

# CISION®

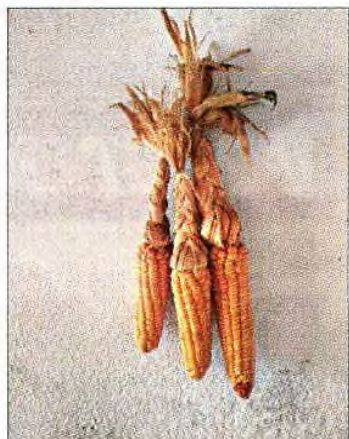
## PRESS BOOK

Clipping 2019-10-14

CISION®

1. 400 eventos culturais até maio de 2020, Correio da Manhã - Correio da Manhã Algarve, 13/10/2019	1
2. 850 mil euros para fazer ciclovias de 5 quilómetros, Correio da Manhã - Correio da Manhã Algarve, 12/10/2019	2
3. Alojamento local em Lisboa, TSF - Notícias, 14/10/2019	3
4. Experiências turísticas, RTP 1 - Jornal da Tarde, 13/10/2019	4
5. Aterram por dia 628 aviões em Portugal, Correio da Manhã, 13/10/2019	5
6. Pedro Machado quer um Ministério do Turismo em Portugal, TSF - Notícias, 12/10/2019	8
7. Turistas com a cabeça na Lua ou como o espaço virou negócio, Dinheiro Vivo, 12/10/2019	9
8. Investimento Hoteleiro atinge recordes, Sol, 12/10/2019	12
9. Algarve valerá mais do que 5%, Sol - Valor Magazine, 12/10/2019	13
10. Capacidade de Carga Turística do País: necessidade ou absurdo?, Publituris, 11/10/2019	14
11. Os desafios do Surf, Publituris, 11/10/2019	16
12. Turistas na lua, Publituris, 11/10/2019	20
13. Proudly Portugal, Publituris, 11/10/2019	26
14. New public consultation over tourism project overlooking Alvor estuary, Algarve Resident (The), 10/10/2019	30
15. Top golf courses, Algarve Resident (The), 10/10/2019	32
16. Jazz nas Adegas recomeçou com sessão itinerante sobre o património de Silves, Algarve Informativo Online, 12/10/2019	34
17. Mais de 400 iniciativas culturais na quarta edição do Festival 365 Algarve, Sapo Online - Sapo 24 Online, 12/10/2019	35
18. V Encontro de Poesia acontece em Olhão, Algarve Marafado Online, 13/10/2019	36
19. Primeiro Piquenique de Charme com Comida Esquecida é em São Marcos da Serra, Terra Ruiva Online, 12/10/2019	37
20. "Lavar o Mar" espalha cultura pelos concelhos desertificados, Jornal do Algarve, 10/10/2019	38

## PROGRAMA 365 ALGARVE



Comida antiga dinamiza festival

## 400 eventos culturais até maio de 2020

A quarta edição do programa 365 Algarve apresenta entre outubro e maio de 2020 mais de 400 iniciativas culturais, que incluem 50 espetáculos de teatro, 100 concertos e outras tantas ações relacionadas com o património da região.

O programa, destinado a promover a região na época baixa, vai levar a diversos pontos da região uma série de iniciativas culturais, entre espetáculos de música, de artes performativas ou poesia. A próxima atividade vai acontecer no dia 19 de outubro, em Silves, com o arranque do Festival da Comida Esquecida. A iniciativa inclui a realização de um “piquenique de charme” em que serão recriados hábitos alimentares de meados do século XX, quando muitos algarvios se reuniam em piqueniques no campo. ●



CASTRO MARIM. CONCURSO JÁ FOI LANÇADO

# 850 mil euros para fazer ciclovia de 5 quilómetros

**PERCURSO** Via reservada a bicicletas vai ligar Castro Marim a Praia Verde ao longo da EN125-6  
**ESTRATÉGIA** Autarquia quer valorizar património natural e atrair turistas que gostem de pedalar

RUI PANDO GOMES

**V**alorizar o património natural, promover a atividade física, proteger o ambiente e atrair mais visitantes que apreciem a natureza e gostem de andar de bicicleta. São estas as principais justificações para o investimento de 850 mil euros na construção de uma ciclovia, entre Castro Marim e Praia Verde. O concurso para a execução desta via, com cerca de cinco quilómetros de ciclovia, já foi lançado pela Câmara de Castro Marim.

## OBRA SERÁ REALIZADA NO ÂMBITO DE UM PROJETO DE VALORIZAÇÃO DA RODOVIA

Segundo a autarquia, a empreitada tem um custo estimado de “850 000 euros mais IVA” e será construída ao longo da EN125-6, que liga Castro Marim e o IC27 à EN125 e à freguesia de Altura. As obras vão ser realizadas no âmbito de um “projeto de valorização da rodovia”, que prevê o “alargamento e repavimentação” e “melhoria da drenagem”.



Projeto pretende valorizar o património natural e atrair mais visitantes que gostem de andar de bicicleta

A autarquia revelou que se está a tentar obter financiamento comunitário para a obra, através do Plano de Ação de Mobilidade Urbana Sustentável do Algarve. A vice-presidente do município e vereadora com o pelouro das Obras Municipais, Filomena Sintra, esclarece que

“os trabalhos inerentes à valorização da EN125-6 não estão incluídos neste financiamento, por não se enquadrarem no plano de ação do mesmo”.

Já a ciclovia que vai ligar Castro Marim a Vila Real de Santo António está “em fase de conclusão”. A autarquia considera

que “a criação de novas infraestruturas cicláveis pretende interligar-se às políticas desportivas e culturais e de desenvolvimento do concelho de Castro Marim, numa perspetiva de valorização do património natural, mas também do cultural e edificado”.

**Alojamento local em Lisboa**

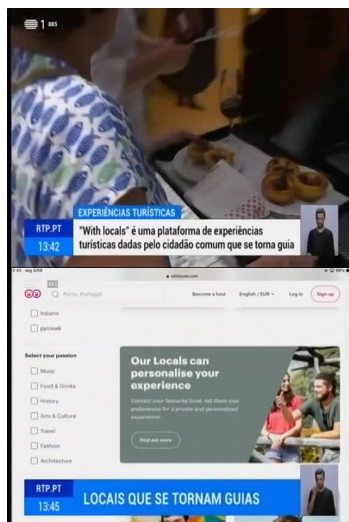
<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=158e6fc6-bc64-42fa-b9ab-df8442676f2f&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Mais de 100 mil pessoas, é esta a capacidade do alojamento local em Lisboa que já ultrapassa a dos hotéis. Com a explosão do turismo verificou-se no último ano, um crescimento de 80% dos alojamentos locais, na maioria para arrendamento de curta duração. O levantamento consta do estudo de impacto ambiental apresentado pela Câmara de Lisboa para alterar um loteamento perto de Entrecampos. A autarquia pretende construir casas para arrendamento acessível e quase centena e meia de apartamentos turísticos.

Repetições: TSF - Notícias , 2019-10-14 08:02

TSF - Notícias , 2019-10-14 09:11



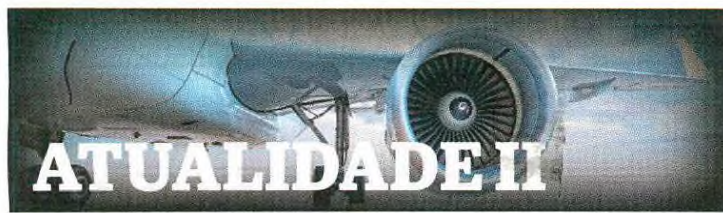


## Experiências turísticas

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=3c37b593-0d53-4b20-bd27-32b7204b1c9e&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

É uma tendência turística a nível mundial. Percursos criados por cidadãos locais que se transformam em guias e personalizados para cada cliente. A RTP viajou pelo Porto com a plataforma "With locals". Declarações de Helena Leandro, economista/guia; João Kendal, estudante/guia.





## SETOR DA AVIAÇÃO

### TURISMO | LISBOA DESTACA-SE

O número de passageiros nos aeroportos aumentou no 3º trimestre, mais 6,7% devido "a uma excelente época turística", de acordo com a Vinci. Pela primeira vez, "o aeroporto da capital portuguesa serviu mais de 30 milhões de passageiros num período de 12 meses consecutivos", diz a gestora aérea.

#### ESTATÍSTICAS NACIONAIS

# 628 aviões aterram por dia em Portugal

**EVOLUÇÃO** ➔ Números do Instituto Nacional de Estatística revelam que a aterragem de aeronaves mantém tendência de crescimento **LISBOA** ➔ Humberto Delgado recebe cerca de metade do total de aviões que aterram em território nacional

RAQUEL OLIVEIRA

**A**terraram em Portugal, nos setes primeiros meses do ano, 628 aviões por dia, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE). São mais 22 aviões por dia nos aeroportos nacionais do que no mesmo período do ano passado.

O movimento de aviões e passageiros nos aeroportos nacionais continua a subir e, a manter-se o ritmo de crescimento, deverá ser ultrapassado este ano o valor de 2018, ou seja, 55 milhões de pessoas, o que só por si constitui um recorde, de acordo com o balanço da Vinci, que gere os

**RECORDE DE 55 MILHÕES DE PASSAGEIROS EM 2018 DEVERÁ SER BATIDO**

**CAPACIDADE ESGOTADA EM LISBOA OBRIGA A ADAPTAR AEROPORTO**

principais aeroportos nacionais.

Segundo o INE, entre janeiro e julho deste ano, aterraram nos aeroportos nacionais 132 518 aeronaves, mais 4591 do que no mesmo período do ano anterior. O mês de fevereiro registou o menor número de movimentos, com 14 137 aviões, segundo os dados do INE. Já em julho, um dos tradicionais meses de férias de verão, o INE contabiliza em 23 564 o número de aviões que aterraram em território nacional.

O Aeroporto Humberto Delgado, em Lisboa, lidera os movimentos, representando cerca de metade do tráfego nacional.



O mês de julho, o tradicional mês das férias, foi até aqui o mais movimentado, registando 23 564 aterragens nos aeroportos nacionais

Apesar das limitações deste aeroporto, Lisboa continua a registar crescimentos, quer no número de aeronaves quer de passageiros. Aliás, está mesmo em curso a reestruturação do atual aeroporto de forma a aumentar a sua capacidade até à conclusão da nova infraestrutura prevista para o Montijo.

O Governo já autorizou para isso o fecho da pista secundária (17/35) do Aeroporto Humberto Delgado. ●

NOTÍCIA EXCLUSIVA  
DA EDIÇÃO EM PAPEL

CORREIO  
da manhã



Estudo do Governo mostra que companhias estrangeiras ganharam terreno

## Companhias aéreas estrangeiras lideram tráfego desde 2013

❏ O número de aeronaves portuguesas a aterram em Portugal foi superior às estrangeiras até 2013. A partir desse ano, concluiu um estudo do Ministério da Economia sobre 'O transporte internacional de passageiros', esta tendência inverteu-se. ●



## FORMAÇÃO | ACESSO A EMPREGOS

**O**s alunos formados nas Escolas do Turismo de Portugal têm uma taxa de empregabilidade de 94%, segundo o Estudo de Inserção Profissional de 2018, divulgado pelo Turismo de Portugal. A maioria (87%) encontra-se a trabalhar nas áreas da Hotelaria e Restauração, tendo 70,7% conseguido colocação rapidamente.



**HOTELARIA | ESPANHA**  
**NOS PRIMEIROS SETE MESES**  
**DESTE ANO, PORTUGAL**  
**CRESCEU ACIMA DE ESPANHA**  
**EM HÓSPEDES, COM UM**  
**AUMENTO DE 5,4% CONTRA**  
**3,6% DO PAÍS VIZINHO.**

## EUROPA | PORTUGAL É O QUE MAIS CRESCER

**P**ortugal é o país europeu com maior crescimento no setor do turismo e viagens, segundo o Conselho Mundial do Turismo e Viagens (WTTC - World Travel & Tourism Council). Em 2019, o WTTC antecipa para Portugal um aumento turístico de 5,3%, mais do dobro da média europeia de 2,5%. E a tendência deverá manter-se pelos próximos anos.

TRÁFEGO AÉREO  
ATERRAGENS EM PORTUGAL

2018	2019
14 832	15 526
13 600	14 137
16 170	16 516
18 776	19 984
20 533	21 082
21 324	21 709
22 692	23 564

TOTAL

TOTAL

606  
por dia

127 927

132 518

628  
por diaPASSAGEIROS  
EM 201928  
MILHÕESENTRE  
EMBARQUES,  
DESEMBARQUES  
E TRÂNSITO

## TOP 5 COMPANHIAS AÉREAS

TAP  
Portugal

Ryanair



easyJet



Transavia.com

Azores  
Airlines

## TOP 5 MERCADOS

RANKING DE AEROPORTOS  
NÚMERO DE PASSAGEIROS

	LISBOA	PORTO	FARO
Janeiro	8045	3473	1023
Fevereiro	7277	3126	1092
Março	8421	3616	1447
Abril	9178	4096	2918
Maio	9561	4300	3295
Junho	9714	4277	3393
Julho	10 322	4774	3728
	62 518	27 662	16 896

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Serviço ferroviário  
capta sem melhorar

**Q**ue o número de passageiros a utilizar os serviços ferroviários internacionais está desde 2014 a aumentar em Portugal, após um período de seis anos de baixa utilização, conclui um estudo do Ministério da Economia sobre 'O transporte internacional de passageiros'.

No ano da viragem, o crescimento foi 62%, para 215 mil passageiros, conclui o estudo,

apontando para 251 mil pessoas em 2017. O estudo sobre os transportes sublinha ainda que o País "não tem tido investimentos que permitam ligações rápidas e de qualidade aos restantes países europeus, ao contrário do que se verifica na maior parte daqueles países que investiram em comboios de alta velocidade e ou de alto rendimento".



Desde 2014 que as viagens internacionais em comboio estão a aumentar

4,9 milhões fazem  
viagens em 2018

**C**erca de 4,9 milhões de residentes em Portugal fizeram pelo menos uma viagem turística no País ou no estrangeiro, segundo o Inquérito às Deslocações dos Residentes, ou seja, 48% da população. Trata-se de um crescimento de 7,6%, face a 2017. Cada viagem teve uma duração média de quatro noites, o mesmo valor registado em 2017, ainda segundo aquele inquérito do INE.



Quase metade da população viajou

Gastos sobem  
para 121,5 euros

**O**s residentes gastaram em média 121,5 euros por pessoa, em cada viagem, no ano passado, mais cerca de dez euros do que no ano anterior. Já nas deslocações turísticas ao estrangeiro, o gasto médio por turista/viagem foi 525,7 euros, segundo as Estatísticas sobre o Turismo do Instituto Nacional de Estatística (INE). Neste caso, o aumento face ao ano 2017 foi de quase 36 euros.



Lá fora gastaram-se 525 euros



**VIDAS DE DOMINGO**  
P.45 A 49

**PRÓXIMO VERÃO SERÁ MAIS LEVE E SENSUAL**

Lisboa revela tendências para 2020

DOMINGO 13/10/2019 | DIÁRIO | €1,70 (C/IVA)

www.cmjornal.pt

**CORREIO da manhã**

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

**HOJE 116 PÁGINAS**

**HOJE**  
**PAÍS PROTEGE CADA VEZ MAIS OS FILHOS**  
**PSICÓLOGO ALERTA PARA RISCOS**

**EMAILS DE SÓCRATES USADOS CONTRA ESCRITOR-FANTASMA** P.10 E 11

TRATAMENTO DESUMANO

# ROUBA REFORMA E DEIXA AVÔ À FOME

**NETO JULGADO POR FURTO QUALIFICADO E MAUS-TRATOS**

**IDOSO DE 86 ANOS VIVIA EM CASA SEM COMIDA, NEM LUZ, NEM DINHEIRO PARA REMÉDIOS**

➤ **ERA O FAMILIAR** mais próximo e assumiu a responsabilidade de cuidar dele

➤ **VÍTIMA MORREU** 16 dias depois de ser levada para um lar P.4 E 5

**FENÓMENO DE 13 DE OUTUBRO DE 1917 DECISIVO PARA RECONHECER LOCAL SAGRADO**  
P.26 E 27



**FÁTIMA CELEBRA 'MILAGRE DO SOL'**

**HOJE Grátis**  
**MEDALHA DE FÉ**  
+ **PAGELA DE ORAÇÃO**  
**CM ASSINALA PEREGRINAÇÃO**

**REVOLTA NO MAR P.28**  
**CRÍTICAS À INTERDIÇÃO DA SARDINHA**  
Espécie não está em falta, garantem pescadores

**COLEÇÃO MITOLOGIA PARA CRIANÇAS**

**O CAVALO DE TROIA**

**AOS SÁBADOS 6,95€**

**VARANDAS P.33**  
**ESTÁDIO RONALDO VIOLA ESTATUTOS**

**CRESCIMENTO P.6 E 7**

**ATERRAM POR DIA 628 AVIÕES EM PORTUGAL**

**ESPERANÇA P.19**  
**Ciência elimina cancro em doente terminal**

**TRIBUNAL CONDENOU-O P.18**  
**Homem regista bebé e arrepende-se 22 anos depois**

**ONU SEM DINHEIRO P.31**  
**Guterres manda cortar ar condicionado**

**CIRQUE DU SOLEIL**  
**Corteo**  
**3-12 JANEIRO 2020 LISBOA ALTICE ARENA**  
circquedusoleil.com/corteo



**Pedro Machado quer um Ministério do Turismo em Portugal**

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=df1b7f12-2ce6-42e6-aae0-74e374e83449&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

O presidente da Região de Turismo do Centro, defende que o próximo governo deve ter um ministério dedicado ao sector.

Declarações de Pedro Machado na Lousã.

Repetições: TSF - Notícias , 2019-10-12 13:08





# Negócios

INOVAÇÃO

## Viagens ao espaço deixam turismo com a cabeça na Lua

Tijolos 3D, *habitats* insufláveis ou hotéis galácticos. O turismo espacial está a gerar vários negócios que vão muito além das naves e *rockets*. Indústria vale 550 milhões.

Texto: Ana Margarida Pinheiro

O pequeno passo de Armstrong na Lua ainda não está ao alcance de todos, mas essa realidade está a mudar. O turismo ultrapassou as fronteiras terrestres e as carteiras mais recheadas já permitem tirar uma *selfie* com a Terra em fundo ou dormir na estação espacial. Faltam hotéis no espaço e preços *low-cost*. "A Lua está tão perto que é parte da Terra – é como se fosse um continente, o único que podemos ver daqui", lembra Bernard Foing, do grupo de exploração lunar da ESA, que participou na SUTUS, a primeira conferência sobre as novas fronteiras do turismo.

Foi Dennis Tito, multimilionário americano, quem inaugurou o turismo espacial ao pagar, em 2001, uns 20 milhões de dólares para embarcar numa viagem de oito dias na nave russa *Soyuz* que o levou à Estação Espacial Internacional. Sete outros, incluindo Mark Shuttleworth, Greg Olsen e Chales Simonyi seguiram-lhe os passos.

Sem turistas desde 2009, podia parecer que o entusiasmo se tinha esmorecido, mas a verdade é que há cada vez mais investidores privados nesta corrida. Richard Bran-

son, da Virgin Galactic, Elon Musk, da Space X, ou Jeff Bezos, da Blue Origin, são alguns dos que prometem aproximar o espaço – e Branson, que fechou agora uma parceria de 20 milhões com a Boeing, deve ser pioneiro.

A NASA não ignora o enorme interesse que o espaço gera e também já tem programada a primeira viagem turística: por 80 milhões poderá embarcar em 2020 na SUTUS, garantiu Sam Scimemi, diretor da Estação Espacial Internacional da NASA. Ao preço, acrescentam 32 mil dólares por noite por cada turista.

Há 900 pessoas em lista de espera para a viagem de sete horas só para ver a Terra de 110 km de altitude, a bordo de uma nave da Virgin. O português Mário Ferreira, dono da Douro Azul, está na fila desde 2004. Ana Bru, espanhola que comercializa em exclusivo estas viagens em Espanha, também espera pelo dia da descolagem que, segundo o CEO da Virgin Galactic, George T. Whitesides, poderá acontecer na próxima primavera. O pacote custa 250 mil euros. Também os bilhetes para o New

Shepard, *rocket* da Blue Origin de Bezos, devem começar a sair no ano que vem, a custar "centenas de milhares de dólares", segundo o CEO, Bob Smith.

### O exemplo da aviação

"É difícil dizer quando é que o turismo espacial será generalizado. Tudo o que é novo é caro, mas quando ganhar escala vai tornar-se acessível a pessoas normais. É a evolução natural. As viagens espaciais estão a abrir-se ao mundo, não é só ao turismo e ao transporte, mas também à indústria produtiva, farmacêutica, mineira, que podem vir a desenvolver negócios no espaço", explica Nancy Vermeulen, astrofísica sueca. "Numa década, será normal ter uma base na Lua, empresas mineiras com negócios lá e escritórios na Terra." Nancy abriu uma academia para formar pessoas que querem co-

nhecer melhor o espaço, mas o sonho de ser astronauta não morreu. "É claro que quero ser uma turista espacial; fazendo o que faço, espero poder vir a ter uma oportunidade", diz ao Dinheiro Vivo.

O volume de lançamentos espaciais está a aumentar 3% ao ano (dados da Blue Origin), mas os analistas admitem que irá acelerar para 50% a 80%. "Os custos vão cair rapidamente com a nova geração de aviões espaciais", destaca a Market Study Report numa análise ao mercado que em 2018 avaliava em 550 milhões de dólares, e que prevê que triplique em 2025. O crescimento de empresas privadas "vai diminuir o custo do lançamento de satélites e das missões espaciais", revela a consultora.

"O espaço será democratizado rapidamente", assegura também Ana Bru. A empresária, que em 1998 le-

vou para o mundo dos operadores turísticos espanhóis o novo conceito de viagens de luxo, admite que o espaço é o último reduto "da experiência de exclusividade, de algo único" – o que justifica o interesse.

Oitenta e seis por cento dos turistas pagam mais se tiverem uma boa experiência, lembra Carlos de La Lastra, diretor da escola de gestão hoteleira Les Roches, em Marbella. "As primeiras expedições turísticas ao espaço e às profundezas do oceano não vão ser cómodas ou ter grande conforto, mas serão o primeiro passo de viagens de exploração únicas. As novas fronteiras do turismo também vão obrigar a um novo profissional e gestor turístico", antecipa.

### Um mundo de negócios

Se há empresas a desenvolver naves para levar turistas e pacotes







## Nancy Vermeulen A sueca que queria ser astronauta e forma turistas espaciais

Era uma vez uma miúda que queria ser astronauta. O sonho de Nancy Vermeulen começou no Planetário de Antuérpia e deveria acabar no espaço, mas, falhadas duas tentativas para ser astronauta, o sonho mudou. Formada em Física, piloto de aviação comercial, Nancy falhou, em 1992, a seleção para se tornar astronauta da ESA. Em 2008 voltou a tentar, mas não chegou ao fim do processo. Seguiu por outras vias. "Desenvolvi um programa completo de treino que prepara qualquer pessoa para uma viagem espacial." Era o pri-



meiro programa europeu não governamental de treino espacial. O primeiro contacto surgiu em 2008 e, em 2011, formou um astronauta privado da Virgin Galactic. Em 2018, deu um novo passo com a criação da Space Training Academy, que oferece desde conhecimentos básicos sobre Física a voos em simulador de gravidade zero para preparar qualquer pessoa para sair da Terra. "Queremos ser o centro de treino de astronautas número um na Europa." O programa completo custa 15 mil euros. Só o treino de voo são 4 mil.

## Ana Bru A empreendedora que vende viagens ao espaço por 250 mil dólares

Desde 2008 que Ana Bru tem garantido um lugar a bordo da nave da Virgin Galactic como turista espacial. Será a primeira mulher espanhola a ver a Terra a 110 quilómetros de altitude. E o marido irá com ela. "Em 2007, quando Richard Branson me revelou que a minha agência era a eleita para comercializar viagens intergalácticas em Espanha eu disse que queria experimentar", conta a empreendedora, que já tinha sido pioneira, em Espanha, na venda de pacotes de luxo. "Eu só posso vender aquilo que conheço e, por isso, fiz to-



dos os cursos que precisava de fazer para conhecer as forças centrífugas, etc." Há mais de 10 anos que Bru vende o sonho do espaço. Custa 250 mil dólares e dá acesso a uma viagem de três horas. Para cada viagem, o passageiro tem de ir por sua conta até ao porto espacial de Novo México. Aí, recebe uma formação obrigatória de quatro dias. Em cada nave cabem seis passageiros e dois tripulantes. Ana Bru tem já 900 pessoas em lista de espera para viajarem na segunda e na terceira nave. Ainda não tem data para partir.

mais simples de viagens sem direito a paragem, também há planos para criar alojamento espacial. É o caso da Bigelow Aerospace, que está a desenvolver *habitats* espaciais insufláveis que podem acomodar até quatro pessoas por tempo indeterminado e criar áreas de cultivo, cozinha e trabalho. Há outras empresas como a Orion Span que prepara "o primeiro hotel de luxo acessível do espaço", onde uma estada de 12 dias poderá custar 10 milhões de dólares. A expectativa é que a Estação Aurora seja lançada em 2021 para começar a receber clientes em 2022.

Na ESA há planos para uma aldeia lunar, onde as cavernas vulcânicas da Lua são vistas com interesse para a construção de cidades, até com hotéis, destaca Bernard Foing que realça a importância do gelo encontrado no satélite natural da Terra: "Com o sistema certo de reciclagem" será precioso.

Também há empresas a especializar-se na impressão 3D de abrigos para a Lua e até Marte: a Harris trabalha com a NASA há 60 anos e tem agora projetos para tijolos 3D que vai testar com apoio da Space Florida.

\*Em Marbella, a convite da Les Roches

## Ángel Jané O técnico de painéis solares que já tem bilhete de ida para Marte

"Há um gene explorador que nos obriga a correr riscos", diz Ángel Jané. O catalão de 44 anos é um dos cem voluntários que, a partir de 2031, vão partir para Marte, sem bilhete de regresso. "Será um dos maiores projetos da Humanidade. Se ir à Lua foi grandioso para a nossa geração, ir a Marte será o próximo grande salto. Quando me perguntam 'porquê ir para Marte' respondo 'porquê não ir? Viver na Terra, em Marte ou noutro planeta é uma questão de pensar que estás a fazer por ti e pelo resto da humanidade. Os dinossauros foram extintos porque não havia mis-



são espacial." O calendário da missão Mars One está bem definido e começa já em 2022 com o envio de uma missão não tripulada. Se tudo correr bem, em 2024 enviam-se os primeiros satélites de comunicação e em 2026 e 2029 os Rovers que vão preparar a chegada dos humanos, com a criação de suportes de vida, produção de água e de uma atmosfera respirável. Ángel parte em 2031. Para chegar ao Planeta Vermelho são precisos sete meses de viagem. Desde 2017 que se conhecem os cem nomes que vão integrar esta experiência, que recebeu mais de 2000 voluntários.



# dinheiro vivo

## Dívida sem fim à vista Daqui a quatro anos, cada português vai estar a pagar 667 euros de juros

### IMPACTO FINANCEIRO DO PROGRAMA

Folga nas contas de Mário Centeno permite promessa de 400 milhões para aumentos na função pública e 500 milhões a mais na despesa.

— P. 06 e 07



### António Costa Silva

## “Não é justo demonizar os combustíveis fósseis”

ENTREVISTA DV/TSF Na semana em que os trabalhadores tentaram travar a venda em tribunal, o presidente da Partex garante que não há razão para alarme. “Tailandeses da PTTEP não têm cultura de despedir.”

— P. 04 e 05



### ENERGIA — P. 11

Iberdrola já tem 20 barragens no Douro e quer mais seis da EDP

### JAYME DA COSTA — P. 11

Empresa do norte centenária renasce com capital de risco

### INDÚSTRIA — P. 16 e 17

Cinco têxteis portuguesas querem salvar o ambiente

### TECNOLOGIA — P. 23

Cibersegurança: caça ao bug gera milhões em recompensas

### TURISMO AEROSPAIAL — P. 08 e 09

## Turistas com a cabeça na Lua ou como o espaço virou negócio

INOVAÇÃO Há hotéis galácticos e habitats insufláveis, bilhetes para ver a Terra de longe e para ir de rocket passar férias a Marte. Já não é só um sonho, é uma indústria que vale 550 milhões.

ifthenpay

Referências Multibanco  
para a sua empresa

www.ifthenpay.com







## Economia

# INVESTIMENTO HOTELEIRO ATINGE RECORDES

Sónia Peres Pinto

sonia.pinto@sol.pt

Apesar do abrandamento do turismo, o setor continua a chamar a atenção dos investidores. Só no primeiro semestre foram investidos 469 milhões em novas unidades, igualando Espanha.

Numa altura em que o turismo em Portugal continua a dar sinais de abrandamento, o investimento em novos hotéis não para de aumentar e chega mesmo a atingir níveis recorde. E os dados falam por si: só nos primeiros seis meses do ano foram investidos 469 milhões de euros. Trata-se de um nível inédito – o pico máximo anual tinha sido registado, em 2008, altura em que o montante aplicado fixou-se em 275 milhões de euros. «Pela primeira vez, o mercado nacional iguala a dinâmica registada em Espanha, que no mesmo semestre contabiliza 461 milhões de euros», revela o estudo apresentado pela Cushman & Wakefield.

A fórmula é simples: «A hotelaria é vista cada vez mais como um setor válido de investimento, assumido na forma de propriedade e operação bem como no investimento para rendimento. A Península Ibérica tem observado nos últimos anos uma canalização de investimento significativa, sendo a origem do capital predominantemente estrangeira», revela Gonçalo Garcia, Head of Hospitality – Portugal da consultora.

O estudo diz ainda que o mercado nacional atravessa um momento particularmente forte desde o ano passado, depois de ter registado um aumento de 51% no volume transacionado, atingindo um recorde de 10 anos (226 milhões de euros). No entanto, este nível mantém-se ainda afastado da realidade espanhola, já que nesse período o investimento tinha rondado os 3,7 mil milhões de euros.

Mas nem tudo são boas notícias para o país vizinho. Ao contrário

de Portugal, Espanha regista uma tendência de decréscimo na atividade de investimento em hotéis. Em 2018 assistiu-se a uma queda de 18,7% face ao ano anterior, com novo abrandamento no 1º semestre de 2019. «Neste período, as transações de imobiliário hoteleiro no mercado espanhol totalizaram 461 milhões de euros, recuando cerca de 46% em volume face aos 850 milhões de euros transacionados em igual período do ano passado», salienta o documento.

Um cenário diferente à realidade portuguesa. A atividade no primeiro semestre no mercado nacional aumentou quatro vezes face aos 111 milhões investidos nos primeiros seis meses de 2018. Uma tendência que, segundo o mesmo, projeta Portugal «para uma dimensão equivalente à do espanhol», acrescentando que «este é um marco especialmente importante, tendo em conta que o peso do mercado português no contexto ibérico nos últimos dez anos não chega a 7%, movimentando apenas 1,2 mil milhões do investimento em hotéis registado na Península Ibérica entre 2009 e 2018, contra os 16,8 mil milhões gerados em Espanha».

O estudo da Cushman & Wakefield sublinha ainda que, apesar de Espanha receber um investi-

mento acumulado muito superior ao de Portugal, é o mercado nacional que regista quase sempre o preço médio por quarto mais elevado ao longo dos últimos 10 anos. Em 2018, esse valor atingiu os 338 mil euros em Portugal, ou seja, cerca de 2,5 vezes mais que os 140 mil euros registados em Espanha. Já no 1º semestre de 2019, essa diferença acentuou-se: os 355 mil euros investidos, em média, por quarto transacionado em Portugal compararam com os 114 mil euros em Espanha, ou seja, três vezes mais. «O facto de as transações ocorridas em Portugal serem maioritariamente em produtos de qualidade superior ou luxo, justificam o valor médio de investimento por quarto», acrescenta.

## Diversificar aposta

O estudo chama também a atenção para o facto de a estrutura da oferta hoteleira encontrar-se em fases de maturidade distintas nos dois países. «No caso português, o mercado hoteleiro encontra-se numa fase de desenvolvimento marcada por um número ainda limitado de hotéis com marca internacional, que contabilizam apenas 38% da oferta total, localizando-se sobretudo nas principais cidades e integrando o segmento alto e/ou de luxo», salienta.

E face a esta aposta, é natural que investidores estejam mais focados em localizações e ativos *prime*. E os números falam por si: 73% dos ativos transacionados nos últimos cinco anos estão localizados em Lisboa – considerado o destino mais popular – logo seguido pelo Porto. Já em Espanha por ser considerado um mercado mais maduro, com um maior stock de hotéis com marca em todas as categorias e que se encontra em expansão para cidades secundárias e terciárias está a registar um maior



Maiores apostas são na cidade de Lisboa

número de transações de ativos fora das localizações urbanas *prime* e nos segmentos mais baixos. «Nos últimos 5 anos, 65,7% do volume transacionado em Espanha foi em cidades secundárias e terciárias e, em termos de categorias dos hotéis, os segmentos alto e de luxo contabilizam apenas 20% do volume», refere.

No entanto, face à maturidade dos dois mercados, à limitação no stock de produto para investir e ao crescente interesse dos investidores pelo mercado ibérico, a Cushman & Wakefield antecipa que os investidores se foquem cada vez mais em ativos fora de Lisboa, Barcelona e Madrid, «passíveis de devolver níveis de retorno mais elevados, destacando-se, nesse contexto, o Porto». Por isso, é na-

tural que a diversificação do investimento em termos de segmentos hoteleiros e da própria estruturação dos negócios também são tendências apontadas pelo estudo.

O documento perspetiva ainda um desempenho positivo da ocupação no mercado hoteleiro em Portugal e Espanha, prevendo um volume de 390 milhões de noites compradas até 2021, apesar das preocupações internacionais advindas do abrandamento da economia global e da instabilidade associada ao Brexit. «Neste cenário, o interesse de investidores e operadores internacionais pelo mercado hoteleiro em Espanha e Portugal deverá manter-se em alta, com yields em níveis saudáveis e em linha com as demais classes de ativos», conclui.

**'A hotelaria é vista cada vez mais como um setor válido de investimento', diz estudo**





**Dr. Paulo Águas**  
Reitor da Universidade do  
Algarve

# ALGARVE

valerá mais do que

# 5%

O Algarve tem uma área de, aproximadamente, 5 mil km<sup>2</sup>, correspondente a 5,4% do território nacional. Segundo o "Censo da População do Reino de Portugal de 1900", a população do Algarve representava 4,8% do total nacional (257.358 em 5.446.760 habitantes), em 1970 apenas 3,1% (268.957 em 8.663.252).

Entre 1900 e 1970 a região não foi capaz de reter população. Muitos tiveram que partir em busca de melhores condições de vida do que as proporcionadas pela agricultura e pescas, base da estrutura económica regional. Em 70 anos, enquanto a população em Portugal e Ilhas Adjacentes (terminologia à época) cresceu quase 60%, a população do Algarve quase estagnou.

Durante muito tempo, para além do devido, o Algarve foi rotulado como a região dos 3%, a região dos 300 mil habitantes. De acordo com os últimos censos, de 2011, o Algarve tinha 451.304 habitantes, representando 4,3% da população de Portugal. Tudo

aponta para que nos próximos censos, em 2021, se verifique um reforço desse valor, podendo aproximar-se dos 4,8% registados em 1900.

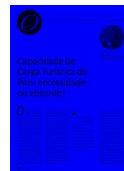
Tudo isto para concluir que os últimos 120 anos da história do Algarve podem ser divididos em dois grandes períodos: 70 anos de perda de valor; seguidos de 50 anos de prosperidade recuperação de valor.

O que mudou? É simples de explicar: o advento do turismo internacional; um território com condições ímpares e um dos melhores climas da Europa; a construção de um aeroporto, inaugurado em 1965.

Recursos endógenos (território e clima) há muito presentes tornaram a região altamente competitiva num setor de atividade económica (turismo) que, rapidamente, se transformou num dos mais importantes a nível mundial. Num ápice, a estrutura económica da região reconfigurou-se, tornando-se muito pouco diversificada,

fortemente sazonal e dependente de fatores externos. A economia regional cresceu, criando emprego que atraiu mais população para a região, seja de outras regiões do país, seja do exterior. De acordo com os últimos dados do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, em 2018, 16,1% da população estrangeira residente em Portugal encontrava-se no Algarve.

E agora? O que se segue? Os atuais estilos de vida apontam para que nas próximas décadas o turismo continue a apresentar uma taxa de crescimento superior ao da economia mundial. Não será o mesmo turismo. O perfil e as necessidades dos turistas não permanecerão imutáveis. Estou convicto que o Algarve conseguirá manter níveis elevados de competitividade. Para tal, tão ou mais importante que a qualidade da oferta turística, será crucial melhorar a mobilidade na região, melhorar a oferta de serviços de saúde, manter os níveis de segurança e aumentar as qualificações da população.



Licínio Cunha  
ex-secretário de Estado do Turismo,  
economista e professor catedrático  
convidado da Universidade Lusófona

# Capacidade de Carga Turística do País: necessidade ou absurdo?

**D**urante a campanha eleitoral, em quase todos os debates em que participou, o representante do PAN, quando se referia ao Turismo, a única e insistente proposta apresentada foi a de fazer depender o crescimento do Turismo da determinação da capacidade de carga turística do país porque entende que tem de se fixar um limite para este crescimento. Não esclarece se aí se inclui o turismo doméstico ou apenas o externo o que não é de somenos sabê-lo! Esta não é uma questão nova. Começou a colocar-se quando o desenvolvimento turístico se mostrou irreversível e quando se iniciaram os grandes empreendimentos turísticos nas costas do Mediterrâneo. Já no longínquo ano de 1977, Krippendorf dizia que os turistas

eram “devoradores de paisagens” e que o turismo não podia “destruir os sítios que o fazem viver” e, no início dos anos oitenta, começou a discutir-se o conceito e a publicar-se os primeiros estudos sobre a questão. Desde então, as preocupações com a capacidade de carga turística foram-se generalizando mas não há nenhum autor que se refira à capacidade de carga de um País, como pretende o deputado André Silva. É um conceito inexistente porque só é aplicado aos destinos turísticos. A OMT define capacidade de carga turística como “o número máximo de pessoas que podem visitar um destino turístico ao mesmo tempo, sem causar a destruição física, económica, sociocultural e ambiental e um inaceitável decréscimo da satisfação dos turistas”.



“As preocupações com a capacidade de carga turística foram-se generalizando mas não há nenhum autor que se refira à capacidade de carga de um País, como pretende o deputado André Silva.”

Aceitando como boa esta definição, mas sem com ela totalmente concordar, conclui-se que a capacidade de carga turística se refere a um destino e não a um país e que se podem identificar cinco tipos de capacidade de carga: física, sociocultural, económica, ambiental e psicológica, que podem ou não ocorrer simultaneamente num destino e afectá-lo de modo diferente. Um monumento, um sítio arqueológico ou um palácio possuem uma capacidade de receber pessoas sem graves prejuízos muito diferentes da de um espaço natural como também a capacidade deste varia de um local para outro consoante as suas características específicas (fragilidade dos ecossistemas, reservas agrícolas e outras). É por isso que as visitas às grutas de Altamira são





“Determinar a capacidade de carga turística dos destinos com tendência para uma grande concentração é um acto imprescindível de boa gestão mas fazê-lo para o país é uma inutilidade.”



reservadas a um número muito restrito de pessoas, que o número de visitantes de certos monumentos é limitado, que em muitos países são proibidas as construções a uma certa distância dos mares ou lagos e que, em outros, não são permitidas em parques naturais.

A determinação da capacidade de carga de um destino é um elemento chave para o seu desenvolvimento sustentável e essencial para uma correcta gestão como alguns exemplos o evidenciam: número de alojamentos turísticos em bairros tradicionais e localidades históricas com uma capacidade de carga sociocultural reduzida, parques naturais cuja capacidade de carga ambiental é muito limitada ou mesmo nula, as costas marítimas onde todos os tipos de capacidade podem ocorrer ao mesmo tempo provocando efeitos negativos irreversíveis e nefastos.

Em relação a Portugal, a sujeição do desenvolvimento turístico do país a uma hipotética capacidade de carga é um absurdo. Há três regiões (Norte, com predomínio do

Porto, a região de Lisboa e o Algarve) que detêm 2/3 da capacidade de alojamento turístico e nas zonas não costeiras, que possuem a maior parte do território nacional, apenas detêm 15,2% do total das dormidas registadas em todos os meios de alojamento turístico. Apenas por estes simples indicadores se pode concluir que na maior parte do território nacional a capacidade de carga turística é irrelevante.

No caso hipotético de se determinar uma capacidade de carga turística para o conjunto do país e, mediante ela, se estabelecerem limites ao seu crescimento turístico teria duas consequências negativas: as regiões do interior seriam afectadas porque não desenvolveriam o seu turismo em função das suas reais capacidades e as regiões que concentram a maior parte do crescimento turístico passariam a poder aumentar a sua carga mesmo nos casos e que já se encontram próximo do seu limite aceitável.

A preocupação com os efeitos do turismo sobre o ambiente é imperiosa e coloca desafios que exigem um

grande esforço de todos: empresas, consumidores, governo e comunidades locais. O turismo afecta o ambiente por várias vias e tem efeitos em múltiplas áreas: consumo de água e energia, poluição, biodiversidade, paisagens, costas e mar, montanhas, monumentos, e emissões de CO<sub>2</sub>.

Antes, porém, de se limitar o seu crescimento muito se pode fazer o que, aliás já se está a verificar com a adopção de medidas pelas próprias empresas. Determinar a capacidade de carga turística dos destinos com tendência para uma grande concentração é um acto imprescindível de boa gestão mas fazê-lo para o país é uma inutilidade. Aliás, não se conhece nenhum país que o tenha feito e o Butão que é, talvez, o único país que limita as entradas de turistas estrangeiros não o faz porque atingiu uma determinada capacidade de carga. **P**

*Nota: O Publituris manteve a grafia original do artigo*





O surf tem colocado Portugal nas bocas do mundo e atraído cada vez mais praticantes da modalidade, contribuindo para afirmar o país como destino de surf de referência internacional.

# Surf: Sustentabilidade como principal desafio do destino

Raquel Relvas Neto/ rneto@publitis.pt • Fotos DR

**E**m março de 2017 foi apresentada a Estratégia Turismo 2027, o documento onde constam as linhas orientadoras do governo para o turismo nos próximos 10 anos. Uma das metas desta estratégia é afirmar o turismo na economia do mar, reforçando o posicionamento de Portugal como um destino de atividades náuticas, desportivas e de lazer associadas ao mar, em toda a costa e como destino de surf de referência internacional. E é exactamente esse o posicionamento que Portugal tem alcançado nos últimos tempos, sendo um destino cada vez mais procurado pelos praticantes e amantes da modalidade. Patrick e Salvador Stilwell, surfistas e organizadores do evento Surf Out Portugal, indicam que, em 2012, um estudo da Associação Nacional de Surfistas concluía que o peso do surf na economia nacional estava na ordem dos 400 milhões de euros, um valor que consideram estar largamente ultrapassado e que "naturalmente tem um forte impacto no turismo em Portugal".

Segundo os responsáveis, no país existem, de momento, cerca 900 empresas de animação turística, formação ou prestação de outros serviços diretamente ligadas ao surf. "Por uma série de diferentes fatores - da excelência das nossas ondas e praias, à organização das melhores e mais prestigiadas competições internacionais - o nosso país, como destino para a prática do surf goza atualmente de grande me-

Zé Maria Rebelo Andrade



● Ribeira d'Ilhas

diatismo global. Prova disso, é a popularidade de Portugal em pesquisas online, onde atualmente é dos países mais procurados internacionalmente no que toca ao tópico "viagens de surf", referem.

"Portugal, por ser o país mais ocidental da Europa, é um destino privilegiado para a prática de surf. E, dentro do país, o Centro de Portugal é o território mais indicado para esta modalidade", considera Pedro Machado, presidente da Turismo do Centro de Portugal. As condições únicas apresentadas pelas praias da região fazem com que cada vez mais surfistas internacionais coloquem "o Centro de Portugal como



"Portugal, por ser o país mais ocidental da Europa, é um destino privilegiado para a prática de surf", Pedro Machado

destino obrigatório, com reflexos muito positivos nas economias locais". Um dos exemplos é a etapa mundial de Peniche, cujo impacto direto e indireto está avaliado em 10 milhões de euros. Pedro Machado salienta ainda o facto do surf contribuir para a redução da sazonalidade, "o surf é uma atividade que garante receitas ao longo de todo o ano", além de contribuir para aumentar a estada média: "Muitos dos surfistas que escolhem a Nazaré, Peniche ou Santa Cruz ficam mais do que dois dias".

## Desafios

Apesar do sucesso que Portugal tem

»»





»»

alcançado com este produto turístico e das vantagens comprovadas para o destino, existem ainda diversos desafios pela frente.

Para Pedro Machado, um dos desafios é “conseguir assegurar-se que a prática de surf se mantém ambientalmente sustentável”. “Com o aumento da visibilidade e da notoriedade da região entre os surfistas mundiais, há um risco potencial de que a oferta de infraestruturas não acompanhe o aumento da procura, e que isso deteriore as condições para a prática da modalidade. Mas estamos longe de que isso seja um problema real nesta altura e é de realçar o esforço das autarquias e das comunidades intermunicipais, que têm presente esta situação”, realça.

“O surf em Portugal atravessa uma fase sem precedentes. O contexto é positivo e de crescimento evidente”, constata os irmãos Stilwell. Contudo, concordam que “torna-se crítico desenvolver mais um eixo essencial para fortalecer a proposta de valor global: a capacitação, dinamização e desenvolvimento do coletivo empresarial do surf em Portugal”. Ou seja, fortalecer “a própria indústria e os seus diferentes agentes económicos como um todo (fabricantes de pranchas de surf, material técnico, roupa, acessórios, etc), de forma a promover um futuro mais sustentável para o sector”.

As ótimas condições para fazer surf o ano inteiro em praias de norte a sul do país e ilhas deixam antever a continuidade de um futuro promissor no surf em Portugal.

Isto se forem asseguradas algumas condições, como a qualidade do serviço que pode ser colocada em causa tendo em conta os problemas “resultantes de uma massificação do surf”, como o crescimento desmesurado de escolas de surf: “Sem grande controlo e com tantas oportunidades de negócio, continuam a surgir escolas, que se amontoam à beira-mar, colocando em causa a qualidade do serviço prestado — o que, a longo prazo, passará uma imagem negativa”, alertam os responsáveis do Surf Out



Portugal.

Para Pedro Machado, “o surf é uma modalidade desportiva e um produto turístico que ainda tem uma grande margem de progressão”, mas há que fazer “uma aposta ainda mais concreta em complementar o produto surf com outros produtos turísticos: conseguir que quem venha surfar aproveite para conhecer outros locais da região que não sejam apenas a praia”. **P**

## As 10 melhores praias para surfar em Portugal by Surf Out Portugal

### REGIÃO NORTE

**Praia da Leça da Palmeira:** situada em Matosinhos, no Grande Porto, é uma praia onde dá para surfar todo o ano. Com fundo de areia, mas com algumas rochas, apresenta uma onda divertida e ideal para a prática de surf, mas também para bodyboard e kitesurf, especialmente no seu extremo norte.

**Praia da Baía:** esta é uma praia na cidade de Espinho, também no distrito do Porto, que se caracteriza por ter, provavelmente, as melhores ondas da região norte do país. Esta praia oferece uma direita (onda longa, na qual o surfista vai a cortar para o lado direito) que, em dias bons, proporciona tubos incríveis. Esta é uma das praias mais concorridas da cidade e onde se realizam vários campeonatos da World Surfing League.

### REGIÃO CENTRO

**Praia do Cabedelo:** uma praia pertencente à Figueira da Foz, que aquando de uma conjuntura meteorológica favorável, consegue ter ótimas condições para a prática de surf. Esta caracteriza-se por um fundo de areia e pedra e pela formação de direitas muito cumpridas.

**Praia do Norte:** praia na Nazaré que tem, certamente, as ondas mais conhecidas de Portugal. Proporciona os maiores tubos do mundo já surfados, registados pelo Guinness Book of Records. É imperdível, mas apenas para surfistas muito experientes, porque o perigo é iminente.

**Praia dos Supertubos:** fica em Peniche e tem das melhores ondas da Europa. Conta com direitas e esquerdas muito potentes e ocas. Como o nome indica, é conhecida pelos seus tubos e é também por isso palco de grandes competições de surf, nacionais e internacionais.

**Praia da Física:** localizada em Santa Cruz, em Torres Vedras, tem fundo arenoso e as suas ondas são boas à prática de surf durante todo o ano. Aqui, há condições para surfar para todos os níveis, desde os surfistas mais experientes, aos que estão a iniciar-se na modalidade.

**Ribeira d'Ilhas:** uma praia na Ericeira, a alguns quilómetros de Lisboa, conhecida por ter as direitas mais compridas da Europa. As suas ondas quebram sobre lage e fundo de pedra. É procurada praticamente todo o ano para a prática de surf.

### GRANDE LISBOA

**Praia Grande:** fica situada em Sintra, perto de Lisboa. Esta praia caracteriza-se por ser muito consistente e exposta a grandes ondulações. O seu fundo é totalmente de areia.

**Praia de Carcavelos:** é uma das principais praias de Lisboa, ficando em Cascais. Tem uma onda rápida e tubular, que funciona melhor durante os meses de inverno. Na estação mais quente, acaba por registar uma onda mais plana.

### REGIÃO SUL

**Praia do Zavial:** esta é a praia mais a sul do país na lista, pertencendo à região do Algarve, na Vila do Bispo. Tem uma onda rápida e veloz, que por vezes apresenta condições de luxo. No entanto, precisa de ondulações potentes para funcionar. Está rodeada por altas falésias que a abrigam de ventos fortes.





12 - Destinos

Surf





Directora: Carina Monteiro • Ano XLVII • Periodicidade: Quinzenal • Preço: 7,00 euros • Uma publicação PUBLITURIS / AVOX / AVOX / AVOX

PUBLITURIS

P

# Turistas na lua

POTENCIAL DO TURISMO ESPACIAL  
E SUBAQUÁTICO FOI DISCUTIDO EM MARBELLÁ.

pág. 08-13

o jornal da indústria do turismo • www.publitis.pt • desde 1968

1403 - 11 outubro 2019

## Dossier

### CRUZEIROS

As novidades das companhias com representação em Portugal e o balanço da atividade em 2019.

pág. 26-32



## Os desafios do Surf

Sustentabilidade impõe-se como principal meta para este produto turístico.

DESTINOS  
pág. 12-14



## Travelport debate futuro em Veneza

Novo CEO Greg Webb apresenta-se junto de parceiros europeus e fala sobre a mudança na distribuição.

DISTRIBUIÇÃO  
pág. 20-22



‘Proudly Portugal’

Campanha para promover Portugal enquanto destino turístico para o segmento LGBTI vai ser lançada em breve.

DESTINOS  
pág. 16-19

**Newhotel**  
Software

VISIT US!  
Stand: TT330  
Book a meeting!

**wtm**  
LONDON  
4-6 November 2019

www.newhotel.com

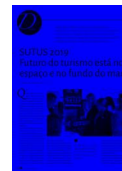
**AVIS**

APRESENTAMOS  
O NOSSO LADO  
MAIS ECO

- ✓ VIATURAS COM BAIXAS EMISSÕES
- ✓ KILOMETRAGEM ILIMITADA
- ✓ ALUGUERES FLEXÍVEIS: UM DIA OU LONGA DURAÇÃO
- ✓ QUALIDADE AVIS

WE TRY HARDER  
800 20 10 02 | AVIS.COM.PT





Marbella recebeu, a 23 e 24 de setembro, a primeira conferência dedicada ao turismo espacial e subaquático, segmentos de luxo que estão em desenvolvimento, mas que contam com um imenso potencial e para os quais não falta procura.

# SUTUS 2019

## Futuro do turismo está no espaço e no fundo do mar

Inês de Matos / imatos@publitis.pt\* • Fotos: DR

Quando, em 2004, o fundador da Virgin, Richard Branson, lançou a Virgin Galactic e se propôs levar os primeiros turistas ao espaço, muitos pensaram que se tratava de uma ideia mirabolante do excêntrico empresário britânico. Mas, com o passar dos anos, a ideia ganhou forma e, hoje, há já várias empresas que trabalham para este objetivo, que é visto como uma oportunidade para o setor turístico, tendo em conta o seu imenso potencial.

E foi justamente para falar sobre turismo espacial, fazendo o ponto de situação e demonstrando o seu potencial, que a escola internacional de hotelaria Les Roches Marbella promoveu, a 23 e 24 de setembro, a primeira edição da SUTUS – Space & Underwater Tourism Universal Summit. A iniciativa, que reuniu nas instalações da escola em Marbella, Espanha, 15 oradores provenientes dos cinco continentes, abordou também o turismo subaquático, pois, tal como o espaço, também o fundo do mar continua a ser um



mistério para o Homem. Como referiu Carlos Díez de La Lastra, diretor geral da Les Roches Marbella, logo no início da SUTUS, o turismo tem, hoje, novas fronteiras, mas “o espaço e o mundo subaquático ainda estão por descobrir”, o que representa uma oportunidade para o setor, especialmente para o segmento de luxo que, referiu mais tarde, cresce



“O espaço e o mundo subaquático ainda estão por descobrir”, Carlos Díez de la Lastra

7% a 8% ao ano e no qual “86% dos clientes aceitaria pagar mais por uma melhor experiência”. “Queremos liderar esta nova área do turismo e que este evento se torne numa referência mundial”, acrescentou.

Ao longo de dois dias, falou-se de foguetões e robots espaciais, de planos para abrir hotéis na Lua, astronautas e até de viagens ao espaço sem





bilhete de volta, mas também do mar e das relíquias que o fundo dos oceanos guarda, dos novos submarinos e, acima de tudo, do potencial que tanto o turismo espacial como o subaquático têm, já que, a exemplo da aviação, que começou como um produto de luxo, também estes dois segmentos se deverão democratizar, à medida que a oferta aumentar.

### Avanços e desafios

Grande parte da SUTUS foi dedicada ao espaço e às inovações que permitem sonhar com o dia em que será possível levar turistas além da Terra. E, apesar desse dia parecer estar cada vez mais perto, ainda há desafios a ultrapassar. Tony Gannon, vice-presidente de investigação e inovação da Space Florida, agência norte-americana de desenvolvimento aeroespacial, de onde têm saído algumas das principais inovações que estão a animar a corrida espacial, como os foguetões de nova geração,



● Nancy Vermeulen, fundadora da Space Training Academy

começou por alertar a assistência para algumas das desvantagens das viagens espaciais. “Estão dispostos a ir à lua e passar uma semana sem tomar banho?”, questionou, lembrando que os foguetões não têm duche, nem outras comodidades a que estamos habituados enquanto turistas

e defendendo, por isso, que a grande vantagem destes veículos não se destina ao espaço, mas sim à Terra. “Uma das maiores inovações vai ser o transporte ultra-rápido entre continentes”, considerou.

Mas os avanços tecnológicos não estão apenas a ser usados no transporte, como explicou Arthur Paoletta, cientista sénior da Harris, empresa que está, desde sempre, ligada à exploração espacial, que deu o exemplo da impressão 3D. “Esta tecnologia é usada para vários fins, incluindo produtos aeroespaciais, como os travões dos Rovers [veículos de exploração espacial, usados para percorrer a superfície de um planeta]”, explicou. Além destes veículos, a impressão 3D poderá ser ainda usada para construir habitats na Lua e a partir de material extraído da superfície lunar, uma vez que permite “imprimir tijolos e, com isso, construir casas”. Mas, tal como os foguetões, também a impressão 3D está ainda em testes, para se co-



● Tony Cannon, vice-presidente de investigação e inovação da Space Florida



● Carlos Díez de La Lastra, diretor geral da Les Roches Marbella

nhecer a resistência dos materiais no espaço. “Têm de sobreviver ao lançamento, à viagem e também à exploração. Há ainda uma série de coisas a fazer para que esta tecnologia possa ser usada no espaço”, acrescentou.

### Alojamento

A Harris está a testar os materiais para a construção de alojamento no espaço, mas já existem opções disponíveis, a exemplo da Estação Especial Internacional, que já “está aberta para o turismo”, como referiu Sam Scimemi, diretor da Estação Espacial Internacional na sede da NASA, que começou a sua intervenção a listar as vantagens e desvantagens do espaço. “Não há mosquitos, nem moscas e a temperatura não muda, mas não há praia, céu, nem ‘room service’. São coisas importantes para muitas pessoas em férias”, brincou, alertando que não estava ali para vender nada a ninguém, pois “o espaço vende-se sozinho, mas é muito caro”.

Além da Estação Espacial Internacional, os turistas espaciais vão também poder contar com alojamento na Lua em breve, como revelou Bernard Foing, da Agência Espacial Europeia (ESA) e responsável do International Lunar Exploration Group, que começou a sua intervenção a dizer que a ESA quer “levar toda a gente à Lua”, estando, para isso, a realizar várias pesquisas. “Há uma frota em volta da Lua para estudar tudo sobre a Lua

e que junta várias nacionalidades”, explicou, revelando que, nas primeiras missões realizadas foi encontrado gelo na Lua, o que permitiria até “construir um oásis”, ainda que o primeiro passo deva passar pela construção da Moon Village, uma estação permanente na Lua, que poderá estar operacional em 10 anos e que deverá contar com Smart-habitats com recurso à tecnologia. Neste momento, os equipamentos, nomeadamente robóticos, estão a ser testados junto ao vulcão Vesúvio e, se tudo correr como esperado, é possível que os bilhetes para viagens à Lua, e mais tarde a Marte, possam começar a ser vendidos em 2025. Para mais tarde ficará outra das ideias defendidas por Bernard Foing e que passa por adaptar os túneis de lava que existem na Lua, e que são “10 ou 15 vezes maiores que os da Terra”, ao turismo. “Estes túneis podem ser aproveitados para o turismo, seja para hotéis, shoppings ou outras infraestruturas”, defendeu.

### Viagens

Mas, para ir ao espaço é necessário treino, os astronautas têm de resistir a forças G e estar conscientes dos desafios que vão encontrar. E não existem assim tantos locais para treinar, motivo pelo qual Nancy Vermeulen, fundadora da Space Training Academy, aceitou o desafio de Richard Branson para criar um programa de treino para astronautas privados, que

## Curiosidades

### Moon Village

*Primeira base permanente na Lua, poderá estar operacional em 10 anos.*

### MUSAS

*Museu Subaquático que está a ser criado ao largo da costa de Nápoles, em Itália.*

### Pisces VI

*Submarino tripulado, com capacidade para transportar cinco turistas, que vai realizar a primeira viagem turística à Antártica.*

tem vindo também a preparar candidatos a turistas espaciais. “Como no passado, depois da II Guerra Mundial, quando só os países mais ricos iam ao espaço, também o turismo espacial é para as pessoas muito ricas”, afirmou Nancy Vermeulen, explicando que o seu programa completo tem um custo de 15 mil euros, ainda que seja possível ter uma experiência por três ou quatro mil euros, realizando um voo espacial sem gravidade. “Há todo o tipo de interesse e de pessoas com diferentes backgrounds”, acrescentou, explicando que a procura por estes voos vai desde CEO's de empresas que vão fazer sessões de team-building, a pessoas mais velhas que gostariam de ser turistas espaciais mas sabem que não vão viver para assistir à democratização das viagens, mas também estudantes que querem saber mais sobre o espaço e pessoas muito ricas, que já têm “bilhete para o espaço, mas querem treinar mais para estar preparadas”. E, segundo a responsável, “o treino é necessário porque estas pessoas pagam muito dinheiro para não aproveitarem a experiência por estarem nervosas ou com medo”.

Por enquanto, estas são experiências acessíveis só a turistas muito ricos, já que as viagens da Virgin Galactic, por exemplo, rondam os 180 mil euros, mas Nancy Vermeulen acredita que a sua democratização é uma questão de tempo. “É normal que seja caro no





início, tudo o que é novo é caro, depois torna-se mais acessível”, à medida que a oferta aumenta. “A Virgin Galactic apostou em pequenas naves e chegou aos primeiros viajantes. Depois, também o Elon Musk começou a construir foguetões que podem transportar até 100 passageiros”, lembrou.

E também Ana Bru, CEO da Bru&Bru Exclusive Travel Design, agência oficial da Virgin Galactic em Espanha, acredita que as viagens estão para breve, apesar de estar, desde 2007, em treino. “Passaram 11 anos, mas espero, em algum momento, ir ao espaço”, revelou, explicando que estas viagens não são para ir à Lua, apenas ao espaço e que ela própria se inscreveu para saber o que estava a vender. “Só vendo aquilo que experimento”, garantiu.

Houve ainda tempo para ouvir Angel Jané, único espanhol selecionado para ir a Marte sem bilhete de volta, no Mars One Projet, que espera viajar em 2031 e que se mostra entusiasmado com a ideia, até porque, afirmou, os “descobridores também não sabiam o que os esperava, mas foram valentes. Agora, acontece a mesma coisa”.

### Turismo subaquático

A parte final da SUTUS foi dedicada ao turismo subaquático, que não é tão sonante quanto o espacial, mas que está também a conhecer avanços de relevo. E foi por esta comparação com o espaço que começou Javier Noriega, presidente do Cluster Marítimo Marino da Andaluzia, que junta 72 empresas de turismo náutico, ao sublinhar que o mar “é mais desconhecido que o universo”. “Tal como no espaço, também no mar apenas os primeiros 200 metros são visíveis, é um mundo desconhecido mas fascinante”, afirmou, defendendo que o turismo subaquático tem grande potencial na Andaluzia, opinião partilhada por José António Moya, jornalista e professor da Universidade de Alicante, que deu a conhecer os planos para criar um museu subaquático e colocar ao serviço do turismo os achados existentes, como o navio romano naufragado perto de Benidorme, que é monu-

mento nacional desde 2014. “É uma oportunidade única de visita porque está a apenas 25 metros de profundidade”, considerou.

Tal como a Andaluzia, também Nápoles, em Itália, tem um rico património submerso, como a cidade romana de Baia, afundada pelo vulcão Vesúvio, sobre a qual falou Michele Stefanile, arqueólogo subaquático da Università Degli Studi di Napoli L'Orientale, que explicou que, em 2002, foi criado um parque para investigar e proteger esses achados, estando agora a ser criado um museu subaquático, o MUSAS, para permitir visitas turísticas.

Nos EUA, as visitas turísticas subaquáticas estão perto de ser uma realidade, segundo Scott Waters, project manager da Pisces VI Submarine, que constrói submergíveis e realiza visitas turísticas para financiar expedições científicas. “O turismo é a principal fonte de receita e é uma forma de tornar as profundezas dos oceanos acessíveis a pessoas comuns”, afirmou.

A experiência da Pisces VI Submarine no turismo é ainda curta, as visitas só estão disponíveis desde o início do ano e o submarino da empresa, o Pisces VI, está ainda em testes no Canadá, o que acontece até final do ano, seguindo-se a primeira visita, que tem a Antártica como destino e conta com cinco turistas. Os preços é que não são para todos: a viagem de 25 dias custa 50 mil euros, mas é possível fazer um mergulho de um dia por 12 mil euros.

Scott Waters foi o último orador da SUTUS 2019, evento que tem continuidade assegurada, com Carlos Díez de La Lastra a afirmar, no encerramento, que a cimeira foi “um primeiro passo para uma bonita viagem de exploração” e revelando que escola está “já a trabalhar no segundo passo”, devendo a SUTUS voltar a decorrer em 2020, por ocasião do Equinócio de outono, cujos efeitos se sentem tanto na água como no espaço. **P**

*\*A jornalista viajou a convite da  
Les Roches Marbella*



## 08 - Destinos

Turismo Espacial e  
Subaquático





Directora: Carina Monteiro • Ano XLVII • Periodicidade: Quinzenal • Preço: 7,00 euros • Uma publicação PUBLITURIS (AVO) S.A.

PUBLITURIS

# Turistas na lua

POTENCIAL DO TURISMO ESPACIAL  
E SUBAQUÁTICO FOI DISCUTIDO EM MARBELLÁ.

pág. 08-13

o jornal da indústria do turismo • www.publitoris.pt • desde 1968

1403 - 11 outubro 2019

## Dossier

### CRUZEIROS

As novidades das companhias com representação em Portugal e o balanço da atividade em 2019.



### Os desafios do Surf

Sustentabilidade impõe-se como principal meta para este produto turístico.

DESTINOS  
pág. 12-14



### Travelport debate futuro em Veneza

Novo CEO Greg Webb apresenta-se junto de parceiros europeus e fala sobre a mudança na distribuição.

DISTRIBUIÇÃO  
pág. 20-22



‘Proudly Portugal’

Campanha para promover Portugal enquanto destino turístico para o segmento LGBTI vai ser lançada em breve.

DESTINOS  
pág. 16-19

**Newhotel**  
Software

VISIT US!  
Stand: TT330  
Book a meeting!

**wtm**  
LONDON  
4-6 November 2019

www.newhotel.com

**AVIS**

APRESENTAMOS  
O NOSSO LADO  
MAIS ECO

- ✓ VIATURAS COM BAIXAS EMISSÕES
- ✓ KILOMETRAGEM ILIMITADA
- ✓ ALUGUERES FLEXÍVEIS: UM DIA OU LONGA DURAÇÃO
- ✓ QUALIDADE AVIS

WE TRY HARDER  
800 20 10 02 | AVIS.COM.PT



O país lidera como destino turístico gay-friendly o Spartacus Gay Travel Index e aponta estratégias para atrair mais turistas LGBTI.

# Portugal reforça posição como destino LGBTI

Raquel Relvas Neto / rneto@publitis.pt • Fotos DR



**D**esde o início de 2019, que Portugal lidera como destino gay-friendly o Spartacus Gay Travel Index e o Turismo de Portugal estima que o país receba, anualmente, cerca de dois milhões de hóspedes LGBTI – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgéneros e Intersexuais. É sabido também, segundo estudo da Organização Mundial do Turismo realizado em conjunto com a ILGTA – International Gay and Lesbian Travel Association (sigla, em inglês), que este segmento

de mercado é reconhecido por viajar com mais frequência e demonstrar padrões de gastos acima da média, tornando-se assim um nicho de mercado apetecível.

Mas qual a estratégia de Portugal para atrair mais turistas LGBTI? Segundo o Turismo de Portugal (tdP), na definição da Estratégia Turismo 2027 ficou claro que um dos principais objectivos é “posicionar o destino como líder do Turismo do futuro”. Para tal, indica o instituto público, “pretendemos contribuir para a diversificação da procura turística jun-



“A campanha ‘Proudly Portugal’ promove eventos de interesse para a comunidade LGBTI”, Turismo de Portugal

to de novos mercados e segmentos, impulsionando a atividade turística ao longo de todo o ano e posicionando o Turismo como ‘hub’ para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território”. Assim a promoção tem como foco posicionar Portugal como “um país inclusivo, aberto e ligado ao mundo, que recebe bem todos quanto o visitam”, independentemente do seu género. Uma das apostas, à semelhança do que o TdP está a fazer para outros segmentos de mercado, passa pela “identificação dos canais e

»»





»»

das oportunidades mais adequadas para chegarmos a esta comunidade". Um desses canais são as parcerias com as associações do setor, do qual a Associação Variações – Associação de Comércio e Turismo LGBTI de Portugal é exemplo. Esta parceria, com a associação que promove atividades relacionadas com a produção, transmissão e fornecimento de bens e serviços vocacionados para este segmento, tem servido para desenvolver ações e iniciativas como a presença em feiras e a realização de conferências e congressos. Mas não só. Este ano, o TdP apoiou o "desenvolvimento da campanha 'Proudly Portugal', que promove eventos de interesse para a comunidade LGBTI, apresenta Portugal como um potencial destino para casamentos, promove sinergias entre negócios LGBTI e ajuda os negócios locais a adotar uma linguagem e comunicação mais inclusivas, contribuindo para apresentar e promover Portugal como destino de excelência no segmento". É assim que surge a plataforma digital [www.proudlyportugal.pt](http://www.proudlyportugal.pt), que também tem uma aplicação para telemóveis, onde se encontram vídeos



promocionais, visitas de imprensa específicas e participação em feiras internacionais. Em 2019, por exemplo, está assegurada a presença na Proud Experiences, um certame que decorre em Nova Iorque, nos Estados

Unidos da América, direcionado a este segmento.

### **Caminho a percorrer**

Apesar do trabalho feito e das distinções, Daniel Vieira Silva, diretor

## Axel Hotels escolhe Portugal para hotel LGBTI

No próximo ano, a cadeia hoteleira espanhola Axel Hotels vai abrir a sua primeira unidade hoteleira em Portugal, concretamente na Madeira. Esta é a primeira cadeia de hotéis do mundo dirigida ao coletivo LGBTQ+.

A Axel Hotels nasceu com a sua primeira unidade em Barcelona, concretamente com o Axel Hotel Barcelona que se tornou a 'flagship' da empresa e que deu início a um projeto que evoluiu para uma cadeia hoteleira, que se encontra "em plena expansão internacional". Albert Olivé, Chief Executive Officer da Axel Hotels, explica que as principais características das unidades do grupo é que "são espaços cosmopolitas com o melhor ambiente e um ponto de encontro da comunidade LGBTI a nível internacional, onde a diversidade e o respeito são os nossos principais valores". Assim, a Axel Hotels conta com hotéis "concebidos, desenvolvidos e desenhados para o público LGBTQ+, mas abertos a todo o mundo, por isso a nossa filosofia é 'We are Heterofriendly', porque todos são bem-vindos".

Questionado sobre a escolha de Portugal, concretamente, a Madeira para receber uma unidade da cadeia hoteleira, Albert Olivé considera que Portugal é um país "com uma mentalidade aberta, tolerante e acolhedora que dá as boas-vindas a diferentes culturas", além de ser um país "muito rico em história e cultura, enormemente focado no turismo e com uma ampla proposta de lazer muito diversa e para todo o tipo de público". Com o novo hotel na Madeira, "o público habitual da Axel Hotels terá a oportunidade de desfrutar de uma proposta de lazer diferente envolta num ambiente relaxante e de natureza, com a possibilidade de realizar atividades mais focadas no wellness e num estilo de vida saudável". "Sem dúvida, a presença da Axel Hotels na Madeira aportará à ilha um turismo cosmopolita e de qualidade", considera.

Tendo em conta a experiência da Axel Hotels, Albert Olivé considera que um país que tenha como objetivo atrair o público LGBTI deve "propor, a partir da sua delegação ou Ministério do Turismo, um plano de ação e promoção internacional focado neste segmento e investir parte do seu orçamento do Turismo em ações promocionais destinadas a atrair este grupo, bem como desenvolver um plano de infra-estruturas e serviços nos próprios destinos que estejam dirigidos ao público LGBTI e o tipo de lazer que o coletivo requer para preencher as suas necessidades quando viajam e que se sintam bem recebidos".

executivo da Variações explica ao Publituris que Portugal é ainda “um mercado pouco percebido” enquanto destino turístico LGBTI. É neste sentido que o responsável considera que “ainda há trabalho a fazer, pois a oferta ainda é escassa”. “Sentimos que, apesar da cidade de Lisboa já constar nas referências de cidades mais LGBTI+ friendly, o resto do mercado nacional ainda está com atraso na oferta especializada para este tipo de target. Mas sabemos que estamos no bom caminho, uma vez que vários dos nossos associados estão a fazer fortes investimentos de expansão, nomeadamente em regiões como Algarve, Madeira e Porto”, refere.

A nível promocional, Daniel Vieira Silva indica que está a ser finalizada a campanha ‘Proudly Portugal’, apoiada, como referido, pelo Turismo de Portugal, e que será o principal meio de comunicação do país para o exterior no que concerne ao

público LGBTI.

“Não só terá um directório nacional dos “players” privados com oferta LGBTI ou LGBTI friendly, como será um meio media de comunicação e de criação de conteúdos SEO que posicionem o país no segmento”. Esta campanha está prevista ser lançada no próximo mês de novembro e vai ser através desta que a Variações vai estar presente nas principais feiras internacionais de turismo, nomeadamente na FITUR Gay, ITB lgbt, Conferência da IGLTA, entre outras.

No que refere à oferta existente no país, para o responsável é “necessário que os hotéis preparem e formem o seu staff para agir com naturalidade e disponibilidade para este target, como também é necessário a abertura de novos estabelecimentos especializados para este segmento”.

“Não ter receio de criar tours, atividades ou oferta assumidamente



“Sentimos que, apesar da cidade de Lisboa já constar nas referências de cidades mais LGBTI+ friendly, o resto do mercado nacional ainda está com atraso na oferta especializada”,  
Daniel Vieira Silva



LGBTI. Mas para isso é necessário envolver aqueles que conhecem o mercado e as necessidades do turista LGBTI, isto é, pessoas que sejam assumidamente LGBTI. Ter políticas de diversidade e de inclusão nas equipas de marketing de pessoas LGBTI é fundamental para o sucesso dessas campanhas”, recomenda.

É exactamente um hotel focado para este segmento que vai surgir na ilha da Madeira no próximo ano. A cadeia hoteleira espanhola Axel Hotels (ver caixa) tem a sua oferta especialmente vocacionada para o hóspede LGBTI e o Funchal vai ser assim o primeiro destino nacional a ter o primeiro hotel com uma aposta assumida neste segmento. O quatro estrelas, que vai ser hétero firendly, vai apresentar 88 quartos, distribuídos por dois edifícios contíguos, e disponibiliza restaurante, fitness & spa, rooftop com piscina, solário e lounge. **P**



Directora: Carina Monteiro • Ano XLVII • Periodicidade: Quinzenal • Preço: 7,00 euros • Uma publicação PUBLITURIS / AVOX / AVOX / AVOX

PUBLITURIS

P

# Turistas na lua

POTENCIAL DO TURISMO ESPACIAL  
E SUBAQUÁTICO FOI DISCUTIDO EM MARBELLÁ.

pág. 08-13

o jornal da indústria do turismo • www.publitis.pt • desde 1968

1403 - 11 outubro 2019

## Dossier

### CRUZEIROS

As novidades das companhias com representação em Portugal e o balanço da atividade em 2019.



### Os desafios do Surf

Sustentabilidade impõe-se como principal meta para este produto turístico.

DESTINOS  
pág. 12-14



### Travelport debate futuro em Veneza

Novo CEO Greg Webb apresenta-se junto de parceiros europeus e fala sobre a mudança na distribuição.

DISTRIBUIÇÃO  
pág. 20-22



Campanha para promover Portugal enquanto destino turístico para o segmento LGBTI vai ser lançada em breve.

DESTINOS  
pág. 16-19

VISIT US!  
Stand: TT330  
Book a meeting!

4-6 November 2019

www.newhotel.com

APRESENTAMOS  
O NOSSO LADO  
MAIS ECO

- VIATURAS COM BAIXAS EMISSÕES
- KILOMETRAGEM ILIMITADA
- ALUGUERES FLEXÍVEIS: UM DIA OU LONGA DURAÇÃO
- QUALIDADE AVIS

WE TRY HARDER  
800 20 10 02 | AVIS.COM.PT



## New public consultation over tourism project overlooking Alvor estuary

**PLANS** || A new period for public consultation opened last Friday on the rural tourism project proposed for Quinta da Rocha – the environmentally protected estate overlooking Alvor estuary sold 13 years ago to a developer intent on creating a VIP tourist resort by the now disgraced art mogul Joe Berardo.

Berardo purchased Quinta da Rocha (in the late 90s) for a reported €2 million.

The 200-hectare site then changed hands, apparently for more than seven times that amount – and there followed a vicious battle between new owner Aprígio Santos and environmental groups determined the property's precious marshland areas should remain intact.

The battle played out in the courts, with judges eventually ruling in favour of environmental protection (see story 'Ria de

Alvor eco-battle succeeds' at [portugalresident.com](http://portugalresident.com)).

But since then various attempts to create 'new plans' have been put forward, the last – in May this year – described by dissenters as "a Trojan Horse" and "wolf in sheep's clothing" (see story 'Campaigners launch new environmental battle to preserve Alvor's threatened Quinta da Rocha' at [portugalresident.com](http://portugalresident.com)).

Water View, the new owning company – still linked to Aprígio Santos – has 'reformulated' the proposals on the request of the CCDR (Algarve commission for coordination and redevelopment), which has now given the public just 10 days to consider them and make comments.

The new documents can be found on the 'participa' portal (search 'Empreendimento Turístico em Espaço Rural (TER)

– Quinta da Rocha') and the CCDR's own site. They involve a one-page 'edital' (public notice) and a 113-page report on what Water View calls 'additional measures of (environmental) minimisation'.

Veteran campaigners are 'studying' the text, affirming: "We remain determined to fight the plans if the various priority conservation limitations imposed by the Portuguese government and EU are not acknowledged."

Aprígio Santos' original plan for Quinta da Rocha – involving two luxury hotels, two tourist villages and a VIP beach – has come a long way since 2006: it is now down to a small hotel and nine country houses, with a total of 64 beds.

Aprígio Santos and his property empire have also come a long way in the intervening years, registering debts according to some newspapers of up to €600 million.





## New public consultation over tourism project overlooking Alvor estuary II P12



# Two of world's top 10 golf courses are in Portugal

**LIST ||** Two of the world's top 10 golf courses are in Portugal.

The latest line-up published by golfing magazine *Golf World* puts the Algarve's Monte Rei Golf & Country Club in fourth place and Troia Golf in slot number eight.

The ranking was a particular boon for Troia Golf which has leapt nine places since last year.

The blurb adds that Monte Rei's North course is "soon to be joined" by a second Jack Nicklaus Signature course, Monte Rei South.

Every hole in the existing

course is described as "a design triumph", offering a unique challenge and spectacular views.

The course has been a long-time fixture in *Golf World's* Top 100 courses, which includes eight other Portuguese names: West Cliffs and Praia D'El Rey in Óbidos (positions 17 and 44, respectively), the Algarve's Quinta do Lago (29) and Palmares Golf Course (31) and Cascais' Oitavos Dunes (51).

National golfing resorts are also in the ranking: Penha Longa in Sintra (80), Vilamoura Old (82) and Quinta do Lago (97).

For fans who want to know the 'best course in Europe' this year, the title has been awarded to Morfontaine in the village of the same name in France.

*Golf World's* annual ranking covers six categories: design quality, configuration, playability, presentation, memorability and consistency of the hole.

Says the magazine, more than 20 European countries are represented in this year's ranking, which is a first, breaking with the past when the line-up was "dominated by Spanish, Portuguese and French courses".



Monte Rei Golf & Country Club



# ALGARVE resident

www.portugalresident.com

30 years  
1989-2019

The Algarve's favourite weekly read since 1989

VOL. 30 #41 | €1.50 Weekly newspaper THURSDAY, OCTOBER 10, 2019 Publisher: Bruce Hawker



## From old bike to super bike

An environmentally-conscious father-of-two with a love of Portugal has planned a charity ride from the UK to Sagres on an old battered bike he revamped. P14

## New hope for Alagoas Brancas

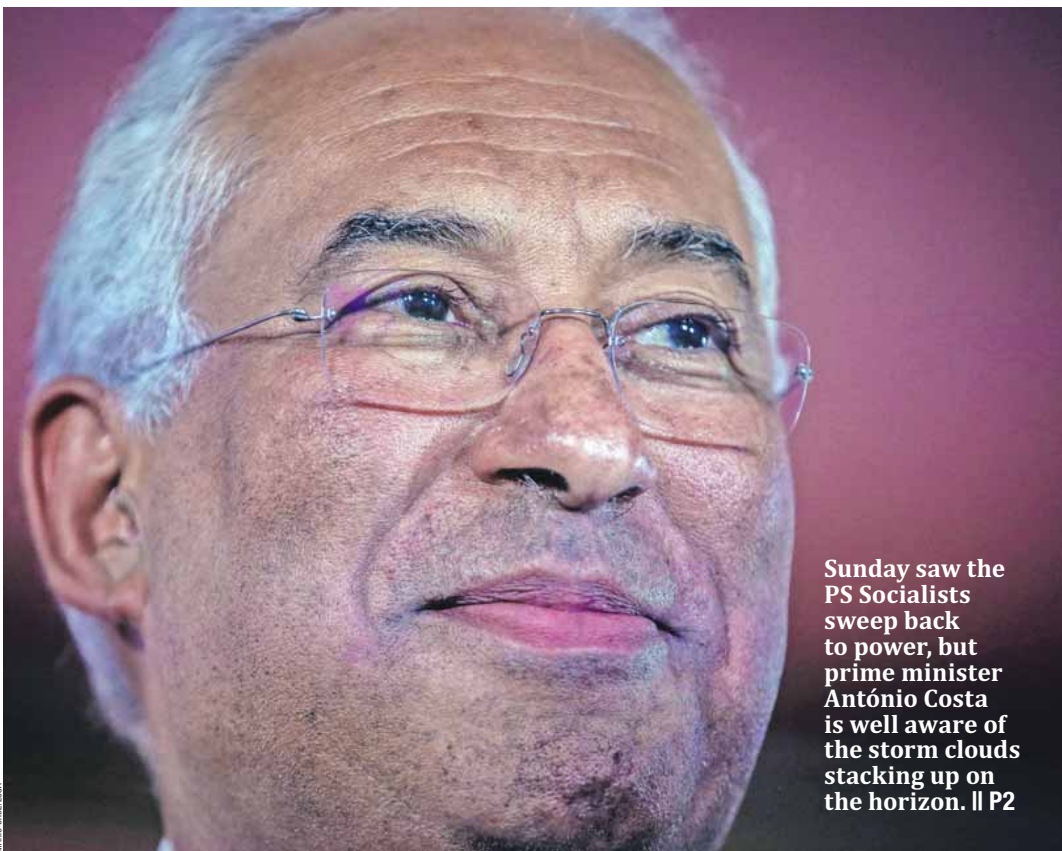
A chink of light has appeared in the campaign to save Alagoas Brancas, Lagoa's freshwater lagoon, as a public discussion on the PDM is to open for a period of 45 days. P12

## Water crisis in East Algarve

Communities in the north-eastern Algarve are having to be supplied water by tanker trucks as dams are reducing in size by the day, down to 22% of their capacity. P12

**Intermarché**  
EVERYDAY, THE BEST AND THE CHEAPEST  
**TOGETHER WE SAVE**

# BITTERSWEET VICTORY



Sunday saw the PS Socialists sweep back to power, but prime minister António Costa is well aware of the storm clouds stacking up on the horizon. P2

## Top golf courses

Algarve's Monte Rei Golf & Country Club and Troia Golf feature on a list of the world's top 10 golf courses published by Golf World magazine. P54



## Garden fair moves to Fissul

The Mediterranean Autumn Garden Fair will be held over two days, on October 26 and 27, at a new venue, the Fissul Exhibition Centre in Silves. P20

## Golden glamour for special event

ACCA's annual charity event in aid of unprivileged children in the Algarve will this year take the form of a "Golden, Glamour & Glitz Gala" to be held in November. P18

**Blip expo** 2019  
Better living in Portugal  
love it... live it!

**THIS WEEKEND**

AT  
PORTIMÃO ARENA

**12 & 13**  
OCTOBER



**4-PAGE  
PULL OUT  
INSIDE**

## Jazz nas Adegas recomeçou com sessão itinerante sobre o património de Silves

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	12/10/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=736abee1>

O Jazz nas Adegas está de regresso para a sua quarta edição e começou, no dia 5 de outubro, com uma sessão diferente e itinerante, que permitiu aos participantes conhecerem e desfrutarem do património histórico e monumental da antiga capital do Algarve. Feel Good Band foi o convidado musical que, ao longo do percurso por diversos locais importantes da cidade, conduziu musicalmente uma viagem na qual o jazz visitou Silves.

O público deslocou-se em três grupos organizados e guiados por trajetos diferentes, que passaram pela Praça Al-Muthamid, Castelo de Silves e Museu Municipal de Arqueologia de Silves, culminando no Teatro Mascarenhas Gregório, onde se assistiu ao concerto final. Em todos os pontos de paragem houve degustação de vinhos de produtores do concelho de Silves e momentos musicais, o que fez desta uma sessão especial e diferente.

A Feel Good Band, composta por Rui Silva (saxofone alto), Paulo Raminhos (saxofone alto), Pedro Sousa (saxofone tenor), Eveline Sakkers (saxofone barítono), Govert Sakkers (baixo elétrico), Paulo Franco (baterista) e Carlos Shaka Santos (guitarra e direção musical) apresenta um repertório constituído por temas que vão desde a Pink Panther até Tequila, I Feel Good passando por Stolen Moments e Sidewinder ou Misty pautando as suas atuações por um ambiente descontraído e cheio de ritmo e groove. É formada por alunos da classe de combos da Associação Filarmónica de Faro - AFF.

O Jazz nas Adegas é organizado pela Câmara Municipal de Silves e integra, mais uma vez, a programação cultural do 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.

Texto: Daniel Pina | Fotografia: Daniel Pina

Leia a reportagem completa em:

[https://issuu.com/danielpina1975/docs/algarve\\_informativo\\_\\_222](https://issuu.com/danielpina1975/docs/algarve_informativo__222)

Daniel Pina



## Mais de 400 iniciativas culturais na quarta edição do Festival 365 Algarve

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 12/10/2019

Melo: Sapo Online - Sapo 24 Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=e6e54445>

A quarta edição do programa 365 Algarve apresenta entre outubro e maio de 2020 mais de 400 iniciativas culturais, que incluem 50 espetáculos de teatro, 100 concertos e outras tantas ações relacionadas com o património da região.

A quarta edição do programa 365 Algarve apresenta entre outubro e maio de 2020 mais de 400 iniciativas culturais, que incluem 50 espetáculos de teatro, 100 concertos e outras tantas ações relacionadas com o património da região. nacional Lusa nacional/mais-de-400-iniciativas-culturais-na-quarta\_5da1932f4c15326176a85048 O programa, destinado a promover a região na época baixa, vai levar a diversos pontos da região uma série de iniciativas culturais, entre espetáculos de música, de artes performativas, poesia e, pela primeira vez, um Festival da Comida Esquecida. A 19 de outubro, em Silves, tem início o Festival da Comida Esquecida, com um "piquenique de charme" em que serão recriados hábitos alimentares de meados do século XX, quando muitos algarvios se reuniam em piqueniques no campo. Segundo a organização, a experiência começa com um pequeno percurso interpretativo para dar a conhecer a identidade do lugar e conta com a participação de acordeonistas e bailarinos de folclore, que irão dançar o corridinho algarvio. Entre 17 e 20 de outubro, o Espaços Multiusos de Aljezur recebe a companhia francesa Cheptel Aleikoum, que apresenta o espetáculo de novo circo aéreo e cantado "Les Princesses". Partindo do imaginário dos contos de fadas tradicionais, e adaptando-os aos nossos dias, "Les Princesses" é simultaneamente o espetáculo de inauguração da nova temporada do projeto "Lavar o Mar", que decorre em Aljezur e em Monchique. Também no dia 17 tem início a 9.ª edição do Festival Verão Azul que, até 02 de novembro, leva ao Algarve nomes internacionais nas artes performativas contemporâneas. A edição deste ano repete ainda o programa Jazz nas Adegas, que apresenta concertos complementados com provas de vinho do anfitrião e tapas feitas com produtos regionais. A 18 de outubro tem início o V Festival Internacional de Poesia a Sul, em Olhão, que se realiza em bares, galerias de arte, sociedades recreativas, barcos, e também nos mercados de Olhão, ruas e tascas. A programação inclui também ações no património, como é o caso do espetáculo "(A)prender-me no Algarve", um ciclo que inclui uma visita encenada aos locais e que arranca hoje nas ruínas megalíticas de Alcalar, em Portimão. O programa cultural 365 Algarve realiza-se desde 2016 e é uma iniciativa das Secretarias de Estado da Cultura e do Turismo, com financiamento do Turismo de Portugal e execução da Região de Turismo do Algarve. MAD // TDI Lusa/Fim

12 de Outubro de 2019, às 09:36

## V Encontro de Poesia acontece em Olhão

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 13/10/2019

Melo: Algarve Marafado Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=1579d70c>

Olhão acolhe o V Encontro Internacional Poesia a Sul, certame organizado pela autarquia e apoiado pelo programa 365 Algarve. Decorre até dia 27 e trás poetas oriundos de vários países. Durante 10 dias haverá partilha de saberes e experiências com o público em mais de meia centena de atividades. Na edição nº 5 do Poesia a Sul, evento municipal comissariado desde a primeira hora pelo poeta e advogado olhanense Fernando Cabrita, celebra-se o bicentenário do nascimento do poeta Walt Whitman e o centenário dos nascimentos de Sophia de Mello Breyner Andresen, Laurence Ferlinghetti e Jorge de Sena. A Biblioteca Municipal José Mariano Gago acolhe, no dia 18, o início de um programa recheado de iniciativas: o espetáculo de abertura terá lugar às 17h00 com Nanook e Rogério Cão, seguindo-se a inauguração (18h00) com a presença de entidades oficiais, poetas e artistas convidados. A biblioteca olhanense acolhe também a apresentação da nova coleção de autores Poesia a Sul - Edifício Nautilus, de Inma Luna, Ventos, de Chi Trung e Missa Branca, de Fernando Cabrita. Será também inaugurada ainda uma exposição coletiva de pintura e desenho de Michael Augustin, Hans Wap, Tineke Storteboom e Paulo Gago havendo lugar a um jantar de homenagem aos poetas que se celebram nesta edição, ao qual se segue poesia nos bancos de jardim da Avenida da República. A noite de 18 de outubro continua na Re-Criativa República 14, às 22h30, quando se realizará a geminação do Poesia a Sul com o Festival de La Lyre Emigrée (Rússia), Edita - Festival Ibero-americano de la Edición, la Poesia y las Artes (Espanha) e com a Fundação Pierre le Grand (Bélgica/Rússia). Aqui será também apresentada a exposição de pintura de Jeffrey Gaylord Carter aos Poetas do Mundo. O Museu Municipal - Edifício do Compromisso Marítimo acolhe, às 23h00, a inauguração das exposições de Jill Stot e de Augusto Thassio S. Gómez De Los Infantes. A primeira noite olhanense dedicada à cultura termina como começa: com poesia e música. Nos nove dias seguintes, o V Encontro Internacional Poesia a Sul oferece mais de meia centena de propostas, entre apresentações de livros, recitais, palestras, declamações de poesia, sessões de cinema, espetáculos musicais, conversas com alguns dos melhores poetas da atualidade a nível mundial ou passeios na Ria Formosa. Para além dos vários palcos existentes na cidade de Olhão - Museu, Biblioteca, Auditório e Mercados Municipais, Ria Formosa, Re-Criativa República 14 ou Sociedade Recreativa Progresso Olhanense -, também as freguesias e as escolas do concelho de Olhão e outros locais do Algarve, do País e até de Espanha recebem a visita da poesia. Assim, também acontecem atividades no âmbito do Poesia a Sul em Faro, Beja, Ilha da Culatra ou Sevilha.

admin2



## Primeiro Piquenique de Charme com Comida Esquecida é em São Marcos da Serra

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 12/10/2019

Melo: Terra Ruiva Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=93fd8ffe>

É na freguesia de São Marcos da Serra que irá decorrer o primeiro Piquenique de Charme, inserido no Festival da Comida Esquecida, que de outubro a maio irá percorrer nove concelhos algarvios.

O primeiro evento será na Azilheira, no dia 19 de outubro. Será um "Piquenique de Charme" à moda dos anos 30, 40, que recupera alguns alimentos "esquecidos" mas servidos num menu elaborado pelo chef Abílio Guerreiro. A experiência inicia com um pequeno percurso interpretativo para dar a conhecer a identidade do lugar e conta com a participação de acordeonistas e bailarinos de folclore, que irão dançar o corridinho Algarvio.

O acesso ao piquenique é limitado e os bilhetes encontram-se à venda na plataforma BOL, por um preço de 20EUR (gratuito para crianças até aos 7 anos).

O Festival da Comida Esquecida é um evento integrado na programação do 365 Algarve e propõe aos visitantes piqueniques inspirados nos anos 30 e 40, experiências culinárias em locais monumentais do Algarve, passeios nas hortas com recolha de alimentos e aulas de cozinha, e uma festa de encerramento dedicada à comida das famílias algarvias.

É promovido pela Cooperativa QRER, sendo uma conceção coletiva das suas cooperantes Barroca, Produtos Culturais e Turísticos e Alexandra dos Santos Design.

Partilhar

FacebookTwitterLinkedin

Terra Ruiva



QUARTA EDIÇÃO DO PROJETO COMEÇA A 17 DE OUTUBRO EM ALJEZUR E MONCHIQUE

# "Lavar o Mar" espalha cultura pelos concelhos desertificados

Cerca de 40 apresentações — que vão deste teatro culinário com direito a jantar até ao novo circo aéreo, passando por músicos acrobatas e um convite para apanhar medronho na serra —, compõem a quarta edição do "Lavar o Mar". Este projeto, de cariz cultural e turístico, arranca a 17 de outubro nos concelhos de Aljezur e Monchique, com o objetivo de combater a sazonalidade e a concentração de eventos nos locais turísticos. Para os autarcas destes dois municípios de baixa densidade populacional, esta é "uma aposta ganha"

&gt; NUNO COUTO

Em plena época baixa do turismo, os concelhos de Monchique e Aljezur vão ser palco, nas próximas semanas, de vários espetáculos culturais capazes de encher pavilhões, mas que se apresentam em locais não convencionais. Trata-se da quarta edição do projeto Lavar o Mar, que foi criado para fazer chegar múltiplas formas teatrais ao alto da serra e à costa vicentina "em movimento contrário à sazonalidade".

A quarta edição, que arranca já no próximo dia 17 de outubro, inclui cinco espetáculos, num total de 39 apresentações que abrangem diversas áreas artísticas, desde o novo circo ao teatro, passando pela música e pela dança.

Os promotores garantem, assim, "mais um ciclo de intensa atividade cultural, entre outubro de 2019 e janeiro de 2020, em territórios de baixa densidade populacional", neste caso em Aljezur e Monchique, que, juntos, totalizam pouco mais de 10 mil habitantes (só o concelho de Portimão, por exemplo, tem mais de 55 mil pessoas...!)

Refira-se que, na última edição do Lavar o Mar, foram contabilizados cerca de 7.900 espetadores nas 44 sessões realizadas (nove espetáculos), muitos deles estrangeiros, o que quase equivale ao total da população dos dois concelhos.

Ou seja, este projeto cultural tem o condão de levar espetáculos aos municípios mais desertificados da região, com o objetivo de combater a sazonalidade do turismo no Algarve e a concentração de eventos apenas nos locais turísticos.

"Este ano contamos novamente com criações novas e únicas, mas também com espetáculos já existentes de

companhias provenientes do estrangeiro, havendo um foco especial na altura da passagem de ano", adiantam os promotores deste projeto, liderado pela cooperativa cultural Cosanostra, dos aljezurense Madalena Victorino e Giacomo Scalisi.

## Público convidado a apanhar medronho na serra

A programação começa no dia 17 de outubro com um espetáculo de novo circo aéreo e cantado: "Les Princesses". O evento, da companhia francesa Cheptel Aleikoum, terá lugar no Espaço Multiusos de Aljezur, entre os dias 17 e 20 de outubro, pelas 21h00, viajando mais tarde até à escola básica de Monchique, entre os dias 24 e 27 de outubro, à mesma hora. Os bilhetes custam 10 euros para os adultos e cinco euros para crianças até aos 11 anos.

Segundo os responsáveis, trata-se de "um espetáculo que humaniza e dessacraliza o mundo mágico dos contos

de fadas infantis", partindo de "uma abordagem atual e adaptada aos dias de hoje, repleta de humor, que mostra as características, os defeitos e vícios que uma princesa (ou um príncipe) teria na atualidade de um ponto de vista pouco correto aos olhos de outrora".

Mais tarde, nos dias 1, 2 e 3 de novembro, será apresentado o espetáculo "Medronho - A Apanha (A Sangrada Família)", com início marcado para as 11h00, no Heliporto de Monchique. Trata-se de uma produção de Giacomo Scalisi que vai levar o teatro a várias destilarias na serra de Monchique e onde o público será convidado a apanhar medronho "como as pessoas da serra de Monchique já fazem há muitas gerações". O preço dos bilhetes é de 10 euros e inclui uma refeição ligeira e provas de medronho.

## Teatro culinário dá direito a jantar com "ementa especial"

A programação continua, entre 28 de novembro e 8 de



O programa arranca com "Les Princesses", um espetáculo de novo circo aéreo e cantado que dessacraliza o mundo mágico dos contos de fadas

dezembro, com "O Presente de César - Quem vai para o mar não volta à terra", uma peça de teatro culinário, de Giacomo Scalisi, que vai ser apresentado primeiramente, entre os dias 28 de novembro a 1 de dezembro, na sede do Rancho Folclórico do Rogil (Aljezur), seguindo depois para a Casa do Povo de Alferce (Monchique), entre os dias 5 e 8 de dezembro, sempre às 19h30. Os bilhetes custam 10 euros e incluem jantar.

De acordo com o autor, este espetáculo consiste na história de César Tróia e da sua família. "Fala do bacalhau, o mais português dos peixes que fala norueguês, das terras de Aljezur e dos bancos da Terra Nova ao largo do Canadá", revela Giacomo Scalisi, adiantando que este espetáculo está integrado no Festival da Batata Doce de Aljezur e é também "um jantar de

bordo com uma ementa especial".

Já entre 27 de dezembro e 5 de janeiro terá lugar o espetáculo de novo circo "Les Dodos", da companhia francesa Le P' Tit Cirk. O evento está marcado todos os dias para as 18h00, na zona do Heliporto de Monchique. Os bilhetes custam 12 euros para adultos e cinco euros para crianças até aos 11 anos.

Este é um espetáculo composto por cinco músicos acrobatas ritmado com música das guitarras, contrabaixo e violino. Finalmente, a programação termina com "Forever, Happily...", da companhia belga Collectif Malunés, que trazem novamente o novo circo a Monchique, entre 27 de dezembro e 5 de janeiro. Os espetáculos, cujos bilhetes custam 12 euros para adultos e cinco para crianças, têm lugar na zona do heliporto e estão marcados para as 21h30.

Este é "um espetáculo que esgota a superficialidade do 'mundo maravilhoso' das princesas, deslocado da realidade, trazendo uma visão moderna, viva e atual, mas também ridícula".

O projeto cultural Lavar o Mar é financiado pelo programa 365 Algarve e pelos municípios de Monchique e Aljezur.

## "Esta tem sido uma aposta ganha"

Para o presidente da Câmara de Monchique, Rui André, "esta tem sido uma aposta ganha". "Continuamos a fazer de Monchique um território criativo e cultural, capaz de atrair pessoas de várias partes do mundo para aqui assistirem a espetáculos e projetos

de muita qualidade", refere o autarca, frisando que "este programa tem também transformado e enriquecido o nosso concelho, em particular, e a nossa região, principalmente no período onde os turistas não nos procuram pelo sol e pela praia, mas por todo um mundo genuíno e verdadeiro que querem conhecer e deixar-se apaixonar".

"Cada vez mais, envolvemos as pessoas e fazemos formação de públicos. E que feliz que fico por isso!", salientou publicamente Rui André.

Já a autarquia de Aljezur, liderada pelo presidente José Gonçalves, também destaca a forte aposta neste projeto de animação cultural, frisando que "o programa do Lavar o Mar é capaz, por si só, de trazer até nós diversos públicos", permitindo assim "conjugação a área cultural com o desenvolvimento económico e o turismo, potenciando a oferta na época baixa e quebrando a sazonalidade".

"Aljezur e Monchique estão unidos pelo território, mas também nesta partilha cultural que evidencia as mais-valias territoriais destas localidades. Este programa traz uma oferta cultural diferenciadora, que desperta a vontade de muitos visitantes em conhecer este projeto mas também os espaços envolventes", realça o presidente da Câmara de Aljezur, rematando que a aposta deste ano passa novamente por "desafiar as pessoas a visitarem locais incomuns e simultaneamente conhecer uma oferta cultural que marca a diferença pela sua irreverência, especificidade, envolvimento territorial e social, mas, sobretudo, pela sua elevada qualidade".



O novo circo regressa a Monchique para um espetáculo singular que terá um foco especial na noite da passagem de ano