

CISION®

PRESS BOOK

Clipping 2019-10-22

CISION®

1. Presidente da APAVT quer da nova SET uma "estratégia para os próximos dez anos", Presstur Online, 21/10/2019	1
2. Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?, Opção Turismo Online, 22/10/2019	3
3. O que nos dirá o futuro?, Opção Turismo Online, 22/10/2019	5
4. Vítor Aleixo quer liderar AMAL, Algarve Vivo Online, 21/10/2019	7
5. ART&TUR começa hoje com homenagem a Kazuo Dan, Mac Namara e outros, OTurismo.PT Online, 22/10/2019	8
6. Município açoriano da Povoação adota taxa turística para alojamento no concelho, Correio da Manhã Online, 21/10/2019	9
7. Madrid, cidades AVE e Turismo de Espanha mostraram-se em Portugal, Opção Turismo Online, 22/10/2019	10
8. Rede AVE: Madrid reforça conexão com cidades portuguesas, Jornal Económico Online (O), 21/10/2019	12
9. Alojamentos locais de Lisboa vão ter seguro obrigatório, ECO - Economia Online, 20/10/2019	14
10. As pessoas são muito mais do que um mero ativo da empresa- Entrevista a Luís Araújo, Dirhotel, 30/09/2019	15
11. Falência de companhias aéreas prejudica golfe na Região, RTP Online, 20/10/2019	22
12. Média da dívida da Thomas Cook aos hotéis entre os 70 e 100 mil euros, Dinheiro Vivo Online, 19/10/2019	23
13. Princesas, maçãs e coelhos gigantes no circo aéreo e cantado que agora rumam a Monchique, Sul Informação Online, 21/10/2019	25
14. O que lhe reserva o 365 Algarve para novembro?, Algarve Primeiro Online, 19/10/2019	27
15. 22 concertos de jazz em 12 adegas até maio, Jornal do Algarve, 17/10/2019	28
16. Algarve named 'Golf Destination of the Year' by international golf tour operators, Portugal Resident Online, 21/10/2019	29
17. Algarve é o Melhor Destino de Golfe do Mundo para o ano de 2020, Algarve Notícias Online, 19/10/2019	31
18. Algarve é o melhor destino de golfe para 2020, Vida Imobiliária Online, 21/10/2019	32
19. Algarve considerado melhor destino de Golfe do mundo, Algarve Marafado Online, 19/10/2019	33

Presidente da APAVT quer da nova SET uma "estratégia para os próximos dez anos"

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 21/10/2019

Melo: Presstur Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=ab8abc7a>

21-10-2019 (16h38)

Foto: Bestravel

O presidente da APAVT, Pedro Costa Ferreira, defende que a conjuntura atual no setor do turismo é uma "oportunidade" para a nova secretária de Estado do sector "pensar numa estratégia para os próximos dez anos".

Em declarações à

agência Lusa, Pedro Costa Ferreira declarou que a APAVT deseja "desenvolver uma relação de confiança e diálogo [com a nova governante], que promova um trabalho conjunto e sobretudo que conduza a resultados".

"Já tivemos

peçoas de fora da indústria que foram excelentes secretários de Estado e já tivemos [outros] de dentro que não se deram assim tão bem" no cargo, disse Pedro costa Ferreira, escusando-se, no entanto, a comentar a escolha de Rita Baptista Marques, CEO da Portugal Capital Ventures, para assumir a secretaria de Estado do Turismo.

O líder da

associação das agências de viagens garantiu que não ficou desiludido por o turismo não ter direito a um Ministério autónomo.

"É mais

importante para mim trazer o turismo para a centralidade económica do país do que propriamente ter um ministro. Às vezes mais do que a forma interessa o conteúdo", defendeu o presidente da APAVT.

Pedro Costa Ferreira

fez ainda um balanço da tutela anterior, de Ana Mendes Godinho, que saiu da secretaria de Estado do Turismo para assumir o Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social.

"Como se sabe,

Ana Mendes Godinho conviveu com uma das fases mais brilhantes do turismo português e naturalmente teve importância nesses mesmos resultados. Não foi a única, é evidente que os empresários tiveram com toda a certeza tanta importância como a secretária de Estado, mas é de primeiríssima justiça dizer que teve excelentes resultados", afirmou.

O dirigente

associativo realçou ainda o papel da tutela na "transposição para o regime legal português de uma diretiva tão difícil como foi a diretiva comunitária

sobre viagens organizadas".

Quanto à nova

responsável pela pasta do turismo, "vem enfrentar uma conjuntura certamente mais adversa do que aquela que enfrentámos nos últimos anos, mas por outro lado vivendo um momento de fim de ciclo é a oportunidade de pensar numa estratégia para os próximos dez anos".

Rita Marques, afirmou,

tem condições para "colocar a sua marca pessoal nesta nova década que temos que construir para o turismo português".

Questionado sobre

prioridades para a nova legislatura, o presidente da APAVT disse que é preciso "falar de qualificação da oferta e da necessidade extrema de resolvermos o problema da mão-de-obra".

"Conseguimos

subir os preços com este aumento brutal da procura e fazer um trabalho importante de inovação, nomeadamente no alojamento local, na animação turística e novos espaços territoriais que foram ganhos para o turismo, mas por outro lado julgo que há muito a fazer na qualidade do serviço, o que faz com que provavelmente dos preços que subiram alguns vão ter que baixar", comentou.

Pedro Costa

Ferreira reforçou ainda que o setor tem que lutar para "manter a autenticidade, que é uma das valências mais importantes do país, mas juntar a essa autenticidade serviços de excelência e modernidade".

A nova secretária

de Estado do Turismo, Rita Marques é presidente da sociedade de capital de risco Portugal Capital Ventures e tem desenvolvido diversos trabalhos de consultoria com entidades públicas e privadas na área da Inovação, Financiamento Público, Internacionalização e Investimento Direto Estrangeiro.

(PressTUR com Agência
Lusa)

Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	22/10/2019
Melo:	Opção Turismo Online	Autores:	Luís de Magalhães

URL: <https://opcaoturismo.pt/wp/quem-a-a-nova-secretaria-de-estado-do-turismo/>

Início Entrevista Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?

Quem é a nova secretária de Estado do Turismo?

Outubro 22, 2019

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

Rita Marques que ocupa actualmente o cargo de presidente do Conselho de Administração da Portugal Ventures, uma sociedade pública de capital de risco vai substituir Ana Mendes Godinho no cargo de secretária de Estado do Turismo, na medida em que esta última vai assumir o cargo de nova ministra do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social.

Integrada no ministério da Economia, tutelado por Pedro Siza Vieira, Rita Marques licenciou-se e fez um mestrado em Engenharia Eletrotécnica e de Computadores na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. Tem um MBA realizado na University of Southern California. Fez também vários programas vocacionados para executivos em Liderança pelos Instituto de Empresa (2018), London Business School (2017), e University of Texas em Austin (2016).

Antes de ter sido nomeada CEO da Portugal Ventures (em abril do ano passado) foi directora executiva da Porto Business School para área de MBAs e Pós-Graduações (2016-2018), Coordenadora da Unidade de Projetos da Universidade do Porto (2008-2016), e Gestora do Mercado Ásia-Pacífico e dos sectores de Tecnologias e de Turismo na Agência Portuguesa para o Investimento (2003-2006).

É presidente do Conselho Fiscal da Fundação da Juventude (desde 2017), tendo desenvolvido diversos trabalhos de consultoria com entidades públicas e privadas na área da Inovação, Financiamento Público, Internacionalização e Investimento Direto Estrangeiro.

Rita Marques chega à secretaria de Estado do Turismo numa altura em que a actividade turística continua a crescer em Portugal.

Nos primeiros oito meses deste ano, o número de hóspedes que pernitoiu na hotelaria e outros alojamentos nacionais superou os 18 milhões de pessoas, o que representa uma subida na casa dos 7% comparando com o mesmo período do ano passado. Dormidas, proveitos totais e de aposento também estão a subir no acumulado do ano.

No final de setembro, Ana Mendes Godinho e a propósito do Dia Mundial do Turismo, indicava que as expectativas apontavam para uma subida das receitas turísticas de 6% até dezembro, para 17 mil

milhões de euros, e admitia que o número de hóspedes poderá ascender a 27 milhões no ano de 2019.

Recorde-se que uma das áreas em que Portugal Ventures investe é em Turismo, dispondo de fundos próprios para apostar em 'startups' desta área.

Recentemente, foi comunicado ao mercado o investimento de 1,3 milhões de euros em cinco 'startups' da área do Turismo por parte da capital de risco pública.

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

tweet

Luís de Magalhães

O que nos dirá o futuro?

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	22/10/2019
Melo:	Opção Turismo Online	Autores:	Luís de Magalhães

URL: <https://opcaoturismo.pt/wp/turismo-o-que-nos-dira-o-futuro/>

Depois de muito mistério sobre quem seria a nova secretária de Estado do Turismo - dizem as más línguas que não foi uma escolha à primeira -, com palpites

Início Opinião/Crónica Turismo: O que nos dirá o futuro?

Turismo: O que nos dirá o futuro?

Outubro 22, 2019

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

Depois de muito mistério sobre quem seria a nova secretária de Estado do Turismo - dizem as más línguas que não foi uma escolha à primeira -, com palpites daqui e dali, finalmente foi conhecido o rosto de quem vai (tentar) continuar a pôr Portugal como país de referência e nos píncaros no turismo mundial.

Considero que não vai ser uma tarefa fácil, mas também pode não ser muito difícil pelo legado que lhe foi deixado e porque tem experiência, ganha no vários cargos que desempenhou, nomeadamente como presidente do Conselho de Administração da Portugal Ventures, uma sociedade pública de capital de risco.

Não há dúvida alguma que em certos círculos político-profissionais ou até mesmo nos bastidores, muito se falou numa possível ida de Ana Mendes Godinho para um futuro ministério a ser criado: o do Turismo. Aquele que teima em nunca aparecer - embora tenha havido uma curta "ameaça" -, mas também não será assim tão necessário se - se - quem tiver à frente da Secretaria de Estado do Turismo tiver (efectivamente) os meios necessários e autonomia para desenvolver o trabalho que se pede e que este País precisa. Aliás, atente-se na recente frase dita bem há pouco tempo por quem de direito: as secretários de Estado é que têm para trabalhar.

Ana Mendes Godinho, goste-se ou não, fez um óptimo trabalho. E, necessariamente, não é preciso ser muito inteligente para se perceber isso, até porque os números falam por si só. Aliás, em boa verdade, teve de se "esmerar" dada a competência e trabalho desenvolvido pelos anteriores secretários de Estado do Turismo.

O problema reside sempre na "porca" da política, na inveja e de quem pode mais e não aceita ser desafiado. E nisto de política, nomeadamente no Turismo, é difícil agradar, passe a expressão, a gregos e troianos.

Todavia, penso que o seu grande erro - para além de nunca ter aceiteado uma entrevista com o Opção Turismo (mas também quem somos nós) - foi ter dito, mais ou menos (explicitamente?), que na sua secretaria se tratavam todos de igual modo. Confessemos que isso não caiu bem....

Resta-nos desejar um óptimo trabalho à frente do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social porque bem é capaz disso.

Quanto à nova secretária de Estado do Turismo, Rita Marques, não vai ter uma vida fácil, mas isso é perfeitamente ultrapassado, muito embora as expectativas apontem para uma subida das receitas turísticas de 6% até dezembro, para 17 mil milhões de euros, e admitia que o número de hóspedes poderá ascender a 27 milhões no ano de 2019.

Para além do ter (logicamente) de ouvir as associações do sector, sobretudo a APAVT e a AHP, tem, de imediato, a "batata quente" do desafio feito aos chineses e o desafio do secretário de Estado da Argentina para que a TAP faça um voo ligando Buenos Aires a Lisboa, só para agora.

Claro que poderia acrescentara ainda mais uns quantos pontos quentes, mas não vamos assustar - duvido! - já a Rita Marques.

Agora também importante é saber quais as futuras mudanças nos diversos departamentos "geridos" pela Secretaria de Estado do Turismo. Diz-se que pois.

Luís de Magalhães

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

tweet

Luís de Magalhães

Vítor Aleixo quer liderar AMAL

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 21/10/2019

Melo: Algarve Vivo Online

URL: <http://algarvevivo.pt/vitor-aleixo-quer-liderar-amal/>

O presidente da Câmara Municipal de Loulé Vítor Aleixo anunciou que é candidato ao cargo de presidente da AMAL - Conselho Intermunicipal do Algarve, na sequência da eleição de Jorge Botelho para deputado da Assembleia da República pelo círculo de Faro, deixando o lugar em aberto.

O autarca do maior concelho algarvio assume, assim, haver condições para o desempenho do cargo de liderança regional e garante ter na defesa do Algarve e dos algarvios o seu principal objetivo caso venha a ser eleito.

Segundo Vítor Aleixo, os pressupostos programáticos desta candidatura e que pretende ter como bandeiras passam por "dar visibilidade aos grandes temas da região": a área da saúde com a criação de estruturas públicas, com destaque para a construção do tão aguardado Hospital Central do Algarve; a adaptação às alterações climáticas que tem sido, de resto, uma das suas prioridades enquanto autarca de Loulé; a mobilidade regional; e a coesão territorial e os problemas que afetam o interior.

Vitor Manuel Gonçalves Aleixo nasceu em Loulé, em 7 de fevereiro de 1956. É empresário livreiro e foi eleito presidente da Câmara Municipal de Loulé para os mandatos de 2013/2017 e 2017/2021. A sua liderança tem sido marcada por um trabalho apontado como muito positivo em áreas como a cultura, a educação, o desenvolvimento económico ou o ambiente e as alterações climáticas, tem sido reconhecida por vários atores regionais e nacionais.

ART&TUR começa hoje com homenagem a Kazuo Dan, Mac Namara e outros

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	22/10/2019
Melo:	OTurismo.PT Online	Autores:	António Manuel Teixeira

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=a66475f9>

A 12ª edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo inicia hoje em Santa Cruz, Torres Vedras sem a presença da Secretária de Estado do Turismo

O ART&TUR decorre em Torres Vedras de 22 a 25 de Outubro com 311 filmes a concurso, dos quais 219 são submetidos à competição internacional e 112 filmes submetidos à competição nacional.

Os filmes, provenientes de todo o mundo, concorrem em duas secções competitivas: a TourFilm, que integra produções audiovisuais de promoção turística, e a DOC, com documentários e programas de televisão.

Para além do cinema existem outros concursos, como é o caso do ART&FACTORY que consiste numa competição com duração de seis dias, em que equipas lideradas por realizadores profissionais, e constituídas por quatro elementos cada, competem pela produção do melhor filme. O concurso decorre desde dia 17 e termina no dia 23 de Outubro e tem como propósito a realização de um filme promocional da região que acolhe o festival, neste caso Torres Vedras.

São quatro equipas estrangeiras, sendo que três delas são reincidentes: a do Brasil, liderada por Marco Calábria; do Japão, coordenada por Tsuyoshi Kigawa; e a equipa do Paquistão/EUA, dirigida por Imran Khan e Cedric O'Bannon. Uma nova equipa japonesa, liderada por Naoyuki Matsudaira, decidiu também apresentar um trabalho.

Os filmes do Art&Factory 2019 serão apresentados em estreia, perante o Júri Internacional do Festival ART&TUR, no Teatro Cine da Torres Vedras, no próximo dia 24 de Outubro, pelas 17:50, com entrada livre.

A edição de 2019 do ART&TUR - Festival Internacional de Cinema de Turismo vai realizar-se de 22 a 25 de Outubro, em Torres Vedras. Trata-se de um evento ímpar no panorama nacional e internacional dos festivais de cinema, com um prestígio e notoriedade que crescem de ano para ano.

Os filmes serão exibidos em vários espaços da cidade de Torres Vedras e da praia de Santa Cruz, com entrada é gratuita, mediante inscrição.

António Manuel Teixeira

Município açoriano da Povoação adota taxa turística para alojamento no concelho

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 21/10/2019

Melo: Correio da Manhã Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=ae40b4dd>

O município da Povoação, nos Açores, aprovou hoje em reunião de câmara, a aplicação de uma taxa turística de dois euros por noite, até ao máximo de três noites, para os alojamentos no concelho, anunciou a autarquia.

Segundo uma nota de imprensa, o executivo, liderado pelo socialista Pedro Melo, explicou que ficou definido que serão cobrados dois euros por noite até um máximo de três noites para os diferentes tipos de alojamento e um euro por noite, também até um máximo de três noites, para os parques de campismo.

Esta solução permite que, mesmo que o turista pernoite uma semana, pague apenas as primeiras três noites, sendo que a aplicação da taxa turística, à semelhança de várias cidades do país, prende-se com a "necessidade da autarquia fazer face ao aumento das despesas refletidas pelo crescimento do turismo no município".

...

Lusa

Madrid, cidades AVE e Turismo de Espanha mostraram-se em Portugal

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	22/10/2019
Melo:	Opção Turismo Online	Autores:	Luís de Magalhães

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=51b0b9ae>

Início B3A Madrid, cidades AVE e Turismo de Espanha mostraram-se em Portugal

Madrid, cidades AVE e Turismo de Espanha mostraram-se em Portugal

Outubro 22, 2019

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

O Turismo da Câmara Municipal de Madrid, a Rede de Cidades AVE e Turismo de Espanha realizaram, em meados do mês, um roadshow em Portugal e nomeadamente nas cidades de Braga, Porto e Lisboa. O objectivo destas apresentações foi dar a conhecer aos profissionais de turismo a facilidade de conexão entre as principais cidades portuguesas e Madrid, assim como as 29 conexões que ligam Madrid a outras cidades espanholas através da Rede AVE.

Este roadshow contou com a presença dos principais players do turismo nacional, através de agentes de viagens e operadores turísticos que tiveram a oportunidade de ficar a conhecer, em primeira mão, as novidades mais recentes, cosmopolitas e modernas que a capital espanhola tem para oferecer, assim como as hipóteses de comercialização que a Rede de Cidades AVE terá a partir de janeiro de 2020.

Recorde-se que Portugal está entre os mercados emissores turísticos mais importantes para a cidade de Madrid. Entre janeiro e agosto de 2019, a capital recebeu 136.456 viajantes nacionais, o que resultou em 284.003 dormidas. Em 2018, a cidade recebeu 204.515 viajantes portugueses, registando um aumento de 3,21% em relação ao período homólogo, e foram geradas 413.557 dormidas, registando um aumento de 2,11%.

Ainda antes do final deste ano, a Rede lançará um site concebido para trabalhar directamente com as agências de viagens, mas também com o público final. Esta plataforma irá oferecer a possibilidade de reservar experiências de comboio + hotel + destino, conjugando sinergias entre as cidades conectadas à rede de alta velocidade.

COMPARTILHE

Facebook

Twitter

tweet

Rede AVE: Madrid reforça conexão com cidades portuguesas

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	21/10/2019
Melo:	Jornal Económico Online (O)	Autores:	Sónia Bexiga

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=6a4b3d50>

Esta plataforma irá oferecer a possibilidade de reservar experiências de comboio + hotel + destino, conjugando sinergias entre as cidades conectadas à rede de alta velocidade.

Com o objetivo de dar a conhecer aos profissionais de turismo a facilidade de conexão entre as principais cidades portuguesas e Madrid, assim como as 29 conexões que ligam Madrid a outras cidades espanholas via Rede AVE, o Turismo da Câmara Municipal de Madrid, a Rede de Cidades AVE e Turismo de Espanha realizaram, recentemente, um roadshow em Portugal.

Este roadshow estendeu-se às cidades de Braga, Porto e Lisboa e contou com a presença dos principais players do turismo nacional, através de agentes de viagens e operadores turísticos que tiveram a oportunidade de ficar a conhecer, em primeira mão, as hipóteses de comercialização que a Rede de Cidades AVE terá a partir de janeiro de 2020.

A Rede de cidades AVE é o produto turístico resultante da fusão do comboio como um meio de transporte sustentável, rápido e eficiente por excelência e conectando um total de 30 destinos. Antes do final deste ano, a Rede lançará um site concebido para trabalhar diretamente com as agências de viagens, mas também com o público final. Esta plataforma irá oferecer a possibilidade de reservar experiências de comboio + hotel + destino, conjugando sinergias entre as cidades conectadas à rede de alta velocidade.

Sobre esta aposta em Portugal, Juan Castro, Técnico das Cidades AVE destaca que o mercado português "é muito importante para os destinos AVE uma vez que, devido à proximidade geográfica, pode ajudar a combater a sazonalidade das dormidas, além de ser um mercado com grande interesse nas conexões de alta velocidade. Através dos vários voos diretos de Lisboa e Porto para Madrid, viajar para outras cidades espanholas através da Rede torna-se fácil, rápido, prático e económico".

Portugal está entre os mercados emissores turísticos mais importantes para a cidade de Madrid. Entre janeiro e agosto de 2019, a capital recebeu 136.456 viajantes nacionais, o que resultou em 284.003 dormidas. Em 2018, a cidade recebeu 204.515 viajantes portugueses, registando um aumento de 3,21% em relação ao período homólogo, e foram geradas 413.557 dormidas, registando um aumento de 2,11%.

Neste contexto, Caroline Tensi, responsável pela Conectividade no Turismo de Madrid não deixou de sublinhar que "Madrid e Portugal estão agora mais próximos do que nunca, graças às inúmeras ligações oferecidas por diferentes companhias aéreas. É essencial viajar para Madrid para descobrir em primeira mão todas as novidades que a capital tem a oferecer. E, quem sabe, aproveitar a estadia para prolongar viagem por alguns dias para visitar uma ou várias cidades da AVE como Barcelona, Sevilha, Valência ou Granada, recém-incorporadas à rede; ou cidades menores, mas com um nível fantástico de oferta cultural e gastronómica, como Cuenca, Segóvia ou Toledo".

Ler mais

Alojamentos locais de Lisboa vão ter seguro obrigatório

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 20/10/2019

Melo: ECO - Economia Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=431ee486>

Os danos causados pelos hóspedes em áreas comuns dos edifícios em alojamento local terão de estar cobertos por uma apólice de seguro, é uma proposta a apresentar na próxima reunião de Câmara.

Os alojamentos locais da cidade de Lisboa vão passar a ter um seguro para cobrir os danos causados pelos hóspedes no edifício onde funciona o alojamento.

A proposta consta do Regulamento Municipal do Alojamento Local que obriga os proprietários a instalarem um equipamento de medição de ruído e a contratarem um seguro para os casos em que os hóspedes causem danos nas partes comuns do prédio onde funcionam.

Os proprietários dos alojamentos locais ficam "obrigados a instalar equipamento de medição de ruído, em termos que permitam a verificação do cumprimento da legislação em vigor em matéria de ruído". O barulho em excesso é uma das queixas mais comuns entre os vizinhos dos alojamentos para turistas.

A votação dos documentos em reunião de Câmara está agendada para dia 24 de outubro e estas duas medidas são algumas das novidades que constam da proposta final que esteve em consulta pública.

Outra novidade é o alargamento de cinco para 10 anos das autorizações excecionais para as zonas da cidade onde os novos alojamentos locais ficam proibidos, a não ser em casos especiais como "operações de reabilitação de edifícios em ruínas ou reabilitação integral de edifícios totalmente devolutos há mais de três anos".

ECO Seguros



32 | **DIRHOTEL** | ENTREVISTA | LUÍS ARAÚJO



LUÍS ARAÚJO

PRESIDENTE TURISMO DE PORTUGAL



AS PESSOAS SÃO MUITO MAIS DO QUE UM MERO ATIVO DA EMPRESA

Dirhotel - Sendo a formação um dos assuntos mais importantes para este sector, qual é a posição do Turismo de Portugal?

Luís Araújo - Quando definimos a estratégia vai fazer agora três anos completos, partimos de uma série de desafios, como os eixos, os ativos, com uma série de metas. Curiosamente ou não, uma das questões que saltava sempre mais à vista era a das pessoas. Pessoas tripartidas: as "Pessoas Turistas": aquelas que tenham melhor experiência e que venham mais e que fiquem mais tempo no território e em todo o território; "Pessoas Locais": que reconheçam o valor do turismo enquanto atividade económica, principalmente nos grandes centros urbanos, para combater aquele fantasma do *overtourism* e "Pessoas Colaboradores do Setor". Na altura trabalhavam no setor cerca de 350 mil pessoas, agora trabalham 411 mil, houve um crescimento muito expressivo nos últimos três anos. Mas esta era a trilogia, os três tipos de pessoas que deveriam estar no centro da estratégia e que foram considerados o principal ativo da estratégia 2027. Hoje, passados três anos, e vendo um pouco em perspetiva, eu acho que se mantém ainda mais atual esta questão das pessoas, e principalmente dos colaboradores do sector. Nós agora até dizemos que as 3 prioridades são os 3 D's: Descarbonização, ou seja a questão da sustentabilidade e da proteção do Planeta; Digital ou seja a introdução das tecnologias; e Demografia: Como é que nós conseguimos captar mais, como é que nós conseguimos captar os melhores: Mais, porque estamos com uma taxa de desemprego muito baixa, portanto concorremos com outros setores; como é que conseguimos captar os melhores, porque o Turismo tem uma imagem de salários baixos, de precariedade; de trabalho intensivo, de mão-de-obra intensiva. Obviamente pode ser tudo desmontado, mas essa é a imagem que temos. E, em terceiro lugar, como é que vamos dar mais qualificações às pessoas que vão entrar no sector e às pessoas que já estão no setor. Principalmente as qualificações que o sector e as empresas mais precisam e que têm muito a ver com *soft skills*, atitude, idiomas, etc. Eu diria que hoje o nosso trabalho

é muito direcionado para isso nesta componente da demografia: captar mais, captar os melhores e dar a formação adequada aqueles que vão entrar no sector ou já lá estão.

Dirhotel - Podemos falar sobre o Projeto da *Tourism International Academy*?

L.A. - O *Tourism International Academy* enquadra-se nisto. É um dos projetos que está a ser desenvolvido. Nesta terceira componente de dar formação e qualificar os nossos recursos da melhor maneira. O que nós entendemos é que quando falamos de formação no turismo, não podemos só pensar que é formação superior, formação técnico-profissional, que é formação nacional, formação internacional... a oportunidade do Estoril surgiu como um ótimo teste a esta rede colaborativa de formação. Tem uma componente de Hardware, tem uma componente de recuperação de espaço, de criar um hotel de aplicação, de ter um edifício só para *startups* que vai funcionar como incubadora específica para o sector do turismo, residência de estudantes. Mantendo as valências do Turismo de Portugal e da escola técnico-profissional com 470 alunos, e da Escola Superior de Hotelaria com 2000 alunos, o que quisemos fazer foi trazer mais para dentro, e "mais" vem de dentro do país, portanto trazer as empresas e trazer, neste caso, a Nova e o Citur - Centro de Investigação e Turismo para criar uma rede de formação que vai responder às necessidades do sector e das empresas. E esta é a componente de *Software*, conseguirmos ter esta rede dentro do Estoril, em instalações próprias, novas e recuperadas, preparadas para o futuro. As obras estão a começar agora, é um processo que vai durar até 2024. Esse é o nosso objetivo. Estamos a começar com algumas coisas: o edifício atual está a ser alvo de reformas, o auditório principal vai começar agora em breve, a parte das *startups* também e obviamente que vai correndo porque demora o seu tempo.

Na componente de *software*, além desta junção de todos em Portugal, achámos que era útil trazer escolas internacionais e basicamente o que fizemos foi dizer a

Eu diria que hoje o nosso trabalho é muito direcionado para isso nesta componente da demografia: captar mais, captar os melhores e dar a formação adequada aqueles que vão entrar no sector ou já lá estão.



várias escolas internacionais que dentro daquele campus, são 100 mil metros quadrados, lhes cedíamos espaço. E porquê? Porque achámos que seria uma ótima oportunidade porque vamos conseguir também passar a palavra nos mercados onde estas escolas estão presentes e a primeira foi o IFT de Macau. Portanto o IFT de Macau vai ter instalações, nós vamos agora no final de Outubro a Macau, vou com a área da formação precisamente para fechar todos os acordos para a formação dentro da escola que pode ir desde *workshops* sobre qualquer assunto sobre Macau, até cursos conjuntos entre todas as entidades. O projeto tem sido muito bem aceite por todos. A OMT já aceitou participar do projeto e montar dentro do Estoril a sua própria academia em colaboração com todos porque todos percebemos as valências que existem. A própria Nova percebe que o Turismo pode ter um valor acrescentado para todos os seus cursos, da Medicina à Engenharia, e eu acho que tem sido uma experiência muito positiva e nós consideramos que tem sido um projeto-âncora para esta questão da formação.

Depois temos outros projetos nesta área de formação específica para colaboradores que têm muito a ver com a atividade das escolas de turismo, com a formação *on-job* que é dada, mas também com outro tipo de formações que são dadas não só para alunos, mas também para empresários – lançámos no ano passado o *Best*, que é um programa de formação muito focado na componente digital, de marketing, para gestores intermédios, lançamos uma formação no ano passado para recursos da administração pública, nomeadamente para autarquias locais, que é o ALA+T (Administração Local Autárquica+Turismo) e que vai na segunda edição. O ano passado tivemos cerca de 130-150 participantes. Há uma série de projetos que estamos a desenvolver nesta área de qualificação de recursos. O que é importante para nós é que estes projetos tenham sempre em mente duas coisas: a qualificação das pessoas, ou seja dar-lhe as melhores ferramentas para aquilo que as empresas querem, e a segunda é perceber o que é que as empresas querem e adaptar a formação às necessidades das empresas. Nós estamos a fazer uma avaliação muito abrangente, com o IEFP, com a RIPTUR (Rede dos Politécnicos), com as associações, com as empresas, com universidades, para perceber quais são as necessidades de formação para os próximos cinco anos, numa perspetiva qualitativa e quantitativa, ou seja quantas pessoas é que precisamos e com que tipo formação.

Dirhotel - Ainda em relação à TIA - *Tourism International Academy*, além de Macau, quais são as outras escolas internacionais que vão estar?

L.A. - Nós temos vários protocolos com outras escolas. Protocolos que já existiam. O TP enquanto, Escolas Superior de Hotelaria temos falado com várias, aquelas



Eu diria que, demonstrando capacidade e vontade, é fácil crescer dentro do sector em que há necessidade de recursos.

que já têm ligação connosco, a Les Roches, Glion, Lausanne... e outras. Para já a questão de Macau foi muito imediata, até porque já existia uma relação próxima com eles, mas temos relações com escolas até da Coreia do Sul com quem já fazemos ações de formação específicas, fazemos *workshops* para essas escolas em Portugal. É uma questão de irmos crescendo. Para nós o importante é estabilizarmos a relação com este convidado que é Macau e depois então crescer em cima disso. Ainda estamos a definir os próximos passos.



Dirhotel - Ainda no seguimento da formação e dos recursos humanos. Que medidas estão a ser executadas para colmatar a falta de profissionais no sector?

L.A. - Essas são as outras duas partes. Com uma taxa de desemprego tão baixa, o que é bom, mas precisamos de mão-de-obra. O nós conseguirmos trazer mais pessoas para dentro do sector - e vamos lançar em breve uma campanha que demonstre o potencial e a importância do sector turístico para Portugal e de como é positivo fazer uma carreira neste setor - é uma corrida de fundo, mas é uma maratona em que, quando se aposta na formação e na qualificação, e quando se acrescenta valor às empresas a nível pessoal, o crescimento e o potencial de crescimento é muito grande e nós temos muitos exemplos disso. Em qualquer área do sector turístico. Eu diria que, demonstrando capacidade e vontade, é fácil crescer dentro do sector em que há necessidade de recursos.

Dirhotel - Como é que se vai desenvolver a campanha e quando é que vai começar?

L.A. - Isso é uma ótima pergunta. Nós temos aqui alguns *timings*, estamos a preparar porque isto envolve vários parceiros, o nosso principal parceiro é o Instituto do Emprego, com quem estamos a trabalhar porque acreditamos também há oportunidade de fazermos programas de formação para licenciados e desempregados no sector do turismo e tentarmos atrair o máximo possível. Nós queremos arran-

car com a campanha até ao final do ano, em vários meios, obviamente com uma grande componente digital, muito direccionada aos mais jovens. Mas estamos a trabalhar noutras áreas, com ações específicas, que também achamos importantes para esta captação de recursos. Estamos a trabalhar com a Missão Coordenadora das Migrações, dando formação a migrantes que tenham sido acolhidos em Portugal, em alguns casos são pessoas com qualificações nos seus países de origem, precisam apenas de um *refresh* e de alguma forma conseguimos adaptá-los ao setor, participámos também num projeto de um restaurante com sem-abrigos. Acho que o nosso papel é também dar formação a este tipo de pessoas, que muitas vezes não têm esta capacidade ou que acham que esta porta não está aberta, mostrar-lhes que a porta está aberta e reaproveitá-los num sector que está aberto a todos. É através desta gestão e destas



atividades que conseguimos captar mais gente para o sector.

Dirhotel - Existe alguma campanha ou ação para pessoas mais velhas mas que ainda não estão na idade da reforma mas estão desempregadas?

L.A. - Há dois anos tivemos um programa de formação que era o *Tourism Senior Academy*, para maiores de 55 anos que era precisamente para isso. Eram pessoas que ou estavam desempregadas ou que já estavam reformadas e que ainda têm capacidade para trabalhar, mas curiosamente o programa não teve muita procura. A procura que nós tivemos foi muito numa ótica de tempos livres e não numa ótica de trabalho. Mas faz todo o sentido até porque há áreas, de atendimento ao cliente, de relação com o cliente em que pessoas com mais idade podem ter um papel muito mais ativo e muito mais positivo. Mas estamos a tentar retomar esse programa, porque acho que era um programa muito bem feito e que eu acho que podia ser positivo.

Dirhotel - O sector tem uma taxa de fixação dos profissionais muito baixa, que mecanismos se podem implementar para fixar estes profissionais?

L.A. - Bem, isso depende das empresas. Eu acho que hoje, e isso é algo que vejo muito a nível das associações e dos empresários, as pessoas são muito mais do que um mero ativo da empresa. Se formos ver, — ainda por cima hoje com o digital, nas plataformas é tudo muito mais fácil, mais transparente — dificilmente encontramos uma crítica a um colchão mais ou menos duro, ou a um tapete mais ou menos estragado, mas se não formos bem atendidos na receção ou se o pequeno-almoço não estava bem, claramente temos aí uma reclamação, e eu acho que as empresas já perceberam a importância de cativar os seus recursos humanos e os convencerem a ficar. Acho que ainda há um grande trabalho a fazer, há um trabalho de percebermos também o que é que as pessoas querem hoje em dia e, dependendo das faixas etárias, querem diferentes coisas, e tem de haver flexibilidade para essa atratividade nas empresas. Um *Millennial* claramente prefere coisas completamente diferentes de um *Baby Boomer*. Portanto eu acho que já há essa psicologia e essa preocupação, porque muitas vezes não é uma questão financeira, outras vezes é claramente uma questão financeira..., mas já há essa preocupação, obviamente que há um caminho a fazer, mas é um caminho que se faz percebendo o que é que o nosso cliente interno quer.

Dirhotel - Como ultrapassar a falta de reconhecimento oficial das profissões na área do turismo e da hotelaria?

L.A. - Eu acho que o melhor reconhecimento são os resultados que o País tem atingido a nível do sector e a visibilidade que o País tem hoje internacionalmente graças ao sector e isso é fruto do trabalho de todos,

incluindo os diretores de hotéis. Acho que isso é o melhor reconhecimento que podemos ter. Aquilo que eu de conseguir captar os melhores e fidelizar os melhores há também um papel dos próprios diretores. Ontem estava numa aula em Lamego e estava a dizer aos alunos que a única maneira de eles conseguirem crescer é mostrarem o valor que têm, e acrescentarem o valor às empresas, aos locais de trabalho, às



equipas, eu acho que os diretores de hotéis conseguem isso e isso é muito mais importante do que um papel a dizer que só pode exercer uma determinada função quem tiver uma determinada qualificação. Isso é que é importante e acho que o reconhecimento passa por aí, passa pela validade de quem os



utiliza, os turistas, quem passa por uma experiência muito superior à expectativa que tinha.

Dirhotel - Turismo de Portugal foi reeleito para um terceiro mandato na presidência do Comité de Turismo da OCDE. O que isso significa?

L.A. - É muito bom! Em termos de Turismo de Portugal é um orgulho imenso na equipa que temos, não me farto de elogiar. As campanhas e os prémios que temos ganho nos últimos anos, as recomendações, a mais recente da WTTC a elogiar o trabalho que Portugal tem

transformação digital também do Instituto, temos reuniões periódicas, somos o organismo piloto para acabar com o papel na administração pública, monitorizamos todos os nossos indicadores a todo o momento, à distância do telemóvel, portanto temos orgulho mas é só a ponta do iceberg.

Dirhotel - Portugal foi também escolhido para *case study* do projeto "Preparing the tourism workforce for the digital future", a divulgar pela OCDE em 2020,

L.A. - Fomos sim! Aquilo que propusemos à OCDE foi mostrar como conseguimos internamente e externamente, focando na digitalização, num dos objetivos prioritários, um dos 10, como é que conseguimos articular desde a reestruturação do organismo e a digitalização do organismo até à introdução destas componentes nas várias áreas da formação, nas escolas de turismo, nas empresas com o programa *Best*, no resto da administração, especialmente a local autárquica com o ALA+T. É um *case study* de como conseguimos conciliar todas estas valências e qual é o resultado que isso tem.

Dirhotel - Agora só para acabar e muito rapidamente: Estratégia para manter os índices genéricos que temos tido.

L.A. - Telegraficamente: Conectividade aérea, visibilidade de todas as regiões e de todo o território como algo que pode ser visitado todo o ano, aposta nas redes colaborativas. Mais importante do que o local A ou B são as oportunidades que existem à volta de um território, seja a estrada nacional 2, o surf, o golfe, as Aldeias de Xisto..., diversificação de mercados, percebermos o nosso cliente em mercados distantes, principalmente Estados Unidos, Brasil, Canadá, China, Ásia, que está a ter crescimentos enormes, segmentar e canalizar a mensagem dentro daquilo que são os nossos mercados tradicionais, nomeadamente dentro da União Europeia. Isto a nível de procura. A nível de oferta, continuar a apostar na digitalização, as empresas têm de estar conscientes que têm de estar *online* e estar *online* não é só ter um website, não é só estar numa OTA, é ter as fotografias certas, estar nos canais certos, ter redes sociais, ter os conteúdos certos e principalmente, conhecer bem quem é que o seu mercado e como é que chega lá. Existe hoje uma infinidade de informação disponível para qualquer empresa. Recomendo que vejam o travelBI.turismo-dePortugal.pt, porque tem fichas de mercado sobre cada país, com informação sobre ligações aéreas, sobre tour operadores que trabalham com Portugal, agentes de viagens, os segmentos que mais interessam, é imprescindível ter o máximo de informação e o máximo de dados para tomar as melhores decisões, e finalmente a qualificação de recursos humanos que já falámos no início. Acabo como comecei. ■



A nível de oferta, continuar a apostar na digitalização, as empresas têm de estar conscientes que têm de estar *online* e estar *online* não é só ter um website, não é só estar numa OTA,

feito nestes últimos três anos, a estratégia, que somos o país que estamos a crescer mais dentro da Europa. Eu acho que é um orgulho, mas devia ser um orgulho para todos, para os diretores de hotéis, os empresários, os investidores, porque sabem que aquilo que podem ter do nosso lado é um total apoio e compreensão os ajudar a fazer o seu trabalho. Basicamente é isso que fazemos: dar visibilidade e levar aquilo que Portugal é hoje: Um país com empresas sólidas, estruturalmente fortes, com pessoas que sabem o que fazem, com diretores de hotel que percebem muito do seu negócio e mais uma vez têm esse reflexo na importância e visibilidade que Portugal tem hoje. O facto de termos subido dois lugares no ranking da competitividade do *World Economic Forum* é prova disso. É um orgulho imenso mas é apenas uma gota no oceano e é a ponta do iceberg. O iceberg por baixo é uma estrutura que hoje é muito flexível, muito coordenada entre todas as áreas de negócio, da formação à promoção, ao investimento aos jogos; muito ágil, estamos há um num processo de



ENTREVISTA

LUÍS ARAÚJO

Presidente Turismo de Portugal

Falência de companhias aéreas prejudica golfe na Região

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 20/10/2019

Melo: RTP Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=d60d390e>

SociedadeA queda de turistas já atinge os dez por cento.

| Publicado 20 Out, 2019, 11:18

Please enable JavaScript to view the Powered by Disqus.

Média da dívida da Thomas Cook aos hotéis entre os 70 e 100 mil euros

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 19/10/2019

Melo: Dinheiro Vivo Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=8c4b6a83>

Há grupos hoteleiros no Algarve com valores em dívida bem mais altos, mas que na sua "maioria tinham seguros de crédito"

A presidente executiva da Associação de Hotéis de Portugal (AHP) afirmou que a média da dívida da Thomas Cook aos hotéis é de 70 a 100 mil euros e que as cadeias com perdas maiores têm seguros de crédito.

"A média de dívida ronda entre os 70 e os 100 mil euros, isto dívida vencida e que vai ser reclamada nas insolvências. Agora, há insolvências em cascata, foi mais uma na Alemanha e também já divulgámos quem é o administrador da massa falida para serem reclamados créditos", disse Cristina Siza Vieira à Lusa.

A responsável, ressaltou ainda, que, tal como foi anunciado, há grupos hoteleiros no Algarve com valores em dívida bem mais altos, mas que na sua "maioria tinham seguros de crédito".

"No fundo, de algum modo, mesmo estes grupos que tinham uma dívida grande tinham seguros de créditos. Esta questão está bastante bem assegurada", reforçou Cristina Siza Vieira.

Para a responsável, a expectativa está no que vai ser feito para garantir o negócio da operação que a Thomas Cook detinha.

"Relativamente ao futuro, agora é um bocadinho uma reorganização do mercado [tal como afirmou a Organização Mundial do Turismo]. O que se sente é que já há movimentações para ver quem é que fica com o mercado Thomas Cook a nível internacional. Vai ser importante também na WTM [uma das maiores feiras de turismo], em Londres, ver como é que se vais distribuir esta nova capacidade", acrescentou a presidente executiva da AHP.

Ou seja, "é maior a perda de negócio futuro, do que o prejuízo imediato", resumiu.

A Thomas Cook entrou em suspensão de pagamentos em 23 de setembro ao não obter os fundos adicionais de 200 milhões de libras (cerca de 227 milhões de euros) que os bancos - como o RBS e o Lloyds - exigiam para fazer face aos meses de inverno, o que deixou 'um buraco' de mais de 3.000 milhões de libras (3.370 milhões de euros).

No mesmo dia, as entidades algarvias afirmavam temer que a falência da Thomas Cook deixasse por pagar os serviços prestados na época alta na região, apesar de os turistas deste operador representarem apenas 0,2% dos passageiros do aeroporto de Faro.

Na altura, a Região de Turismo do Algarve (RTA) revelou que o peso da Thomas Cook já vinha a diminuir no Algarve, reflexo da "concorrência das companhias 'low cost' [baixo custo] e das reservas 'online'", representando, atualmente, 10 mil turistas desembarcados no aeroporto de Faro, "apenas 0,2% do número anual de passageiros."

Em 27 de setembro, o Governo português anunciou que as empresas afetadas pela insolvência do operador turístico teriam à disposição uma linha de apoio com um montante até 1,5 milhões de euros para financiar necessidades de tesouraria.

Já em 09 de outubro, a agência independente de turismo Hays Travel anunciou que vai comprar as 555 agências da Thomas Cook no Reino Unido, o operador turístico britânico que pediu falência em setembro.

Partilhe esta notícia

Dinheiro Vivo/Lusa

Princesas, maçãs e coelhos gigantes no circo aéreo e cantado que agora ruma a Monchique

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	21/10/2019
Melo:	Sul Informação Online	Autores:	Elisabete Rodrigues

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=d769a4f8>

Já há sessões esgotadas para a segunda leva de apresentações do espetáculo de novo circo aéreo e cantado Les Princesses

Como nas pequenas companhias de circo que correm as vilas e aldeias, o homem que faz as nuvens azuis de algodão doce também canta, toca, é acrobata e segura as cordas para as acrobacias da princesa.

Aqui há princesas que dormem em camas de pregos, outra que partilha a maçã (envenenada?) com o seu príncipe. Há coelhos gigantes e uma sereia, a quem o coelho corta as barbatanas, libertando-a dessa condição.

Oh meu amor, minha Vénus, minha bela / Tu és o meu fogo, o meu vulcão, o meu mel / Oh meu amor, minha Vénus, minha bela / Eu sou a tua promessa eterna , canta o príncipe, em francês, enquanto revolteia no ar.

Oh meu caçador, oh meu guerreiro, oh meu rei / Faz de mim aquilo que tu quiseres / Oh meu caçador, oh meu guerreiro, oh meu rei / Eu viverei dentro das tuas paredes e sob a tua lei , responde a princesa, enquanto parece voar.

Estes são apenas alguns momentos das quase duas horas do espetáculo de novo circo aéreo e cantado Les Princesses , que a companhia francesa Cheptel Aleïkoum apresentou, sempre com sessões esgotadas, durante quatro noites, no dispositivo cénico montado dentro do Pavilhão Multiusos de Aljezur. No final de uma das representações, José Gonçalves, presidente da Câmara de Aljezur, estava visivelmente contente: foi para isto mesmo que fizemos o Multiusos. Dá para a Feira da Batata Doce, mas também se adapta muito bem a este tipo de espetáculos. Até a acústica se revelou muito boa, como se ouviu nas canções .

Agora, sempre numa iniciativa do projeto Lavar o Mar e no âmbito da programação do 365Algarve, as princesas voadoras vão rumar a Monchique, onde, no pavilhão desportivo da Escola Básica Manuel do Nascimento, o espetáculo vai ser apresentado, de novo em quatro dias seguidos, de 24 a 27 de Outubro, sempre às 21h00. E atenção porque algumas das sessões já estão esgotadas.

Os bilhetes custam 10 euros para adultos e 5 euros para crianças, até aos 11 anos.

Os bilhetes para todos os espetáculos do Lavar o Mar podem ser comprados na bilheteira online Bol, em <https://lavaromar.bol.pt> e nos pontos de venda aderentes (Fnac, Worten, etc), bem como em Monchique, na Biblioteca Municipal, ou em Aljezur, na Casa Lavar o Mar, na Rua João Dias Mendes, 46.

O Lavar o Mar conta com os apoios das Câmaras Municipais de Aljezur e Monchique. Além do 365Algarve, também apoiam financeiramente o projeto o CRESC Algarve e a DG Artes.

Fotos: Elisabete Rodrigues | Sul Informação

Elisabete Rodrigues

O que lhe reserva o 365 Algarve para novembro?

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 19/10/2019

Melo: Algarve Primeiro Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=699ee849>

Em novembro a programação do 365 Algarve apresenta a estreia do Festival Out-(In)verno, e as 10 obras de luz que se apresentam no LUZA - Algarve International Festival of Light.

Entre 1 e 3 de novembro, em Silves, o Festival Out-(In)verno propõe concertos, caminhadas, astronomia encenada e Astro Party, exposições e oficinas, num projecto que assinala o V centenário da Circum-Navegação e elege a Astronomia como forma de o celebrar, realça nota do 365 Algarve.

Entre 14 e 16, o LUZA - Algarve International Festival of Light estreia-se na cidade de Faro, apresentando 10 obras de artistas nacionais e internacionais, cuja matéria-prima é a luz, e com as quais o público pode interagir.

Medronho - Apanha, projeto de Teatro na Serra e nas Destilarias do programa Lavrar o Mar, acontece entre 1 e 3 de novembro, em Monchique, debruçando-se na apanha do medronho, em plena serra entre medronheiros, explorando o trabalho duro da colheita, numa incursão pelas canções e merendas que acompanham esta etapa.

Também em Monchique, mas a 10 de novembro, acontece o segundo passeio e concerto de Em Canto pela Algarviana, intitulado A Festa da Castanha.

Aliando a música coral de diversas origens, com concertos com o Grupo Coral Ossónoba, a passeios em troços específicos da Via Algarviana, por diferentes municípios algarvios, o Em Canto pela Algarviana permite descobrir, em simultâneo, as tradições e a riqueza da biodiversidade do interior algarvio.

O 4º Festival Internacional de Piano do Algarve regressa a 16 de novembro, em Portimão, com o pianista Adriano Jordão, o maestro Hu Youngyan e a Orquestra Sinfónica de Zhejiang, da China, que interpretam o Concerto para mão esquerda de Ravel.

A edição deste ano do Festival Internacional de Piano do Algarve tem como tema "Ilustres desconhecidos" que permitirá, ao longo dos vários concertos, ouvir obras pouco conhecidas do grande público.

No final de novembro é tempo de assistir à história de César Troia e respetiva família, no espectáculo O Presente de César, onde se fala do bacalhau. Promovido pelo Lavrar o Mar, programa cultural integrado no 365 Algarve, o Presente de César é um espectáculo que constitui a programação do Festival da Batata-Doce de Aljezur e dele faz também parte um jantar de bordo com uma ementa especial.

Recorde-se que a 4.ª edição do 365 Algarve decorre de outubro de 2019 a maio de 2020 com mais de 400 iniciativas culturais por toda a região, entre concertos, espetáculos de teatro, ações relacionadas com o património da região, entre outros eventos.



Beatrice

SIMBIOSE ENTRE VINHO E MÚSICA É RECEITA DE SUCESSO

22 concertos de jazz em 12 adegas até maio

Depois de uma primeira sessão esgotada, a segunda sessão do Jazz nas Adegas, iniciativa promovida pela Câmara de Silves, em colaboração com os produtores de vinho locais, vai decorrer nos próximos dias 18 de outubro (às 21h00) e 19 de outubro (às 17h00), na Casa do Povo de Alcantarilha, sendo destaque no que aos vinhos diz respeito a quinta João Clara (Alcantarilha), enquanto na música a convidada será Beatrice.

A cantora, cujo nome é Beatriz Cruz, formada musicalmente em jazz, iniciou a sua carreira iniciou-se em Londres, onde tocou em bares e hotéis. A sua banda é formada por Tiago de Lemos (guitarra), Zé Maria da Silva (bateria), Adriano St. Aubyn (piano) e João Ruano (baixo), músicos com uma vasta experiência de estúdio e estrada.

Para esta edição do Jazz nas Adegas, que decorre de outubro de 2019 a maio de 2020, estão ainda previstas mais 21 sessões em 11 locais diferentes.

Assim, para além desta segunda sessão, já estão programados concertos para o Convento do Paraíso, em Silves, com Low Tech Groove (dias 9 e 10 de novembro); Quinta Barradas, em Silves, com Trio Rui Caetano (17 e 18 de janeiro); Quinta do Francês, em Silves, com The Dixie Lab (24 e 25 de janeiro); Quinta da Malaca, em Alcantarilha, com Jazz UALG (31 de janeiro e 1 de fevereiro); Quinta Cabrita Wines, em Silves, com BWN (28 e 29 de fevereiro); Herdade Barranco do Vale, em São Bartolomeu de Messines, com Cool Manouche (6 e 7 de março); Quinta Paxá Wines, em Silves, com Chibanga Groove (20 e 21 de março); JAAP, em Silves, com Edgar

Caramelo Quarteto (3 e 4 de abril); Quinta do Barranco Longo, em Algoz, com o Quarteto Luis Bastos (17 e 18 de abril); Quinta do Marquês dos Vales, em Lagoa, com Tamal Hot Band (8 e 9 de maio); e, finalmente, esta edição do Jazz nas Adegas termina em Armação de Pêra, com os Al-Fanfare, a 23 de maio de 2020.

Quinta Mata-Mouros acolhe última sessão de 2019

O Jazz nas Adegas terá a sua última sessão de 2019 nos dias 9 novembro (às 21h00) e 10 de novembro (às 17h00), na adegas Convento do Paraíso, Quinta de Mata-Mouros (Silves).

Os algarvios Low Tech Groove são a banda que vai animar esta última sessão do ano. O grupo iniciou uma viagem pelos caminhos do groove, percorrendo diferentes estilos musicais, como o jazz, o funk, os blues e a bossa nova. Dessa aventura recolhem uma diversificada herança sonora que se torna a base das suas criações musicais.

Nesta sessão do Jazz nas Adegas, o grupo atuará na Quinta de Mata-Mouros, onde atualmente se produzem diversas castas nos 12 hectares de vinha, nomeadamente 10 de castas tintas (Aragonez, Touriga-Nacional, Sousão e Cabernet-Sauvignon) e duas de castas brancas (Arinto e Alvarinho).

Esta quinta – que desenvolve desde janeiro de 2012 o projeto Convento do Paraíso, uma parceria entre a família Pereira Coutinho, proprietária da Quinta Mata-Mouros, e a família Soares – deve o seu nome à abundância de vegetação e de nascentes de água doce, bem como ao facto de, noutros tempos, ter sido porto de chegada dos navegadores mouros.

Após a reconquista cristã, entre os séculos XIII e XV, ali foi construído o convento de Nossa Senhora do Paraíso, que ainda conserva a sua estrutura principal.

Simbiose entre o vinho, o seu produtor e a música

O Jazz nas Adegas é organizado pela Câmara Municipal de Silves e integra, mais uma vez, a programação cultural 365 Algarve, contando com produção artística do Ginásio Clube de Faro.

"Trata-se de uma iniciativa que pretende dinamizar culturalmente os locais onde se produzem os vinhos de Silves, numa simbiose entre o vinho, o seu produtor e a música, proporcionando uma experiência única ao público, em locais pouco usuais para a apresentação de um concerto de jazz", realça a autarquia, frisando que o Jazz nas Adegas também procura, ainda, "valorizar todo o património material e imaterial do concelho, dando-o a conhecer através de uma experiência e um contacto diferente com o mesmo".

Os ingressos têm um custo associado de 12 euros, que inclui, para além do concerto, prova de vinhos do produtor, degustação de tapas de produtos locais, voucher de visita ao castelo e Museu Municipal de Arqueologia e a oferta de uma garrafa de vinho.



Algarve named 'Golf Destination of the Year' by international golf tour operators

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	21/10/2019
Melo:	Portugal Resident Online	Autores:	Michael Bruxo

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=437e76c5>

Algarve named 'Golf Destination of the Year' by international golf tour operators. It is the first time that the Algarve has been voted the world's top golf destination by the association

By Michael Bruxo 2019-10-21 Posted 2019-10-21 InAlgarve Algarve named 'Golf Destination of the Year' by international golf tour operators

Receiving yet another coveted feather in its cap less than a week before the start of the Portugal Masters, the Algarve has been named the world's 'Golf Destination of the Year' for 2020 by the International Association of Golf Tour Operators (IAGTO).

It is the first time that the Algarve has been voted the world's top golf destination by the association, although it had already been named the best golf destination in Europe in 2006 and 2014.

The distinction was based on the votes of 700 golf operators in 63 countries who put the Algarve ahead of other highly-respected golf destinations such as Costa del Sol (Spain), Cote d'Azur & Provence (France) or even the Portuguese capital of Lisbon.

The award ceremony was held in Marrakech (Morocco) on Thursday (October 17), the final day of the International Golf Travel Market.

IAGTO President Peter Walton congratulated the Algarve's golf industry and said that the region has "always put golfers' experience at the top of its agenda".

The award was accepted by Algarve tourism boss João Fernandes, who expressed his delight with the award in a statement sent out to newsrooms by the Algarve Tourism Association (ATA).

"The Algarve is not only a must-visit destination for amateur golfers but it has also been attracting some of the best golfers in the world due to the diversity and quality of its 40 golf courses and the hospitality and professionalism of its golf representatives," he said.

Fernandes explained that golfing in the Algarve is an experience that is "not forgotten" as the region also is rich in "history and traditions" and is renowned for its climate and good food.

"We are hoping to welcome more golfers very soon. We are inviting everyone to get to know the Algarve next week when it will be hosting the Portugal Masters, a European Tour competition, which will take place from October 23 to 27 in Vilamoura," he added.

The Golf Destination and Golf Resort awards are voted for by IAGTO's specialist golf tour operator members. Each was asked to vote for what they considered to be the best-performing golf resorts of the year.

The criteria that was taken into account included "customer satisfaction; quality of golf courses and

accommodation; value for money; support from suppliers, tourist boards and airlines; professional conduct of suppliers; and accessibility to tee times."

The full list of winners can be viewed online ([click here](#)).

michael.bruxo@algarveresident.com

Photos: IAGTO

[Read More](#)

[algarve golf](#)

[Additional Text]:

Algarve named 'Golf Destination of the Year' by international golf tour operators

Algarve named 'Golf Destination of the Year' by international golf tour operators

[print page](#)

[comments](#)

[facebook icon](#)

[twitter icon](#)

Michael Bruxo

Algarve é o Melhor Destino de Golfe do Mundo para o ano de 2020

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 19/10/2019

Melo: Algarve Notícias Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=e3511d73>

O galardão foi entregue ontem na gala do IGTM - International Golf Travel Market

O Algarve foi eleito o 'Melhor Destino de Golfe do Mundo' para o ano 2020.

O galardão foi entregue ontem em Marrakech, no jantar de gala da IGTM - International Golf Travel Market, em que são atribuídos os IAGTO Awards (IGTM). Este ano só foi atribuído um prémio, na sequência de uma votação entre cerca de 700 operadores turísticos de golfe, de 64 países emissores. O reconhecimento internacional distingue essencialmente um "destino excecional que colocou e coloca a experiência dos visitantes que vão jogar golfe, no topo da sua agenda".

Para o CNIG, que representa os principais players do sector em Portugal, este prémio vem, mais uma vez, destacar a Região do Algarve, as empresas proprietárias e os campos de golfe, pela excelência da oferta de golfe turístico que apresentam nos mercados a nível europeu e mundial e confere um merecido reconhecimento pelo trabalho de todos aqueles que, na região, trabalham na indústria do golfe e do turismo em geral.

Noutra vertente, valida a importância decisiva dos investimentos na melhoria da qualidade dos campos e dos serviços prestados aos golfistas e os esforços que as empresas e o setor no Algarve têm feito para serem cada vez mais competitivas, disponibilizando uma oferta de excelência para todos os segmentos da procura internacional de golfe, com pacotes de transporte aéreo, alojamento, golfe e serviços complementares mais atraentes que os nossos concorrentes. Confere ainda grande visibilidade à aposta que as empresas e os campos têm feito na sustentabilidade

A direção do CNIG deixa também uma palavra de agradecimento e apreço a todos os operadores turísticos nacionais e internacionais especializados em golfe, pelos seus esforços e continua aposta no Algarve, como destino turístico de eleição para os seus clientes.

Ademar Dias

Algarve é o melhor destino de golfe para 2020

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	21/10/2019
Melo:	Vida Imobiliária Online	Autores:	Ana Maria Tavares

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=e2736630>

O Algarve foi distinguido com o prémio de Melhor Destino de Golfe do Mundo para o ano de 2020 nos IAGTO Awards (IGTM).

Este ano foi atribuído apenas um prémio na sequência da votação de cerca de 700 operadores turísticos de golfe de 64 países emissores, que distingue um destino excecional que colocou e coloca a experiência dos visitantes que vão jogar golfe, no topo da sua agenda .

De acordo com o CNIG, representante dos principais players do setor do golfe em Portugal, este prémio vem, mais uma vez, destacar a Região do Algarve, as empresas proprietárias e os campos de golfe, pela excelência da oferta de golfe turístico que apresentam nos mercados a nível europeu e mundial e confere um merecido reconhecimento pelo trabalho de todos aqueles que, na região, trabalham na indústria do golfe e do turismo em geral .

O CNIG considera também que este prémio valida a importância decisiva dos investimentos na melhoria da qualidade dos campos e dos serviços prestados aos golfistas e os esforços que as empresas e o setor no Algarve têm feito para serem cada vez mais competitivas, disponibilizando uma oferta de excelência para todos os segmentos da procura internacional de golfe, com pacotes de transporte aéreo, alojamento, golfe e serviços complementares mais atraentes que os nossos concorrentes. Confere ainda grande visibilidade à aposta que as empresas e os campos têm feito na sustentabilidade , pode ler-se em comunicado.

Ana Tavares

Algarve considerado melhor destino de Golfe do mundo

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 19/10/2019

Melo: Algarve Marafado Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=9392e87>

Entregue em Marrakech, no jantar de gala da IGTM - International Golf Travel Market, em que são atribuídos os IAGTO Awards (IGTM), o galardão foi atribuído na sequência de uma votação de entre cerca de 700 operadores turísticos de golfe, de 64 países emissores.

Para o CNIG que representa os principais players do sector em Portugal, o prémio vem, mais uma vez, destacar a Região do Algarve, as empresas proprietárias e os campos de golfe, pela excelência da oferta de golfe turístico que apresentam nos mercados a nível europeu e mundial e confere um merecido reconhecimento pelo trabalho de todos aqueles que, na região, trabalham na indústria do golfe e do turismo em geral.

Por outro lado, a válida importância decisiva dos investimentos na melhoria da qualidade dos campos e dos serviços prestados aos golfistas e os esforços que as empresas e o setor no Algarve têm feito para serem cada vez mais competitivas, disponibilizando uma oferta de excelência para todos os segmentos da procura internacional de golfe, com pacotes de transporte aéreo, alojamento, golfe e serviços complementares mais atraentes que os nossos concorrentes.

A direção do CNIG deixa também uma palavra de agradecimento e apreço a todos os operadores turísticos nacionais e internacionais especializados em golfe, pelos seus esforços e contínua aposta no Algarve, como destino turístico de eleição para os seus clientes. Para o CNIG que representa os principais players do sector em Portugal, o prémio vem, mais uma vez, destacar a Região do Algarve, as empresas proprietárias e os campos de golfe, pela excelência da oferta de golfe turístico que apresentam nos mercados a nível europeu e mundial e confere um merecido reconhecimento pelo trabalho de todos aqueles que, na região, trabalham na indústria do golfe e do turismo em geral. Por outro lado, a válida importância decisiva dos investimentos na melhoria da qualidade dos campos e dos serviços prestados aos golfistas e os esforços que as empresas e o setor no Algarve têm feito para serem cada vez mais competitivas, disponibilizando uma oferta de excelência para todos os segmentos da procura internacional de golfe, com pacotes de transporte aéreo, alojamento, golfe e serviços complementares mais atraentes que os nossos concorrentes.

admin2