

Minhas Senhoras e meus Senhores

Estamos hoje aqui para testemunhar o avanço do projecto Martinhal Resort.

Projecto que só por si, nesta altura de crise, mereceria a devida atenção, pois inclui um Hotel de 5 estrelas, categoria que ainda não existe na zona do Algarve em que vai ser construído; integra uma capacidade complementar de aldeamento e de apartamentos turísticos de 4 estrelas que contribuem, igualmente, para a qualificação da oferta turística da região; trata-se de um investimento de 82 milhões de euros, que vai criar 250 postos de trabalho directos, bem como outros tantos indirectos.

Devo aqui lembrar que se o Algarve é amplamente reconhecido como região de turismo, isso não teve durante muito tempo a devida tradução ao nível da oferta de hotelaria de qualidade superior.

É altura de recordar que, no Algarve, a oferta classificada de 5 estrelas em 2006-2008 quadruplicou face ao classificado de 2003-2005. E que em 2006-2008 se classificaram, em todo o País, 3 vezes mais hotéis de 5 estrelas que no triénio anterior.

É isso que contribui para fazer com que a oferta hoteleira nacional deixe de ser de 3,3 estrelas, como era, e se aproxime de um nível de classificação médio mais próximo de quatro estrelas.

E essa melhoria da oferta tem efeitos que não devemos deixar de atender: uma mais elevada receita média por estadia e por turista; maiores ganhos de imagem promocional; relevante efeito de arrastamento dos serviços da oferta complementar no sentido da melhoria.

Ora, essa estratégia, se se confirma para o todo nacional e para o Algarve, ainda tem maior aplicação na Costa Vicentina, onde a oferta de qualidade ainda não tem a dimensão que a beleza da paisagem, a amenidade do clima e os motivos de interesse cultural e de animação justificam.

O Martinhal é, assim, importante e qualificador para a oferta do extremo ocidental do Algarve.

Mas este empreendimento e o projecto empresarial que lhe deu corpo são igualmente dignos de destaque por outras razões, igualmente meritórias.

Primeiro porque representa investimento estrangeiro que reconhece a Portugal e ao Algarve características particulares para desenvolvimento do negócio turístico.

Em Portugal, o Turismo representa uma das mais importantes formas de equilibrar a balança comercial, mas é muito importante reconhecer que o investimento estrangeiro é altamente necessário para dar a essa estratégia uma dimensão e um reconhecimento internacionais.

Mas outra importante razão por que o Projecto Martinhal se destaca é pelos seus próprios investidores, pela sua capacidade e visão, mas também por aproveitar competências pessoais de grande evidência, seja ao nível da formação e da experiência profissional, como também do conhecimento dos circuitos de comercialização, financiamento e apoio à operação.

Nós, no Turismo de Portugal podemos reconhecer pelo nível de interacção que tivemos com os promotores deste projecto, a forma como respeitaram as restrições legais, ambientais e territoriais existentes e como souberam flexibilizar as suas intenções iniciais de modo a adaptá-las a tais condições.

Sabemos reconhecer a qualidade do projecto de arquitectura e o curriculum dos projectistas, bem evidente na forma como souberam integrar o empreendimento na paisagem circundante.

Conhecemos o conceito de Luxury Family Hotels desenvolvido pela Four Winds Resorts de Nigel Chapman e de Nicholas Dickinson, particularmente bem adaptado à realidade do turismo algarvio.

E sabemos também reconhecer quão forte foi, desde o início, o interesse dos promotores, Chitra e Roman Stern, pelas acções de promoção conjunta da região de Sagres, através da PROMOSAGRES, e pelos projectos de desenvolvimento formativo de recursos humanos que o

Turismo de Portugal tem em curso nas Escolas de Hotelaria e Turismo do Algarve.

Também por essas razões, por essa consciência profissional e pela densidade dos propósitos empresariais que os animam, estamos certos de que o Martinhal quererá assumir-se como um pólo de qualidade referencial nesta zona de Algarve e de Portugal. Estamos à espera que o seja.

Entretanto, continuamos a trabalhar para melhorar a atractividade do turismo algarvio.

A edição deste ano do ALLGARVE, programa de valorização turística que já vai na terceira edição, assume-se de novo com um dos melhores programas de Verão a nível europeu.

Jazz, concertos dos mais célebres nomes da música internacional, eventos desportivos de grande dimensão, um conjunto de exposições de arte contemporânea envolvendo as mais conceituadas entidades culturais do país e um programa de gastronomia que vai tornar o Algarve ainda mais famoso, tudo são motivos de interesse que conhecem renovação bem evidente.

Mas, além do ALLGARVE, o Verão algarvio deste ano terá outro motivo adicional de interesse: a recuperação da Fortaleza de Sagres e a sua consolidação como grande ponto de interesse turístico estão já em curso e terão em breve novidades, celebrando um Sítio que honra a nossa condição de portugueses e o nosso papel no Mundo. Só da conta do Turismo de Portugal estarão em curso investimentos de mais de 2 milhões de euros.

Por outro lado, vai estar disponível uma nova estrutura ecológica que muito prezo e que visa restituir ao Algarve a sua justa fama de destino ambientalmente sustentável: a Via Algarviana que atravessa toda região de Alcoutim a Sagres e propõe passeios a pé à descoberta da natureza que ainda aqui existe em estado tão puro.

Um reforçado programa de promoção e sustentação comercial do destino Algarve está igualmente em curso, numa parceria entre o Turismo de

Portugal, a Entidade Regional de Turismo do Algarve e a Agência Regional de Promoção Turística. O Governo concedeu-nos meios financeiros extraordinários – 30 milhões de euros - para combater a crise internacional, quer no apoio a rotas aéreas de interesse turístico, quer no apoio directo aos operadores turísticos internacionais, para que programem o Algarve com a maior visibilidade possível.

Estou em crer que esse esforço extraordinário não deixará de produzir efeitos.

Mas quero concluir dizendo que o trabalho promocional que temos em curso será sempre insuficiente se não for muito apoiado e secundado pelas equipas comerciais que cada operador hoteleiro, cada empreendimento turístico, terá de colocar no terreno, a trabalhar no esforço de vendas.

É aí, realmente, no esforço e na focalização, que tudo se joga em termos dos resultados do ano turístico. Por isso, quando começa a funcionar de forma já visível e com resultados encorajadores o Projecto do Martinhal Resort, cabe dizer: Bom trabalho e Boa sorte.

Luís Patrão

Turismo de Portugal