



FOTO: Vale do Lobo

# Planeados mais de 70 novos resorts para os próximos anos

A acreditar no elevado número de projectos já apresentados, o mercado português de turismo residencial e resorts não vai parar de crescer nos próximos anos. No entanto, muitos especialistas já revelaram uma dose elevada de cepticismo face à viabilidade e/ou perspectivas de sucesso, sobretudo face ao número crescente de projectos que têm vindo a ser anunciados para zonas não consolidadas, caso do Alentejo.

Nas últimas semanas, a VE identificou 73 novos projectos de resorts, de norte a sul do país. O Alentejo, seguido do Algarve, destacam-se como as zonas mais apetecíveis para os investidores, concentrando mais de dois terços do total de empreendimentos planeados.

Se antes o litoral alentejano era o foco das intenções dos promotores, actualmente esta tendência parece estar a inverter-se, e é nas zonas do interior, sobretudo na área do Alqueva, onde tem surgido o maior número de projectos. No total são 28 os projectos de resorts previstos para o Alentejo. Já o Algarve aguarda o desenvolvimento de 26 novos resorts, que prometem qualificar ainda mais a oferta daquela região, e que, em muitos casos

**Este crescimento, não fica marcado apenas pela diversificação geográfica. A aposta em novos conceitos temáticos é outra das tendências verificadas, pois se, antes a maioria dos resorts portugueses concentrava a sua aposta no produto golfe, sol e mar, hoje em dia o mesmo já se começa a mudar. E, embora o golfe continue a ser uma constante em quase todos os projectos, produtos como o enoturismo ou o turismo náutico começam a firmar-se como importantes âncoras.**

oferecem conceitos alternativos ao Sol & Mar. Em terceiro lugar na lista de preferências, a Região Oeste deverá acolher sete novos resorts, cinco dos quais no concelho de Óbidos. Segue-se a zona de Lisboa e Vale do Tejo, com cinco novos projectos.

Mas, a Região Norte também começa a ganhar terreno, com quatro novos investimentos. Para os Açores e Madeira, o saldo de crescimento, é de três novos projectos, segundo pudemos apurar. E, a Região Centro é a que parece criar menos interesse junto dos investidores, prevendo-se apenas um projecto para a zona.

## TURISMO RESIDENCIAL DINAMIZA INVESTIMENTO NO MERCADO NACIONAL



### P.2 Tróia Resort pioneiro na "reinvenção" do turismo no litoral alentejano

Depois de vários anos de impasses e incertezas, o Tróia Resort já é uma realidade. Com a inauguração da primeira fase, a zona de

Tróia mudou definitivamente a face, conquistando um lugar na rota do turismo de luxo, ao mesmo tempo que contribui decisivamente para a reinvenção da oferta turística no litoral alentejano.

### P.4 Quem vai ficar com Vilamoura?

A notícia de que o grupo Lusort estará à venda tem agitado os mercados nos últimos meses, dando origem a uma corrida por este negócio na qual concorrem alguns grupos económicos de grande relevo em Portugal como a Sonagol ou o The Edge Group. Mas, o futuro ainda é uma incógnita e, até à data, não ficou ainda decidido quem ficará com Vilamoura.



### P.6 Novas estratégias de marketing "procuram-se" na web

Que a internet é uma poderosa ferramenta de comunicação já não é uma novidade para ninguém. No

entanto, no que concerne ao mercado de turismo residencial, muitas das suas potencialidades estão ainda subaproveitadas, havendo muito por explorar, sobretudo ao nível do marketing e vendas.



Foto: Hotel Quinta do Lago

## VidaEconómica

ESTE SUPLEMENTO FAZ PARTE INTEGRANTE DA VIDA ECONÓMICA Nº 1305, DE 10 JULHO DE 2009, E NÃO PODE SER VENDIDO SEPARADAMENTE

# Recuperação dos níveis de confiança do mercado a partir do segundo semestre

Depois de um período de confiança muito baixa, os níveis de confiança no mercado português de imobiliário turístico parecem estar lentamente a recuperar. Este processo deverá registar melhorias significativas a partir do terceiro trimestre. Pelo menos esta é a expectativa da maioria dos promotores e agentes imobiliários consultados pela ILM, para a análise trimestral 10-10-10, dos quais 50% classificou o nível de confiança no mercado de médio no 2º trimestre de 2010.

Ainda assim, no que toca a vendas, a maioria dos promotores apontou uma quebra de aproximadamente 5% no nível da actividade do 1º trimestre deste ano, face ao 4º trimestre de 2008. Pelo contrário, os agentes imobiliários consultados neste estudo,

apontam aumentos da actividade que, na maioria dos casos, ultrapassa os 10%. Numa análise regional, o Algarve foi onde se verificaram maiores aumentos.

Na opinião de um dos promotores entrevistados, "o pessimismo parece começar a ter sinais de não continuar a aumentar, pelo que esperamos que a tendência se comece a inverter". Relativamente à procura, o sentimento é de que "o mercado britânico parece estar a subir", ao passo que "o mercado irlandês continua a cair". Por seu turno, alguns agentes imobiliários estão optimistas em relação à segunda metade do ano, ante-

vendo "definitivamente mais pedidos e mais decisões de compra".

Ainda assim, a "continuidade na dificuldade de obtenção de financiamento bancário" poderá ser, como apontam alguns promotores, um dos principais entraves a uma maior recuperação da actividade de vendas.

Segundo estes especialistas, actualmente vivemos um período em que o factor preço assume particular relevância por parte de quem procura e compra uma unidade imobiliária. Desta forma, hoje em dia, o "value for Money" e a confiança no mercado assumem posições determinantes no processo de decisão de compra.

Relativamente à concorrência, a Turquia e depois a Espanha são os destinos

que, no primeiro trimestre de 2009, representaram uma maior ameaça competitiva para Portugal. Esta situação deve-se, no primeiro caso, a actual crise económica, que teve um forte impacto no mercado do país vizinho ao nível da deterioração dos preços, à qual se alia o forte esforço comercial e promocional que a Turquia tem vindo a fazer para se afirmar como um destino consagrado de turismo residencial.

## Tróia Resort pioneiro na "reinvenção" do turismo no litoral alentejano

Depois de vários anos de impasses e incertezas acerca do projecto, o Tróia Resort já é uma realidade. Com a inauguração da primeira fase, em Setembro do ano passado, a zona de Tróia mudou definitivamente a face, conquistando um lugar na rota do turismo de luxo, ao mesmo tempo que contribuiu decisivamente para a reinvenção da oferta turística no litoral alentejano.

Quem hoje entrar em Tróia, encontrará um cenário muito diferente do de há poucos anos atrás. A implosão de duas das antigas quatro torres da Torralta foi o primeiro passo para este "lifting", que além das construções novas e dos arranjos urbanísticos, também operou sobre o cais de "ferrys", que mudou de lugar. Assim, onde antes ancoravam os barcos vindos de Setúbal, existe agora uma moderna marina com 184 postos de amarração, enquadrada pelo recém-inaugurado Blue & Green Troia Design Hotel, o Centro de Congressos e o futuro casino, estes três últimos a cargo da Amorim Turismo.

Promovido pela Sonae Turismo, o Tróia Resort representa um

investimento de cerca de 400 milhões de euros, e deverá ficar inteiramente concluído em três anos. A primeira fase inclui 211 apartamentos junto à praia e 78 na zona da Marina, disponíveis a partir dos 258 mil euros, a maioria dos quais já estará vendida. Além da construção de apartamentos e moradias turísticas, a fase inaugural contemplou obras de beneficiação e requalificação dos apartotéis Rosamar, Magnolia e Tulipamar, e zonas de serviços.

Estendendo-se por mais de 485 ha, o projecto do Tróia Resort é constituído por quatro núcleos. O primeiro é a Área Central (1ª fase), seguem-se a Área da Praia (96 lotes para moradias unifamiliares e 90 moradias em banda), a Área do Golfe (com hotel de 5\* e 600 camas) e, por fim, a Área do EcoResort (com 120 moradias).

### Investimento privado em Grândola ultrapassa os dois mil milhões

Mas, já estão na calha outros investimentos turísticos para o concelho de Grândola, que se estenderão até Melides. Caso todos se concretizem, os novos "resorts" previstos para aquele concelho alentejano representam um investimento global que ascende aos 2,4 mil milhões de euros. Os projectos dos grupos Espírito Santo, Pestana e Hyatt/Pelicano deverão ser os próximos a avançar.

Embora estes investimentos sejam liderados por grupos portugueses, a zona também já está a chamar a atenção de grandes grupos internacionais. É o caso da Hyatt Hotels & Resorts, que decidiu associar-se à Pelicano Investimentos, para a concretização do Pinheirinho, a Hyatt Golf & Beach Resort, na zona de Melides. Inicialmente pensado para o segmento 3\*, com esta parceria (a Hyatt vai assumir a gestão turística e hoteleira do resort) este projecto viu reforçado o seu posicionamento, para as 5\*, mas também o investimento, dos 167 milhões de euros inicialmente previstos, para os 250 milhões de euros. Com obras já a decorrer e conclusão prevista para 2016, o resort vai integrar 204 moradias de luxo, apartamentos e um hotel de 5\* superior, o Park Hyatt Além-Tejo (106 quartos), além de campo de golfe.

Em Maio, o Pestana Tróia Eco Resort recebeu luz verde para avançar, o que deverá acontecer em 2010. Com um prazo de execução previsto de 5 anos, este projecto de 100 milhões de euros criará um hotel 5\*(300 camas), além de dois aldeamentos Pestana Residence, compostos por moradias, townhouses e apartamentos.

O projecto da Espírito Santo Turismo para a Herdade da Comporta deverá concentrar cerca de metade do valor do investimento turístico previsto para o concelho, desenvolvendo-se numa área de 12.500 ha, com capacidade projectada para 12.600 camas. O desenvolvimento será faseado e já foi lançada a construção e comercialização de vários condomínios.



foto: Turismo de Portugal

## ALQUEVA

Primeiros projectos podem arrancar em 2009

As primeiras obras dos projectos turísticos previstos para a região do Alqueva deverão ter início ainda este ano, revelou o presidente da Associação de Promotores do Alqueva (APA), José Roquette. Este responsável, representante da SAIP, disse ainda que o projecto do Parque Alqueva, no concelho de Reguengos de Monsaraz, será um dos primeiros a avançar.

Recentemente constituída, a APA tem como principal objectivo "a promoção da eficiência colectiva dos projectos que representa, contribuindo decisivamente para o sucesso do Pólo de Desenvolvimento Turístico do Alqueva, que tem sede nas casas de função de magistrados de Reguengos de Monsaraz". É constituída pelos representantes de seis dos mais emblemáticos projectos turísticos previstos para a zona do Alqueva - a Marina da Amieira, L'and Alqueva, Herdade do Barrocal, Quinta da Sanfanha, Parque Alqueva e Castelo de Juromenha - que, em conjunto ocupam cerca de três mil ha, num investimento aproximado de 1200 milhões de euros.



# NOVA SCARLET

MAIS ELEGANTE  
QUE NUNCA

De formas arredondadas e um look mais brilhante, este sofisticado **LCD Full HD** passa imagens em **TruMotion a 100Hz** e revela uma qualidade de som límpida **SRS TruSurround**.  
A Nova Scarlet personifica a ideia de harmonia perfeita entre design de vanguarda e tecnologia inteligente.



LH7030  
[www.lge.com](http://www.lge.com)



**LG**  
Life's Good



# HN estreia-se no turismo residencial

## COM "RESORT" DE 150 MILHÕES EM ALVOR

Alguns meses após anunciar a sua entrada no sector do turismo residencial, a HN apresentou ontem o seu primeiro projecto neste âmbito: o "resort" Quinta da Praia, em Alvor, no Algarve, e no qual estima investir um total de cerca de 150 milhões de euros (M€). O empreendimento ocupará a uma área total de 22,5 hectares, e a sua oferta será composta por um hotel de 5\* (175 quartos),

197 moradias e townhouses de luxo, complementados por um Spa com "healthclub", entre outros espaços de lazer. A inauguração deverá acontecer durante o primeiro semestre de 2011.

Direccionada para o mercado de segunda residência, de investimento e de férias, a Quinta da Praia deverá ser alvo de uma procura maioritariamente internacional.

## MARTINHAL RESORT

### oferece novo conceito de luxo em Sagres

Representando um investimento de 82 milhões de euros, o Martinhal Resort foi oficialmente apresentado ao público, numa cerimónia que contou com a presença de Luís Patrão, presidente do instituto de Turismo de Portugal. Este é o primeiro "resort" integrado da zona de Sagres e oferece um novo conceito de luxo, especialmente vocacionado para famílias.



Os mentores e investidores do Martinhal Resort são Chitra Stern e Roman Stern, que em parceria com Nigel Chapman e Nicholas Dickinson – criadores das marcas Luxury Family Hotels e Alias Hotels – estão a desenvolver o projecto.

Com as obras finais já em marcha, o "resort" deverá ficar inteiramente concluído e comercializado até ao final do próximo ano. No presente estão já comercializadas cerca de 70% das 115 villas e moradias que constituem a sua oferta imobiliária, vendidas maioritariamente a investidores ingleses e irlandeses. No entanto, nesta fase final o principal foco do mercado serão os compradores portugueses.

## Investimentos Turísticos



## QUEM VAI FICAR COM VILAMOURA?

A notícia de que o grupo Lusort estará à venda tem agitado os mercados nos últimos meses, dando origem a uma corrida por este negócio na qual concorrem alguns grupos económicos de grande relevo em Portugal. No entanto, o futuro ainda é uma incógnita e, até à data, não ficou ainda decidido quem ficará com Vilamoura.

De acordo com informação recentemente avançada na imprensa, a angolana Sonangol é o mais recente candidato a este negócio, numa corrida que já conta com candidatos como o grupo Queiroz Pereira e o The Edge Group, este último tendo como accionista de referência Miguel Pais do Amaral.

Detida em partes iguais pela Caja da Catalunya (através da Procam) e do grupo imobiliário espanhol Prasa, a Lusort é proprietária, entre vários activos, da Lusotur, da marina de Vilamoura, da Alconru e de 600

mil m<sup>2</sup> edificáveis na zona de Vilamoura, precisamente a zona onde está previsto o desenvolvimento do mega-projecto Cidade Lacustre, orçado em cerca de mil milhões de euros. O consórcio espanhol consolidou a sua posição de proprietário de Vilamoura em meados de 2004, quando adquiriu o negócio imobiliário do Grupo Lusotur (incluindo a actividade da marina), ao grupo André Jordan, num negócio que terá ultrapassado os 380 milhões de euros.

No entanto, no final do ano passado, os accionistas da Lusort terão mandatado a consultora CB Richard Ellis para proceder à venda de 100% do capital da Lusort, num processo em que a Caixa Catalunya assumiu um papel activo na apresentação e discussão dos maiores grupos imobiliários e turísticos nacionais.

Até à data, o grupo de Miguel Pais do Amaral era apontado na imprensa como o favorito para ficar com a Lusort, tendo entrado na fase final de negociações com a Caixa.

# Novas estratégias de marketing “procuram-se” na web



Que a internet é uma poderosa ferramenta de comunicação já não é uma novidade para ninguém. No entanto, no que concerne ao mercado de turismo residencial, muitas das suas potencialidades estão ainda subaproveitadas, havendo muito por explorar, sobretudo ao nível do Marketing e vendas. Esta é uma perspectiva partilhada por vários especialistas, que defendem que os promotores devem apostar cada vez mais na Internet, desenvolvendo aí estratégias de marketing de vendas inovadores, que poderão levar mais longe o seu produto.

Como sublinhou Constantino Jordan, que recentemente estreou a Constantino Jordan Resorts Consultants, «o sucesso das empresas que apostam no sector do turismo e do imobiliário turístico está cada vez mais dependente da sua capacidade de reavaliar e reestruturar as suas filosofias de negócio». Não só ao nível do planeamento de projecto, mas também, e sobretudo, no que concerne às fases de promoção e vendas.

E é precisamente ao nível das duas últimas que a Internet ganha cada vez mais protagonismo, enquanto força e ferramenta de marketing. Assim, «hoje em dia a Internet é a força dominan-

te da comunicação e, por isso, é onde é preciso estar em força», defendeu aquele responsável.

No entanto, salientou, este é «um mercado que precisa de ser trabalhado, não só na forma como são estruturados os “websites”, mas também no planeamento dos canais de distribuição onde queremos estar presentes, ao nível da oferta». Em todo o caso, o especialista acredita que os esforços comunicacionais e estratégicos que o mercado português tem vindo a desenvolver neste âmbito ainda são muito incipientes, existindo a necessidade de «dar especial atenção à Web, com vista a dar

continuidade ao trabalho de reposicionamento do produto turístico português no mercado internacional», explicou.

## As vantagens da internet

A apenas um clique de distância dos principais mercados emissores, a aposta na internet enquanto canal de promoção e de vendas do produto turismo residencial português revela-se como uma escolha cada vez mais acertada, defendem os especialistas.

E, perante o actual enquadramento económico, marcado pelo cenário de crise e pela retracção no consumo, «a utilização da internet tem vantagens enormes, porque se trata do meio mais mensurável que existe e tem todas as potencialidades para ser extremamente personalizável. Isto além de ser extremamente personalizável», como explicou Mike Boogaard, partner da agência de marketing, branding e design Purple Daydream, em anterior entrevista à VE.

De acordo com este responsável, muitos dos hotéis e “resorts” nacionais poderiam ter mais clientes, mas muitas vezes não chegam ao seu público-alvo. E, frequentemente «as bases de dados com a informação sobre os clientes não são devidamente aproveitadas nem personalizadas».

A solução, defende Boogard, poderá passar por um «casamento» entre as campanhas tradicionais e o incremento no online. Mas é preciso ter um cuidado especial quer escolha dos canais de distribuição online quer na construção da própria homepage do “resort”. Assim, ter um bom site é «imprescindível», e este deve estar devidamente formado para que quanto o potencial cliente fizer uma pesquisa num motor de pesquisa como o Google, o seu site possa ser um dos três primeiros a aparecer.

Além disso, e de acordo com o público-alvo a que se destina a promoção, os grupos sociais da internet – como o twitter, o LinkedIn ou mesmo o Hi5 – podem constituir-se como eficientes mais valias.



## HAPPY HOUR VIVA IN

### COM OFERTAS EXCLUSIVAS EM AMBIENTE RESORT

A partir de agora, todos os interessados podem assistir online à Happy Hour Viva IN, durante a qual poderão beneficiar de condições promocionais exclusivas na compra de imóvel num resort português. Esta iniciativa da Viva IN Portugal tem lugar na última sexta-feira de cada mês, durante a qual será emitido um programa – com transmissão live2net –, ao longo do qual são reveladas, em directo, oportunidades exclusivas que podem incluir, entre outras, descontos no preço de venda ao público ou oferta de memberships de golfe.

Numa óptica de marketing hard selling, esta acção cria virtualmente um espaço de oportunidades reais, ao mesmo tempo que aproxima o promotor e o potencial cliente. O programa é emitido a partir do site da Viva IN e dos seus parceiros.

Em operação desde Maio, a Viva IN Portugal é uma plataforma Web 2.0 inédita internacionalmente, criada para promover a oferta de habitação em ambiente resort, enquanto impulsiona Portugal como o destino de turismo residencial dos europeus.

## ACTUAMOS EM 5 LINHAS DE SERVIÇO

- Pensamento Estratégico
- Estudos de Mercado e Viabilidade Económico-Financeira
- Marketing e Comunicação
- Apoio ao Investimento
- Apoio à Operação



# Encontrar

a resposta às condicionantes da oferta e da procura turística e de lazer, numa palavra: neoturis

Conte connosco.

## Jardins Victoria são referência internacional

A urbanização Jardins Victoria, um dos clusters do projecto Vilamoura XXI, no Algarve foi distinguida pela Urban Land Institute (ULI), que a considerou um "case-study" internacional na última edição do Resort Development. Trata-se do único exemplo português, e um dos dois da Europa, presente naquele livro, que apresenta 14 case-studies. "O reconhecimento deste projecto está justamente na sua visão global, de longo prazo e integrada, fazendo-o claramente um exemplo do turismo do futuro", afirmou Gilberto Jordan, CEO do Grupo André Jordan. Para a ULI, o projecto Vilamoura XXI está dotado de características "verdadeiramente únicas", desde o modelo de gestão aplicado integrado aos projectos de infra-estrutura, passando pela estratégia implementada nos campos de golfe e actividades de lazer. E, entre os principais aspectos destacados está o facto de este empreendimento ser o maior da Europa assente numa gestão única, apesar da sua dimensão e da diversidade de proprietários existentes.

De acordo com a última edição do Resort Development, a urbanização é um bom exemplo de como um resort pode beneficiar dos princípios de uma gestão centralizada. Sendo este um factor que "permitiu dar continuidade e coerência ao projecto, e manter uma uniformidade estética própria e bem delineada". Além destes, "a elevada qualidade arquitectónica e paisagística e o equilíbrio encontrado" são também considerados pela ULI como pontos fortes deste projecto. O projecto dos Jardins Victoria foi elaborado a partir do ano 2000, abrangendo uma área de 125 hectares. A sua oferta incluiu componente hoteleira, residencial e de golfe. Assim, além do campo de golfe, integra no seu espaço o hotel de 5 estrelas Tivoli Victoria, recentemente inaugurado, bem como os empreendimentos residenciais The Residences at Victoria Clube de Golfe e o Victoria Boulevard, entre outros. Com vistas para o mar, serra e golfe, a urbanização premiada é composta por um mix de hotel com 280 quartos, 378 apartamentos, 72 casas geminadas e 60 casas individuais.

## "Projectos de turismo residencial devem incorporar novos valores e atitudes"



**Considerados estratégicos para o turismo nacional, os novos projectos de turismo residencial têm vindo a multiplicar-se nos últimos anos, numa conjuntura que pressupunha que os mercados continuariam compradores, que previa estabilidade nas tendências internacionais e solidez nos níveis de confiança dos mercados e dos consumidores. No entanto, o cenário mudou e, "quando forem ultrapassadas as dificuldades actuais, a postura dos mercados estará profundamente alterada". Isto obrigará a que os projectos tenham de incorporar novos valores e atitudes, para se sagrarem vencedores, defende José Gil Duarte, partner da RDPE.**

## REALIDADE DO MERCADO MUDOU NOS ÚLTIMOS MESES

Como explicou o especialista, não foi apenas a conjuntura económica que se alterou nos últimos meses, "mas também, toda a relação de confiança que existia entre a procura e a oferta foi completamente reformada". Perante isto, defende que, "quando forem ultrapassadas as dificuldades actuais, a postura dos mercados estará profundamente alterada". Até porque "as dificuldades económicas vieram dar um maior enfoque a questões até então consideradas paralelas e não prioritárias, apesar de importantes, tais como o ambiente e a responsabilidade social, individual e da sociedade".

Desta forma, "para estarem preparados para o este "novo mundo", os projectos de turismo residencial, tanto na concepção como na promoção deverão não só incorporar novos valores e atitudes, como também, romper com as formalidades, com as posturas identificadas, em compêndios, como as correctas". As novas tecnologias, com o fluxo de informação

e as novas relações sociais que geram, assumem aqui crucial importância, até porque, graças a estas "foram quebradas muitas das regras para o posicionamento de mercado dos produtos". Além disso, defende José Gil Duarte, as redes sociais informais ganham cada vez mais importância, o que "obrigará a redefinição da política de comunicação e de promoção turística dos projectos".

### Incorporar novas mais-valias

Os projectos desenvolvidos até 2008 "tiveram por base realidades que já não são verdadeiras", sendo esta "a razão pela qual muitos deles estão parados, suspensos ou estão a ser reavaliados", lembra o responsável da RDPE. No entanto, ainda existem muitos casos em que os promotores parecem continuar na mesma lógica de antes, "como se o momento presente fosse uma mera interrupção no processo e que, passada a intempérie, tudo vol-

tará a ser igual". Mas a verdade é que "nada voltará a ser igual", pelo que quer os projectos actuais quer os futuros que venham a ser pensados e desenvolvidos "deverão incorporar novas mais-valias e ser conceptualizados de forma a que os mercados se revejam nas suas propostas". E, neste ponto, mais do que novas tipologias de alojamento, spas tematizados ou assinaturas dos golfs – não obstante a sua importância -, os "projectos terão que incorporar valores nos quais os clientes se revejam", os quais "fazem parte de nós, enquanto seres sociais". Neste contexto, "o sentido de pertença, de comunidade, de consciência social, de preservação dos ecossistemas, de valorização das relações humanas, de entreaajuda são algumas das novas linhas de desenvolvimento e afirmação do projecto turístico individual e destino no seu todo. Assim, e indo ao encontro com o tema, é necessário parar para planear", concluiu.

## Autarquia de Óbidos quer atrair promotores "com muita inovação"



Os responsáveis da autarquia de Óbidos estão apostados em tornar o concelho como um destino turístico de referência, a nível nacional e internacional. Para tal, querem atrair promotores "com muita inovação", disse o presidente da Câmara Municipal, Telmo Faria, em declarações à imprensa, acrescentando que "20.000

camas turísticas é um destino com escala suficiente". Actualmente, Óbidos é uma das zonas mais apetecíveis para a implantação de projectos residenciais turísticos, assumindo-se como um dos destinos preferenciais de muitos promotores. No entanto, o autarca assegurou que "a ocupação só é feita se o promotor trazer muita

inovação". O concelho tem atraído principalmente investidores nacionais e, apesar de a maioria dos projectos que estão a ser desenvolvidos serem vocacionados para a classe A, o edil não admite que este será um destino exclusivo para esse segmento, um vez que a região possui "uma ruralidade moderna".

PUB

# ESCOLHA O SEU DESTINO

[www.ana.pt](http://www.ana.pt)

São simples os passos para decidir onde vai ser a sua próxima viagem.

É só entrar em [www.ana.pt](http://www.ana.pt), clicar em "Escolha o seu Destino". Depois, é só navegar no mapa e programar os melhores itinerários, com as suas companhias aéreas favoritas.

E para que tenha sempre os horários dos voos do seu aeroporto consigo, pode também efectuar downloads.

**ANA** Aeroportos de Portugal

Damos vida aos aeroportos.

# VENDAS DAS QUINTAS DE ÓBIDOS DEVERÃO RENDER 130 MILHÕES



A cerca de dois anos do seu prazo empreendimento Quintas de Óbidos – Country Club, localizado junto à Lagoa de Óbidos, já está comercializado em 30%. Direcção para o mercado de segunda habitação e turismo residencial europeu, este projecto integra uma oferta de 79 lotes de villas individuais de luxo, cujas vendas deverão permitir um encaixe de 130 milhões de euros.

Representando um investimento global de 100 milhões de euros, o projecto da Our Land desenvolve-se num terreno de 57,6 ha, e aposta forte na componente de desportos equestres. O centro hípico assinado pela premiada cavaleira Jessica Kür-

ten é um dos ex-libris, e deverá concentrar um investimento de dois mil milhões de euros.

Disponíveis em 16 modelos diferentes, as villas foram projectadas por quatro gabinetes de arquitectura (Castello-Branco, Guedes Amorim, Ginestal Machado e Miguel Saraiva), cada um dos quais responsável por quatro modelos inspirados na arquitectura tradicional portuguesa. Já em comercialização, com preços entre os 1,4 a 1,8 M€, cada villa estará implantada num lote com 5.200 m<sup>2</sup>, contando com uma área construída de 800 m<sup>2</sup>. A construção das primeiras infra-estruturas arrancou em Março de 2007, em simultâneo

com o arranque da primeira fase de comercialização. Desde então, foram já vendidos 24 lotes, sendo que os proprietários poderão optar pelo regime de propriedade

plena ou, caso assim o desejarem, poderão colocar a sua casa para exploração turística.

Para além da componente residencial, o complexo vai tam-

bém contar com um suite hotel de cinco estrelas, com 80 quartos que terão acesso directo para o exterior, e que tem abertura prevista para o início de 2010.

## PRIMEIRAS CASAS DO BOM SUCESSO

**já estão prontas  
a habitar**

As primeiras casas do Bom Sucesso Design Resort, Leisure, Golf & Spa, na margem da Lagoa de Óbidos, já estão prontas a habitar. «É para o Bom Sucesso um sonho grande, no entanto, maior devido ao momento económico que estamos a atravessar», sublinhou Paulo Graça Moura, presidente da Acordo SGPS, que promove aquele empreendimento.

Estas unidades integram a Holiday Design Villa, cuja gestão foi à empresa internacional de gestão turística T3, cujo CEO, Ton Lodder, afirmou ser o mais importante projecto que tem em carteira. No total, estas moradias fazem parte do primeiro aldeamento do empreendimento, que terá uma oferta de 601 unidades, um campo de golf (inaugurado em Setembro), um futuro hotel de cinco estrelas, do arquitecto Souto Moura, e um Spa, além de outros serviços e equipamentos.

Foi também assinado ainda um protocolo entre a Acordo SGPS e a autarquia de Óbidos, cujo objectivo é reforçar a ligação entre Óbidos e o empreendimento turístico, na área do lazer e da cultura, proporcionando uma ligação estratégica com os eventos culturais do município.

## MONFORTE

**recebe Eco Equestrian  
e Eco Golf Resort**

O cavaleiro tauromáquico Paulo Caetano revelou que pretende transformar as herdades de que é proprietário no concelho de Monforte, perto de Portalegre, num projecto de turismo de luxo. Avaliado em 100 milhões de euros, o investimento neste projecto “prevê a construção de dois empreendimentos, que irão ocupar uma área de 250 ha”: o Eco Equestrian Resort e Eco Golf Resort

O empresário disse ainda que este projecto inclui um centro equestre desportivo, um campo de golfe com 18 buracos, um hotel (50 quartos) e country club. Englobam ainda a construção de 500 moradias, cujo direito de superfície será vendido e

com opção de aquisição plena, com direito à utilização permanente das boxes e de todo o equipamento desportivo do centro equestre.

“Esperamos o licenciamento ainda em 2009 para podermos arrancar com a primeira fase, constituída pelo equestrian center, o hotel e 33 moradias, em finais de 2010”, disse. A conclusão está prevista para 2020 e contará com apoios de um grupo de empresas associadas, em que Paulo Caetano é director executivo, que dará origem a uma joint-venture com uma empresa alemã de trading de cavalos de desporto.

O público-alvo deste projecto será pessoas que estão ligadas ao desporto equestre, na área de Dressage e Show-Jumping, do centro e norte da Europa e que queiram estabelecer o seu programa de treino de Inverno na Península Ibérica.

## CONCLUSÃO DO COLOMBO'S RESORT

**conta com apoio  
do Governo**

Já foi assinado o protocolo de entendimento para viabilizar as verbas destinadas à conclusão do Colombo's Resort, que conta com o apoio do governo. O acordo permitiu reunir os 41 milhões de euros, comparticipados pelo Estado (10 milhões), o Governo Regional (um milhão de euros), a CM de Porto Santo (cinco milhões), instituições bancárias (10 milhões), e ainda a Casais – Engenharia e Construção, S.A. com 15 milhões de euros, «a realizar em espécie, por conversão em capital de créditos».

Graças a este acordo, o complexo poderá ficar concluído no Verão de 2010. Localizado em Porto Santo, o projecto está parado desde o início do ano devido a dificuldades financeiras do promotor. Avaliado em 200 milhões de euros, o Colombo's Resort abrange uma área 140 mil m<sup>2</sup>, junto ao areal. Desenhado pelo arquitecto Ricardo Bofill, integra um hotel de luxo, um residence-hotel e apartamentos turísticos.

Este memorando de entendimento que foi desenhado pela Secretaria de Estado do Turismo, com o apoio técnico das Sociedades de Capital de Risco do Turismo de Portugal. O secretário de Estado do

Turismo, Bernardo Trindade, afirmou que o desenvolvimento que Porto Santo tem vivido nos últimos anos “não pode ser afectado pela paralisação deste projecto”, destacando que, ao assinarem o entendimento as “entidades públicas e privadas dão um importante passo ao assumirem vontade e determinação em concluir este projecto estruturante para Porto Santo, pólo de desenvolvimento turístico identificado no PENT”.

Referindo-se à participação do Governo central sublinhou que “estamos, de facto, empenhados para que em 2010, o Colombo's resort seja mais uma das unidades de referência em Porto Santo, contribuindo decisivamente para a afirmação deste destino de excelência do nosso país”.

## VILA SOL

**investe 186,5 milhões  
em resorts no Douro**

O Grupo Vila Sol, a Câmara Municipal de Alijó e a Real Companhia Velha assinaram um protocolo de parceria público-privada, com vista à criação de uma empresa detentora de dois novos empreendimentos turísticos na região do Douro. No âmbito deste acordo, a Vila Sol vai investir cerca de 186,5 milhões de euros num projecto que inclui a construção de dois resorts dotados de hotelaria e golfe, assentando na preservação e valorização das áreas de vinha e de socalcos da região.

Graças a estes, a oferta hoteleira da região sofrerá um acréscimo de 200 quartos à oferta hoteleira da região, distribuídos por duas unidades hoteleiras, das marcas Ritz-Carlton e Renaissance. Estes serão complementados com a criação os dois percursos de golfe do Alto Douro, geridos pela Vila Sol. Além da oferta hoteleira e de golfe, ambos os resorts disporão de unidades de turismo imobiliário respeitando elevados padrões de qualidade. Prevê-se que estes complexos venham a criar 600 postos de trabalho, directos e indirectos, na região. Os projectos no Douro irão integrar o circuito de golfe e enoturismo que a Vila Sol pretende implantar de Norte a Sul do país. Em causa, estão pelo menos mais dois resorts integrados, fortemente ancorados no enoturismo: o Vila Sol Évora – Conventual Vineyard e o Vila Sol Santo Estevão. O projecto de Évora já está em fase de desenvolvimento, e a sua comercialização já está a decorrer.