

CISION®

PRESS BOOK

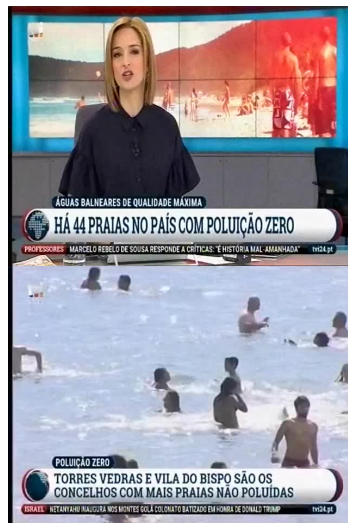
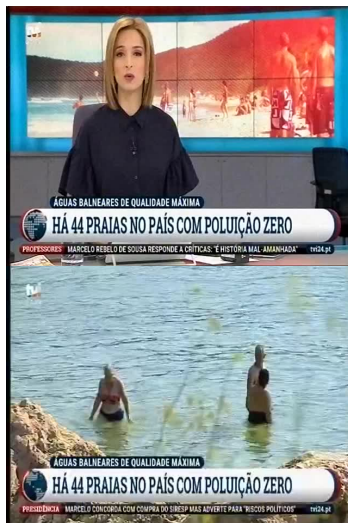
Clipping 2019-06-17

CISION®

1. Águas balneares de qualidade máxima, TVI - Diário da Manhã, 17/06/2019	1
2. João Fernandes: "Sinergia entre ATA e RTA coloca turismo do Algarve a falar a uma só voz", Algarve Vivo Online, 17/06/2019	2
3. Greve para dia 1 de Agosto, Correio da Manhã - Correio da Manhã Algarve, 17/06/2019	5
4. O SEF e o turismo, Correio da Manhã Online, 17/06/2019	6
5. Turismo acelera com a Páscoa. Receitas ultrapassam os 330 milhões em abril, Dinheiro Vivo Online, 17/06/2019	7
6. Turistas dispararam na Páscoa. Receitas superaram os 330 milhões, ECO - Economia Online, 17/06/2019	9
7. Efeito Páscoa em abril: turistas espanhóis regressam a Portugal em força, Jornal Económico Online (O), 17/06/2019	10
8. Airbnb quer servir para mais do que alugar casas, Notícias ao Minuto Online, 17/06/2019	12
9. CCDR Algarve apresenta nova plataforma da Infraestrutura de Dados Espaciais do Algarve, Algarve Informativo Online, 16/06/2019	13
10. André Jordan. "Nós ainda somos muito baratos", i Online, 16/06/2019	14
11. Algarve. O paraíso das areias douradas e águas turquesa a preço de saldo, i Online, 16/06/2019	16
12. Lisboa. A cidade Onde os pés pisam arte, i Online, 16/06/2019	19
13. Algarve é "campeão europeu" das praias pela sexta vez em oito anos - Jornal do Algarve, Jornal do Algarve Online, 16/06/2019	21
14. Tecnologia é chave para desenvolver o Algarve, Jornal Económico Online (O), 16/06/2019	22
15. MotoGP em Portugal? Já estive mais longe... Organização está interessada, TSF Online, 16/06/2019	24
16. Como vão ser as férias de verão dos portugueses este ano, Voz do Algarve Online (A), 16/06/2019	25
17. Conclusões do projeto Cosmo, TVI 24 - Notícias, 15/06/2019	26
18. Boa Vida, SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa, 15/06/2019	27
19. Boa Mesa, SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa, 15/06/2019	28
20. Farmhouse of the Palms, SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa, 15/06/2019	29
21. Visitar São Brás de Alportel, SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa, 15/06/2019	30
22. Golfe português enfrenta os preços baratos da Turquia, Expresso - Economia, 15/06/2019	31
23. Inovação no turismo depende de mais verbas, Jornal Económico Online (O), 15/06/2019	32
24. O outro Algarve - Dicas para umas férias perfeitas entre Tavira e Vila Real de Santo António, Nova Gente Online, 15/06/2019	34

ID: 81071660

17-06-2019 07:52



Águas balneares de qualidade máxima

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=8863b54d-6148-4698-9c55-decfe24bf033&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Há 44 praias em Portugal que não apresentam qualquer vestígio de poluição, o que corresponde a 7% das mais de 600 zonas balneares em funcionamento este ano. A análise da Associação Zero é divulgada no dia em que abre a época balnear em quase 300 praias do país.

Repetições: TVI 24 - Diário da Manhã , 2019-06-17 07:53

João Fernandes: "Sinergia entre ATA e RTA coloca turismo do Algarve a falar a uma só voz"

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 17/06/2019

Melo: Algarve Vivo Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=b3c0b2dd>

Texto: Ana sofia Varela

Após dez meses na liderança da Região de Turismo do Algarve (RTA), em entrevista à Algarve Vivo, João Fernandes revela quais os desafios do destino e explica os projetos que estão a ser desenvolvidos.

Qual é o balanço destes dez meses a liderar a RTA?

É bastante positivo, sobretudo no reforço das condições para melhorar ainda mais o desempenho turístico da região. Importa realçar a captação de 30 milhões de euros de uma linha de financiamento para a qualificação da oferta, atribuída pela Secretaria de Estado do Turismo, que permite a execução de projetos de diversificação turística do Algarve. Destaco também o compromisso construído com uma rede de parceiros locais, como o Instituto do Emprego e Formação Profissional, o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, o Instituto da Segurança Social, a integração da RTA nas reuniões da Comissão Distrital da Proteção Civil, a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve e a Universidade do Algarve, através da materialização do 'Observatório para o Turismo Sustentável'.

E a nível do setor?

Destaco as parcerias com as associações AIHSA e AHETA, num trabalho conjunto de sinalização de riscos e concertação da atuação e comunicação em momentos-chave, como foi a greve dos motoristas de materiais perigosos. Como um dos momentos relevantes destes meses, sublinho as sinergias criadas entre a RTA e a Associação Turismo do Algarve, cuja presidência assumi em dezembro de 2018. Estas sinergias permitiram colocar o Turismo do Algarve a falar a uma só voz, para conquistar um maior peso, um maior poder negocial e uma maior eficácia para o setor na região.

Qual tem sido o grande desafio para o Algarve?

O setor do turismo é bastante dinâmico, enfrentando, por isso, diversos desafios a vários níveis. O principal está relacionado com as questões da sustentabilidade do destino, porque este tem de ser capaz de executar e operacionalizar uma estratégia integrada. E tem de contar com o contributo dos 'players' do setor, desde entidades públicas a operadores privados. No Algarve, essa estratégia tem passado por dois caminhos. Por um lado, a aposta na diversificação da oferta turística, através do desenvolvimento de novas motivações de visita à região, como o turismo de natureza, o turismo náutico, a cultura, a gastronomia e vinhos e os produtos 'corporate' integrados no produto MICE (meetings, incentives, conferences and exhibitions), de modo a atenuar a sazonalidade e a diminuir os efeitos da litoralização. Por outro, a aposta na diversificação da procura com foco no alargamento do leque de turistas de mercados emissores com potencial antecipando possíveis impactos da conjuntura externa (Brexit).

E a concorrência é um desafio?

Não nos podemos esquecer da reemergência de destinos internacionais diretamente concorrentes - Tunísia, Egito ou Turquia - cuja estratégia está assente na redução de preço. O Algarve tem respondido com uma aposta em contraciclo, que tem por objetivo crescer em valor e em qualidade, não estando tão sujeito ao preço como fator de 'atração'.

Quais os mercados em que estão a apostar?

A estratégia está muito bem definida. Primeiro, apostamos no mercado de proximidade alargado que inclui Portugal e Espanha e que permite equilibrar a procura face a alterações nos mercados externos tradicionais. Segundo, nos mercados europeus em franco crescimento, como França e Itália. Além dos habituais turistas, são relevantes os casos de pessoas que, ao abrigo do estatuto do residente não habitual, se transformam em residentes e embaixadores do destino, originando novos fluxos de familiares e amigos. Em terceiro lugar, apostamos também nos considerados mercados emergentes, como o Brasil, Estados Unidos da América e Canadá. São países emissores que se distinguem pela dimensão e pelo alto poder aquisitivo. Claro que não descaramos os tradicionais, como o Reino Unido, a Alemanha, a Holanda ou a Irlanda, que têm sido alvo de reforços de campanhas com companhias aéreas, operadores e 'online travel agencies'.

Há quem fale de estagnação. O setor e a RTA estão preparados?

Olhando para os dados podemos verificar uma consolidação de resultados positivos. Devemos recordar-nos que, entre 2010 e 2017, as dormidas em empreendimentos turísticos aumentaram 44 por cento e os proveitos duplicaram. De acordo com o INE, em 2018, o Algarve registou um aumento homólogo dos proveitos totais de 4,7 por cento, para 1081 milhões de euros, e do número de hóspedes de 1,5 por cento, para 4,2 milhões de hóspedes. O Aeroporto Internacional de Faro atingiu em 2018 um volume de passageiros movimentados perto dos 8,7 milhões, com um aumento significativo em mercados de relevo como o italiano, que cresceu acima dos 200 por cento, o francês (+26,0%), o português (+6,0%) e o irlandês (+2,2%). E a comparação é feita em relação a 2017, o melhor ano de sempre do turismo na região. Por isso, é um facto que o crescimento foi mais ténue em 2018, mas consideramos que ainda assim os resultados finais são francamente positivos e demonstram a forte resiliência de toda a estrutura do setor, face a um ano que se antevia muito difícil.

O alojamento local está a perder fulgor?

No Algarve, está a solidificar-se e, em muitos casos, permitiu absorver uma oferta já existente. De ano para ano temos assistido a um crescimento desta tipologia de oferta de alojamento: por um lado, pela forte dinâmica turística do destino, por outro, porque existe já um extenso parque habitacional de segundas residências (cerca de 150 mil, segundo o Censos 2011). O número de estabelecimentos de alojamento local ascende hoje aos 32 mil, sendo que no Algarve representa 38 por cento do número total de registos em Portugal, de acordo com o Registo Nacional de Turismo.

Qual o ponto de situação no Algarve em relação ao Brexit?

Há uma diminuição de 1,6 por cento, em 2017, e 9 pontos percentuais, em 2018, das dormidas dos britânicos no Algarve. Não obstante, o primeiro trimestre de 2019 tem revelado um aumento interessante (+1,9% de dormidas), fruto de um redobrado esforço da ATA, do Turismo de Portugal e dos parceiros privados. Na verdade, temos vindo a construir soluções sustentáveis para mitigar o impacto do Brexit no desempenho turístico do Algarve, envolvendo todos os agentes do setor.

Como pode o Algarve continuar a "reinventar-se"?

O Algarve é um destino em permanente reinvenção, o que se materializa nos diversos projetos da RTA ou de outras entidades que tenham como missão dinamizar e destacar o que temos de melhor e mais atrativo. No caso da RTA, temos apoiado o '365 Algarve', no turismo gastronómico, destacamos o projeto 'Algarve Cooking Vacations', no turismo de natureza, as iniciativas são tantas quanto o

'Algarve Nature Fest', que se realizará em setembro, em Olhão, e é composto por atividades desportivas e de lazer ao ar livre gratuitas, ou quanto a edição de um novo 'Guia de Percursos Pedestres' e de um 'Guia de Turismo de Natureza Júnior'. No turismo náutico sublinhamos a criação da Estação Náutica do Baixo Guadiana, um projeto transfronteiriço no âmbito de um protocolo entre a RTA, os municípios do Guadiana e a Associação Naval do Guadiana, e as Estações Náuticas de Faro, Vilamoura e Portimão.



ID: 81070350

17-06-2019

HOTELARIA E RESTAURAÇÃO

Greve para dia 1 de agosto

■ O Sindicato da Hotelaria do Algarve vai convocar uma greve regional para o próximo dia 1 de agosto, que contará com uma concentração em Faro. Segundo o sindicato, a decisão foi tomada porque os empresários “continuam a recusar aumentos salariais que repõem o poder de compra perdido nos últimos anos e que promovam uma melhor distribuição da riqueza criada pelos trabalhadores”. ●

O SEF e o turismo

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	17/06/2019
Melo:	Correio da Manhã Online	Autores:	Acácio Pereira

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=d756ad0c>

Ao SEF não podem faltar admissões nem dotação dos meios necessários.

Quando Portugal volta a ser considerado, pela terceira vez, o melhor destino turístico da Europa, os méritos têm de ser distribuídos por muita gente, entre os quais os inspetores do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). Mas já lá irei. Na gala dos World Travel Awards, Portugal ganhou em 39 categorias, com distinções para a TAP, o Dark Sky Alqueva ou os Passadiços do Paiva.

O Algarve reconquistou o troféu ...

...

Acácio Pereira

Turismo acelera com a Páscoa. Receitas ultrapassam os 330 milhões em abril

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	17/06/2019
Melo:	Dinheiro Vivo Online	Autores:	Sara Fernandes

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=cae5ce62>

Portugal recebeu 1,4 turistas estrangeiros em abril, mas foram os residentes que mais cresceram. "Efeito Páscoa" faz disparar receitas.

Portugal contou com 2,3 milhões de hóspedes em abril, mais 9,1% face ao período homólogo, com os estrangeiros a representarem a maior fatia: 1,4 milhões de turistas, comparando com os 862 mil turistas nacionais. Mas foram os residentes que verificaram o maior aumento (10,5%), face à subida de 8,2% dos turistas estrangeiros. A impulsionar este crescimento está o período de férias associado à Páscoa, que este ano ocorreu em abril, enquanto em 2018 repartiu-se entre março e abril, de acordo com os dados do INE, divulgados esta segunda-feira.

As receitas geradas nos estabelecimentos de alojamento turístico atingiram os 331,5 milhões de euros no total e 245 milhões no que diz respeito a aposento, traduzindo-se em crescimentos de 9,6% e 10,3%, respetivamente. Neste mês, destacam-se os acréscimos registados no Alentejo, Algarve e Açores.

Na hotelaria, em termos de proveitos totais e de aposento (quotas de 89,3% e 87,6%, respetivamente), verificaram-se aumentos de 8,2% e 8,6%, pela mesma ordem, em abril. Nos estabelecimentos de alojamento local, para as mesmas variáveis (a pesar 8,1% e 9,8%), os aumentos atingiram

23,9% e 25,4%, respetivamente, enquanto no turismo no espaço rural/de habitação (a representar 2,6% em ambos os tipos de proveitos) verificaram-se crescimentos de 21,4% e 19,4%, pela mesma ordem.

As dormidas na hotelaria, a representar 84,7% do total, aumentaram 8%. As dormidas nos estabelecimentos de alojamento local (12,7% do total) cresceram 17,2% e as de turismo no espaço rural e de habitação (2,5% do total) aumentaram 22,6%. A estada média (2,57 noites) cresceu 0,4%.

O mercado britânico foi o que mais pesou no total das dormidas de não residentes (18,9%), mas foram os espanhóis, tradicionalmente sensíveis ao "efeito Páscoa", diz o INE, que apresentaram o crescimento mais expressivo (55,7%).

Em abril destacam-se ainda os aumentos nos mercados canadiano (30,2%), norte-americano (18,8%) e irlandês (18,4%).

A Região Autónoma da Madeira foi a única que viu cair o número de dormidas, com uma diminuição de 5,2%. No polo oposto, o Algarve concentrou 30,5% das dormidas registadas no país, em abril. Neste mês, houve um aumento de 505,5 mil dormidas. O mercado interno contribuiu com 1,7 milhões de dormidas, refletindo um crescimento de 16%. As dormidas dos turistas estrangeiros, a pesar 71,7% em abril, aumentaram 7,1% correspondendo a 4,2 milhões. Nos primeiros quatro meses do ano, as dormidas totais aumentaram 3,9%.

O rendimento médio por quarto disponível (RevPAR) fixou-se nos 46,2 euros em abril, mais 5,3% face ao mesmo período de 2018, mas -1,7% relativamente ao mês anterior. O RevPAR mais elevado foi registado em Lisboa, com cada quarto a custar 79,1 euros.

Neste mês, os parques de campismo receberam ainda 110,6 mil campistas, mais 32,4% do que em 2018, que proporcionaram 340,9 dormidas.

Sara Fernandes

Turistas dispararam na Páscoa. Receitas superaram os 330 milhões

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	17/06/2019
Melo:	ECO - Economia Online	Autores:	Rita Neto

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=51d6a66>

A Páscoa fez disparar o número de turistas que visitam Portugal, totalizando 2,3 milhões de hóspedes em abril. As receitas com o turismo aumentaram para os 331,5 milhões de euros.

A Páscoa atraiu mais turistas para Portugal. Com o feriado religioso a cair já em abril, o número de hóspedes em Portugal chegou aos dois milhões, o equivalente a uma subida de 9% face a igual período do ano passado, mostram os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE). Embora os estrangeiros tenham sido em maior número, foram os turistas nacionais que mais cresceram. Este desempenho explica ainda as receitas do turismo, que aumentaram 9,6% para os 331,5 milhões de euros.

Foram mais de dois milhões as pessoas que ficaram hospedadas em unidades turísticas portuguesas em abril, com os estrangeiros a representarem a maior fatia: 1,4 milhões de turistas, comparando com os 862 mil turistas nacionais. Contudo, foram os residentes no país que observaram o maior aumento (10,5%), em comparação com a subida de 8,2% dos turistas estrangeiros.

"É de salientar que os resultados foram influenciados pelo efeito de calendário do período de férias associados à Páscoa, que este ano ocorreu em abril e que no ano anterior teve influência repartida entre março e abril", refere o INE.

(Notícia em atualização)

Rita Neto

Efeito Páscoa em abril: turistas espanhóis regressam a Portugal em força

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	17/06/2019
Melo:	Jornal Económico Online (O)	Autores:	Inês Pinto Miguel

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=4084f73d>

As dormidas na hotelaria registaram um aumento de 8% em abril, dominando 84,7% do total de noites em Portugal. As dormidas nos estabelecimentos de alojamento local cresceram 17,2% e as de turismo no espaço rural e de habitação aumentaram 22,6%.

O setor do alojamento turístico em Portugal registou 2,3 milhões de hóspedes e 5,8 milhões de dormidas no mês de abril, segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), divulgado esta segunda-feira. As dormidas de não residentes aumentaram 7,1%, refletindo o número de turistas espanhóis.

De acordo com os mesmos dados, o número de hóspedes cresceu 9,1% e as dormidas aumentaram 9,5%. As dormidas de cidadãos portugueses registaram um aumento de 16%, tendo apresentado um crescimento de 5,1% em março do presente ano.

A estada média foi de 2,57 noite, verificando-se um crescimento de 0,4%, sendo 5,1% nos residentes e -1,1% nos não residentes). A ocupação por cama cresceu 1,9 pontos percentuais (p.p.) no mês de abril, fixando-se em 48,7%. Assim, os proveitos aceleraram e obtiveram um crescimento de 9,6%, atingindo 331,5 milhões de euros.

O INE sublinha que os resultados referentes ao mês de abril foram influenciados pelo efeito do período de férias associado à Páscoa.

As dormidas na hotelaria registaram um aumento de 8% em abril, dominando 84,7% do total de noites passadas em Portugal. As dormidas nos estabelecimentos de alojamento local (12,7% do total) cresceram 17,2% e as de turismo no espaço rural e de habitação (2,5% do total) aumentaram 22,6%.

Mercado espanhol cresce 55,7% em abril

Em abril, o mercado interno contribuiu com 1,7 milhões de dormidas, refletindo um crescimento de 16%. As dormidas dos mercados externos aumentaram 7,1%, tendo um peso de 71,7% em abril, e corresponderam a 4,2 milhões.

O mercado britânico, que representa 18,9%, cresceu 2,2% neste mês, enquanto as dormidas por parte de cidadãos alemães recuou 3,7% em abril.

Por a Páscoa ter acontecido em abril, o mercado espanhol, reconhecido por ser 'sensível' nesta altura, apresentou um crescimento na ordem dos 55,7% em abril. França apresentou uma ligeira diminuição de 0,5% no mesmo mês.

O mercado brasileiro cresceu 10,2% em abril, o mercado canadiano cresceu 30,2%, o norte-americano apresentou um aumento de 18,8% e o irlandês de 18,4%.

Em abril, registaram-se aumentos das dormidas em todas as regiões com exceção da RA Madeira que

teve uma quebra de 5,2%. O Alentejo destacou-se, com uma subida de 25,7%, seguindo-se o Algarve com um aumento de 13,6% e os Açores com 12,9%.

Ler mais

Inês Pinto Miguel

Airbnb quer servir para mais do que alugar casas

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	17/06/2019
Melo:	Notícias ao Minuto Online	Autores:	Miguel Patinha Dias

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=3449edfc>

O objetivo da empresa é proporcionar uma viagem completa.

A Airbnb lançou-se numa nova área que pretende complementar o seu serviço central de alugar alojamento. Chama-se Airbnb Adventures e tem o objetivo de apresentar uma coletânea de rotas e pequenas excursões que podem ser uma preciosa ajuda para quem quer ficar a conhecer uma determinada cidade ou região.

Como conta o TechCrunch, estas excursões têm uma duração variável e podem levar entre três dias a uma semana para completar. Desta forma a Airbnb quer proporcionar algo para fazer independentemente do tempo que fique em determinado local.

De notar que estas coletâneas de excursões estão a ser elaboradas com recurso a empresas de excursões e especialistas locais, pelo que autenticidade da experiência parece estar assegurada.

Miguel Patinha Dias

CCDR Algarve apresenta nova plataforma da Infraestrutura de Dados Espaciais do Algarve

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	16/06/2019
Melo:	Algarve Informativo Online	Autores:	Daniel Pina

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=a6abddb3>

Notícias sobre a atualidade do Algarve, da cultura ao desporto, da economia à sociedade

O Presidente da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve), Francisco Serra, participa, no dia 17 de junho, pelas 10h, na apresentação da nova plataforma da Infraestrutura de Dados Espaciais do Algarve - IDEAlg, em Faro. A nova plataforma, acessível através do endereço <http://idealg.ccdr-alg.pt>, garante uma consulta mais intuitiva e interativa, apresenta uma maior diversidade de funcionalidades e disponibiliza mais e melhor informação temática de interesse regional.

Uma das componentes privilegiadas é o reforço dos serviços de informação geográfica e o acesso a conteúdos de nível histórico, permitindo nomeadamente consultar ortofotomapas de vários anos, que cobrem a generalidade do Algarve (1997, 2002, 2005, 2007, 2010, 2012 e 2015), o que garante um melhor conhecimento da dinâmica territorial da região. A IDEAlg foi cofinanciado por fundos da União Europeia, no âmbito do Programa Operacional CRESC Algarve 2020, no quadro do processo de desmaterialização e simplificação administrativa dos serviços da CCDR Algarve.

O Presidente da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve (CCDR Algarve), Francisco Serra, participa, no dia 17 de junho, pelas 10h, na apresentação da nova plataforma da Infraestrutura de Dados Espaciais do Algarve - IDEAlg, em Faro. A nova plataforma, acessível através do endereço <http://idealg.ccdr-alg.pt>, garante uma consulta mais intuitiva e interativa, apresenta uma maior diversidade de funcionalidades e disponibiliza mais e melhor informação temática de interesse regional.

Uma das componentes privilegiadas é o reforço dos serviços de informação geográfica e o acesso a conteúdos de nível histórico, permitindo nomeadamente consultar ortofotomapas de vários anos, que cobrem a generalidade do Algarve (1997, 2002, 2005, 2007, 2010, 2012 e 2015), o que garante um melhor conhecimento da dinâmica territorial da região. A IDEAlg foi cofinanciado por fundos da União Europeia, no âmbito do Programa Operacional CRESC Algarve 2020, no quadro do processo de desmaterialização e simplificação administrativa dos serviços da CCDR Algarve.

Daniel Pina

André Jordan. "Nós ainda somos muito baratos"

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 16/06/2019

Melo: i Online

Autores: Daniela Soares Ferreira

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=2308d35e>

É considerado o pai do turismo português. Apesar de esta atividade estar no seu auge no nosso país, André Jordan considera que ainda há muito por fazer.

Prestes a completar 86 anos, André Jordan é o criador de grandes empreendimentos como a Quinta do Lago, o Belas Clube de Campo e a Lusotur. Apesar de ter nascido na Polónia e crescido no Brasil, cedo viu o potencial turístico português, quando em 1971 chegou ao nosso país para criar a Quinta do Lago, obra que é reconhecida internacionalmente como um dos mais prestigiados empreendimentos turísticos do mundo. Ao i, Jordan garante que viu em Portugal um grande potencial mas defende que os preços praticados no nosso turismo ainda são muito baratos e que ainda há muito a fazer.

Começou a apostar em Portugal há quase 50 anos. O que viu no nosso país?

Vi em Portugal, Portugal. Ou seja, um país que tinha as condições mais naturais para um turismo de qualidade, em termos de clima, de gastronomia, das coisas básicas que pede o turismo. Mas além disso percebi uma coisa que eu venho a dizer há muitos anos, que é o 'portuguese style'. Finalmente hoje em dia se percebe o que eu queria dizer, e que é algo que também demonstramos com os nossos empreendimentos - a sobriedade, a discrição, o tratar as pessoas com consideração e respeito, sem subserviência, sem ganância. Acho que nós temos um certo estilo que agrada a um certo público, que não é para todos. Claro que podíamos melhorar e venho defendendo que é preciso aumentar bastante a parte cultural, de eventos, para atrair o público mais exigente. Está demonstrado que a atração cultural oferece um público muito interessante.

Começou nesta área, que agora está atingir o auge, há já muito tempo. Considera-se um homem à frente do seu tempo?

Comecei há 50 anos, só. Não acho que fui um homem à frente do meu tempo, acho que fui uma pessoa que identificou as características que eu considerava que eram o atrativo de Portugal. O turismo barato não é rentável e nem nós temos as condições físicas nem o volume que tem uma Espanha, que tem 70 milhões de turistas. Temos que fazer um turismo selecionado, um turismo qualificado, e demorou bastante até as pessoas perceberem do que é que se tratava. Ainda ontem [quarta-feira] jantei num restaurante de comida libanesa e acho que o turismo mudou completamente. Começou a ser diversificado. Agora na parte cultural ainda falta muita coisa. Na minha opinião, e eu venho falando nisso, o Museu dos Descobrimentos é erradamente politizado. Os estrangeiros vêm todos à procura dos descobrimentos - principalmente os europeus, mas as pessoas do mundo inteiro estudaram os descobrimentos na escola. Têm uma curiosidade enorme. E uma prova curiosíssima disso é que a Torre de Belém é o terceiro ou o quarto local mais visitado e, na verdade, não tem nada para ver, não tem nada em exibição. A Alemanha, onde decorreu o Holocausto, a maior tragédia da civilização moderna, hoje tem o Museu do Holocausto e não tem complexos de tê-lo. Por que nós havemos de ter complexos em relação ao que aconteceu há vários séculos em relação à escravidão quando, na verdade, em termos realistas, não há qualquer discriminação em Portugal?

Hoje em dia Portugal tem visto um 'boom' no turismo. Quais considera terem sido os principais fatores

para este crescimento?

Acho que há um fator - que no meu entender é bastante controverso - que tem a ver com o preço. É barato. Nós temos uma relação qualidade/preço única. Temos hotelaria, gastronomia, entre outros que, de uma maneira geral, são muito mais baratos do que outros locais. E as pessoas que vieram quando começou esse 'boom' - e começou no meio da crise - e os hoteleiros começaram a colocar promoções na internet. Não somos tão baratos quanto fomos, mas isso mas ainda somos muito e isso é um fator importante e que atraiu muitas pessoas. Ao contrário do que dizem, que atraímos aquelas pessoas mais elitistas, não é verdade. Nós atraímos muita juventude, atraímos muitas pessoas "normais" e que apreciam o facto de poderem aproveitar Portugal a um preço barato. Mas infelizmente, em termos futuros e de rentabilidade, é ainda preciso fazer um upgrade do turista. E para fazer o upgrade do turista só subindo os preços. Dobra-se o preço e pronto.

Acha que este crescimento é para continuar? O que é preciso mudar?

É preciso uma oferta de atrações culturais muito maior, em termos de museus, por exemplo. Há um apontamento curioso. Nós temos um sucesso grande de comércio. Mas se formos ver, é tudo artigos estrangeiros e para os turistas orientais. O maior contingente de compradores são os chineses e também brasileiros, ainda que em menor escala. Assim, o resultado desse comércio não fica em Portugal, os produtos geram todos fora. Temos que ter uma maior promoção, uma organização da promoção dos produtos portugueses. Faz falta um centro que reunisse no mesmo espaço os produtos de qualidade que Portugal tem em todas as áreas, que seria, por si só, uma atração turística porque as pessoas iam lá. Acho mesmo que é preciso, pontualmente, elevar o nível. Nós fizemos isso no Algarve, trouxemos o golfe do mais alto nível para Portugal quando ainda nem era considerado. É possível fazer, é possível melhorar e não se trata de grandes investimentos.

Daniela Soares Ferreira

Algarve. O paraíso das areias douradas e águas turquesa a preço de saldo

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	16/06/2019
Melo:	i Online	Autores:	Bruno Venâncio

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=7c5a8c2d>

Das quatro dezenas de prémios conquistados por Portugal nos World Travel Awards, dois foram especificamente para a região mais a sul do país: o Algarve. Famosa pela ampla oferta balnear, foi precisamente esse um dos troféus conquistados pela região algarvia: o de Melhor Destino de Praia Europeu; o outro, de Melhor Resort de Praia Europeu, teve como destinatário o Hotel Quinta do Lago, situado em Almancil, concelho de Loulé.

Se procurarmos no seio de um grupo de habitantes de qualquer cidade algarvia - principalmente nas zonas mais litorais -, é quase impossível não encontrar pelo menos um que contacte diretamente com turistas no seu local de trabalho. E são muitos os que têm mesmo a atividade profissional ligada diretamente ao turismo, nomeadamente no setor da restauração, da hotelaria e do comércio.

Por essa razão, o i foi ouvir alguns testemunhos de quem lida diariamente com visitantes de todas as partes do mundo - com especial predominância para o Reino Unido, mas não só - e tentar perceber o que leva tantos milhares de turistas a procurar os prazeres da região algarvia. Convidamo-lo, caro leitor, a reservar o seu lugar nesta viagem.

O fator primordial é claramente o clima. "O bom tempo (quente e relativamente constante), ao contrário do que acontece na maior parte dos seus países, é decisivo para a sua escolha. Por vezes dizem-me que o tempo não está tão agradável como eles achavam que seria durante todo o ano, mas mesmo estando mais 'frio', isso não afeta a sua visita, pois nos países deles está ainda mais frio e chuva, pelo que acabam por aproveitar as suas férias na mesma", ressalva Joana Martins, rececionista no Praia Verde Boutique Hotel, em Altura.

Hugo Jesus, cozinheiro no Restaurante Willie's, em Vilamoura, corrobora e acrescenta o fator "gastronomia", "bastante rica em termos de pescado e baixa em calorias". "Temos como exemplo a evolução da dieta mediterrânica", salienta, considerando também que a região tem "conseguido acolher turistas de todo o mundo e de diversas culturas sem perder a identidade": "Esse é o nosso maior valor e é também uma das fortes razões para termos ganho este prémio mais um ano".

As paisagens naturais são também outro dos aspetos decisivos para o fascínio que o Algarve exerce nos turistas. "Temos uma vasta costa, bastante diversificada, praias com falésias de paisagens dignas de postais e grandes extensões de areia fina e branca, com água com temperaturas razoáveis. Assemelha-se muito aos países tropicais, mas com preços mais atrativos", considera Cátia Luís, lojista na Kozii, na Praia Verde, revelando a diversidade de oferta existente. "Portugal é um país rico em história, cultura e gastronomia, e acessível a todos os gostos e carteiras. Do mar à serra, do desporto ao descanso, a oferta noturna... esta região foi-se adaptando à evolução e necessidades do turista, ganhando cada vez mais nome e procura", completa.

Joana Martins concorda e frisa a influência da publicidade, seja através de fotografias ou vídeos promocionais. "Ficam deslumbrados com as nossas praias, grutas, montanhas na parte mais interior", refere, garantindo esperar mais clientes este ano do que em 2018, em que o mês de junho "mais frio e chuvoso" originou diversos cancelamentos nas reservas.

no topo da lista As praias, como não podia deixar de ser, foram outro dos aspetos mais salientados -

caso contrário, como justificar o tal "Óscar" de Melhor Destino de Praia Europeu? "Temos das melhores praias a nível mundial", dispara Vítor Calado, empregado de mesa no Restaurante Polvo & Companhia, em Santa Luzia (Tavira). A frase pode soar a pretensiosa, mas é partilhada por quem veste, de facto, a pele de turista no Algarve. "As praias são extensas e maravilhosas, com areia dourada e águas turquesa, e também com as formações rochosas, que são muito bonitas. Além disso, não me parece que sejam tão demasiado frequentadas como acontece em Espanha, por exemplo", afirma Tora Abbott.

Tora tem 35 anos, é natural de Somerset, no sul de Inglaterra, e pode dizer-se que já viajou por este mundo... e o outro, tantos foram os países que visitou: Espanha, França, Holanda, Croácia, Bósnia, Itália, Malta, Gibraltar, Suécia, Dinamarca, Alemanha, País de Gales, Irlanda, Áustria, Bélgica, República Checa, Grécia, Eslováquia, Escócia, Polónia, Islândia, Tunísia, Marrocos, Estados Unidos, Canadá, China, Austrália, Tailândia e República Dominicana. E ainda vêm aí Hungria em julho e Roménia em outubro... "Trabalho como assistente social de crianças e tenho também um pequeno negócio de impressões. Sou eu que faço os meus horários e organizo-me de modo a conseguir fazer as horas necessárias antes ou depois dos dias para os quais reservei as férias. Tenho de ter cuidado com a escola das minhas filhas [16 e 14 anos], pois se faltarem mais de cinco dias pago uma multa de 60 libras [67 euros]; por isso, normalmente viajamos nas férias da Páscoa ou do verão, ou noutra altura que envolva faltarem só um ou dois dias", explica ao nosso jornal.

Apesar de já conhecer 32 países, alguns dos quais já visitados várias vezes, Tora continua a colocar Portugal (e em especial o Algarve) no topo da lista. E revela porquê. "Estive em Vale de Carros há cinco anos e na Balaia [hotéis situados em Albufeira] em abril passado, e voltarei lá no próximo ano. Para mim, o principal motivo é o preço: é o destino mais barato e com garantia praticamente certa de bom tempo em qualquer altura do ano", assume, dando um exemplo prático: "As férias que reservei para abril do próximo ano, com quatro noites para dois adultos e uma criança, voos, hotel e transfers de e para o aeroporto ficaram-me por 489 libras [550 euros]. É uma pechincha!"

Diversidade na oferta

A afluência mantém-se em alta, seja na zona mais oriental (Sotavento), seja na mais ocidental (Barlavento). "Sempre trabalhei mais com clientes ingleses ou alemães, mas agora há cada vez mais franceses, italianos, norte-americanos ou até canadianos. Cada dia se nota mais isso", assegura Vítor Calado. Duarte Martins, funcionário do grupo Sonae em Loulé, confirma: "Noto cada vez mais turistas, e não só numa altura do ano. Não se arrependem da experiência porque supera as expectativas a nível da gastronomia, da paisagem, das praias e da simpatia que encontram nos portugueses, o que os leva a voltar ou transmitir esse feedback a familiares e amigos".

"Nos últimos anos temos evoluído bastante no acolhimento, com uma oferta variada de turismo, seja rural ou balnear. Os turistas adoram o nosso país: as paisagens naturais, as pessoas, que são bastante acolhedoras, o clima e, acima de tudo, a gastronomia. Em tudo pensam que somos uns privilegiados e o desejo antes de partirem é o de voltar", frisa Hugo Jesus, que espera este ano uma maior afluência de turistas "diferentes". "Cada vez mais existe o turista que em vez de querer ir para um hotel e experienciar o luxo, quer estar inserido na nossa cultura, aprender os nossos costumes e aproximar-se da nossa tradição, que acredito ser a nossa maior riqueza", salienta.

Há vários anos a tocar para os turistas nos bares da marina de Vilamoura, Tiago Lopes está bastante familiarizado com as razões que levam ingleses e irlandeses, acima de tudo, a procurar aquela zona de Portugal. "A diversidade de coisas que o nosso país tem para oferecer e com altíssima qualidade, tanto a nível gastronómico como paisagístico, o clima... se formos pensar bem, quantos países têm tudo isto para oferecer, com a qualidade que nós temos, em tantos parâmetros?", realça, completando a ideia: "Vir para o nosso país, digamos que é um pack completo de tudo aquilo que se procura para férias, seja para um grupo de amigos ou para famílias com filhos".

Não será, por isso, de estranhar ouvir/ler frases como esta, do francês Laurent Chevalier, de 42 anos,

cliente do Praia Verde Boutique Hotel pelo terceiro ano consecutivo: "Venho a Portugal todos os anos porque é um país lindo e seguro, com paisagem tão bela e tanto para ver. Há sempre alguma coisa nova para descobrir, o tempo está sempre tão agradável que é impossível sentirmo-nos tristes ou aborrecidos. Como ficar muito tempo longe do paraíso?"

Bruno Venâncio

Lisboa. A cidade Onde os pés pisam arte

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 16/06/2019

Melo: i Online

Autores: Rita Pereira de Carvalho

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=67840ff9>

Em Lisboa, especialmente nos bairros da zona da Baixa, não é preciso dar mais do que três passos para ouvir uma língua diferente. E é precisamente da língua que todos falam. "Antes de chegarmos a Portugal, a primeira coisa que nos disseram foi que todos falam inglês. Era o único medo que tínhamos, porque não sabemos falar português", diz-nos Elizabeth Thomsen, que chegou a Portugal há três dias para aproveitar a época das festividades dos santos populares.

Arte espalhada pelos cantos da capital As línguas são, de facto, uma arte que os portugueses dominam, mas não a única. Elizabeth está junto às escadas da Graça e não esconde o fascínio pela calçada portuguesa - essa simetria desenhada a preto e branco espalhada por toda a cidade. "Já deve ter ouvido isto, mas vocês andam em cima de arte todos os dias e isso nunca vi noutro país", diz a inglesa de 47 anos.

Arte e monumentos são das principais atrações dos turistas - desde o Mosteiro dos Jerónimos ao Castelo de São Jorge, sem esquecer o Museu Nacional de Arqueologia ou o Museu Nacional dos Coches. Os números falam por si: de acordo com a Pordata, desde 2012 até 2017 o número de visitantes estrangeiros duplicou - passando de dois milhões para mais de quatro milhões de entradas registadas só em espaços museológicos na área metropolitana de Lisboa.

Francisco Silva, professor na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, explicou ao i que "Lisboa é uma cidade que tem uma cultura muito enraizada e muito antiga". E isso tem muito peso na escolha do destino de férias. A par da grande variedade dos museus, há outra grande questão que convence os turistas: é que "Lisboa é uma cidade muito pequenina e tem tudo muito próximo - muitas facetas, muitas realidades diferentes. Cada vez mais os turistas procuram a história, a diversão, a autenticidade, a experiência", explica Francisco Silva. Por exemplo, comparando Atenas com Lisboa, as diferenças saltam à vista. "Atenas tem o centro e depois o resto é tudo muito agreste, muito pouco acolhedor. Em Lisboa, as pessoas chegam e têm as colinas de um lado e do outro, com as vistas magníficas", diz o especialista em turismo.

É da facilidade nas deslocações que os turistas também falam. Sentados junto ao Tejo, no Terreiro do Paço, Myriam e Patrick Barone, um casal francês, confessa que os transportes em Lisboa são muito bons. Recordam a viagem que fizeram no dia anterior de comboio até Sintra e garantem que "Sintra é uma cidade magnífica e muito perto de Lisboa" - outro fator a favor da capital, já que não é preciso andar muito para encontrar realidades completamente diferentes. Francisco Silva fala também da versatilidade da cidade, razão pela qual este sítio está a conquistar os estrangeiros: "Muito próximo de Lisboa há uma variedade de coisas muito diferentes, como praia, a zona de Cascais, Sintra, a Arrábida, ou Óbidos".

"Por exemplo, alguém que vai visitar Paris, não sai de Paris, alguém que vai visitar Londres, não sai de Londres, porque para sair é preciso percorrer grandes distâncias, enquanto em Lisboa basta apanhar a linha de comboio, e só a linha de comboio em si é simpática de fazer", aponta o especialista.

"Um país tão pequenino com tanta diversidade" Sentadas numas pequenas escadas junto ao Terreiro do Paço estão cinco jovens inglesas. Apanham sol e recuperam da noite anterior - que foi a festejar o Santo António. "Viemos porque os voos são muito baratos e quando chegámos ao Airbnb disseram-nos que havia festas na cidade", dizem. Os preços em Portugal ajudam a somar pontos na lista de preferências dos estrangeiros. Para os jovens, isso é muito importante e, claro, a cidade de Lisboa tem inúmeros Airbnbs - casas que se alugam ao dia e é muito mais barato do que ficar num hotel. "Os preços aqui são fantásticos, as bebidas são muito mais baratas do que em Londres", diz uma das jovens de 23 anos. Sair à noite na capital é muito mais barato do que no norte da Europa - seja em bares, restaurantes ou discotecas.

Turismo visto de dentro Em Lisboa, as opiniões dividem-se - há quem goste de receber turistas e há quem ache que o turismo está a atingir limites que já não são consideráveis. Os hotéis vivem do turismo e, por isso, quem lá trabalha agradece a chegada de pessoas dos quatro cantos do mundo todos os dias. Ana Abreu trabalha no bar de um hotel nos Restauradores e garante que os turistas adoram a cidade, mas que tenta sempre encaminhá-los para sítios que não constam nos roteiros. "Como é óbvio, recebo bem os clientes, gosto muito de falar e acho que é isso que os turistas gostam nos portugueses - a comunicação", diz a jovem de 24 anos.

Além das gorjetas que recebe diariamente, Ana recebe todos os dias propostas de trabalho e alguns clientes "são tão simpáticos" que até já lhe ofereceram "casa para ir passar férias em Manhattan", conta. Por ser um hotel de cinco estrelas, os preços ultrapassam os 200 euros por noite. Ainda assim, "os estrangeiros acham barato e dizem que em Portugal se faz muito com pouco dinheiro". "Uma vez disse-lhes que um quarto custa mais ou menos 300 euros e eles ficaram muito admirados e disseram que era muito barato e que era por motivos como o dinheiro que eles não se importavam de ficar cá a viver".

Os números relativos aos hotéis traduzem a adoração dos estrangeiros por Portugal. O Observatório do Turismo de Lisboa fez as contas e, segundo o relatório dos primeiros três meses do ano, as receitas turísticas cresceram 5,3% face ao período homólogo de 2017 e atingiram os 2733 milhões de euros.

Nos hotéis, os turistas sentem-se bem, mas é fora das quatro paredes que se descobre a cidade. "A luz e o azul da cidade de Lisboa tornam a paisagem muito apelativa. É uma cidade que se fecha nas colinas e ao mesmo tempo se abre para o mar", diz Francisco Silva.

Rita Pereira Carvalho

Algarve é "campeão europeu" das praias pela sexta vez em oito anos - Jornal do Algarve

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 16/06/2019

Melo: Jornal do Algarve Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=29330058>

Informação para o Algarve desde 1957. Edição digital e em papel

O Algarve voltou a ser eleito o Melhor Destino de Praia da Europa em 2019, nos World Travel Awards, os óscares do turismo, troféu que a região já conquistou por seis vezes nos últimos oito anos. O presidente do Turismo do Algarve, João Fernandes, realça que as praias são cada vez mais o ponto de partida para os turistas descobrirem aquilo que faz do Algarve "um destino único e genuíno"

O Algarve recebeu na semana passada o prémio de "Melhor Destino de Praia da Europa em 2019", no âmbito da cerimónia dos World Travel Awards. Esta é a sexta vez que o Algarve alcança esta distinção - o que já havia acontecido nas edições de 2012, 2013, 2015, 2016 e 2017 - e um recorde no que toca à atribuição deste galardão, uma vez que mais nenhum outro destino alcançou este número de nomeações.

"É com um enorme orgulho e satisfação que recebemos a revalidação deste reconhecimento internacional do Algarve", refere João Fernandes, presidente do Turismo do Algarve. "Acreditamos que este é o resultado do compromisso que a região tem vindo a consolidar não só com a qualidade da sua oferta mas também com a afirmação e preservação da identidade do destino. A beleza das nossas praias e a diversidade de paisagens naturais, que vão desde extensos areais dourados a pequenas enseadas escondidas entre as falésias, são uma das fortes imagens de marca do Algarve. Mas a oferta da região vai muito para além disso..."

Leia a notícia completa na edição em papel.

Partilhar isto: [Clique para partilhar no Facebook \(Opens in new window\)](#) [Carregue aqui para partilhar no Twitter \(Opens in new window\)](#) [Carregue aqui para partilhar por email com um amigo \(Opens in new window\)](#) [Carregue aqui para imprimir \(Opens in new window\)](#) [Click to share on WhatsApp \(Opens in new window\)](#) [Click to share on Pinterest \(Opens in new window\)](#) [Mais](#)

Tecnologia é chave para desenvolver o Algarve

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	16/06/2019
Melo:	Jornal Económico Online (O)	Autores:	Filipe Alves José Varela Rodrigues

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=e23df13a>

Conferência promovida pelo Jornal Económico e pela Altice, em Faro, debateu papel da tecnologia no turismo, nos media e no desenvolvimento regional.

A inovação no setor do turismo, o contributo da Universidade do Algarve para o desenvolvimento da Região e os desafios dos media locais e regionais foram os temas fortes da primeira conferência do ciclo "Portugal Inteiro", promovida pelo Jornal Económico e pela Altice no dia 27 de maio. O evento, que teve lugar no auditório da Universidade do Algarve, em Faro, contou com as participações do CEO da Altice, Alexandre Fonseca, bem como do reitor Paulo Águas e do autarca da capital algarvia, Rogério Bacalhau.

Na sua intervenção de abertura, Alexandre Fonseca reiterou o compromisso da operadora com a região do Algarve, disponibilizando tecnologias inovadoras às empresas, às entidades públicas e aos consumidores da região. E abordou ainda a situação que atravessa o setor da comunicação social, deixando críticas aos reguladores.

Por sua vez, o presidente da câmara de Faro defendeu que a cidade é um exemplo de como se alia inovação ao turismo. "Em Faro, a aplicação da inovação no setor do turismo é já uma realidade que se encontra em marcha com a implementação, para breve, de Wi-Fi público no centro histórico [da cidade], bem como a formação do portal turismo", afirmou o autarca.

Para Rogério Bacalhau, o turismo é um setor de atividade preponderante na região algarvia, particularmente em Faro, "com uma perspetiva integrada e de desenvolvimento sociocultural". É dessa forma que a inovação tecnológica no setor do turismo, para o autarca "tem imensas definições complexas".

"A inovação no setor público tem imensas definições e complexas, mas em termos gerais refere-se ao processo de implementar novas abordagens para endereçar problemas antigos, com o objetivo de melhor servir munícipes e visitantes. Independentemente da abordagem, a inovação passa mais pela inclusão das pessoas e interação sobre os processos, do que simplesmente acrescentar mais tecnologia", argumentou.

Rogério Bacalhau, discursando na Universidade do Algarve, aproveitou a ocasião para assinalar o contributo "incomensurável [da universidade] para o desenvolvimento da região". "Se temos investigação e técnicos superiores à altura no Algarve, muito se deve à Universidade do Algarve e a toda a investigação que aqui se tem desenvolvido. Nenhum de nós conseguiria imaginar o Algarve sem a Universidade do Algarve", sublinhou o autarca fareense.

De seguida lançou o desafio: "Um dos objetivos é abrir cada vez mais a universidade à sociedade civil, às empresas e ao desenvolvimento do território. A aposta nas novas tecnologias do conhecimento é, aliás, um dos traços que caracterizam os tempos que vivemos neste território".

Media regionais pedem mais investimento

Um dos painéis do encontro teve como tema o papel dos media para promoção do desenvolvimento local. Participaram os diretores de quatro órgãos de comunicação social algarvios: Elisabete Rodrigues ("Sul Informação"), Fúlvia Almeida (Rádio Universitária do Algarve), Nathalie Dias ("A Voz do Algarve") e Bruno Filipe Pires ("Seminário Barlavento" - Open Media).

Nesta conversa, os jornalistas identificaram os grandes desafios que se colocam ao setor, a começar pela falta de investimento público e privado em publicidade na comunicação social local. Questionados sobre a eventual necessidade de mais apoios do Estado à comunicação social regional, por exemplo reforçando a comparticipação no chamado porte pago do envio de jornais pelo correio, o painel de jornalistas não encontrou um consenso. Nathalie Dias e Bruno Pires viram esta possibilidade com bons olhos, ao passo que Elisabete Rodrigues alertou para a necessidade de os projetos jornalísticos serem sustentáveis e de se afirmarem pelo mérito, considerando que existe o risco de os apoios públicos minarem a livre concorrência. Onde houve consenso por parte dos quatro diretores foi na defesa da independência e da isenção como pilares essenciais para a afirmação do jornalismo regional. Fúlvia Almeida frisou que esta independência é possível mesmo quando os meios dependem de apoios públicos.

Artigo originalmente publicado na edição do Jornal Económico nº 1991 de 31 de maio de 2019

Ler mais

Filipe Alves José Varela Rodrigues

MotoGP em Portugal? Já esteve mais longe... Organização está interessada

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	16/06/2019
Melo:	TSF Online	Autores:	Cláudia Arsénio Sara Beatriz Monteiro

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=de802be0>

Os circuitos de Portimão e do Estoril estão interessados em receber o evento.

© Ibraheem Al Omari/ Reuters

Por Sara Beatriz Monteiro com Cláudia Arsénio 16 Junho, 2019 . 12:29 Partilha este artigo Facebook Twitter WhatsApp E-mail Partilhar Comentar

O secretário de Estado do Desporto, João Paulo Rebelo, avançou à TSF que a organização do MotoGP está interessada em trazer o evento desportivo para Portugal, apesar de ainda não existir um acordo assinado. Portimão e Estoril estão interessados em receber o evento.

Pub

"A novidade é que houve da parte da Dorna, empresa organizadora destes eventos desportivos, a abertura para que, no futuro, possa entrar um circuito em Portugal", sublinhou.

Ouçã as declarações do secretário de Estado à TSF

00:0000:00

João Paulo Rebelo lembra, no entanto, que "é prematuro falar de que vamos ter MotoGP em Portugal, na medida em que há todo um processo negocial que, a partir de agora, tem de ser aberto".

Fechar Subscriver newsletter

Subscriva a nossa newsletter e tenha as notícias no seu e-mail todos os dias

Subscriver Muito obrigado pelo seu registo.

O secretário de Estado adianta que, caso o evento venha a acontecer em Portugal, será necessária a intervenção de várias entidades para além do Governo, isto é, "os municípios envolvidos, a própria Federação de Motociclismo de Portugal" e "a tutela do turismo".

O representante do Governo adianta que tanto "o circuito de Portimão como o circuito do Estoril" têm interesse em receber uma prova desta natureza e sublinha que o evento "pode acontecer alternadamente entre estes dois circuitos a organização desta prova".

À TSF, Paulo Pinheiro, administrador do autódromo do Algarve adiantou que as negociações estão bem encaminhadas: "O que há é negociações muito avançadas com a Dorna para termos uma opção para os próximos anos e uma garantia em 2022. Mas ainda não está fechado."

Também Isilda Gomes, presidente da câmara de Portimão, confirmou à TSF que "há uma forte possibilidade", que as negociações estão "a correr a bom ritmo" e que "espera que se torne uma realidade num futuro próximo".

Sara Beatriz Monteiro com Cláudia Arsénio

Como vão ser as férias de verão dos portugueses este ano

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 16/06/2019

Melo: Voz do Algarve Online (A)

URL: <http://www.avozdoalgarve.pt/detalhe.php?id=37577>

Quando chega a hora de marcar férias entre os meses de junho e setembro, a grande maioria dos portugueses (77%) decide abandonar o conforto do lar e procurar relaxar noutro destino. Dentro de Portugal, a escolha recai sobretudo sobre alojamentos turísticos no Algarve.

Já quem vai passar as férias no estrangeiro, vai principalmente para Espanha.

Neste verão de 2019, "77% dos portugueses vão fazer férias fora de casa no período de junho a setembro deste ano, um valor próximo do apurado em igual período de 2018 (80,4%)", revela um estudo do IPDT que teve o apoio da Soltrópica, dado a conhecer esta semana.

Ainda assim, "a expectativa para o gozo de férias é muito positiva com o Algarve a ser o destino de eleição, numa escolha que coloca Portugal no topo das preferências para 40% dos inquiridos", diz em comunicado, citado pela Lusa, o presidente do Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT), António Jorge Costa.

No que se refere aos gastos nas férias, as estimativas apontam para uma média de 434 euros, a que corresponde a um gasto unitário de 59 euros por noite, "um consumo semelhante ao de 2018".

De acordo com os dados do IPDT, entre os inquiridos, dos que optam viajar para o exterior, 28% elegem a Europa como destino, destacando-se Espanha.

Segundo o estudo, cerca de 44% dos inquiridos declarou que já fez reserva das férias através da internet, sendo a principal motivação para a viagem o sol e o mar (61%), seguindo-se a cultura (12%) e a natureza (9%).

No que se refere ao alojamento, os hotéis de quatro estrelas são a opção favorita para 29% dos inquiridos, seguindo-se as moradias ou apartamentos alugados (18%) e a casa de familiares ou amigos (13%).

Por sua vez, 72% das intenções de férias estão concentradas em estadias até sete noites, sendo que a maioria prefere o mês de agosto para gozar férias. Este estudo foi elaborado tendo por base 538 questionários, recolhidos entre 10 e 30 de maio.

Por: Idealista



Conclusões do projeto Cosmo

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=41109c28-3c0a-4e44-8185-b3e09b691d36&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

A orla costeira portuguesa perdeu 100 hectares nos últimos 9 anos, segundo dados revelados esta semana pela Secretaria de Estado do Território e da Conservação de Natureza. As praias a sul da Cova Gala na Figueira da Foz foram das mais afetadas com um recuo de 50 metros na extensão do areal. A passagem do furacão Helena para esta zona do distrito de Coimbra é apontada como uma das principais razões para a erosão nestas áreas costeiras. Estas conclusões fazem parte do projeto Cosmo, um programa para a monitorização da orla costeira portuguesa. O projeto foi implementado em 2018 e é da responsabilidade da Agência Portuguesa para o Ambiente. Tema para a conversa com Carlos Antunes, professor da Faculdade de Ciências de Lisboa.



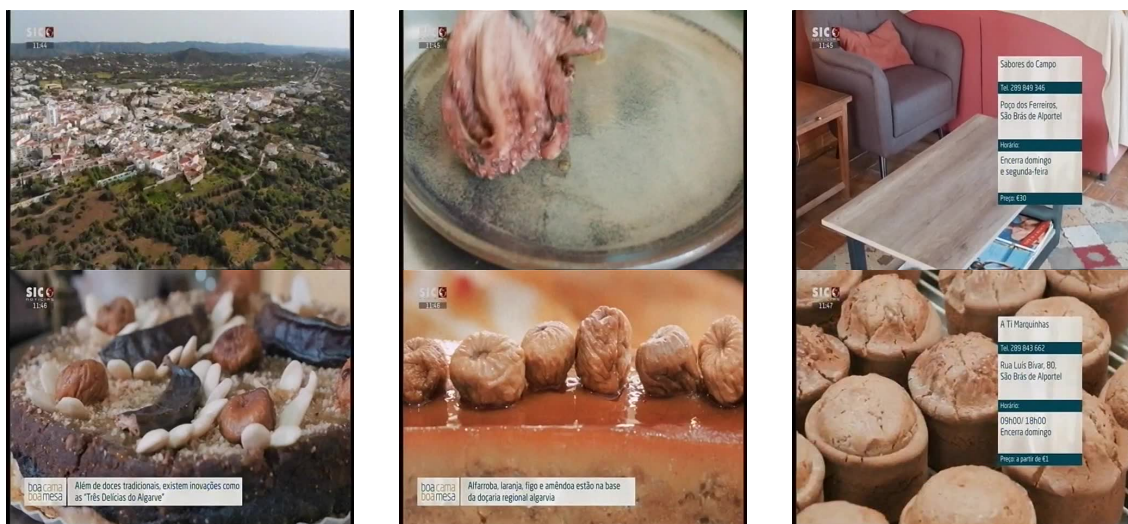
Boa Vida

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=90dad8db-10b3-4f5d-85b4-b1aafb8f5818&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Zona de montado com uma extensão vasta de sobreiros, São Brás de Alportel tem na cortiça um dos seus principais emblemas. Não é, por isso, de estranhar que uma das atividades turísticas mais desejadas passe por conhecer de perto uma fábrica que produz rolhas para os melhores champagnes do mundo. Declarações de Florência Laginha, Nova Cortiça

Repetições: SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-15 04:04

SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-16 08:52



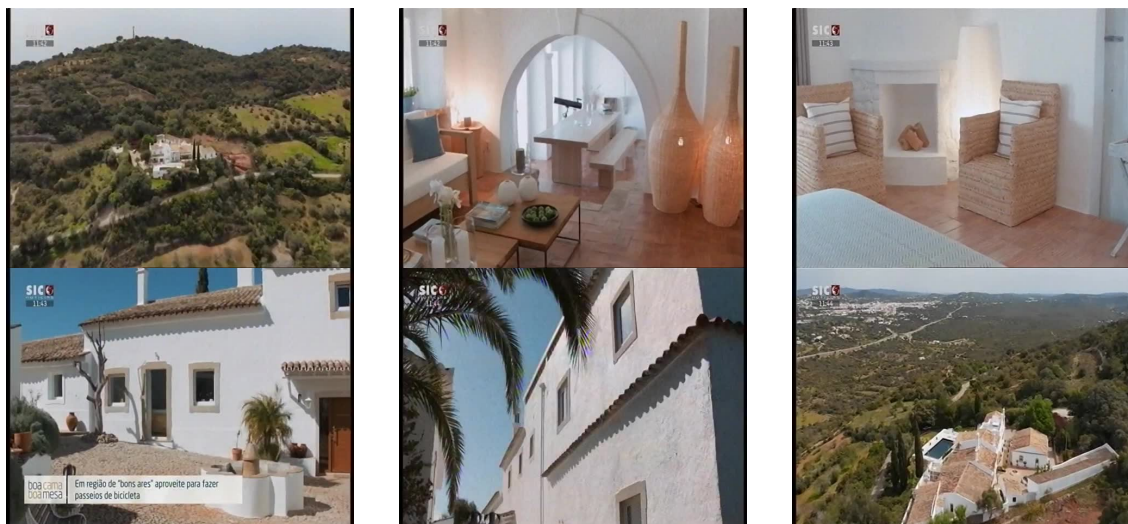
Boa Mesa

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=14d12b64-450a-4970-b6a1-268c20cdd4f1&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

São Brás de Alportel é também palco de uma rica gastronomia serrana. O restaurante Sabores do Campo faz há 14 anos o elogio da comida tradicional com ingredientes e saberes locais. Declarações de João Aleixo, Sabores do Campo, Valentina Miguel, A Ti Marquinhas.

Repetições: SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-15 04:01

SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-16 08:49

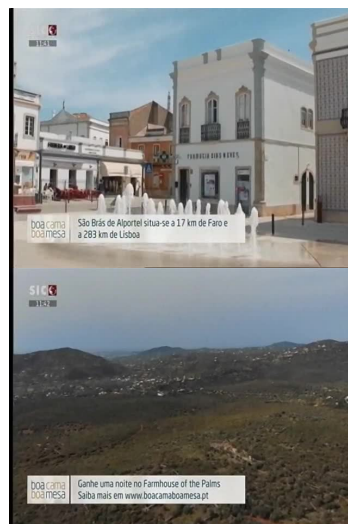
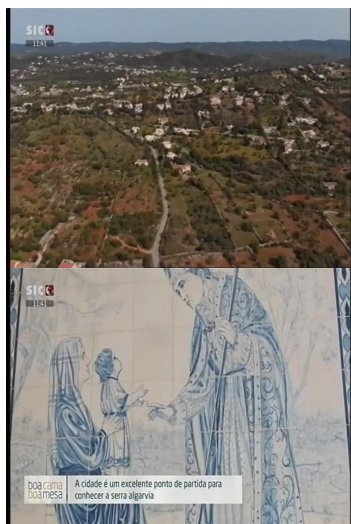


Farmhouse of the Palms

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=11658bfe-ad37-4c96-940e-683d048e1186&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Lugar encantado onde o tempo passa devagar. Resultado da recuperação de uma habitação com 200 anos, a antiga casa da Palmeira deu lugar ao Farmhouse of the Palms. Um Bed and Breakfast de extremo bom gosto, minimalista e acolhedor, com 5 espaçosos quartos, um deles tem até uma câmara exterior para dormir sob as estrelas. Declarações de Frank Persyn, Farmhouse of the Palms.

Repetições: SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-15 03:58
SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-16 08:46



Visitar São Brás de Alportel

<http://pt.cision.com/cp2013/ClippingDetails.aspx?id=1fd29a0a-28de-4a35-847c-b669adb6a779&userId=20bb6b56-ec51-42d3-b11d-421913ecc5ae>

Visitar São Brás de Alportel

Repetições: SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-15 03:57

SIC Notícias - Boa Cama Boa Mesa , 2019-06-16 08:45



TURISMO

Golfe português enfrenta os preços baratos da Turquia

Confederação do sector reclama mais **promoção e rotas aéreas** para fazer face à “competição brutal”

Uma “concorrência muito feroz” para os campos de golfe portugueses está a vir da Turquia, além de outros destinos em ressurgimento como a Tunísia ou o Egito, alerta a Confederação Nacional da Indústria do Golfe (CNIG).

“Esses mercados estão a praticar preços muito baratos também no golfe, e que voltaram este ano a baixar, estão numa competição brutal”, salienta Luís Correia da Silva, presidente da CNIG e CEO da Dom Pedro Golf, proprietária dos cinco campos em Vilamoura. O responsável também se assume preocupado com o mercado inglês, que representa metade do negócio do golfe em Portugal, e as incógnitas do ‘Brexit’, agravadas com a demissão da primeira-ministra britânica, Theresa May.

“O jogador inglês que no passado ia todos os anos ao Algarve pode agora ir a dezenas de destinos do mundo. A nossa concorrência costumava ser o sul de Espanha ou de França, mas hoje a competição é global, estamos a concorrer com os Estados Unidos, Dubai, África do Sul, ou mesmo países da Ásia, há muitos mais mercados a disputar a mesma procura”, adianta, pondo também a tónica na guerra de preços que está a vir da Turquia, Tunísia ou Marrocos. “Como não podemos tornar os nossos campos de golfe tão baratos, temos de enfrentar esta concorrência com medidas que garantam a sustentabilidade desta indústria e dos enormes investimentos que tem feito. Precisamos que o mercado dê sinais de franca expansão”.

O presidente da CNIG chama a atenção para o facto de o golfe ter gerado em 2018 receitas de €140 milhões, mas ter um impacto global na economia portuguesa avaliado pela confederação em €1,8 mil milhões, incluindo hotelaria, restauração, transportes ou aluguer de automóveis. “Não há outra operação que substitua o golfe em receitas”, sublinha Correia da Silva, enfatizando tratar-se de

QUANTO VALE O GOLFE?

€140

milhões é o valor das receitas geradas no ano passado pelos campos nacionais, mas segundo a CNIG o golfe tem um impacto global na economia que por ano atinge €1,8 mil milhões

20

mil empregos, diretos e indiretos, é quanto gera o golfe no país, de acordo com a confederação

93

campos tem Portugal em operação, prevendo-se este ano a abertura de um novo golfe, na Quinta da Ombria

Indústria europeia de golfe vai reunir em Portugal

Portugal foi o destino eleito para a European Golf Business Conference em 2020, que vai decorrer em Cascais com 250 profissionais do sector e é organizado pela Golf Course Association Europe (GCAE). “O mundo do negócio do golfe vai reunir-se em Portugal, o que reforça o reconhecimento global sobre a nossa indústria e as suas melhores práticas”, enfatiza o presidente da CNIG.

“um produto turístico fundamental para subtrair a sazonalidade, e hoje se não fossem os campos de golfe grande parte da hotelaria estaria fechada em determinadas épocas do ano, no Algarve e não só, e teríamos situações muito complicadas”.

‘Brexit’ “é preocupante”

Para o presidente da confederação, “2019 é um ano de muita indefinição e expectativa para o turismo em geral, onde se inclui o golfe”, em primeiro lugar devido ao ‘Brexit’ e a perspectiva de uma saída ‘dura’ do Reino Unido da União Europeia — e tendo em conta que os jogadores ingleses representam 49% do mercado de golfe a nível nacional. “Pode mexer com a decisão dos britânicos na disponibilidade para viajar, é preocupante a forma como poderá evoluir o comportamento da procura em Inglaterra. O mercado inglês é fundamental para Portugal, não só no golfe, e qualquer constipação no Reino Unido traz implicações. Se houver um tombo gigante na libra, temos mesmo um problema sério”, avisa.

A ocupação dos campos nacionais aumentou 6,1% no acumulado do ano até abril, mas segundo o presidente da CNIG “as reservas de golfe não estão com uma evolução tão forte como poderiam ter por causa do mercado inglês”. Refere que “felizmente temos crescimentos de jogadores de outras partes do mundo que têm ajudado a compensar a perda dos jogadores britânicos, como por exemplo de suecos, que já são o nosso terceiro maior mercado”.

Sustentando que “também é essencial captarmos mais jogadores alemães, um mercado que no golfe está a ser muito dirigido para a Turquia, Tunísia, Egito e Grécia”, Correia da Silva frisa que “é difícil concorrer com ofertas do género: se ficar no hotel pode jogar ‘de borla’. O que podemos oferecer a estes viajantes é melhor qualidade nos nossos campos para lhes proporcionar uma grande



O golfe Victoria, em Vilamoura, é um dos campos emblemáticos do Algarve e onde decorre o campeonato Portugal Masters que faz parte do torneio da European Tour

experiência de golfe”. E refere que “é preciso encontrar soluções de transporte aéreo, com mais rotas ponto a ponto e a preços competitivos para os golfistas virem mais vezes” — e “se houver uma situação grave em relação ao ‘Brexit’” há que criar um plano alternativo.

“O comportamento da procura mudou radicalmente, Portugal tem de marcar uma posição no mercado do golfe. Preocupa-me ver o esforço que os outros destinos estão a fazer para conquistar jogadores, todos querem ir buscar ingleses, alemães e agora de mercados em crescimento, como França e Itália”, frisa o presidente da CNIG, sustentando que falta informação *business intelligence* sobre golfe e o Turismo de Portugal devia disponibilizar indicadores atualizados sobre o comportamento dos vários mercados. “Precisamos desta informação em tempo real, não com seis meses, não é mais possível ficar à espera a ver o que acontece. Eu tenho de saber a cada momento o que os nossos concorrentes estão a fazer com o mercado inglês e o que é oferecido pelos operadores”, salienta, lembrando que “o grande afluxo de marcações para a Turquia pode virar

de um momento para o outro se houver mais acidentes (a 19 de maio ocorreu no Egito um atentado contra um autocarro de turistas), nós temos de ter a capacidade de agir em cima da hora”.

Regiões têm mais turistas e devem promover o golfe

A imagem no exterior continua em alta, e Portugal voltou a ser eleito no ano passado, e pelo quinto ano consecutivo,



COMPETIÇÃO É GLOBAL

“O jogador inglês que ia todos os anos ao Algarve pode ir agora a dezenas de destinos no mundo. Hoje a competição é global”

Luís Correia da Silva
Presidente da CNIG

o ‘melhor destino mundial de golfe’ pela World Golf Awards. Luís Correia da Silva defende ainda que as várias regiões do país, como o Norte, centro ou Alentejo, devam tirar partido deste reconhecimento e estar mais apostadas em promover o golfe, tornando mais visível a oferta dos seus campos, e até trazendo jornalistas internacionais especializados.

“O golfe nunca foi um produto estratégico para essas regiões, mas o seu potencial é significativo. Hoje há muitos turistas a viajar com as famílias para o Porto, e se souberem que há campos de golfe num raio curto vão querer jogar”, salienta.

A aposta também devia alargar-se à criação “de pequenos campos municipais, com áreas de treino e percursos de iniciação para a prática de golfe, e com estes pequenos investimentos púnhamos a população portuguesa a jogar golfe ao longo de todo o ano”, avança o presidente da CNIG, lembrando que “o golfe na Europa não é um produto elitista”, e o sector precisa de um crescimento relevante na base de jogadores nacionais.

CONCEIÇÃO ANTUNES
cantunes@expresso.imprensa.pt

Inovação no turismo depende de mais verbas

Tipo Meio:	Internet	Data Publicação:	15/06/2019
Melo:	Jornal Económico Online (O)	Autores:	José Varela Rodrigues

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=5f2a9b26>

Turismo do Algarve pretende mais fundos atribuídos à região. Empresas dizem que há recursos humanos, mas pedem mais atenção à região.

Na região do Algarve, a inovação no turismo está ligada às pequenas e grandes infraestruturas e, tendo em conta que se trata um setor aberto à concorrência, que é cada vez mais exigente, essa inovação pode ocorrer de diferentes formas. Contudo, há um "constrangimento importante a ultrapassar", afirmou o presidente do Turismo do Algarve, João Fernandes, na conferência "Inovação como Instrumento de Mais e Melhor Turismo", co-organizada pelo Jornal Económico e pela Altice Portugal, e que decorreu na última segunda-feira.

"O Algarve é a principal região turística nacional, mas tem um acesso ao financiamento inversamente proporcional a essa importância. Temos 300 milhões para um quadro comunitário de sete anos - o Alentejo tem 1.200 milhões de euros, Lisboa e Vale do Tejo tem cerca de 900 milhões, o Centro tem 3.500 milhões e o Norte tem 6.000 milhões de euros. Este é o desfasamento que nós temos. E este é um fator essencial para o investimento em inovação", explicou.

Sendo o setor o "14.º mais competitivo no mundo", este responsável defendeu que "ao Algarve também tem de vir oxigénio para essa inovação", sob pena de ocorrer uma estagnação em diversos níveis e um subsequente decréscimo na competitividade da região. "É uma realidade duplamente penalizadora, porque o Orçamento do Estado é arrastado para onde vai esta alavancagem no financiamento e co-financiamento mais robusto". O quadro descrito por João Fernandes acabou por ser replicado nas afirmações dos vários responsáveis de empresas convidadas a debater a inovação no turismo da região na conferência, que alertaram para a necessidade de criar condições de desenvolvimento das empresas algarvias.

Sérgio Silva, da Easysensing, empresa cujo core business é criar sistemas de inteligência artificial, que participou no painel que retratou a realidade do tecido empresarial algarvio, argumentou que "existe muito a fazer no Algarve em termos de digitalização" das empresas. O representante desta startup da Universidade do Algarve, disse que "90% do tecido empresarial da região é constituído por micro, médias e pequenas empresas". Por isso, é fundamental mais investimento.

Como? "Pode ser através de fundos [comunitários], com a submissão de projetos". Mesmo assim, Sérgio Silva, passou a ideia que, mais do que financiamento, há uma questão de mentalidade que, naturalmente, "leva o seu tempo". "Há projetos que não eram válidos há dez anos que hoje são ex-libris", concluiu.

Mário Saleiro, da Sandworx, uma empresa que desenvolve protótipos na área das smart cities (cidades inteligentes), não hesitou em apontar que para ajudar a região e o setor do turismo a inovar seria desejável um quadro "de impostos mais baixos para as empresas e maior celeridade em processo público". "A nível de financiamentos, esperar seis meses por uma resposta, para uma empresa de tecnologia, é demais e, por vezes, a oportunidade de negócio já passou. Para alguns, esse tempo é aceitável, mas em tecnologia, corta completamente as possibilidades".

Quando questionado pela forma como a academia pode ajudar as empresas da região na inovação do turismo, que passará sempre pela digitalização, o co-fundador da Sandworx disse que "a universidade do Algarve já aposta o suficiente, mas tem é de conseguir captar mais alunos". Ainda assim, assegurou que se tivesse de recrutar, agora, conseguiria "rapidamente meter três, quatro ou cinco pessoas muito boas na área" - mas na área do software o caso muda de figura: "Aí, já temos uma série de empresas a concorrer na mesma área. Por exemplo, começamos a ter empresas alemãs em Faro porque têm cá bons programadores, a um custo mais baixo do que na Alemanha".

Hugo Barros, do Polo Tecnológico do Algarve/Algarve STP, foi mais além e alertou para a necessidade de uma estratégia consolidada, sobretudo para diversificar, sendo o turismo uma bandeira do Algarve. E criticou: "Os organismos de gestão - as CCDR - têm pouca capacidade de implementação porque muitas vezes os organismos estão centralizados. Enquanto região, temos uma dificuldade enorme de conseguir aprovar projetos que muitas vezes são reconhecidos pela região como relevantes, mas que depois o timing não é o melhor", explicou.

A regionalização ajudava? "É um facto", concluiu.

Artigo originalmente publicado na edição do Jornal Económico nº 1991 de 31 de maio de 2019

Ler mais

José Varela Rodrigues

O outro Algarve - Dicas para umas férias perfeitas entre Tavira e Vila Real de Santo António

Tipo Meio: Internet

Data Publicação: 15/06/2019

Melo: Nova Gente Online

URL: <http://www.pt.cision.com/s/?l=a70fc3ec>

Dos excelentes restaurantes, onde é possível saborear a gastronomia local. E das muitas atrações que transformam esta numa zona do Algarve muito apetecível

Albufeira, Vilamoura, Lagos e outras localidades algarvias que nos desculpem, mas os 25 quilómetros que separam Tavira de Vila Real de Santo António, que faz fronteira com Espanha, são, para muita gente, os mais interessantes da região mais a sul de Portugal Continental. As razões são várias.

Podemos falar na água das suas praias paradisíacas, que atinge facilmente os 25 graus durante a tarde entre junho e outubro. Dos excelentes restaurantes, onde é possível saborear a gastronomia local. E das muitas atrações que transformam esta numa zona muito apetecível.

Descubra tudo n'A Próxima Viagem.

Revista NOVA GENTE