

CISION®

PRESS BOOK

Clipping 2019-10-29

CISION®

1. Ex-presidente do Turismo pagou a clubes para tentar liderar a Liga, Público, 29/10/2019	1
2. Melchior quer início rápido do julgamento, Correio da Manhã - Correio da Manhã Norte, 29/10/2019	3
3. Ex-presidente do Turismo acusado de patrocinar clubes, ECO - Economia Online, 29/10/2019	4
4. Ex-presidente do Turismo acusado de pagar a clubes de futebol para liderar a Liga, Jornal Económico Online (O), 29/10/2019	5
5. Ex-presidente do Turismo do Norte acusado de pagar a clubes para liderar a Liga, Record Online, 29/10/2019	6
6. Presidente do Turismo do Norte pagou para chegar a presidente da Liga, AEIOU.pt Online - ZAP AEIOU Online, 29/10/2019	8
7. Ex-presidente do Turismo do Norte acusado de pagar a clubes para liderar a Liga, Negócios Online, 29/10/2019	9
8. Dívidas da "Thomas Cook", SIC - Edição da Manhã, 29/10/2019	10
9. Falência do operador turístico Thomas Cook, RTP 3 - 18/20, 28/10/2019	11
10. Falência da Thomas Cook - 20 milhões perdidos, Correio da Manhã, 29/10/2019	12
11. Ingleses não desistem de Portugal, continuam a liderar a compra de casa nos Resorts do Algarve, Diário Imobiliário Online, 29/10/2019	13
12. Britânicos são quem mais compra casa em resorts do Algarve, Jornal Económico Online (O), 29/10/2019	14
13. Medina em contrarrelógio para travar alojamento local, Negócios, 29/10/2019	16
14. Petição prevê a utilização de uma parte das receitas turísticas para erradicar as situações de sem-abrigo em Lisboa, TSF - Notícias, 29/10/2019	18
15. No Algarve há milhares de alunos sem aulas por falta de professores, TSF - Notícias, 29/10/2019	19
16. Rallye Casinos do Algarve sai para a estrada, Correio da Manhã - Correio da Manhã Algarve, 29/10/2019	20
17. Turismo para pessoas com mobilidade reduzida, RTP 1 - Bom Dia Portugal, 29/10/2019	21
18. Oferta turística nacional alvo de digitalização, Destak, 29/10/2019	22
19. Filme algarvio foi premiado, Correio da Manhã - Correio da Manhã Algarve, 29/10/2019	24
20. FILME PROMOCIONAL DEDICADO A MONCHIQUE PREMIADO EM FESTIVAL INTERNACIONAL, Voz do Algarve Online (A), 29/10/2019	25
21. Filme promocional dedicado a "Monchique" premiado em Festival Internacional, + Algarve Online, 28/10/2019	26
22. Prémio para filme promocional dedicado a Monchique, Algarve Económico Online (O), 28/10/2019	27
23. Filme promocional dedicado a Monchique premiado em festival internacional, Algarve Informativo Online, 28/10/2019	28

24. Filme algarvio vence Festival Internacional de Cinema de Turismo, Algarve Primeiro Online, 28/10/2019	29
25. Filme Algarve Bonito por Natureza premiado no Festival ART&TUR, Barlavento Online, 28/10/2019	30
26. Filme promocional dedicado a Monchique premiado em Festival Internacional, Correio de Lagos Online, 28/10/2019	31
27. Filme dedicado a Monchique recebe 2º prémio em festival internacional, Postal do Algarve Online, 28/10/2019	32
28. "Algarve Bonito por Natureza" - TVN, TVN Magazine Online, 28/10/2019	34
29. Grande Prémio do Festival de Cinema de Turismo veio para o Algarve, Voz do Algarve Online (A), 28/10/2019	36



Melchior Moreira acusado de pagar a clubes para chegar a presidente da Liga

Vitória de Guimarães e Sporting de Braga são visados na *Operação Éter*. Ministério Público vai continuar a investigar num processo autónomo contratação de dezenas de lojas de turismo interactivas do Norte

Operação Éter Mariana Oliveira

O ex-presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Melchior Moreira, está acusado no âmbito da *Operação Éter* de ter colocado publicidade nas camisolas dos jogadores de duas equipas desportivas, o Vitória de Guimarães e o Braga, com o intuito de obter o apoio dos dirigentes desportivos daqueles clubes, numa eventual candidatura à presidência à Liga Portuguesa de Futebol Profissional, que nunca chegou a concretizar-se.

Em causa estão dois jogos da equipa de futebol do Vitória de Guimarães, um dos quais a final da Taça de Portugal, em 2017, uma partida em que a equipa minhota defrontou o Benfica. Num dos jogos os futebolistas do Vitória de Guimarães tinham publicidade do Turismo do Porto e Norte nas camisolas e noutra do Geoparque de Arouca. O patrocínio, que custou ao TPNP mais de 100 mil euros, foi dividido por vários contratos, alegadamente para contornar regras da contratação pública.

Relativamente ao Sporting Clube de Braga o que está em causa é um contrato de patrocínio com vista à promoção da região Norte em Madrid, onde a equipa bracarense de futsal disputou, em Novembro de 2017, a Ronda de Elite da UEFA Futsal Cup. No contrato ficou escrito que o Braga receberia 15 mil euros para aparecer a marca do Turismo do Norte nas camisolas que os jogadores envergaram.

Os dois clubes de futebol estão entre as oito entidades colectivas acusadas neste processo. Contactado pelo PÚBLICO, o director de comunicação do Braga, André Viana, recusou-se a fazer declarações sobre o assunto, alegando que o clube não foi ainda notificado de nada. O PÚBLICO tentou obter sem sucesso uma reacção do Vitória de Guimarães. Além das pessoas colectivas foram acusadas 21 pessoas singulares, onde se destaca Melchior Moreira e mais sete profissionais do Turismo do Norte. São eles, segundo uma nota da Procuradoria-Geral Distrital do Porto,



Ex-presidente do Turismo do Porto e Norte é um dos acusados

divulgada no sábado, os responsáveis que ocupavam o lugar de “presidente, vice-presidente, directora de departamento operacional, membro da comissão executiva, directora de núcleo, directora de departamento, técnica superior e coordenador de gabinete”.

Quem também integra o rol de acusados é a empresária Manuela Couto, administradora da W Global Communication (antiga Mediana) e mulher do ex-presidente da Câmara de Santo Tirso, Joaquim Couto. No entanto, o Ministério Público deixou cair o crime de corrupção relacionado com um jantar que custou cerca de 1350 euros, com mais de 30 pessoas, em Madrid, à margem da Feira Internacional de Turismo (Fitur), em Janeiro do ano passado.

Apesar de ter avançado com a acusação, evitando ter de libertar Mel-

ra há mais de um ano. A procuradora alega que se mantém os pressupostos da medida de coacção mais gravosa, que foi inicialmente justificada com o perigo de perturbação do inquérito, devido à vasta rede de contactos e influências do antigo deputado do PSD.

Fonte ligada à defesa não se conforma com esta posição e insiste que com a acusação termina a investigação, não fazendo sentido continuar a alegar o perigo de perturbar o inquérito. Por isso, a defesa pretende pedir uma alteração da medida de coacção, devendo nos próximos dias haver uma decisão da juíza de instrução.

Além dos patrocínios aos clubes, a acusação imputa a vários responsáveis do Turismo crimes relacionados com procedimentos de contratação de pessoal e de aquisição de bens, assim como a utilização de meios do turismo para fins pessoais. Em causa está, por exemplo, um *ipad* do TPNP encontrado na casa de família de Melchior Moreira, em Lamego, onde estava instalada a conta do Facebook do filho mais novo e jogos para a idade deste, além de fotografias da família em actividades de lazer.

O ex-presidente do Turismo sempre insistiu que não dera o aparelho ao filho e que apenas o levava ao fim-de-semana para Lamego e que, por vezes, o filho o usava. Inicialmente, o Ministério Público imputava-lhe um crime de peculato, com uma pena que varia entre um e oito anos de prisão, tendo avançado com a acusação por um crime muito menos gravoso, peculato de uso.

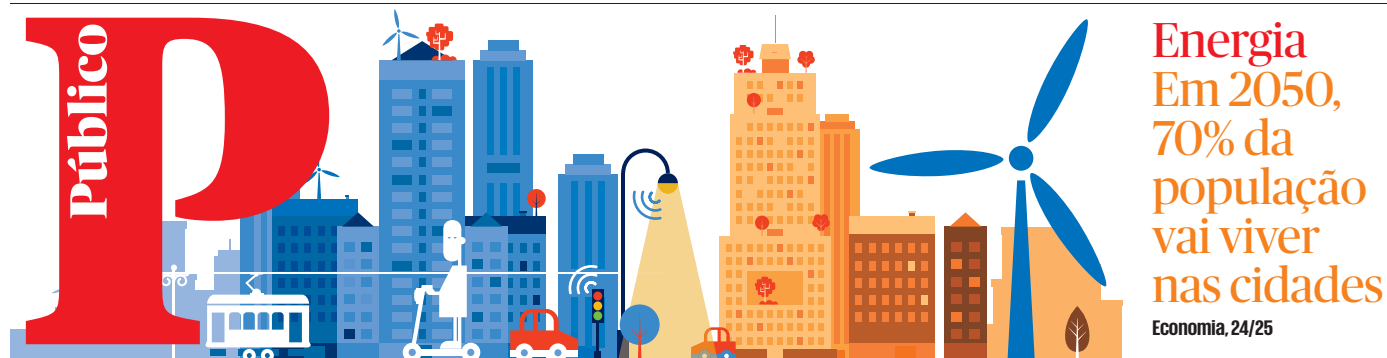
O Ministério Público insiste que o ex-presidente do Turismo do Norte recebeu indevidamente ajudas de custo e ofertas provenientes de operadores económicos, como uma semana numa *master suite* de um hotel de quatro estrelas, em Santa Eulália, no Algarve, no final de Agosto de 2017. A oferta foi feita por um empresário do sector hoteleiro que estava interessado em construir um hotel no Porto e convidou o então presidente daquela região de turismo para ir conhecer os hotéis do grupo no Algarve.

mariana.oliveira@publico.pt

Em causa estão patrocínios nas camisolas de Vitória de Guimarães e Sporting de Braga

chior Moreira, o Ministério Público optou por continuar a investigar o que até agora era o epicentro do caso: a forma como foram contratadas dezenas de lojas de turismo interactivas da região Norte. A procuradora separou esta parte do processo num inquérito autónomo que vai continuar em investigação, apesar de nos últimos meses a Polícia Judiciária ter feito um contra-relógio em que constituiu como arguidos dezenas de antigos e actuais autarcas arguidos neste caso. Os visados são presidentes de câmara ou vereadores que contrataram, através de ajuste directo, sociedades do empresário de Viseu, José Agostinho, a principal das quais a Tomi World. O empresário é arguido no caso, tendo sido obrigado a prestar uma caução de 50 mil euros.

Na acusação, o Ministério Público pede que o ex-presidente do Turismo do Norte se mantenha em prisão preventiva, uma situação que perdu-



Ex-presidente do Turismo pagou a clubes para tentar liderar a Liga

Ministério Público acusa Melchior Moreira, ex-presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal, de patrocinar clubes de futebol em troca do apoio a uma candidatura à presidência da Liga **Sociedade, 16**

Operação Marquês José Sócrates nega ter sido pressionado por Ricardo Salgado **p14**



Clínica de obstetra suspenso sem acordo com o SNS

A clínica de ecografias onde Artur Carvalho, o médico suspenso pela Ordem, realizou as ecografias à mãe do bebé com malformações graves, não tem convenção com o SNS **p15**



Parlamento do Reino Unido rejeita eleições a 12 de Dezembro

Moção do Governo recusada no mesmo dia em que a UE aceitou adiar o "Brexit" por mais três meses **p2/3**

HOJE
Médicos Escritores
7.º volume
— Eterno Feminino

Por +
6,90€



Pai condenado por agredir professor da filha

Tribunal obrigou familiar de aluna a pagar multas de 3300 euros a um professor a quem insultou e agrediu **p18**

Populismo é a falta de resposta aos 'problemas reais das pessoas'

Entrevista João Cotrim Figueiredo diz que Iniciativa Liberal vai deixar marcas na descida da carga fiscal **p8/9**

ISSN-0872-1548



OPERAÇÃO ÉTER

Melchior quer início rápido do julgamento

■ A defesa do ex-presidente da Turismo do Porto e Norte Portugal, acusado no âmbito da Operação Éter, quer que o julgamento decorra “o mais rapidamente possível”, pelo que não irá pedir a abertura de instrução. “Não a vamos requerer porque queremos que o julgamento avance o mais rapidamente possível”, disse Amílcar Fernandes. O advogado de Melchior Moreira revelou ainda que voltará pedir a alteração da medida de coação para prisão domiciliária. ● S.C.

Ex-presidente do Turismo acusado de patrocinar clubes

Tipo Melo: Internet

Data Publicação: 29/10/2019

Melo: ECO - Economia Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=8a1fb7c2>

O ex-presidente do Turismo Norte foi acusado de patrocinar o Braga e o Guimarães. MP vai continuar a investigar, num processo autónomo, a contratação de dezenas de lojas de turismo da região Norte.

O ex-presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Melchior Moreira, foi acusado de patrocinar duas equipas desportivas - o Vitória de Guimarães e o Sporting Clube de Braga -, para tentar conseguir apoio dos dirigentes desportivos numa eventual candidatura à presidência à Liga Portuguesa de Futebol Profissional, que nunca chegou a concretizar-se.

Segundo a acusação, no âmbito da Operação Éter e consultada pelo Jornal Público (acesso condicionado), em causa estão dois jogos do Vitória de Guimarães (incluindo a final da Taça de Portugal contra o Benfica, em 2017), onde os vimaranenses tinham publicidade do Turismo do Porto e Norte nas camisolas e noutra do Geoparque de Arouca. O patrocínio terá custado mais de 100 mil euros ao TPNP, dividido por vários contratos, alegadamente para contornar regras da contratação pública.

No que toca ao Sporting Clube de Braga em causa está um contrato de patrocínio com vista à promoção da região Norte em Madrid, quando a equipa de futsal do Braga disputou a Elite da UEFA Futsal Cup, em novembro de 2017. No contrato estará escrito que o clube recebia 15 mil euros para publicitar a marca do Turismo Norte nas camisolas dos futebolistas. Contactados pelo jornal, os dois clubes não quiseram prestar esclarecimentos.

No âmbito do processo, estes dois clubes fazem parte do role de oito entidades coletivas acusadas. Além disso, há ainda 21 pessoas singulares envolvidas no processo, onde se destaca Melchior Moreira e outros sete profissionais do Turismo do Norte. De acordo com o Público, apesar de o Ministério Público ter avançado com a acusação, - o que impediu levantar a medida de coação de prisão preventiva -, continuou a investigar num processo autónomo aquilo que era a parte central do caso: a forma como foram contratadas dezenas de lojas de turismo interativas da região Norte.

Melchior Moreira está preso preventivamente há cerca de um ano por perigo de perturbação de inquérito. Além dos patrocínios aos clubes, a acusação faz referência a crimes relacionados com procedimentos de contratação de pessoal e de aquisição de bens por parte dos responsáveis do Turismo Norte, bem como, a utilização de meios do turismo para fins pessoais.

ECO

Ex-presidente do Turismo acusado de pagar a clubes de futebol para liderar a Liga

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 29/10/2019

Melo: Jornal Económico Online (O)

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=6f60cfd>

Vitória de Guimarães e Sporting de Braga, são visados na 'Operação Éter' desencadeada pelo Ministério Público, que vai continuar a investigar num processo autónomo a contratação de dezenas de lojas de turismo interativas no norte do país.

O ex-presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Melchior Moreira é acusado de ter colocado publicidade nas camisolas dos jogadores do Vitória de Guimarães e Sporting de Braga, com o objetivo de obter apoio dos dirigentes desportivos dos dois clubes da Primeira Liga, para uma eventual candidatura à presidência da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, escreve a edição do jornal "Público" desta terça-feira, 29 de outubro.

Apesar da candidatura nunca ter acontecido, o Ministério Público (MP) desencadeou a 'Operação Éter', onde em causa estão dois jogos do Vitória de Guimarães, um deles a final da Taça de Portugal em 2017, frente ao SL Benfica. Num dos jogos os jogadores vimezanenses usaram publicidade nas camisolas alusivas ao Turismo do Porto e Norte e na outra partida publicidade ao Geoparque de Arouca. Patrocínios que custaram ao TPNP 100 mil euros, divididos por vários contratos, alegadamente para contornar as regras da contratação pública.

Já no caso do Sporting de Braga está em causa o patrocínio para promover a região Norte em Madrid, onde os bracarense jogaram na modalidade de futsal, a Ronda de Elite da UEFA Futsal Cup em 2017. Nesse contrato ficou acordado que o clube minhoto receberia 15 mil euros para a marca do Turismo Norte aparecer estampada nas camisolas dos jogadores.

As duas equipas fazem parte de um rol de oito entidades coletivas acusadas neste processo, além de outras 21 pessoas singulares, onde surge Melchior Moreira e mais sete profissionais do Turismo do Norte. Apesar de ter avançado com a acusação, para evitar a libertação de Melchior Moreira, (que está em prisão preventiva há mais de um ano), o MP decidiu continuar a investigar a forma como foram contratadas dezenas de lojas de turismo interativas da região Norte, que segundo o "Público" estão no epicentro de todo este processo.

Revista de Imprensa JE

Ex-presidente do Turismo do Norte acusado de pagar a clubes para liderar a Liga

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 29/10/2019

Melo: Record Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=91efb780>

Melchior Moreira terá colocado publicidade nas camisolas do V. Guimarães e Sp. Braga em troca do apoio dos dirigentes

O Ministério Público acusa o antigo presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Melchior Moreira, de ter patrocinado clubes em troca de apoio a uma eventual candidatura à presidência da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, que nunca chegou a concretizar-se. A notícia é avançada pelo 'Público' na edição desta terça-feira, 29 de outubro.

Em causa está o patrocínio às camisolas do Vitória de Guimarães e do Sporting, em troca do apoio dos dirigentes destes clubes a uma candidatura de Melchior Moreira para liderar a Liga. No caso do Vitória de Guimarães, a publicidade nas camisolas do Turismo do Porto e Norte e do geoparque de Arouca decorreu durante dois jogos e custou ao TPNP mais 100 mil euros. O montante foi dividido por vários contratos para, alegadamente, contornar as regras da contratação pública, detalha o jornal.

No caso do Sporting de Braga trata-se de um contrato de patrocínio com o objetivo de promoção da região Norte em Madrid, onde a equipa bracarense disputou a Ronda de Elite da UEFA Futsal Club em novembro de 2017.

Além de ter avançado com a acusação de Melchior Moreira, no âmbito da Operação Éter e evitando a sua libertação, o Ministério Público vai ainda continuar a investigar, num processo autónomo, a contratação de dezenas de lojas de turismo interativas do Norte. Neste caso, nos últimos meses a Polícia Judiciária constituiu como arguidos dezenas de antigos e atuais autarcas.

O Ministério Público decidiu, assim, manter Melchior Moreira em prisão preventiva - uma situação que decorre há mais de um ano - alegando risco de perturbação do inquérito devido à vasta rede de contactos e influências do antigo deputado do PSD, detalha o Público.

O Ministério Público acusa o antigo presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Melchior Moreira, de ter patrocinado clubes em troca de apoio a uma eventual candidatura à presidência da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, que nunca chegou a concretizar-se. A notícia é avançada pelo 'Público' na edição desta terça-feira, 29 de outubro.

Em causa está o patrocínio às camisolas do Vitória de Guimarães e do Sporting, em troca do apoio dos dirigentes destes clubes a uma candidatura de Melchior Moreira para liderar a Liga. No caso do Vitória de Guimarães, a publicidade nas camisolas do Turismo do Porto e Norte e do geoparque de Arouca decorreu durante dois jogos e custou ao TPNP mais 100 mil euros. O montante foi dividido por vários contratos para, alegadamente, contornar as regras da contratação pública, detalha o jornal.

No caso do Sporting de Braga trata-se de um contrato de patrocínio com o objetivo de promoção da região Norte em Madrid, onde a equipa bracarense disputou a Ronda de Elite da UEFA Futsal Club em novembro de 2017.

Além de ter avançado com a acusação de Melchior Moreira, no âmbito da Operação Éter e evitando a

sua libertação, o Ministério Público vai ainda continuar a investigar, num processo autónomo, a contratação de dezenas de lojas de turismo interativas do Norte. Neste caso, nos últimos meses a Policia Judiciária constituiu como arguidos dezenas de antigos e atuais autarcas.

O Ministério Público decidiu, assim, manter Melchior Moreira em prisão preventiva - uma situação que decorre h mais de um ano - alegando risco de perturbação do inquérito devido à vasta rede de contactos e influencias do antigo deputado do PSD, detalha o Público.

Negócios

Presidente do Turismo do Norte pagou para chegar a presidente da Liga

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 29/10/2019

Melo: AEIOU.pt Online - ZAP AEIOU Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=1754874a>

Radio Douro Nacional / Facebook

O ex-presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Melchior Moreira, foi acusado de patrocinar duas equipas desportivas para conseguir apoio dos dirigentes desportivos numa eventual candidatura à presidência à Liga Portuguesa de Futebol Profissional.

Em causa estão, de acordo com a acusação, no âmbito da Operação Éter, e citada pelo jornal Público, dois jogos do Vitória de Guimarães, onde os vimaranenses tinham publicidade do Turismo do Porto e Norte nas camisolas e noutra do Geoparque de Arouca. O patrocínio terá custado mais de 100 mil euros ao TPNP, dividido por vários contratos, alegadamente para contornar regras da contratação pública.

Em relação ao Sporting Clube de Braga, em causa está um contrato de patrocínio para a promoção da região Norte, em Madrid, quando a equipa de futsal do Braga disputou a Elite da UEFA Futsal Cup, em novembro de 2017. No contrato estará escrito que o clube recebia 15 mil euros para publicitar a marca do Turismo Norte nas camisolas dos futebolistas.

Estes dois clubes fazem parte do role de oito entidades coletivas acusadas. Além disso, há 21 pessoas singulares envolvidas no processo, onde se destaca Melchior Moreira e outros sete profissionais do Turismo do Norte.

Apesar de o Ministério Público ter avançado com a acusação, continuou a investigar num processo autónomo a forma como foram contratadas dezenas de lojas de turismo interativas da região Norte.

Melchior Moreira está preso preventivamente há cerca de um ano por perigo de perturbação de inquérito. Além dos patrocínios aos clubes, a acusação faz referência a crimes relacionados com procedimentos de contratação de pessoal e de aquisição de bens por parte dos responsáveis do Turismo Norte, bem como, a utilização de meios do turismo para fins pessoais.

A Operação Éter investiga suspeitas em torno de contratos, por ajuste direto, de mais de cinco milhões de euros efetuados pelo TPNP com empresas de José Simões Agostinho, empresário de Viseu.

José Simões Agostinho também está entre os suspeitos da investigação, tal como a diretora do TPNP, Isabel Castro, a jurista da entidade, Gabriela Escobar Gomes, e a empresária Manuela Couto, detentora de empresas de comunicação.

ZAP //

ZAP

ZAP

Ex-presidente do Turismo do Norte acusado de pagar a clubes para liderar a Liga

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 29/10/2019

Melo: Negócios Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=f21d0959>

Melchior Moreira terá colocado publicidade nas camisolas do Vitória de Guimarães e Sporting de Braga em troca do apoio dos dirigentes destes clubes à sua eventual candidatura à presidência à Liga, avança o Público.

O Ministério Público acusa o antigo presidente do Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), Melchior Moreira, de ter patrocinado clubes em troca de apoio a uma eventual candidatura à presidência da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, que nunca chegou a concretizar-se. A notícia é avançada pelo Público na edição desta terça-feira, 29 de outubro.

Em causa está o patrocínio às camisolas do Vitória de Guimarães e do Sporting, em troca do apoio dos dirigentes destes clubes a uma candidatura de Melchior Moreira para liderar a Liga. No caso do Vitória de Guimarães, a publicidade nas camisolas do Turismo do Porto e Norte e do geoparque de Arouca decorreu durante dois jogos e custou ao TPNP mais 100 mil euros. O montante foi dividido por vários contratos para, alegadamente, contornar as regras da contratação pública, detalha o jornal.

Continuar a ler

No caso do Sporting de Braga trata-se de um contrato de patrocínio com o objetivo de promoção da região Norte em Madrid, onde a equipa bracarense disputou a Ronda de Elite da UEFA Futsal Club em novembro de 2017.

Além de ter avançado com a acusação de Melchior Moreira, no âmbito da Operação Éter e evitando a sua libertação, o Ministério Público vai ainda continuar a investigar, num processo autónomo, a contratação de dezenas de lojas de turismo interativas do Norte. Neste caso, nos últimos meses a Polícia Judiciária constituiu como arguidos dezenas de antigos e atuais autarcas.

O Ministério Público decidiu, assim, manter Melchior Moreira em prisão preventiva - uma situação que decorre há mais de um ano - alegando risco de perturbação do inquérito devido à vasta rede de contactos e influências do antigo deputado do PSD, detalha o Público.

Negócios



Dívidas da "Thomas Cook"

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=f061bdf3-c57d-480c-b1e7-b6ad8bd17fa9&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Os hoteleiros portugueses estimam que a falência da "Thomas Cook", tenha deixado de dívidas de 20 milhões de euros. Madeira e Algarve foram as regiões mais prejudicadas.

Repetições: SIC - Edição da Manhã , 2019-10-29 07:12
 SIC - Edição da Manhã , 2019-10-29 08:09
 SIC Notícias - Jornal da Meia Noite , 2019-10-28 00:14
 SIC Notícias - Edição da Manhã , 2019-10-29 06:16
 SIC Notícias - Edição da Manhã , 2019-10-29 07:13
 SIC Notícias - Edição da Manhã , 2019-10-29 08:09
 SIC Notícias - Jornal das Dez , 2019-10-29 10:22



Falência do operador turístico Thomas Cook

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=bb13b046-4d5f-4b03-bc03-dfc6c1f4dad&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

A falência do operador turístico Thomas Cook deixou dívidas em Portugal que ultrapassam os 20 milhões de euros. As regiões mais afetadas são o Algarve e também a Madeira.

Repetições: RTP 1 - Bom Dia Portugal , 2019-10-29 09:47

RTP 3 - Bom Dia Portugal , 2019-10-29 09:47



FALÊNCIA DA THOMAS COOK

20 milhões perdidos

ALGARVE ➤ Prejuízos podem chegar aos 18 milhões
MADEIRA ➤ Dívidas a hotéis de mais de 1,8 milhões

RUI PANDO GOMES

São vinte milhões de euros “para esquecer”. É assim que Elidérico Viegas, presidente da Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA) analisa o prejuízo sofrido por empresas portuguesas ligadas à hotelaria na sequência da falência da Thomas Cook.

Só no Algarve, o operador turístico britânico deixou dívidas de cerca de 15 milhões de euros a empresas algarvias, segundo um levantamento realizado pela AHETA. Elidérico Viegas explicou ao **CM** que estão em causa valores “por serviços já prestados e faturados” referentes aos meses de julho, agosto e setembro. No total, foram afetadas 32 empresas, sendo que algumas delas têm mais do que um empreendimento turístico. Houve empresas que sofreram prejuízos de quase dois milhões de euros em re-



Apoio
1,5
 milhões é o valor máximo a que cada empresa se pode candidatar na linha aberta pelo Governo.

sultado da falência. A este montante “há que juntar perto de três milhões de euros respeitantes a clientes que já tinham reservado férias e já não vieram após a falência”.

Na Madeira, a Câmara de Comércio e Indústria contabiliza prejuízos de mais de 1,8 milhões de euros. No entender de Elidérico Viegas, recuperar o dinheiro perdido é “praticamente impossível”, porque os operadores turísticos “têm normalmente pouco património”. ●

Ingleses não desistem de Portugal, continuam a liderar a compra de casa nos Resorts do Algarve

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 29/10/2019

Melo: Diário Imobiliário Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=841b0d20>

Actualidade

Ingleses não desistem de Portugal, continuam a liderar a compra de casa nos Resorts do Algarve

29 de outubro de 2019

Os britânicos continuam a ser os principais compradores de casas nos Resorts do Algarve com uma participação de 56% no eixo Albufeira-Loulé, zona líder do turismo residencial nacional. Esta é a conclusão do estudo sobre o Mercado dos Resorts em Portugal realizado pela Confidencial Imobiliário em parceria com a APR - Associação Portuguesa de Resorts e com o apoio do Turismo de Portugal, referente ao 1º semestre de 2019.

O valor de investimento médio dos britânicos, 5,621 euros/m², evoluiu também de maneira positiva em relação ao semestre anterior (estava entre 5.000 e 5.500 euros/ m²). Nenhum outro país se aproxima dos britânicos, embora tenham sido feitas compras por clientes de 13 outras nacionalidades, com destaque para a Irlanda, França e Holanda. China, Rússia, África do Sul e EUA foram outros países ativos em termos de compras.

Na região do Barlavento, são 12 as nacionalidades dos investidores, com destaque para os britânicos (27%), franceses (19%), suecos (14%) e irlandeses (11%). Nesta zona são os Suecos quem mais investe, em média 3.214EUR/m². Dentro do mercado de resorts, é no eixo Albufeira-Loulé que podemos encontrar o preço mais alto por habitação, acima de 7,6 milhões de euros. Em segundo lugar está a Costa Atlântica, onde o preço por habitação pode chegar a 6,7 milhões de euros.

Por metro quadrado, o eixo Albufeira-Loulé também apresenta os preços mais altos do mercado (4.723 euros/m²), um valor significativamente maior do que as restantes áreas dentro do Algarve (72% superior ao Sotavento e 43% superior ao Barlavento). Quando comparado à Costa Atlântica, os preços no eixo Albufeira-Loulé estão 20% acima.

Rui Meneses Ferreira, Presidente da APR, sublinha que "durante o primeiro semestre de 2019, o mercado imobiliário dos resorts continuou o ciclo de recuperação dos preços de vendas iniciado no ano passado, apesar do ritmo mais lento em relação ao final de 2018. Assim, depois de ter atingido um aumento de 18,3% no final de 2018, a valorização para este tipo de activos é agora de mais 10,7%."

Os resorts são um dos mercados imobiliários mais intimamente ligados a compradores britânicos, que estão entre os maiores compradores deste tipo de activo e sobre os quais a flutuação da libra tende a ter uma influência maior sobre os preços. Isso explica a instabilidade relativa dos preços alternando ciclos de aceleração com períodos de desaceleração, reflectindo a flutuação da libra desde que o Brexit foi anunciado, em Junho de 2016.

Britânicos são quem mais compra casa em resorts do Algarve

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	29/10/2019
Melo:	Jornal Económico Online (O)	Autores:	Rodolfo Reis

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=6c68ea6>

O anúncio do Brexit em 2016 provocou instabilidade nos preços, alternando ciclos de aceleração com períodos de desaceleração. Valor de investimento médio dos britânicos, 5,621 euros/m², evoluiu face ao semestre anterior, onde estava entre os 5.000 e 5.500 euros/m².

Os cidadãos britânicos continuam a ser os principais compradores de casas nos Resorts do Algarve, de acordo com o estudo sobre o Mercado dos Resorts em Portugal realizado pela Confidencial Imobiliário em parceria com a Associação Portuguesa de Resorts (APR) referente ao primeiro semestre de 2019.

O eixo Albufeira-Loulé, é a zona líder do turismo residencial nacional, escolhida por 56% dos britânicos para comprar habitação e no qual podemos encontrar o preço mais alto por habitação, acima dos 7,6 milhões de euros, seguido pela Costa Atlântica, onde o preço por habitação pode chegar aos 6,7 milhões de euros.

Em termos de metro quadrado, o eixo Albufeira-Loulé também tem os preços mais altos do mercado (4.723 euros/m²), um valor bem mais elevado do que outras áreas do Algarve (72% superior ao Sotavento e 43% superior ao Barlavento). Em comparação com a Costa Atlântica, os preços no eixo Albufeira-Loulé estão 20% acima.

O valor de investimento médio dos britânicos, situa-se atualmente nos 5.621 euros/m², o que revela um crescimento em relação ao semestre anterior, onde estava entre os 5.000 e 5.500 euros/m².

Embora tenham sido feitas compras por clientes de 13 outras nacionalidades, com destaque para a Irlanda, França e Holanda, nenhum destes se aproxima dos valores investidos pelos britânicos, com a China, a Rússia, África do Sul e EUA a serem outros países ativos em termos de compras no mercado de resorts da região algarvia.

A região do Barlavento, regista 12 nacionalidades de investidores, com os britânicos a liderarem com 27%, os franceses (19%), os suecos (14%) e irlandeses (11%), sendo que nesta zona são os suecos quem mais investe, com uma média de 3.214 euros/m².

Rui Meneses Ferreira, presidente da APR, explica que "durante o primeiro semestre de 2019, o mercado imobiliário dos resorts continuou o ciclo de recuperação dos preços de vendas iniciado no ano passado, apesar do ritmo mais lento em relação ao final de 2018", sendo que "depois de ter atingido um aumento de 18,3% no final de 2018, a valorização para este tipo de ativos é agora de mais 10,7%".

Os resorts são um dos mercados imobiliários mais ligado aos compradores britânicos, que estão entre os maiores compradores deste tipo de ativo. O anúncio do Brexit em 2016 provocou uma instabilidade nos preços, alternando ciclos de aceleração com períodos de desaceleração.

Ler mais



LISBOA

Medina em contrarrelógio com o alojamento local

A suspensão da autorização de novos registos de alojamento local expira na próxima semana, porque não pode ultrapassar um ano. Câmara está ainda a negociar com a oposição a versão final do novo regulamento para a atividade.

FILOMENA LANÇA

filomenalanca@negocios.pt

Fernando Medina vai ter de se pôr rapidamente de acordo com a oposição para conseguir fazer passar o novo regulamento do alojamento local, uma vez que a suspensão de inscrição de novas unidades, determinada pela câmara para os bairros com maior pressão, termina no próximo dia 8 de novembro. Quer isso dizer que, não estando publicado em Boletim Municipal o novo regulamento – e enquanto tal não acontece –, cessa a proibição.

A lei que regulamenta a exploração dos estabelecimentos de alojamento local foi alterada no ano passado e passou a incluir um conjunto de novas regras e exigências. Passou a ser possível, nomeadamente, que as câmaras municipais avançassem com a criação de áreas de contenção, onde a pressão do alojamento local sobre a habitação se revele excessiva. Entretanto, é enquanto as autarquias não elaborassem os necessários regulamentos municipais, a lei dava a possibilidade de avançarem com a criação de zonas de suspensão, para evitar, desde logo, uma corrida às novas inscrições.

Lisboa foi a primeira a avançar com a criação de zonas de suspensão, em bairros como Bairro Alto, Madragoa, Castelo, Alfama ou Mouraria, com uma declaração fundamentada aprovada em Assembleia Municipal e publicada a 8 de novembro no Boletim Municipal. Aí se previa que a suspensão vigorasse “pelo prazo máximo de seis meses, prorrogável por igual período, ou



João Cortesão

Medina terá que ter o novo regulamento do alojamento local em vigor até 8 de novembro.

até à entrada em vigor do regulamento” definitivo. Manuel Salgado, o então vereador do urbanismo, acreditava que seis meses seriam suficientes, mas esse período acabaria por ser alvo de uma prorrogação. A única aceite por lei, uma vez que, de acordo com a lei do alojamento local, a suspensão provisória é permitida “por um máximo de um ano”.

O executivo de Fernando Medina tem pronta uma proposta de regulamento, que tem estado a negociar com a oposição e cuja votação tem vindo sucessivamente a ser adiada. Assim aconteceu na passada quinta-feira, em que, apesar de Medina ter chegado a uma solução aceite pelo Bloco de Esquerda – com o

qual tem um acordo de governação para a cidade – a proposta acabaria por ser retirada, com a direita a pedir mais tempo para, por sua vez, apresentar propostas e a colocar a necessidade de mais uma ronda de discussão.

Das negociações com o Bloco resultou a inclusão da Baixa e das avenidas da Liberdade e Almirante Reis nas futuras zonas de contenção, algo que, aliás, também o PCP defende. O Bloco admitiu então abster-se, o que, mesmo que todos os outros votassem contra, levaria a um empate, caso em que Medina poderia usar, como presidente, o seu voto de qualidade. Se o PCP decidisse também abster-se, isso nem será necessário, mas, segundo

disse ao Negócios a vereadora comunista Ana Jara, o partido está ainda a avaliar qual será a sua orientação de voto.

Fonte da autarquia disse ao Negócios que a proposta está agendada para a reunião do executivo camarário desta semana, mas a mesma terá depois de passar pelo crivo da Assembleia Municipal, que está em mudanças e sem presidente, com a saída de Helena Roseta. A expectativa é, segundo fonte do gabinete de Fernando Medina, que o processo fique concluído em Assembleia Municipal “até 5 ou 6 de novembro” incluindo “um debate público” e faltando depois apenas a publicação em Boletim Municipal. ■

negócios

negocios.pt

Terça-feira, 29 de outubro de 2019 | Diário | Ano XVI | N.º 4109 | € 2,50
 Diretor André Veríssimo | Diretor adjunto Celso Filipe

Medina em contrarrelógio para travar alojamento local

Câmara de Lisboa vai ter de aprovar um novo regulamento que limite a inscrição de novas unidades para os bairros da capital com maior pressão. Prazo termina a 8 de novembro.

ECONOMIA 10



O que custa fechar as centrais a carvão?

O Governo não dá explicações. A EDP e a Endesa esperam conter danos e a indústria do betão vai ser penalizada com encerramento das unidades.

PRIMEIRA LINHA 4 a 7

Indústria

ECS Capital vende Cifial a chineses da Kinlong

EMPRESAS 15

Banca

BCP na Polónia põe de lado 12 milhões por créditos em francos suíços

EMPRESAS 16

Publicidade

ANTÓNIO NORONHA
ADMINISTRADOR
DA FIDELIDADE

“Não tivemos ganhos” com o cartel das seguradoras



Gestor garante que os clientes não foram prejudicados por esta prática.

EMPRESAS 14

Mota-Engil ataca atrasos nas grandes obras públicas

CEO da construtora diz que o país tem de aproveitar o consenso, as contas públicas equilibradas e os fundos europeus para reativar o investimento.

MERCADOS 24 e 25

Produção de plástico emprega quase 22 mil pessoas

ECONOMIA 8

China e EUA vão assinar acordo comercial em novembro

ECONOMIA 12

Bankinter reforça aposta na bolsa com cobertura de ações

MERCADOS 25

edp.com



Número 1 das utilities integradas no mundo da sustentabilidade



MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In collaboration with SAM

Petição prevê a utilização de uma parte das receitas turísticas para erradicar as situações de sem-abrigo em Lisboa

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=eb2a7861-e833-4259-9aca-8f7b18457659&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

A Assembleia Municipal de Lisboa vai discutir hoje uma petição que prevê a utilização de uma parte das receitas turísticas para erradicar as situações de sem-abrigo na cidade. Cerca de 2 mil pessoas pedem ao município que destine 10% das receitas turísticas para apoio aos sem-abrigo. O 1º subscritor da petição é Américo Nave, Diretor da associação Crescer, mas a avaliar pelas discussões que já tiveram na Comissão de direitos sociais, o projeto não deve passar.

No Algarve há milhares de alunos sem aulas por falta de professores

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=d0ef092f-a966-4c85-84ff-0cfa258019b9&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

No Algarve, a Fenprof estima que haverá entre 200 a 300 turmas sem horário completo. Há docentes que foram colocados a muitos quilómetros de casa e que têm recusado os horários que lhes foram atribuídos, alegando que não conseguem pagar a renda de uma 2ª habitação. Declarações de Ana Simões da Fenprof e de João Dias da Silva da FNE.

Repetições: TSF - Notícias , 2019-10-29 09:00

TSF - Notícias , 2019-10-29 10:04



PROVA. 1 E 2 DE NOVEMBRO

Rallye Casinos do Algarve sai para a estrada

A última prova do campeonato nacional de ralis irá decorrer nos dias 1 e 2 de novembro, passando pelos municípios de Lagoa, Lagos, Portimão e Monchique, num total de 120 quilómetros de percurso. Na manhã do primeiro dia do Rallye Casi-

nos do Algarve, os participantes irão realizar uma prova de qualificação em Porches e Lagoa. À tarde irão até Portimão, estando previstas passagens por Monchique e uma superespecial em Lagos. No segundo dia, os pilotos vão percorrer de manhã vários troços da serra de Monchique. À tarde terão uma superespecial em Portimão, na rotunda Salgueiro Maia. A entrega de prémios será no Hotel Casino Praia da Rocha. ● R.D.



Turismo para pessoas com mobilidade reduzida

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=a8e63faa-76ae-4a66-a5c7-0c9ded9a8213&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Uma empresa na Madeira está a apostar no turismo para pessoas com mobilidade reduzida. A empresa conseguiu construir acessos aos percursos na natureza. Fornece serviços e equipamentos para que todos consigam desfrutar desses passeios sem condicionamentos. Direto de Santana, Madeira.

Repetições: RTP 3 - Bom Dia Portugal , 2019-10-29 09:48



ID: 83214407

29-10-2019

TURISMO

Oferta turística do país vai ser digitalizada

Governo quer que Portugal seja um destino turístico “sustentável e inteligente” e promete digitalizar a oferta e desenvolver um programa de turismo ferroviário

REDAÇÃO
redacao@destak.pt

O programa do novo Governo liderado por António Costa apresentou uma lista de tarefas para “continuar a apostar no turismo” como forma de aumentar as exportações, incluindo a concretização de uma Estratégia Turismo 2030. Nesse sentido, o executivo quer digitalizar a oferta turística portuguesa, nas suas diferentes dimensões, das empresas aos serviços, passando pelas “experiências e recursos”, e refere a intenção de desenvolver um programa de turismo ferroviário. Posicionar Portugal como “país de caminhos cénicos, trilhos e percursos

© PAULO DUARTE



Executivo quer digitalizar a oferta turística lusa nas suas diferentes dimensões

cicláveis”, através de um modelo de gestão de rotas para dar visibilidade aos destinos é outra proposta da lista, assim como a criação de uma plataforma nacional para a partilha de conteúdos e de roteiros, realçando a diversidade da oferta, nomeadamente quanto à natureza, património, cultura, tradições, gastronomia, vinhos e realização de eventos.

Mobilidade e ‘startups’

Na área da mobilidade dos turistas que visitam o país, o objetivo é implementar o “Passe Portugal”, com ‘seamless experience’, incluindo bilhética e compra. Na lista dos projetos para o turismo está ainda a concretização de ‘one stop shops’ dedicada às ‘startups’ e empresas do setor para “assegurar uma resposta rápida por parte da Administração Pública a novas realidades”.

No programa do Governo é recordado que o turismo é líder no crescimento de exportações, com a subida de 45% das receitas turísticas nos últimos quatro anos, e “tem sido sobretudo um poderoso instrumento de posicionamento internacional e de coesão económica, social e territorial”.

Diretor: Diogo Torgal Ferreira | Edição nº 3445. Jornal diário gratuito.

Destak

29.10.2019 Terça-feira PORTUGAL



ATUALIDADE • 04

56% dos apostadores joga em sites ilegais

Maioria dos jogadores online de apostas desportivas e de jogos de fortuna e azar apostam em sites fora da lei, revela um inquérito nacional que regista um aumento dos que jogam só em operadores licenciados

ATUALIDADE • 05

ARTE & LAZER • 09

Um programa Erasmus para o mundo artístico

Comissão Europeia vai avançar com uma verba de 1,5 milhões de euros para criar em 2020 o i-Portunus, programa que permitirá aos artistas da União Europeia trabalhar temporariamente noutro país

ATUALIDADE • 04

José Sócrates diz que vai "repor a verdade"

Ex-primeiro-ministro começou ontem a ser interrogado na fase de instrução do polémico processo Operação Marquês



FAMA & TV • 08

Jovem ator fica sem pé após grave acidente

Diogo Carmona, de 22 anos de idade, foi colhido por um comboio na linha de Cascais e sofreu ferimentos graves

TECNO • 10

Oferta turística nacional alvo de digitalização

Governo quer que Portugal seja um destino turístico "sustentável e inteligente" e, para isso, pretende digitalizar oferta do setor



Hoje é Dia Mundial do AVC, a principal causa de mortalidade e incapacidade permanente em Portugal

**FILME ALGARVIO
FOI PREMIADO**

A 12ª edição do Festival Internacional de Cinema e Turismo, que decorreu entre 22 e 25 de outubro, premiou o filme 'Algarve, bonito por natureza'.

FILME PROMOCIONAL DEDICADO A MONCHIQUE PREMIADO EM FESTIVAL INTERNACIONAL

Tipo Meio: Internet Data Publicação: 29/10/2019

Melo: Voz do Algarve Online (A)

URL: <http://www.avozdoalgarve.pt/detalhe.php?id=40122>

Campanha de sensibilização Algarve Bonito por Natureza

O filme promocional Algarve Bonito por Natureza dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.^a edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro.

Realizado por Eduardo Sousa, Algarve Bonito por Natureza - Monchique concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Segundo o canal de YouTube da RTA, a partir do qual o filme promocional pode ser partilhado nas redes sociais, a serra de Monchique é um dos tesouros do Algarve. A sua vegetação exuberante convida a passeios inesquecíveis. A sua água é ótima e do pico da Foia vemos quase todo o Algarve .

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental Algarve Bonito por Natureza , da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da Algarve Nature Week foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza . Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional Algarve - Partilha o Segredo .

Segundo a organização do festival, este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional.

Por: LPM

Filme promocional dedicado a "Monchique" premiado em Festival Internacional

Tipo Meio: Internet Data Publicação: 28/10/2019

Melo: + Algarve Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=2e7f01c5>

O filme promocional *Algarve Bonito por Natureza* dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.^a edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro.

Realizado por Eduardo Sousa, *Algarve Bonito por Natureza - Monchique* concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Segundo o canal de YouTube da RTA, a partir do qual o filme promocional pode ser partilhado nas redes sociais, a serra de Monchique é um dos tesouros do Algarve. A sua vegetação exuberante convida a passeios inesquecíveis. A sua água é ótima e do pico da Foia vemos quase todo o Algarve .

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental *Algarve Bonito por Natureza* , da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da *Algarve Nature Week* foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza . Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional *Algarve - Partilha o Segredo* .

Segundo a organização do festival, este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional. Mais informações em <https://tourfilm-festival.com>.

Fonte: LPM

Prémio para filme promocional dedicado a Monchique

Tipo Meio: Internet Data Publicação: 28/10/2019

Melo: Algarve Económico Online (O)

URL: <http://oalgarve.pt/premio-para-filme-promocional-dedicado-a-monchique/>

O filme promocional *Algarve Bonito por Natureza* dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.^a edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro.

Realizado por Eduardo Sousa, *Algarve Bonito por Natureza - Monchique* concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental *Algarve Bonito por Natureza*, da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da *Algarve Nature Week* foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza. Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional *Algarve - Partilha o Segredo*.

Filme promocional dedicado a Monchique premiado em festival internacional

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	28/10/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=b1a466a7>

O filme promocional *Algarve Bonito por Natureza* dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência *Comunica.me* para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.ª edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro. Realizado por Eduardo Sousa, *Algarve Bonito por Natureza - Monchique* concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país. Aproveitar, Respeitar e Proteger são os três pilares da campanha de sensibilização ambiental *Algarve Bonito por Natureza*, da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da *Algarve Nature Week* foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza. Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional *Algarve - Partilha o Segredo*. Este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional.

Daniel Pina

Filme algarvio vence Festival Internacional de Cinema de Turismo

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 28/10/2019

Melo: Algarve Primeiro Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=c835dd8d>

O filme promocional *Algarve Bonito por Natureza* dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.^a edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro.

Segundo avança nota da RTA, a produção realizada por Eduardo Sousa, *Algarve Bonito por Natureza - Monchique* concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

No filme agora premiado com uma duração aproximada de um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental *Algarve Bonito por Natureza*, da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

A RTA lembra que esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da *Algarve Nature Week* foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza. Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional *Algarve - Partilha o Segredo*.

Segundo a organização do festival, este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional.

Algarve Bonito por Natureza

Filme Algarve Bonito por Natureza premiado no Festival ART&TUR

Tipo Meio: Internet Data Publicação: 28/10/2019

Melo: Barlavento Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=7a992c99>

O filme promocional Algarve Bonito por Natureza dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.^a edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro.

Realizado por Eduardo Sousa, Algarve Bonito por Natureza - Monchique concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2º prémio na categoria de Ecoturismo.

Segundo o canal de YouTube da RTA, a partir do qual o filme promocional pode ser partilhado nas redes sociais, a serra de Monchique é um dos tesouros do Algarve. A sua vegetação exuberante convida a passeios inesquecíveis. A sua água é ótima e do pico da Foia vemos quase todo o Algarve .

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental Algarve Bonito por Natureza , da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da Algarve Nature Week foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza .

Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional Algarve - Partilha o Segredo .

Segundo a organização do festival, este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional.

[Additional Text]:

Festival_ArtTur

Filme Algarve Bonito por Natureza premiado no Festival ART&TUR

Print Icon

barlavento

Filme promocional dedicado a Monchique premiado em Festival Internacional

Tipo Meio: Internet Data Publicação: 28/10/2019

Melo: Correio de Lagos Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=92727348>

O filme promocional *Algarve Bonito por Natureza* dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.^a edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de Outubro.

Realizado por Eduardo Sousa, *Algarve Bonito por Natureza - Monchique* concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Segundo o canal de YouTube da RTA, a partir do qual o filme promocional pode ser partilhado nas redes sociais, a serra de Monchique é um dos tesouros do Algarve. A sua vegetação exuberante convida a passeios inesquecíveis. A sua água é ótima e do pico da Foia vemos quase todo o Algarve .

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental *Algarve Bonito por Natureza* , da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da *Algarve Nature Week* foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza . Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional *Algarve - Partilha o Segredo* .

Segundo a organização do festival, este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional. Mais informações em <https://tourfilm-festival.com>.

Foto: Vice-presidente da Região de Turismo do Algarve, Fátima Catarina, recebe o prémio na categoria de Ecoturismo do Festival ART&TUR 2019 (créditos: Festival ART&TUR)

Filme dedicado a Monchique recebe 2º prémio em festival internacional

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	28/10/2019
Melo:	Postal do Algarve Online	Autores:	Cristina Mendonça

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=ea9753d9>

- PUB -

Ouvir

O filme promocional "Algarve Bonito por Natureza" dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.ª edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro.

Fátima Catarina, vice-presidente da RTA, recebeu o prémio (Fotos Festival ART&TUR / D.R.)

O filme, realizado por Eduardo Sousa, "Algarve Bonito por Natureza - Monchique" concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Segundo o canal de YouTube da RTA, a partir do qual o filme promocional pode ser partilhado nas redes sociais, "a serra de Monchique é um dos tesouros do Algarve. A sua vegetação exuberante convida a passeios inesquecíveis. A sua água é ótima e do pico da Fóia vemos quase todo o Algarve".

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Filme foi distinguido com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental "Algarve Bonito por Natureza", da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da Algarve Nature Week foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza. Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional Algarve - Partilha o Segredo.

Segundo a organização do festival, este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional. Mais informações AQUI.

Facebook Comments

"Algarve Bonito por Natureza" - TVN

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 28/10/2019

Melo: TVN Magazine Online

URL: <http://www.tvn.pt/turismo-algarve-bonito-por-natureza/>

TVN TURISMO: "Algarve Bonito por Natureza" Lifestyle -

Início Lifestyle TURISMO: "Algarve Bonito por Natureza"

TURISMO: "Algarve Bonito por Natureza"

Por tvn.pt - Out 28, 2019

FILME PROMOCIONAL DEDICADO A MONCHIQUE PREMIADO EM FESTIVAL INTERNACIONAL

O filme promocional *Algarve Bonito por Natureza* dedicado a Monchique, da campanha de sensibilização com o mesmo nome desenvolvida pela agência Comunica.me para a Região de Turismo do Algarve (RTA), foi premiado na 12.ª edição do Festival Internacional de Cinema de Turismo ART&TUR, que decorreu em Torres Vedras, de 22 a 25 de outubro.

Realizado por Eduardo Sousa, *Algarve Bonito por Natureza - Monchique* concorreu na competição nacional da secção TourFilm, dedicada a produções audiovisuais de promoção turística, e foi distinguido pelo júri do festival com o 2.º prémio na categoria de Ecoturismo.

Segundo o canal de YouTube da RTA, a partir do qual o filme promocional pode ser partilhado nas redes sociais, a serra de Monchique é um dos tesouros do Algarve. A sua vegetação exuberante convida a passeios inesquecíveis. A sua água é ótima e do pico da Foia vemos quase todo o Algarve .

Durante aproximadamente um minuto e quarenta e cinco segundos, Francisco e Adelaide elogiam o Algarve menos conhecido dos turistas tendo por cenário a paisagem deslumbrante do alto da Foia, a perder de vista, e a natureza exuberante das Caldas de Monchique, onde nascem águas medicinais de características únicas, incentivando sempre a adoção de boas práticas ambientais no maior destino de férias do país.

Aproveitar, Respeitar e Proteger são estes os três pilares da campanha de sensibilização ambiental *Algarve Bonito por Natureza* , da qual o filme premiado faz parte e que foi lançada em 2018 para despertar turistas e residentes para a prevenção e a correta fruição do património natural da região algarvia.

Esta não é a primeira vez que filmes algarvios são premiados no Festival ART&TUR. Em 2015, o vídeo promocional da *Algarve Nature Week* foi eleito o melhor filme português do festival na categoria de Turismo Rural e de Natureza . Já em 2016, além de diversos prémios arrecadados na competição nacional, o Algarve venceu a competição internacional na categoria de Turismo de Saúde e Bem-estar com o spot promocional *Algarve - Partilha o Segredo* .

Segundo a organização do festival, este ano foram submetidos a concurso 331 filmes de 52 países: 219 filmes na competição internacional e 112 na prova nacional. Mais informações em <https://tourfilm-festival.com>.

Foto: Vice-presidente da Região de Turismo do Algarve, Fátima Catarina, recebe o prémio na categoria de Ecoturismo do Festival ART&TUR 2019 (créditos: Festival ART&TUR)

Grande Prémio do Festival de Cinema de Turismo veio para o Algarve

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 28/10/2019

Melo: Voz do Algarve Online (A)

URL: <http://www.avozdoalgarve.pt/detalhe.php?id=40125>

Festival Internacional de Cinema de Turismo

A produtora algarvia Flavour Productions foi distinguida na passada sexta-feira com o Grande Prémio Nacional da 12ª edição do Art&Tur - Festival Internacional de Cinema de Turismo.

Foi durante a cerimónia de entrega de prémios que decorreu no Teatro-Cine de Torres Vedras, que se conheceram os vencedores da edição de 2019 do festival.

Na competição nacional, o grande vencedor foi o filme *Ocean - The art of dining* do realizador Eduardo de Sousa (Flavour Productions), onde é apresentado o restaurante com duas estrelas Michelin - Ocean - de uma forma mais íntima do que uma simples mostra gastronómica.

Para além desta distinção, o júri do Art&Tur, com mais de 300 filmes a concurso, decidiu atribuir o 1º lugar na categoria eventos e congressos ao filme *Algarve Chefs Week - Street Food*.

Na categoria de Ecoturismo, um dos filmes inseridos na campanha da Região de Turismo do Algarve *Algarve Bonito por Natureza - Monchique*, venceu o 2º lugar, numa produção da Flavour Productions e da agência de comunicação - Comunica.me.

Para o Algarve, vieram ainda distinções, na categoria de Gastronomia do filme *"Tavira Genuína e Inspiradora"* e o filme promocional da Rota Vicentina *Fall in Love with this Land*.

Por: comunicame