmente no SIC Ria de Alvor da Rede Natura 2000 e consiste essencialmente na reconstrução e alteração de um conjunto de edifícios pré-existentes a destinar a TER, prevendo-se a criação de um hotel rural e nove unidades de Casas de Campo, num total de 64 camas.

Daniel Pina

Quarta edição do 365 Algarve está aí com duas estreias

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 04/10/2019

Melo: Algarve Primeiro Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=b3720b85>

Este sábado começa a quarta edição do 365 Algarve, que apresenta na primeira semana duas estreias na programação com as propostas "(A) Prender-me no Algarve" e "Em Canto pela Algarviana".

O arranque oficial da edição 2019-2020 do 365 Algarve acontece amanhã, 5 de outubro, com o regresso da programação Jazz Nas Adegas a apresentar a Feel Good Band, em Silves. No sábado seguinte, a 12 de outubro, estreiam-se duas novas propostas. Às 14h30, nas ruínas megalíticas de Alcalar, em Portimão, a programação "(A) Prender-me no Algarve" propõe uma viagem pelo património, costumes e musicalidades a bordo de uma carrinha pão de forma.

O espetáculo inicia-se com uma visita encenada e, a partir dali, decorre a viagem no tempo, que é intervalada com canções dos velhos tempos e uma oficina de artesanato.

Meia hora mais tarde, às 15h00, em Marmeleite, Monchique, começa o primeiro percurso pedestre da programação "Em Canto pela Algarviana", que se estreia nesta edição do 365 Algarve para dar também a conhecer o potencial da região enquanto destino de turismo da natureza.

Com ponto de encontro na Igreja Matriz de Marmeleite, esta proposta é promovida pelo Grupo Coral Ossónoba. "Em Canto pela Algarviana" alia música coral de diversas origens, com passeios em troços específicos da Via Algarviana, por diferentes municípios algarvios. Após este percurso, às 18h00, é tempo de assistir ao concerto, na Junta de Freguesia de Marmeleite.

Recorde-se que a 4.ª edição do 365 Algarve decorre de outubro de 2019 a maio de 2020. São mais de 400 iniciativas culturais que o programa promove por toda a região e que incluem mais de uma centena de concertos, cerca de 50 espetáculos de teatro e cerca de cem ações relacionadas com o património da região, entre outros eventos.

Associações de turismo do Porto e Norte vão ter o mesmo presidente

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 04/10/2019

Melo: Jornal de Notícias Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=1c988e9d>

Hoje às 13:54FacebookTwitterPartilharComentar

A Turismo do Porto e Norte de Portugal e a Associação de Turismo do Porto e Norte vão ser lideradas por um só presidente até final de 2019.

Em entrevista à agência Lusa no âmbito de um balanço do primeiro ano de mandato à frente da Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Luís Pedro Martins destacou "a articulação" e o "trabalho conjunto" entre ambas as direções nos últimos meses de forma a que o "presidente da TPNP seja também presidente da ATP".

"Fizemos inclusivamente várias reuniões entre as duas direções de forma a que o presidente da TPNP venha a presidir à ATP, a exemplo do que acontece em todo o país", contou Luís Pedro Martins, referindo que essa solução é replicada noutras regiões de turismo do país.

A acumulação do cargo de presidente da TPNP e da ATP, entidades que têm o objetivo de promover o turismo da região Norte interna e externamente, respetivamente, não é novidade. Essa fusão de cargos existe, por exemplo, na Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa, com Vítor Costa, na Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal, com Pedro Machado, ou na Região de Turismo do Algarve, com João Fernandes, recordou Luís Pedro Martins.

"É vontade das duas direções que essa aproximação seja levada mesmo à prática no sentido de não ser só a presidência, mas também poder haver serviços que possam estar partilhados", acrescentou.

O presidente da TPNP estima que a fusão das direções deva acontecer até ao final deste ano, ainda antes do final do seu primeiro ano de mandato da nova direção.

"Nós queríamos fazer isto em tempo recorde e que [o processo] ficasse concluído até ao final do ano (...), antes de concluir o primeiro ano de mandato", assumiu, observando que faz sentido que "a promoção do destino não seja bicéfala".

Conseguimos estar articulados e trabalhar em conjunto

Luís Pedro Martins, ex-diretor executivo da Torre dos Clérigos do Porto, foi eleito presidente da TPNP a 18 de janeiro de 2019 para um mandato de cinco anos, sucedendo a Melchior Moreira, atualmente em prisão preventiva no âmbito da operação Éter.

A futura união das direções da TPNP e ATP vai ser possível pelo esforço do presidente da Câmara Municipal do Porto, Rui Moreira, do presidente da ATP, Ricardo Valente, e de todas as entidades que fazem parte da atual direção da ATP, como a Douro Azul, Câmara Municipal de Braga, Câmara Municipal de Arouca e Associação Comercial do Porto, elencou Luís Pedro Martins.

Segundo Luís Pedro Martins, a TPNP e a ATP "estavam de costas voltadas" no passado, tendo a TPNP, inclusivamente, saído como associada da ATP.

"Neste momento há duas entidades com duas direções diferentes, mas mesmo assim já conseguimos estar articulados e trabalhar em conjunto, e há hoje uma excelente relação entre a direção da TPNP e a direção da ATP. Nós em tão poucos meses revertemos toda esta situação", disse.

Algarve recebe outono com muita música, animação e atividades ao ar livre - Jornal do Algarve

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 04/10/2019

Melo: Jornal do Algarve Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=2ddec96a>

Jornal do Algarve No Algarve desde 1957. Em papel e digital

Em outubro, nem os dias mais frios de outono serão desculpa para ficar em casa. Este mês é marcado com o arranque da quarta edição do 365 Algarve, o programa cultural que tem como objetivo "aquecer" o ambiente da região durante a época baixa do turismo. A acompanhar este programa há muitas outras sugestões de animação, música, festivais, feiras e mercados um pouco por toda a região.

O programa deste mês tem uma panóplia de sugestões, desde um concerto de jazz em adegas em Silves (5 de outubro), a um piquenique de charme, inspirado nos anos 30/40 do século passado inserido num Festival de Comida Esquecida (na Azilheira - São Marcos da Serra, dia 19 de outubro), caminhadas pelo património algarvio e um espetáculo de novo circo, em Aljezur (entre os dias 17 e 20 de outubro). Conta ainda com a nona edição do Festival Verão Azul - entre Lagos, Faro e Loulé - que inclui exposições, concertos, teatro, exibições de dança e de artes visuais (17 de outubro a 2 de novembro), bem como o V Encontro Internacional Poesia a Sul, em Olhão (18 a 27 de outubro).

A par deste programa, o Algarve recebe também muita comédia com a tour de estreia em stand-up comedy da blogger A Pipoca Mais Doce, "Agora Deu-me Para Isto", no dia 4 de outubro, no Teatro das Figuras, em Faro. No dia 16, José Pedro Gomes e Ana Bola estão juntos no espetáculo "Casal da Treta", no Centro Cultural de Lagos.

Durante todo o mês, vão estar ainda disponíveis variadas exposições de pintura, fotografia e até trabalhos de alunos de artes (até dia 28). Aqui destaca-se a exposição "O Outro Algarve", do fotógrafo olhanense Hélio Ramos, na galeria de arte Pintor Samora Barros, em Albufeira.

Já os apreciadores da natureza e de birdwatching têm como sugestão uma ida ao 10º Festival de Observação de Aves e Atividades de Natureza, em Vila do Bispo, de 10 a 13 de outubro.

Música clássica, fado, jazz e música tradicional

Na música, o concerto do reconhecido flautista português Rão Kyao e Convidados, no dia 12 de outubro, no Cineteatro Louletano, marca o programa musical. Contudo, não falta boa música ao longo do mês, desde concertos solidários, música clássica, fado, jazz e música tradicional um pouco por todos os concelhos do Algarve.

Para meados de outubro, a dança sul-americana invade as cidades de Loulé, Lagoa e Lagos, nos dias 13, 18 e 19, com o espetáculo "Sentimientos Argentinos".

Enquanto a dança encanta os palcos algarvios, no final do mês, chega a Vilamoura o Portugal Masters, de 24 a 27 de outubro, torneio que conta com a presença dos melhores golfistas da Europa, no Dom Pedro Victoria Golf Course.

Para quem procura algo mais tranquilo, destaca-se a décima edição da Algarve Spa Week, que convida todos a experienciar os melhores spas do Algarve, de 5 a 13 de outubro.

E porque não é só o verão que vive de feiras, durante todo o mês de outubro multiplicam-se as feiras, os mercados e as feiras de velharias. Desde a BLIP expo 2019 (a 12 e 13, no Portimão Arena) ao VIV'O MERCADO (todas as quartas-feiras do mês do Mercado do Levante, em Lagos), muitas são as feirinhas e mercaditos para os residentes e os que estão de visita.

Share this: [Click to share on Facebook \(Opens in new window\)](#) [Click to share on Twitter \(Opens in new window\)](#) [Click to email this to a friend \(Opens in new window\)](#) [Click to print \(Opens in new window\)](#) [Click to share on WhatsApp \(Opens in new window\)](#) [Click to share on Pinterest \(Opens in new window\)](#) [More](#)

Hotelaria: julho foi mês de sacrificar preços a bem da taxa de ocupação

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	04/10/2019
Melo:	Jornal Económico Online (O)	Autores:	Sónia Bexiga

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=c16fc589>

Em matéria de taxa de ocupação, destaque para o crescimento expressivo neste indicador nos destinos Aveiro (mais 14,9 p.p.), Açores (mais 6,5 p.p.) e Minho (mais 6,2 p.p.).

A hotelaria em Portugal registou, em julho passado, uma taxa de ocupação (TO) que se fixou nos 81%, enquanto o preço médio por quarto ocupado (ARR) decresceu 1%, face ao mesmo mês do ano anterior, segundo os dados do AHP Tourism Monitors, ferramenta exclusiva de recolha de dados da hotelaria nacional trabalhados mensalmente pela AHP - Associação da Hotelaria de Portugal.

Em análise à operação hoteleira, no referido mês, Cristina Siza Vieira, CEO da AHP, afirma que "julho foi um mês um pouco atípico, com alguns destinos a sacrificar os preços para aumentar a taxa de ocupação, como foi o caso de Leiria/Fátima/Templários e Lisboa".

No entanto, em seu entender, deve destacar-se que "destinos como Açores, Grande Porto, Aveiro e Algarve registaram, neste mês, uma ocupação acima dos 80%. Crescendo na taxa de ocupação sem sacrifício do preço".

Ainda em matéria de TO, destaque para o crescimento expressivo neste indicador nos destinos Aveiro (mais 14,9 p.p.), Açores (mais 6,5 p.p.) e Minho (mais 6,2 p.p.). Em sentido contrário, os destinos Alentejo, que caiu 4,3 p.p., acompanhado pela Madeira, menos 4,2 p.p., e Beira Interior & Viseu, menos 3,3 p.p..

Já quanto ao ARR, este decresceu 1%, fixando-se nos 116 euros. Neste indicador, a destacar a quebra dos destinos Beira Interior & Viseu (menos 13%), Leiria/Fátima/Templários (menos 10%) e Lisboa (menos 6%).

O preço médio por quarto disponível (RevPar) fixou-se nos 93 euros, mais 0,1% face ao período homólogo. Os destinos turísticos com o RevPar mais elevado foram Algarve (136 euros), Estoril/Sintra (107 euros) e Lisboa (106 euros).

"Tanto no ARR, como no RevPar, há a salientar o crescimento de 9% e 6%, respetivamente, nas duas estrelas, e a quebra de 5% e 4%, respetivamente, nas cinco estrelas", reforça a AHP, em comunicado.

Ler mais

Sónia Bexiga

Algarve welcomes autumn with music, entertainment and activities

Tipo Melo: Internet

Data Publicação: 04/10/2019

Melo: Portugal News Online (The)

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=5a7f04ba>

Algarve welcomes autumn with music, entertainment and activities

By Kim Schiffmann,

in Algarve ·

04-10-2019 01:00:00 · 0 Comments

October is marked by the start of the 4th edition of 365 Algarve, the cultural programme that offers a wide variety of entertainment choices in the region.

Every day counts in the Algarve and, as such, the 365 Algarve programme includes music, cinema, theatre and dance, gastronomy, literature and heritage, to showcase all that the region has to offer out of the main peak tourist season.

This month's 365 Algarve programme has a very different array of suggestions, from a jazz concert in Wineries, walks through the Algarve heritage and a show by Novo Circus, in Aljezur. It also has the ninth edition of the Summer Blue Festival which includes exhibitions, concerts, theatre, dance and visual arts exhibitions, as well as the V International Poetry Meeting Poetry of the South.

Alongside this wide programme, the Algarve will also be welcoming comedy performances with the debut stand-up comedy tour of blogger "A Pipoca Mais Doce, Agora Deu-me Para Isto", on 4 October at Teatro das Figuras. On the 16 October, José Pedro Gomes and Ana Bola are together in the show Casal da Treta, for a night at the Duval Pestana Auditorium Cultural Centre.

Throughout the month, various exhibitions of painting, photography and even works by art students will be available (until the 28). One of the highlighted exhibitions is The Other Algarve by Olhanense photographer, Hélio Ramos, at the Pintor Samora Barros Art Gallery in Albufeira.

Nature and bird watching enthusiasts are suggested to go to the 10th Bird watching & Nature Activities Festival, in Vila do Bispo, from 10 to 13 October .

When it comes to music, the concert of renowned Portuguese flutist Rão Kyao and Guests, on 12 October, at the Cineteatro Louletano, marks the musical programme. However, there is no shortage of good music throughout the month, from solo concerts, classical music, Fado, jazz and traditional music all over the Algarve.

For mid-October, South American dance invades the cities of Loulé, Lagoa and Lagos on 13, 18 and 19 with the show Sentimientos Argentinos. While dance enchants the Algarvian stages, at the end of the month, the Portugal Masters arrives in Vilamoura from 24 to 27 October, a tournament featuring the best golfers in Europe, at the Dom Pedro Victoria Golf Course.

For those looking for something more tranquil, the 10th edition of Algarve Spa Week, with the theme

"Be Active & Be Well", invites everyone to experience the best spas in the Algarve, from 5 to 13 October.

O Algarve vive do turismo, mas não vive para o turismo

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	04/10/2019
Melo:	Sul Informação Online	Autores:	Nuno Costa

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=ea1b9fe2>

Dois olhares distintos, mas com muitos pontos em comum sobre a atual - e futura - situação do turismo no Algarve

Os últimos anos do turismo foram fabulosos , mas já se nota um abrandamento nos números e os próximos tempos requerem atenção , seja pelos fatores externos que influenciam a procura, seja por aquilo que a região precisa de fazer para se tornar mais resiliente a esses mesmos fatores externos.

Em conversa com o Sul Informação, João Soares, delegado no Algarve da Associação da Hotelaria de Portugal, e Vítor Neto, presidente do NERA - Associação Empresarial do Algarve e antigo secretário de Estado do Turismo, olham com satisfação para os últimos anos e com preocupação para o que aí vem.

Este é mais um artigo da série que o nosso jornal está a publicar antes das eleições e em que falou com especialistas de diferentes áreas para fazer um diagnóstico ao Algarve. O primeiro trabalho publicado foi sobre o ambiente e o segundo sobre os transportes, um temática que, aliás, é tida como essencial também no setor do turismo.

Às visões dos entrevistados junta-se uma infografia com dados da Pordata (ver abaixo) que comprovam os bons resultados dos últimos anos e o abrandamento atual.

Para João Soares, os últimos anos do turismo foram fabulosos, sobre todos os pontos de vista. O nosso país teve um impacto mediático muito grande e começámos a ser descobertos por mercados que não eram os nossos. O Algarve manteve os mercados tradicionais, mas cresceu nalguns mercados que não eram, de todo, o cliente habitual. O melhor exemplo disso é o mercado francês .

João Soares

Nesses anos, entre 2015 e 2018, houve muitas notas de imprensa, muitas notícias acerca do país, muitas notícias nos Estados Unidos e no Brasil e até as ligações aéreas mudaram substancialmente. Hoje temos ligações, a nível nacional, para Israel, para a China, para o Norte dos Estados Unidos. Enfim, o país tornou-se um destino. Antes, Portugal tinha dois ou três sítios que eram destinos turísticos: Lisboa, Porto e Algarve. Depois, havia um local ou outro como Évora, Óbidos ou Fátima. Mas hoje todo o país é um destino turístico , acrescenta o responsável da AHP.

Vítor Neto concorda com esta visão, mas houve algo que não se alterou assim tanto: a importância do Algarve no setor turístico.

Nesse período, o turismo transformou-se muito e alargou-se a outras regiões, o que é muito positivo. O turismo interliga-se, interconecta-se e ganha força com a força das outras regiões. No caso do Algarve, em 2002, tínhamos 11,5 milhões de dormidas de estrangeiros mas, em 2010, passou para 9,5 milhões dormidas .

Já em 2013, tivemos 11,5 milhões e, em 2018, foram 14,5 milhões de dormidas de estrangeiros no

alojamento classificado. Este é um dado relevante porque são mais três milhões em cima de 11 milhões. Se é verdade que o Algarve já representou 50% das dormidas de estrangeiros e hoje representa 35% a 40%, também é verdade que o Algarve teve mais três milhões de dormidas do que Lisboa, mais nove milhões do que a Madeira e o triplo das dormidas de estrangeiros do Porto e do Norte. Esta é uma realidade que não pode ser escamoteada , considera o ex-governante.

Com a concorrência "saudável" que é feita pelas outras regiões, João Soares diz que foi criado um novo desafio para a região. O Algarve, há dez anos, era o destino turístico de eleição do país, assente numa política de que o melhor que temos para oferecer é o sol e a praia. No entanto, há sete ou oito anos, alterámos essa forma de comunicar, apostando mais no turismo de natureza, no turismo ativo. Tentámos, de alguma forma, acompanhar as novas tendências, o que me parece bem .

No entanto, não foi essa a principal razão para o boom turístico dos últimos anos. A crise do Médio Oriente fez com que Portugal e Espanha tivessem crescimentos enormes. A Turquia está entre os maiores destinos turísticos do mundo e, havendo uma crise na Turquia, estes países beneficiaram muito , explica o delegado da AHP.

O Algarve beneficiou, mas aproveitou a oportunidade? João Soares acha que... mais ou menos.

A região não aproveitou totalmente os bons anos para se preparar para o futuro. Não foi uma oportunidade usada em pleno, apenas uma parte, porque o Algarve teve uma grande notoriedade, ficou mais conhecido, mas continua a ter problemas a nível de produto e de infraestruturas públicas e privadas .

Entre esses problemas apontados por João Soares, Vítor Neto especifica alguns, nomeadamente na mobilidade, que é um problema estratégico .

O Algarve recebe milhões de turistas, gera milhões de receitas, mas as pessoas perdem horas entre o hotel e o aeroporto. Fazer uma distância de 30 quilómetros pode demorar muito tempo. O problema não é só dos turistas: é dos residentes do Algarve, dos jovens, dos trabalhadores que têm de ir de carro para o trabalho, dos estudantes que precisam de ir para a Universidade e que têm de alugar um quarto porque fazer todos os dias o percurso em Faro e Portimão, por exemplo, torna-se uma tarefa difícil , considera.

Vítor Neto

Vítor Neto aponta os dramas da EN125 e da Via do Infante. Temos a eletrificação da ferrovia anunciada dezenas de vezes para a semana, por vários ministros, e é fundamental a ligação ferroviária ao Aeroporto. Se "despejássemos", por ferrovia, os milhares que chegam ao aeroporto, aliviávamos a A22 e a EN125 de forma brutal .

Por outro lado, as portagens são uma barreira aos espanhóis , acrescenta.

Para o presidente do NERA, estas são questões que não estão resolvidas por falta de poder político da região. A responsabilidade é do Algarve. Se os cidadãos, os empresários e as autarquias se unissem, já tinha sido resolvida a situação e os ministros não vinham outra vez prometer o que não cumprem .

Para resolver de vez o problema, Vítor Neto diz que o Algarve tem que afirmar o seu peso político no setor do turismo a nível nacional .

É inadmissível que seja subestimado, como se o turismo fosse uma coisa que "vai por si". O Algarve tem responsabilidades que exigem decisões, instrumentos e meios que não podem ser adiados. O Turismo do Algarve tem que ser valorizado a nível nacional e por vezes não é. Somos a região mais importante do país e, para seguir em frente, temos de ter apoio político , atira, sem rodeios.

Por seu lado, João Soares aponta a questão da articulação como prioridade para desenvolver a região em termos turísticos.

A Região de Turismo do Algarve congrega todos os órgãos e todas as entidades, mas depois falha numa questão que não é compreensível por quem nos visita. Quem gere a EN125 é a Infraestruturas de Portugal, quem gere as praias é a Agência Portuguesa do Ambiente, quem gere os transportes terrestres são os privados, quem gere a ferrovia é a CP, o Aeroporto é a ANA... Falta algo que já foi referido por vários hoteleiros que é um "Destination Manager", um gestor do destino, para que seja tudo articulado e para que se fale a uma só voz, defende.

O hoteleiro acredita que, quem nos visita, não compreende porque é que num município o arranjo paisagístico é ótimo e no outro é mau, porque é que num município a sinalética é ótima e noutro é má, ou porque é que num município há atividades permitidas e noutro município já não.

Para João Soares, cria-se concorrência em diferentes áreas do Algarve. Devo dizer que, sendo membro do conselho geral da Associação de Hotelaria de Portugal, tentámos fazer vários contactos com a AMAL (Comunidade Intermunicipal do Algarve) e nem sequer obtivemos resposta aquando da discussão sobre as taxas turísticas, exemplifica.

No caso específico da AHP, sabemos que todos esses organismos se reúnem na Região de Turismo, mas não nos chega a nós, hoteleiros, qualquer informação sobre os motivos da reunião, do que é que trataram e como é que trataram.

Além disso, prossegue João Soares, o tempo que se demora hoje para resolver algumas situações que são apontadas como graves para o Algarve não pode continuar. Por exemplo, nos transportes terrestres. Hoje, quem sai de Portimão, para chegar a Quarteira, tem de fazer o transbordo em Albufeira, em Vale de Paraíso. À noite, não há transportes públicos...

João Soares diz que as automotoras da Linha do Algarve estão podres

Depois, a tão falada ferrovia podia ser um produto e um bom meio de visita do Algarve, uma vez que uma boa parte é na frente marítima. No entanto, o que há são automotoras com três carruagens, todas grafitadas e podres. Há todas estas questões e a estratégia feita tem de ser acompanhada pelas entidades.

João Soares diz que tudo se resume à articulação.

Devemos conversar todos uns com os outros, estarmos mais em sintonia. Um bom exemplo disso é a sobreposição a nível regional de eventos. Temos bons eventos a acontecer ao mesmo tempo em concelhos diferentes. Parece que há uma competição entre municípios, para ver quem tem o melhor evento. É por isso que faz falta um Destination Manager para o Algarve, defende.

Para João Soares, há a ideia de que o turismo são só as companhias aéreas, os hotéis, as praias e as atividades que acontecem no Algarve. Mas não é assim.

O turismo é um conjunto de coisas: cuidar das estradas é turismo, a apresentação dos transportes onde as pessoas se deslocam é turismo, a qualidade das atividades é turismo, a informação no aeroporto é turismo. Tudo faz parte do turismo, considera.

Vítor Neto tem uma visão semelhante, uma vez que considera que o Algarve precisa de uma estratégia, instrumentos políticos, empresários a trabalhar uns com outros e que os diversos setores se sintam complementares.

Não podemos ter um hotel bom, com um deserto à volta, exemplifica.

O presidente do NERA refere que cada um dos municípios trabalha de forma fechada, tendo em conta objetivos políticos que garantam o sucesso do seu município. As autarquias não olham com atenção suficiente para o que está ao lado, para aquilo que falta e, no Algarve, faltam muitas coisas .

A importância do turismo para a região é destacada tanto por Vítor Neto, como por João Soares.

O ex-secretário de Estado argumenta que a valorização da importância do turismo na economia é fundamental . Mas o Algarve só deve ter turismo?

Não. O problema não é haver turismo a mais, é ter os outros setores a menos. O facto de a agricultura, a indústria, o mar, a agroindústria e outros serviços não estarem suficientemente desenvolvidos enfraquece o turismo. Se os estrangeiros vêm consumir aquilo que importamos, é uma desvantagem , defende Vítor Neto.

João Soares, por seu lado, considera que temos uma região que vive do turismo e, muitas vezes, não vive para o turismo .

E exemplifica: é inaceitável que um cliente chegue a um restaurante às 22h00 e lhe digam que a cozinha está fechada, ou às 15h00 e lhe digam que só abrem aos jantares. Se, realmente, queremos ser proativos, temos de cuidar do turista .

Essa proatividade é particularmente necessária no contexto do Brexit, tendo em conta que o Reino Unido é o nosso principal mercado emissor, principalmente na chamada época baixa .

Também Vítor Neto teme os efeitos da saída do Reino Unido da União Europeia, tendo em conta a atual conjuntura que até é de crescimento deste mercado. Este ano, estamos a perder alemães, holandeses e franceses, mas os ingleses ainda estão a manter a posição e até a reforçar. Daí a surpresa que pode trazer o Brexit, que pode ser dramática .

Além disso, estamos a assistir a uma mudança de ciclo no turismo mundial. Há alteração de comportamentos dos clientes, atitudes e há novos mecanismos para a decisão da viagem para contratação, através das tecnologias online .

Atualmente, o cliente compara preços, ouve opiniões e decide. Nós ficamos entusiasmados com prémios que ganhamos, mas isso não chega. O grande operador que é a Internet condiciona as opiniões e valoriza aquilo que lhe interessa vender .

Outra mudança está a acontecer no mercado do tráfego aéreo.

Sinais de cansaço da Ryanair são preocupantes

A Ryanair, por exemplo, está a dar sinais de cansaço, recuo, a eliminar bases e isso deve preocupar-nos. As revoluções provocam transformações, mas essas têm uma dinâmica e limites e é preciso que nós, como construtores da oferta, tenhamos isso em conta. Não podemos embarcar em fantasias e ilusões e deixarmos de caminhar com os pés na terra , diz Vítor Neto.

A definição de uma estratégia correta é essencial para o antigo governante que lembra que, entre 2002 e 2010, houve um desvio estratégico no Algarve. Apostou-se num turismo muito direcionado para a imobiliária e para a captação de compradores de habitação .

Vítor Neto fala daquilo que considera ter sido uma experiência anedótica : o Allgarve, os PINs (Projetos de Interesse Nacional)... Não houve uma atividade de promoção para consolidar os mercados que tínhamos conquistado no período da Expo 98. Houve esquecimento e uma aposta em objetivos que não foram consistentes. É evidente que a imobiliária é imprescindível no turismo mas, às vezes, tem uma dinâmica própria e pode ter consequências. A banca ficou proprietária dos

investimentos e houve dificuldades nas empresas do setor. Neste momento, a situação está ultrapassada e até se fala de falta de oferta na imobiliária. Mas nesse período não crescemos, porque houve um enfoque errado , acusa.

Nos últimos anos, nasceu o 365Algarve, um programa cultural que quer ajudar a combater um dos problemas do turismo algarvio: a sazonalidade.

365 Algarve foi bem pensado, mas mal executado , considera João Soares

No entanto, segundo João Soares, do ponto de vista dos hoteleiros, este foi um produto bem pensado, mas mal executado .

O programa foi desenhado para atrair as pessoas na época baixa, mas o produto, numa fase inicial, não teve articulação com a hotelaria. Acabaram por ser criados eventos de animação sem se ter pensado como se levaria os clientes aos espetáculos. Por exemplo, um cliente alojado em Vilamoura, como chega a um evento na serra algarvia, por exemplo, à noite? , questiona.

Apesar de nos últimos anos ter havido uma tentativa de melhorar o programa, não me parece que tenha sido uma mais-valia. Achamos que seria mais importante usar as verbas em três ou quatro eventos âncora, que dessem um bom posicionamento ao Algarve, do que fazer coisas com pouco impacto, para 30 ou 40 pessoas , acrescenta.

Questionado sobre os problemas do turismo da região que precisam de ser resolvidos com urgência, João Soares destaca o caravanismo selvagem.

É uma situação péssima que dá uma sensação de anarquia da região. Nós já fizemos propostas concretas e objetivas. O que defendemos é o encaminhamento de tudo o que é caravanismo para parques licenciados e criar regras com sinalética. É também necessário fazer publicações no site do Turismo do Algarve a destacar que é completamente proibido e que as multas custam entre X e X. O caravanismo traz uma série de problemas quando não é praticado no seu devido espaço .

Já em termos de desafios, o responsável da AHP destaca o o paisagismo, os transportes terrestres e os recursos humanos .

Neste último ponto, que tem sido muito debatido nos últimos anos, o hoteleiro diz que esse é o grande desafio: a retenção de bons recursos humanos. Acreditamos que as empresas hoje já têm boas políticas de retenção de recursos humanos. Para isso é preciso remunerar bem as pessoas boas, mas não apenas em termos de capital, também do ponto de vista social .

Perspetivar o futuro é sempre difícil e o Algarve é tão diferente e tem zonas tão distintas... Mas temos de comunicar com um público melhor, mais evoluído. E, a nível cultural, o Algarve ainda tem trabalho a fazer. Quando eu digo cultural, falo de lugares para visitar. É um bocado apostar no regresso às origens, não é fazer eventos, nem teatros. É contar-lhes a nossa história, falar das nossas igrejas, dos nossos castelos. O que é que as pessoas procuram nos destinos? Cultura, gastronomia, atividades, clima e segurança. E nós temos tudo , conclui João Soares.

Este conteúdo integra o projeto "Eleições em Rede 2019", do qual o Sul Informação faz parte.

Nuno Costa

Taxa de ocupação na hotelaria cresceu na exata medida da descida do preço

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 04/10/2019

Melo: TecnoHotel Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=1cf4651f>

De acordo com o AHP Tourism Monitors, ferramenta exclusiva de recolha de dados da Hotelaria nacional trabalhados mensalmente pela AHP - Associação da Hotelaria de Portugal, em julho de 2019 a Taxa de Ocupação (TO) nacional fixou-se nos 81%, ... Ler mais

De acordo com o AHP Tourism Monitors, ferramenta exclusiva de recolha de dados da Hotelaria nacional trabalhados mensalmente pela AHP - Associação da Hotelaria de Portugal, em julho de 2019 a Taxa de Ocupação (TO) nacional fixou-se nos 81%, enquanto o ARR decresceu 1%, face ao mesmo mês do ano anterior.

OPERAÇÃO HOTELEIRA | JULHO 2019

EVOLUÇÃO DOS INDICADORES EM COMPARAÇÃO COM O PERÍODO HOMÓLOGO

Fonte: Associação da Hotelaria de Portugal - AHP Tourism Monitors - julho de 2019

Em julho de 2019, a TO em Portugal subiu 0,8 p.p., atingindo os 81%. Destaque para o crescimento expressivo neste indicador nos destinos Aveiro (mais 14,9 p.p.), Açores (mais 6,5 p.p.) e Minho (mais 6,2 p.p.). Em sentido contrário, os destinos Alentejo, que caiu 4,3 p.p., acompanhado pela Madeira, menos 4,2 p.p., e Beira Interior & Viseu, menos 3,3 p.p..

Já quanto ao ARR, este decresceu 1%, fixando-se nos 116 euros. Neste indicador, a destacar a quebra dos destinos Beira Interior & Viseu (menos 13%), Leiria/Fátima/Templários (menos 10%) e Lisboa (menos 6%).

O RevPar fixou-se nos 93 euros, mais 0,1% face ao período homólogo. Os destinos turísticos com o RevPar mais elevado foram Algarve (136 euros), Estoril/Sintra (107 euros) e Lisboa (106 euros).

Tanto no ARR, como no RevPar, há a salientar o crescimento de 9% e 6%, respetivamente, nas duas estrelas, e a quebra de 5% e 4%, respetivamente, nas cinco estrelas.

Cristina Siza Vieira, CEO da AHP, declara "julho foi um mês um pouco atípico, com alguns destinos a sacrificar os preços para aumentar a taxa de ocupação, como foi o caso de Leiria/Fátima/Templários e Lisboa. No entanto, deve destacar-se que destinos como Açores, Grande Porto, Aveiro e Algarve registaram, neste mês, uma ocupação acima dos 80%. Crescendo na TO sem sacrifício do preço."

DESTINOS TURÍSTICOS

MINHO

Em julho de 2019, a TO foi de 71%, revelando uma subida de 6,2 p.p., face ao período homólogo. O ARR foi de 77 euros e o RevPar cresceu 24%.

GRANDE PORTO

Durante o mês de julho de 2019, os indicadores no destino Grande Porto demonstraram, face ao período homólogo, um crescimento de 10% no RevPar, enquanto o ARR se fixou nos 98 euros. A TO foi de 84%, mais 2,6 p.p. do que em julho de 2018.

AVEIRO (região de)

Durante o mês de julho de 2019, o destino turístico Aveiro apresentou uma variação positiva de 18% no ARR e o RevPar fixou-se nos 72 euros. A TO foi de 84%, mais 14,9 p.p. do que em junho de 2018.

COIMBRA (região de)

As unidades hoteleiras da região de Coimbra apresentaram, em julho de 2019, uma TO de 72%, o que representa uma quebra 3 p.p. face ao período homólogo. Destaque ainda para o ARR de 74 euros, enquanto o RevPar evidenciou um crescimento de 6%.

BEIRA INTERIOR & VISEU

Em julho de 2019 a TO foi de 47%, revelando uma quebra de 3,3 p.p., face a junho de 2018. Da análise ao ARR salienta-se a quebra de 13%, face ao período homólogo, enquanto o RevPar foi de 27 euros.

OESTE

Não há, neste mês, amostra neste destino turístico.

LEIRIA/FÁTIMA/TEMPLÁRIOS

No mês de julho de 2019 destaque, neste destino, para o aumento da TO em 2,4 p.p., face ao período homólogo, atingindo os 55%. O ARR foi de 58 euros e o RevPar decresceu 6% relativamente a julho de 2018.

ESTORIL/SINTRA

Durante o mês de julho de 2019, a hotelaria do destino Estoril/Sintra apresenta uma variação positiva de 4% no RevPar, enquanto o ARR se fixou nos 139 euros.

A TO foi de 77%, menos 1,2 p.p. do que em julho de 2018.

LISBOA

No mês de julho de 2019, o destino turístico Lisboa registou uma TO de 89%, revelando um aumento de 2,3 p.p. face a julho de 2018.

Em termos de RevPar, o valor de julho de 2019 cifrou-se em 106 euros. Verificou-se ainda um decréscimo de 6% no ARR.

COSTA AZUL

As unidades hoteleiras deste destino apresentaram, no mês de julho, um ARR de 96 euros. A TO foi de 85%, mais 3,5 p.p. e o RevPar subiu 4%.

ALENTEJO

Os hotéis deste destino apresentaram no mês de julho uma TO de 71%, menos 4,3 p.p. face a julho

de 2018.

O ARR foi, neste mês, de 90 euros e o RevPar evidenciou uma quebra de 8% face ao mesmo mês do ano anterior.

ALGARVE

Em julho de 2019, a TO no Algarve foi de 83%, mais 0,5 p.p. face ao mês homólogo de 2018.

A TO, quando comparada por zonas, foi superior no Algarve Centro (86%), face ao Algarve Barlavento (81%) e ao Algarve Sotavento (75%).

O ARR foi em julho de 2019 de 164 euros e o RevPar aumentou 3%.

MADEIRA

Em julho de 2019, a hotelaria da Madeira apresentou uma TO de 77%, menos 4,2 p.p. face a julho de 2018. O ARR evidenciou uma subida de 6% e o RevPar fixou-se nos 67 euros.

AÇORES

A hotelaria dos Açores, em julho de 2019, apresentou uma TO de 91%, mais 6,5 p.p. do que no período homólogo anterior. O ARR foi de 105 euros e o RevPar cresceu 15%.

Nota metodológica: Alteração estatística relevante

A AHP reestruturou a configuração dos destinos turísticos da Área Promocional Centro com vista a um melhor equilíbrio entre as várias regiões e conferir aos destinos que a integram uma maior equidade e rigor que permitirá melhorar a análise de performance.

Esta Área promocional passa a ter uma nova composição: Destino turístico Aveiro, Destino turístico Coimbra, Destino turístico Beira Interior & Viseu, Destino turístico Oeste e Destino turístico Leiria/Fátima/Templários.

Glossário

ARR: Preço médio por quarto ocupado

RevPAR: Preço médio por quarto disponível

TO: Taxa de Ocupação

Sobre os AHP Tourism Monitors

Os Tourism Monitors, desenvolvidos pela AHP desde 2004, consistem numa ferramenta que permite recolher os dados relativos à operação hoteleira, tratando-os em termos de destinos turísticos e categorias, e concretizando-os em informações estatísticas e económicas. Constituem uma importante ferramenta de apoio à gestão hoteleira, fornecendo em simultâneo uma informação rigorosa sobre a performance e a evolução da indústria hoteleira em Portugal.

O Hotel Monitor, um dos vários monitores que integram os Tourism Monitors da AHP, recolhe a informação referente apenas aos hotéis (que representam 61% do total dos empreendimentos turísticos em Portugal e 67% dos quartos), enquanto os dados fornecidos pelo INE e pelo Turismo de Portugal se referem à totalidade da oferta de alojamento turístico.

Sobre a AHP

A AHP - Associação da Hotelaria de Portugal é a maior associação patronal da indústria hoteleira, cujos associados representam cerca de 65% do número de quartos da hotelaria nacional. A AHP é uma

instituição centenária que promove um conjunto de serviços indispensáveis às pequenas e médias empresas, centrando a sua ação no negócio e futuro dos seus associados e tornando-a, assim, de maior relevância no espaço associativo. Foi reconhecida como associação de utilidade pública em outubro de 2013.

AHP - Associação da Hotelaria de Portugal

Gabinete de Comunicação

Ana Rita Bentes

Tel: 213 512 360 | Tlm: 937 432 128

Email: ana.bentes@hoteis-portugal.pt

Castro Marim defende suspensão das portagens na Via do Infante enquanto decorrerem as obras da Ponte Internacional do Guadiana

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 04/10/2019

Melo: Voz do Algarve Online (A)

URL: <http://www.avozdoalgarve.pt/detalhe.php?id=39623>

Desde junho de 2017 que a Ponte Internacional do Guadiana sofre obras de reabilitação. O seu término, que estava previsto para novembro de 2018, já foi largamente ultrapassado e foi agora, inclusive, iniciada uma nova fase que se prevê que dure mais de um ano.

Mediante esta nova fase da obra, as Infraestruturas de Portugal remeteram à Câmara Municipal de Castro Marim, para conhecimento, os novos condicionalismos de trânsito, que resultam na circulação automóvel numa única faixa em cada sentido.

Esta é uma situação que nos deixa largamente preocupados, porque resulta efetivamente num novo estrangulamento a acrescentar àquele que já era provocado pelo pagamento de portagens na Via do Infante. É um contexto que trará consequências gravosas ao turismo, à atividade económica e à mobilidade neste espaço intercidades, mas também à região algarvia, por ser esta uma das principais portas de entrada do setor turístico.

Por estas razões, o Município de Castro Marim apela ao Governo a suspensão das portagens da Via do Infante enquanto durarem as obras de requalificação da Ponte Internacional do Guadiana, como uma medida de elementar justiça para Castro Marim e para o Algarve em geral.

Lembre-mos, que depois das delongas na passagem do tabuleiro, ainda estará quem entra no país obrigado a um desvio forçado para pagamento das portagens.

Neste contexto, a Câmara Municipal de Castro Marim envia esta missiva à AMAL, RTA e CCDR, para que tomem posição em conformidade.

Por: CM Castro Marim

Bilhetes para 2ª Sessão do "Jazz nas Adegas" estão à Venda

Tipo Meio: Internet Data Publicação: 03/10/2019

Melo: + Algarve Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=360f2c91>

O Jazz nas Adegas terá a sua segunda sessão nos dias 18 de outubro (às 21h00) e 19 de outubro (às 17h00), sendo destaque no que aos vinhos diz respeito a quinta João Clara (Alcantarilha). Nesta sessão, que decorrerá na Casa do Povo de Alcantarilha, a convidada musical será Beatrice. Os bilhetes já estão à venda.

A cantora, cujo nome é Beatriz Cruz, formada musicalmente em jazz, iniciou a sua carreira iniciou-se em Londres, onde tocou em bares e hotéis. A sua banda é formada por Tiago de Lemos (Guitarra), Zé Maria da Silva (Bateria), Adriano St. Aubyn (Piano) e João Ruano (Baixo), músicos com uma vasta experiência de estúdio e estrada. Interpretam vários temas icónicos e recriam um ambiente descontraído e refinado com uma sonoridade soul, smooth jazz, ou um ambiente mais festivo com repertório de disco, R&B, funk e blues.

Para esta ação, que decorre de outubro de 2019 a maio de 2020, estão previstas as seguintes sessões, para além desta segunda sessão:

09/nov/19 | 21h00 | Convento do Paraíso, Silves | Low Tech Groove

10/nov/19 | 17h00 | Convento do Paraíso, Silves | Low Tech Groove

17/jan/19 | 21h00 | Barradas, Silves | Trio Rui Caetano

18/jan/19 | 17h00 | Barradas, Silves | Trio Rui Caetano

24/jan/20 | 21h00 | Quinta do Francês, Silves | The Dixie Lab

25/jan/20 | 17h00 | Quinta do Francês, Silves | The Dixie Lab

31/jan/20 | 21h00 | Quinta da Malaca, Alcantarilha | Jazz UALG

01/fev/20 | 17h00 | Quinta da Malaca, Alcantarilha | Jazz UALG

28/fev/20 | 21h00 | Cabrita Wines, Silves | BWN

29/fev/20 | 17h00 | Cabrita Wines, Silves | BWN

06/mar/20 | 21h00 | Herdade Barranco do Vale, São Bartolomeu de Messines | Cool Manouche

07/mar/20 | 17h00 | Herdade Barranco do Vale, São Bartolomeu de Messines | Cool Manouche

20/mar/20 | 21h00 | Paxá Wines, Silves | Chibanga Groove

21/mar/20 | 17h00 | Paxá Wines, Silves | Chibanga Groove

03/abr/20 | 21h00 | JAAP, Silves | Edgar Caramelo Quarteto

04/abr/20 | 17h00 | JAAP, Silves | Edgar Caramelo Quarteto

17/abr/20 | 21h00 | Quinta do Barranco Longo, Algoz | Quarteto Luis Bastos

18/abr/20 | 17h00 | Quinta do Barranco Longo, Algoz | Quarteto Luis Bastos

08/mai/20 | 21h00 | Marquês dos Vales, Lagoa | Tamal Hot Band

09/mai/20 | 17h00 | Marquês dos Vales, Lagoa | Tamal Hot Band

23/mai/20 | 17h00 | Armação de Pêra | Al-Fanfare

O Jazz nas Adegas é organizado pela Câmara Municipal de Silves e integra, mais uma vez, a programação cultural 365 Algarve, contando com produção artística do Ginásio Clube de Faro. Trata-se de uma iniciativa que pretende dinamizar culturalmente os locais onde se produzem os VINHOS DE SILVES, numa simbiose entre o vinho, o seu produtor e a música, proporcionando uma experiência única ao público, em locais pouco usuais para a apresentação de um concerto de Jazz. Procura, ainda, valorizar todo o património material e imaterial do concelho, dando-o a conhecer através de uma experiência e um contacto diferente com o mesmo.

Os ingressos têm um custo associado de 12 euros (inclui, para além do concerto, prova de vinhos do produtor, degustação de tapas de produtos locais, voucher de visita ao Castelo e Museu Municipal de Arqueologia e a oferta de uma garrafa de vinho), encontrando-se à venda na plataforma BOL em <https://cmsilves.bol.pt/> ou num dos seguintes locais: FNAC, Worten, El Corte Inglés, CTT Correios, Pousadas da Juventude, Quiosques Serveasy. O evento destina-se a maiores de 18 anos.

+ Info: Sector de Turismo da CMS | tel.: 282 440 800 | 914 427 684 | email: Este endereço de email está protegido contra piratas. Necessita ativar o JavaScript para o visualizar.

.

Fonte: GRP do Mun Silves