

Available on the
App Store

TURISMO DE LISBOA

N.º 91
JULHO
2011

António Luís Rodolfo
ANA - AEROPORTOS DE PORTUGAL

ADAPTAÇÃO AOS PASSAGEIROS

EXPOSIÇÃO ECOS DO FADO
PARA VER E OUVIR

JEREMY IRONS PROTAGONIZA
COMBOIO NOCTURNO PARA LISBOA



OBSERVATÓRIO
DO TURISMO
DE LISBOA

Índice LISBOA
1258

Junho
2011

No Interior

em
pequenos
são sempre
mais
giros



Venha ver os novos miúdos do
Jardim Zoológico antes que eles cresçam.



Não perca tempo. Venha ver os novos filhotes de Tigro-branco, Rinoceronte-africano, Orangotango e muitos mais. Aproveite para passar um dia descontraído na companhia de mais de 2.000 animais. Apareça, há muita diversão à sua espera no Jardim Zoológico.

Editorial 4

Está tudo a postos para o início de mais uma edição do Festival dos Oceanos, uma iniciativa do Turismo de Lisboa, que tem como palco privilegiado a Frente Ribeirinha. No Pátio da Galé encontra-se, entretanto, patente a exposição, de entrada gratuita, “Ecos do Fado na Arte Portuguesa Séculos XIX-XXI”.

Nacional 5

A easyjet mantém os planos para abrir uma base no Aeroporto Internacional de Lisboa no próximo Inverno, confirmou a presidente executiva da companhia, Carolyn McCall, durante uma deslocação à capital portuguesa.

Entrevista 14

Os aeroportos são um cartão-de-visita” do país, afirma o director de Retalho da ANA – Aeroportos de Portugal, António Luís Rodolfo.

Tendências 18

Um estudo efectuado nos Estados Unidos veio confirmar que a promoção turística gera mais visitas, receitas e postos de trabalho.

Entrevista 20

Para além da excelência da gastronomia, a qualidade do serviço e o cenário privilegiado onde o Restaurante Aura se insere, à beira Tejo, são motivos de orgulho para Carlos Medeiros, proprietário deste espaço.

Observatório 23

Os resultados estatísticos da hotelaria da Cidade de Lisboa, da Grande Lisboa e da Região, no mês de Junho de 2011. O movimento no Aeroporto Internacional de Lisboa, o Mercado de Cruzeiros e o Golfe na Região.

Lisboa Vista de Fora 31

A revista brasileira “Top Destinos” publica um artigo sobre Lisboa, uma cidade que, “mesmo reinventando-se, mantém um delicioso saudosismo”.

Tesouros 32

O Fado é rei e senhor na Casa de Linhares – Restaurante Bacalhau de Molho, onde, noite após noite, a plateia vibra ao escutar a “Canção de Lisboa”.

Boletim Interno 35

Mitina Luibov é a autora da imagem sobre o Elevador da Bica que se junta agora à lista das 12 vencedoras do Concurso de Fotografia Novos Ângulos de Lisboa, uma iniciativa do Turismo de Lisboa.

Market Place 40

Lisboa é uma cidade muito agradável para visitar em qualquer altura do ano mas, no Verão, as iniciativas multiplicam-se, num desafio à descoberta de um destino turístico único.

Notas Finais 50

Um estudo divulgado pela U.S. Travel Association demonstra a importância da promoção turística e o seu retorno para a economia do Turismo.



TUDO A POSTOS

Ponto alto do calendário cultural da capital portuguesa no Verão, o Festival dos Oceanos está prestes a transformar a zona ribeirinha da cidade no cenário de eleição para os muitos espectáculos que fazem parte da programação.

A cantora britânica Joss Stone subirá ao palco, no dia 30 de Julho, para o mega concerto inaugural deste evento do Turismo de Lisboa, que, tal como nos anos anteriores, apresenta uma programação eclética e gratuita.

A diversidade e a excelência da programação, características de cada edição, reflectem o impressionante número de espectadores que se regista todos os anos. Em 2010, por exemplo, esse total foi de 350 mil pessoas!

Também de entrada livre é a exposição "Ecos do Fado na Arte Portuguesa Séculos XIX-XXI", que se encontra patente até ao dia 17 de Setembro, no Pátio da Galé, organizada no âmbito da candidatura do Fado à Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade (UNESCO).

A mostra revela-nos a forma como muitos dos mais consagrados artistas portugueses se inspiraram no Fado para as suas obras. De Malhoa a Joana Vasconcelos, a exposição "Ecos do Fado na Arte Portuguesa Séculos XIX-XXI", por todos os motivos e mais algum a não perder, reúne um total de 128 trabalhos.

Para terminar, deixo aqui outra novidade, que muito deverá contribuir para a promoção externa de Lisboa: a adaptação para o cinema do romance "Comboio Nocturno para Lisboa", de Pascal Mercier. Do rol de actores já anunciado para este filme, que será rodado quase na íntegra na capital portuguesa, destaque para o britânico Jeremy Irons, que certamente não precisa de apresentações.

Ao que tudo indica, a célebre frase ligada à Sétima Arte "Luzes, Câmara, Acção..." será pronunciada em Fevereiro de 2012, prevendo-se a chegada do filme às salas de cinema ainda no final do próximo ano ou no início de 2013.



Mário Machado
Presidente Adjunto do Turismo de Lisboa

"PONTO ALTO DO CALENDÁRIO CULTURAL DA CAPITAL PORTUGUESA NO VERÃO, O FESTIVAL DOS OCEANOS ESTÁ PRESTES A TRANSFORMAR A ZONA RIBEIRINHA DA CIDADE"

"DE MALHOA A JOANA DE VASCONCELOS, A EXPOSIÇÃO 'ECOS DO FADO NA ARTE PORTUGUESA SÉCULOS XIX-XXI, POR TODOS OS MOTIVOS E MAIS ALGUM A NÃO PERDER, REÚNE UM TOTAL DE 128 TRABALHOS"

"ADAPTAÇÃO PARA O CINEMA DO ROMANCE 'COMBOIO NOCTURNO PARA LISBOA', DE PASCAL MERCIER"



LISBOA ENTRE AS MELHORES CIDADES PARA VIVER

Lisboa é a 23.ª melhor cidade do mundo para viver, com base no *ranking* divulgado pela revista “Monocle”, uma “presença” regular na capital portuguesa.

De acordo com o *ranking* agora anunciado e para o qual foram tidos em conta critérios como a criminalidade, os transportes, as oportunidades de negócio e a conectividade, Lisboa surge depois da cidade alemã de

Hamburgo e à frente de Montreal, no Canadá. Revelando-se muito atenta ao que se passa na capital portuguesa, a “Monocle” publicou anteriormente – na edição de Maio – um artigo de quatro páginas sobre Lisboa, com enfoque no Bairro da Lapa.

“Com os seus cafés e pequenas lojas, o Bairro da Lapa encontra-se situado à distância ideal para evitar o bulício do centro da ci-

dade e, ao mesmo tempo, suficientemente perto para permitir caminhar até à Baixa”, escreveu então Ivan Carvalho, que assinou o artigo, ilustrado com fotografias de Patrícia Almeida.

Os conteúdos abordados pela revista “Monocle” giram habitualmente à volta de temas relacionados com *global affairs*, negócios, cultura e *design*, entre outros.

CECÍLIA MEIRELES LIDERA O TURISMO

Cecília Meireles é, desde o dia 28 de Junho, a nova secretária de Estado do Turismo, sucedendo no cargo a Bernardo Trindade.

Eleita deputada nas legislativas de 5 de Outubro pelo círculo do Porto, Cecília Meireles foi vice-presidente da bancada parlamentar do CDS-PP e era responsável pela área económica na anterior legislatura.

BASE EASYJET PLANOS MANTÊM-SE

A transportadora aérea de baixo custo britânica easyJet mantém os planos para abrir uma base no Aeroporto Internacional de Lisboa no próximo Inverno, garantiu a presidente executiva da companhia, Carolyn McCall.

“A crise económica em Portugal até pode virar os passageiros para as low cost”, declarou McCall, falando à margem da assem-

bleia anual do Conselho Internacional dos Aeroportos, que teve lugar em Junho, no Estoril.

“(…) Se conseguirmos comunicar às pessoas em Portugal que temos tarifas baixas, um serviço simpático, eficiente e rápido, então poderemos aumentar a quota de mercado aqui”, concluiu Carolyn McCall.

JEREMY IRONS

FILMA EM LISBOA



O consagrado actor britânico Jeremy Irons será o protagonista do filme “Comboio Nocturno para Lisboa”, cuja rodagem decorrerá quase integralmente na capital portuguesa, com enfoque na zona histórica.

Jeremy Irons dará vida ao suíço Raimund Gregorius, um professor de Grego e de Latim, em Berna, que, após conhecer uma portuguesa, abandona o emprego e viaja até Lisboa para seguir o percurso de Amadeu de Prado, médico e poeta que lutou contra a ditadura.

A adaptação para o cinema do romance “Comboio Nocturno para Lisboa”, de Pascal Mercier, será dirigida por Bille August, que transpôs já para o grande ecrã obras marcantes da literatura mundial como, por exemplo, “Os Miseráveis”, de Victor Hugo, ou “A Casa dos Espíritos”, de Isabel Allende.

O início da rodagem de “Comboio Nocturno para Lisboa” está agendado para Fevereiro

de 2012 e “99 por cento das filmagens serão em Portugal”, disse, entretanto, à Agência Lusa o produtor de cinema Paulo Trancoso, acrescentando tratar-se de uma co-produção entre a Suíça, a Alemanha e Portugal.

A rodagem do filme em Lisboa, e em algumas zonas próximas da capital portuguesa, deverá durar cerca de dois meses e as equipas de produção estiveram já em Portugal, mais do que uma vez, para escolherem os locais.

O anúncio sobre o protagonista masculino de “Comboio Nocturno para Lisboa” – que contará ainda com o desempenho de Vanessa Redgrave e Jack Huston –, surgiu na revista norte-americana “Variety”.

“Night Train to Lisbon” – no título original –, constituirá, certamente, mais uma excelente oportunidade de promoção para Lisboa, prevenindo-se a sua chegada às salas de cinema no final de 2012, início de 2013.

ANTÓNIO COSTA

TÁXIS ENTRE LISBOA E CASCAIS

O presidente da Câmara Municipal e do Turismo de Lisboa, António Costa, defende a harmonização de tarifas praticadas nos táxis entre Lisboa e Cascais, com o objec-

tivo de melhorar as acessibilidades dos turistas na região.

Falando durante um almoço promovido pela Associação da Hotelaria de Portu-

gal, António Costa considerou que, deste modo, “melhorar-se-iam as acessibilidades dos turistas na região de turismo da Grande Lisboa e a preços mais baixos”.

DE BMW PELA CIDADE

NOVO MODELO

Lisboa foi o cenário escolhido pela BMW para apresentar o novo modelo conversível da série 6 ao mercado britânico, através de um artigo de dez páginas publicado na revista deste fabricante automóvel alemão.

Com uma tiragem de 350 mil exemplares só no Reino Unido, o texto – http://www.bmw.co.uk/files/bmwuk/owner/magazine/Cover_Story_Freedom_and_Adventure.pdf – conduz o leitor num BMW da série 6 conversível por Lisboa, mostrando imagens, nomeadamente, da Ponte 25 de Abril, de bairros históricos e da calçada portuguesa.

Sob o título “Liberdade e Aventura”, no artigo, assinado por Eckhart Nickel e com fotografias

de Kai-Uwe Gundlach, são ainda dadas “dicas” úteis como, por exemplo, onde ficar, onde comer e sobre a vida nocturna na cidade.

O Hotel York House (www.yorkhouselisboa.com), o Ritz Four Seasons Hotel Lisboa (www.fourseasons.com) e a Pensão Londres (www.pensaolondres.com.pt), três associados do Turismo de Lisboa, são as sugestões de alojamento deixadas pela revista da BMW. O primeiro é referenciado como um *boutique* hotel encantador instalado num antigo convento, o segundo como provavelmente o melhor hotel da cidade e o terceiro como oferecendo um preço razoável e uma vista fantástica sobre a cidade a partir do 6.º andar.



FADO NA CIDADE

GUITARRAS CLÁSSICAS

Três réplicas gigantes de guitarras clássicas portuguesas encontram-se em exposição em diferentes ruas de Lisboa, com o objectivo de reforçar o lançamento da candidatura do Fado a Património Imaterial da Humanidade – UNESCO.

Colocadas no Rossio, em Santos e nos Restauradores, onde permanecerão até ao final do ano, as guitarras foram decoradas por três jovens artistas que venceram o projecto “Guitar Art”, lançado pela Unicer na plataforma “The Talent City”, uma cidade virtual dedicada a estudantes e recém-licenciados, promovida

pela consultora Jason Associates e da qual a empresa é parceira.

Cada jovem decorou um exemplar da guitarra clássica portuguesa com elementos característicos das Festas de Lisboa, do Fado e da Super Bock. Como resultado, surgiram três guitarras com 3,5 metros de altura, em fibra de vidro e revestidas a vinil, da responsabilidade de João Vidigueira, que se inspirou nos tradicionais azulejos; de Pedro Castro, que apostou nas cores nacionais e na música; e de Miguel SottoMayor, que colocou em evidência o espírito de união e de celebração vivido nas Festas de Lisboa.



MAIS ESTRANGEIROS NO VERÃO

BARÓMETRO ACADEMIA DO TURISMO

O Verão deverá trazer mais estrangeiros a Portugal do que no ano passado, com base nas expectativas avançadas por 58,8 por cento dos operadores turísticos inquiridos no âmbito do Barómetro Academia do Turismo, do Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT). Sete em cada dez inquiridos acreditam que o volume de proveitos dos mercados internacionais vai ser “melhor”, ou pelo menos “igual”, face ao registado em 2010. Como principais mercados emissores são apontados o Brasil e a Alemanha. Entretanto, quando questionados sobre a evolução do turismo interno, as perspetivas dos operadores turísticos não são tão animadoras, já que 41,2 por cento antecipa uma descida do número de turistas e 62,9 por cento antevê igualmente uma quebra no volume de receitas. Estes resultados constam da 36.ª edição do Barómetro Academia do Turismo.



MEETINGS INDUSTRY

LISBOA ANFITRIÃ

Lisboa acolhe, entre os dias 4 e 6 de Setembro, a primeira edição portuguesa do “aã Iberian MICE Forums”, um *workshop* para o qual são esperados 30 *hosted buyers* do segmento Meetings Industry, agências de eventos e associações britânicas, belgas, holandesas, luxemburguesas, alemãs, francesas, italianas e escandinavas.

Nesta iniciativa, realizada com o apoio do Convention Bureau de Lisboa – e depois do sucesso da primeira edição efectuada em Abril do ano passado, em Málaga – participarão, também, *suppliers* (hotéis, DMC’s, CVB’s e *venues*) de Lisboa, Cascais e Sintra. O formato deste fórum inclui dois dias de reuniões pré-agendadas, assim como oportunidades de trabalho em rede ao longo de todo o evento.

ESQUADRA DE TURISMO

ACÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO

A Esquadra de Turismo em Lisboa está a promover acções de sensibilização, assentes no policiamento de proximidade e visibilidade, em locais de forte atracção turística na cidade.

Trata-se de uma iniciativa em linha com a “Operação Polícia Sem-

pre Presente – Verão Seguro 2011”, que tem por objectivo, nomeadamente, “(...) transmitir a imagem aos estrangeiros de Portugal ser um destino de férias com segurança”. Neste contexto, foram previstas acções, incluindo ao fim-de-semana, em quatro

zonas de policiamento (Chiado, Rua Augusta, Castelo e Mosteiro dos Jerónimos/Belém), bem como a distribuição de folhetos sobre segurança.

Refira-se que este policiamento contempla, também, os locais de desembarque dos navios.

HOMENAGEM A

DAVID LOPES RAMOS

A revista "Gosto" homenageia, na sua edição de Julho, o jornalista e crítico gastronómico David Lopes Ramos, que faleceu aos 63 anos, em Abril, vítima de doença.

David Lopes Ramos será sempre lembrado pelo seu trabalho a favor da gastronomia lusa e pelo facto de ter sido uma figura de consenso num sector tão sensível como o da gastronomia, lê-se no texto de homenagem ao jornalista e também escritor, autor do livro "Sabores da Lusofonia... com Selos".

Sobre o papel da gastronomia, David Lopes Ramos, citado pela revista, escreveu um dia: "(...) deve permitir que os homens se relacionem melhor e sejam mais sábios sobre um assunto que tem a ver com a sua qualidade de vida e da sociedade em que se integram, ou seja, com a sua felicidade".

Recorde-se que David Lopes Ramos foi o grande homenageado da edição de 2010 do "Peixe em Lisboa", uma iniciativa do Turismo de Lisboa.



WINE - A Essência do Vinho

CASCAIS COOLJAZZFEST'11

PALCO DE ESTRELAS

O Cascais CooljazzFest, um festival de música que começa nos primeiros dias de Julho, decorre, até ao dia 29, em três espaços distintos: Parque Marechal Carmona, Hipódromo Manuel Possolo e Parque de Palmela, Cascais.

Para a oitava edição deste festival - www.cooljazzfest.com - foram anunciados grandes nomes da música, como Sharon Jones & The Dap-Kings, Madeleine Peyroux, Céu, Maria Rita, Seal, Cuca Roseta e Convidados e Jamie Cullum, entre outros.

ONDE ANTES NÃO HAVIA...

ARTESANATO NO ESTORIL

FEIRA MAIS ANTIGA

O Estoril acolhe mais uma edição da Feira de Artesanato do Estoril (FIARTIL), a mais antiga do género no país, para a qual é esperado um elevado número de visitantes, à semelhança das edições anteriores.

Cerca de três centenas de artesãos, oriundos de todas as regiões do país, mostram no Estoril as técnicas e as tradições ancestrais das artes populares portuguesas durante a 48.ª edição da FIARTIL, que abriu portas em 29 de Junho e termina no dia 28 de Agosto.

Para ficar a conhecer algumas dicas destes artesãos, nada como participar nas várias demonstrações ao vivo, preparadas pelos mais experientes artífices.

Além das exposições, a gastronomia, a música e muita animação são marcas deste certame, que ao longo dos anos tem recebido consagrados nomes do panorama musical português, como Teresa Salgueiro, Pedro Moutinho e Carminho, entre outros.

Os mais pequenos têm também diversão garantida com um espaço próprio, onde podem participar em várias actividades lúdicas, acompanhados por monitores especializados.



AGORA HÁ UM NOVO TERMINAL DE CARGA

O Aeroporto de Lisboa dispõe de uma novidade de peso: um novíssimo Terminal de Carga pronto a receber 100.000 toneladas por ano. Com melhores serviços, melhores acessos e melhores condições para cargas e descargas. Apenas mais uma das obras do Plano de Expansão do Aeroporto de Lisboa. Tudo para que este continue a ser um motor de desenvolvimento, não só para a cidade mas para todo o país.

O AEROPORTO DE LISBOA ESTÁ MAIS AEROPORTO

ANA Aeroportos
Lisboa

SINTRA

ESCULTURA AO AR LIVRE

Sintra, Capital do Romantismo volta a receber, por mais um ano, a maior exposição de escultura ao ar livre, "Sintra Arte Pública VIII", organizada pela Câmara Municipal de Sintra e pelo Centro Internacional de Escultura.

A oitava edição tem como tema "Um homem, um mundo", e conta com a participação de 16 escultores portugueses e estrangeiros, cujas obras ficarão patentes na Volta do Duche até 10 de Junho de 2012.

Apoiada pelo Turismo de Portugal e pelo Turismo de Lisboa, esta exposição é já a que tem tido, ao longo das várias edições, um maior número de visitantes em Portugal. A mostra inclui trabalhos dos escultores Abílio Febra, Arlindo Arez, Auli Korhonen, Beatriz Cunha, Carlos Bajouca, Diogo Rosa, Élio Oliveira, Filipe Curado, José Plácido, Linda de Sousa, Lívio de Moraes, Manuel Pinto, Maria José Letras, Maria Kramar, Moisés Preto Paulo e Nicolau Campos.

Para além de contribuir para a divulgação e a promoção da escultura em Portugal, a exposição visa ainda valorizar o património estético do concelho, em perfeita harmonia com a envolvente paisagística e humana.



IBIS LISBOA SINTRA

20.º EM PORTUGAL



A cadeia hoteleira ibis acaba de inaugurar a 20.ª unidade da marca em Portugal, mais concretamente o ibis Lisboa Sintra, situado próximo do centro da vila.

Com acesso directo a Lisboa, Cascais e Estoril, através do IC19, este novo hotel ibis apresenta como factor diferenciador a proximidade à Serra de Sintra e às praias de Cascais e do Estoril.

O ibis Lisboa Sintra possui 125 quartos modernos e disponibiliza, nomeadamente, serviço de bar e de restaurante 24 horas.

ÓBIDOS

MERCADO MEDIEVAL



As Artes e os Ofícios inspiraram as rábulas e as personagens, mestres de juglaria, taberneiros, mercadores, aguadeiros e vendedores ambulantes que, entre 7 e 24 de Julho, deram vida à 10.ª edição do Mercado Medieval de Óbidos. Uma vez mais, os muitos milhares de pessoas que se deslocaram a Óbidos puderam fazer uma viagem pela História, até à Idade Média. No ano passado, o Mercado Medieval recebeu cem mil visitantes.

TOMAR

FESTA DOS TABULEIROS

A Festa dos Tabuleiros, uma das manifestações culturais e religiosas mais antigas de Portugal, animou Tomar, entre 2 e 11 de Julho, atraindo até à cidade milhares de pessoas.

Igualmente denominada Festa do Divino Espírito Santo, a iniciativa realiza-se a cada quatro anos e a sua principal característica é o Desfile ou Procissão – envolvendo um número variável de tabuleiros –, na qual estão representadas as 16 freguesias do concelho.

Num percurso de cinco quilómetros, a Procissão percorre as principais ruas da cidade, onde se destacam as inúmeras colchas coloridas pendentes das janelas. Milhares de visitantes acompanham o cortejo, sobre o qual é lançada uma autêntica chuva de pétalas.

O tabuleiro deve ter a altura da rapariga que o leva à cabeça e é constituído por 30 pães, enfiados em cinco ou seis canas, que partem de um cesto de vime ou verga, encimado pela Pomba do Espírito Santo ou pela Cruz de Cristo.

100 CONGRESSISTAS

VISITAM CIDADE DOS TEMPLÁRIOS

Cem congressistas, provenientes de cinco continentes, deslocaram-se a Portugal para participar no “Sharing Cultures 2011”, um evento que decorreu em Tomar, de 3 a 6 de Julho.

As sessões realizaram-se no Convento de Cristo, no Instituto Politécnico de Tomar e no Hotel dos Templários, tendo como tema principal o património imaterial, sendo que um dos *workshops* foi dedicado à Festa dos Tabuleiros. Recebidos pela Delegação Templários da Entidade Regional de Turismo de Lisboa e Vale do Tejo, em colaboração com o Green Lines Institute, os congressistas eram provenientes de Inglaterra, Estados Unidos da América, Malásia, Austrália, Suécia, Bélgica, Nova Zelândia, China, Japão, Noruega, Nigéria, Itália e Canadá.



Victória Fernandes
 Editora dos Victória World Travel (VWT) Guides

Quem não viu Lisboa, não viu coisa boa

Viajar pelo Mundo sem conhecer Lisboa seria, para mim, uma tarefa árdua de imaginar. Há tempos, disse-me um amigo estrangeiro: “Desde que conheço Lisboa, mudei a perspectiva sobre outras capitais. Lisboa é uma referência para o conhecimento de outros mundos.” Bastante actual parece ser, então, o antigo ditado popular, surgido durante o reinado de D. Manuel I – “Quem não viu Lisboa não viu coisa boa” –, aludindo à natureza vanguardista e empreendedora dos lisboetas, precursores do fenómeno da globalização e do cosmopolitismo. No “Romance de las grandezas de Lisboa” (1610), a condição de autêntico “mapa do mundo” chega a ser atribuída à cidade. A Lisboa sempre se teceram enormes elogios, pelas suas belezas naturais, artísticas e arquitectónicas, além de outros atributos mais intangíveis, que dão alma e carácter à cidade. É nesta conjugação de factores, que nenhuma outra cidade com ela rivaliza. E o fado, a nostalgia, a exaltação dos sentimentos, o drama... Sim, fazem parte da nossa herança social, com o seu quê de enigmático e sensual. Contudo, Lisboa não seria igual sem a joie de vivre dos seus habitantes, uma filosofia de vida que os move e se propaga a todos os que aqui chegam. O convívio social dá-se em qualquer lugar: esplanadas que se debruçam sobre as colinas, chafarizes, quiosques art nouveau, populares e sofisticados cafés, bares, restaurantes, centros criativos... A intensa programação social alia-se à cultural, desportiva e espiritual (igrejas, meditações, reiki...). A sociabilização e a abertura de espírito, conjugadas com a estética urbana (fachadas, jardins, praças), conferem à cidade um bem-estar e uma qualidade de vida únicos. Estas características, que em muitas capitais os políticos tentam promover de forma instrumental, são em Lisboa qualidades inatas. Não é de surpreender, já que é a capital da Europa com o clima mais temperado, usufruindo de uma luminosidade única e revigorante, sendo ainda banhada por um rio e pelo mar, que a inspiram e nos inspiram para os mais empolgantes prazeres da vida.

Victória World Travel (VWT) Guides
Rua Prof. Sousa da Câmara n.º 190 r/c dto.
Lisboa
Tel. 919 612 075
site www.victoriaworldtravel.com

ECOS DO FADO

NO PÁTIO DA GALÉ



A exposição “Ecos do Fado na Arte Portuguesa Séculos XIX-XXI”, com entrada livre, está patente no Pátio da Galé, no Terreiro do Paço, até ao dia 17 de Setembro, no quadro da candidatura do Fado à Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade (UNESCO).

“(…) um olhar atento sobre as artes plásticas nacionais que representaram o tema, atesta, inevitavelmente, o profundo enraizamento do Fado à escala regional e nacional, bem como a transversalidade da sua representação, como objecto de inesgotável citação e recriação pictórica pelas sucessivas gerações de artistas plásticos nacionais, no quadro de distintas motivações e constrangimentos estéticos, ideológicos ou

simbólicos”, refere-se numa nota divulgada pelo Museu do Fado.

Reveladora da presença deste estilo musical único nas Artes Plásticas, a mostra, composta por 128 obras, percorre os séculos XIX, XX e XXI, propondo ao visitante uma leitura integrada e multidisciplinar das representações do Fado na Arte Portuguesa dos séculos XIX-XXI, através de obras de grandes artistas. Entre estes, contam-se: Roque Gameiro, Columbano, José Malhoa, Constantino Fernandes, Almada Negreiros, Amadeo Souza-Cardoso, Eduardo Viana, Domingos Alvarez, Bernardo Marques, Stuart Carvalhais, João Abel Manta, Carlos Botelho, Cândido da Costa Pinto, Júlio Pomar, Leonel Moura, Graça Morais, António Carmo, Paula Rego, João Vieira, Arman,

Adriana Molder, João Pedro Vale, Miguel Palma e Joana Vasconcelos.

Inaugurada pelo presidente da Câmara Municipal e do Turismo de Lisboa, António Costa, a exposição “Ecos do Fado na Arte Portuguesa Séculos XIX-XXI”, é comissariada por Sara Pereira. Encontra-se patente ao público na Sala do Risco, no Pátio da Galé, e pode ser visitada diariamente, entre as 10h00 e as 19h00.

Desde a sua inauguração, em 25 de Fevereiro deste ano, o Pátio da Galé recebeu já eventos de grande notoriedade como a “ModaLisboa” e o “Peixe em Lisboa”, aos quais se juntam a exposição Ecos do Fado, e diversas iniciativas ligadas ao Festival dos Oceanos.



“Barco Negro”, da autoria de João Pedro Vale



O presidente adjunto e o director-geral do Turismo de Lisboa, respectivamente Mário Machado e Vítor Costa, dão as boas-vindas ao fadista Carlos do Carmo



À chegada, Rodrigo, uma voz consagrada do Fado, cumprimenta Armando Fernandes, vogal da Direcção do Turismo de Lisboa



Na Sala do Risco, os visitantes detêm-se junto a uma das obras expostas



Criado com talhares de plástico, Coração Independente Vermelho é um trabalho de Joana Vasconcelos



Mário Machado, o presidente da Comissão Científica da candidatura do Fado a Património Cultural Imaterial da Humanidade (UNESCO), Rui Vieira Nery, o presidente da CML, António Costa, e a vereadora da Cultura, Catarina Vaz Pinto, acompanhados pela comissária da exposição Sara Pereira



A exposição Ecos do Fado foi alvo de grande interesse e curiosidade



O Fado visto por grandes mestres da pintura portuguesa



À esquerda da imagem, o Representante Permanente de Portugal junto da UNESCO, embaixador Fernando Andresen Guimaraes



O arquitecto Tiago Silva Dias, autor do projecto de requalificação do Pátio da Galé, à conversa com Vitor Costa e com Armando Fernandes



António Costa, o director municipal de Cultura da CML, Francisco Motta Veiga, Júlio Pomar e Sara Pereira num momento de boa disposição



O Fado e a guitarra portuguesa são inseparáveis

ENTREVISTA ANTÓNIO LUÍS RODOLFO

AEROPORTOS SÃO

CARTÕES-DE-VISITA DO PAÍS

OS AEROPORTOS SÃO UM CARTÃO-DE-VISITA PARA UM PAÍS, POIS CONSTITUEM A PRIMEIRA E ÚLTIMA IMAGEM PARA QUEM CHEGA OU PARTE POR VIA AÉREA. COMO ANFITRIÕES, QUEREMOS QUE ESSA EXPERIÊNCIA SEJA MEMORÁVEL, QUE REGRESSEM MAIS VEZES, E LISBOA É UM BOM EXEMPLO, AFIRMA O DIRECTOR DE RETALHO DA ANA – AEROPORTOS DE PORTUGAL, ANTÓNIO LUÍS RODOLFO

CIDADE À ESCALA HUMANA

Sou um “alfacinha” de gema nascido no coração da cidade, freguesia de Santa Isabel, e que continua a viver dentro da cidade. Posso dizer, que sou um verdadeiro apaixonado por Lisboa, principalmente, pelos bairros históricos!

Há várias mais-valias do destino Lisboa face a outras cidades, e que vão desde a segurança que nos permite passear tranquilos pela cidade, à temperatura amena, à luminosidade tão especial e característica, ao fantástico rio Tejo que abraça a cidade e aos mais variados programas culturais/entretenimento que a capital portuguesa proporciona. A uma curta distância, encontramos ainda zonas de praia ou de montanha, sem esquecer a maravilhosa gastronomia e hospitalidade. Acredito que Lisboa continua a ser uma cidade à “escala humana”, com uma dimensão confortável e sustentável. Claro que existem áreas que necessitam de melhoria, mas penso, francamente, que muitas vezes não nos apercebemos da sorte de termos uma cidade como Lisboa!



Futura praça central do Aeroporto de Lisboa

Quais são as especificidades e os desafios da gestão do espaço comercial num aeroporto?

Os negócios localizados em infra-estruturas de transportes, como os aeroportos, têm motores de crescimento diferentes de um centro comercial, por exemplo. A tipologia de clientes, os fluxos, o tipo de operadores, o modelo económico e as estratégias de comunicação são distintas e exigem competências específicas. Neste âmbito, os aeroportos são estruturas em constante crescimento, onde o perfil de clientes ou passageiros se altera constantemente (novas rotas/novas companhias aéreas). Perante este enquadramento, é essencial não descuidar as diferentes necessidades dos passageiros quando estão no espaço aeroporto. Por exemplo, para muitas pessoas, o acto de viajar está ligado a *stress*: o factor tempo é um dos nossos maiores concorrentes, associado a toda a ansiedade inerente aos necessários procedimentos de embarque. É aqui, sem dúvida, que a ANA – Aeroportos de Portugal está totalmente empenhada em desenvolver toda uma nova estratégia de diferenciação.

Em 2010, a ANA – Aeroportos de Portugal lançou o conceito Living Airport com uma série de serviços associados e que se traduziu no empenho da empresa em melhorar a qualidade da experiência dos passageiros. Agora, a ANA – Aeroportos de Portugal quer que todos os intervenientes no retalho aeroportuário se unam para propor-

cionar experiências únicas e mudar a percepção de valor e, como tal, adoptou uma nova visão: “First Class Experience at a Fair Price”.

Mais uma vez, se anteriormente eram os passageiros que tinham que adaptar-se aos aeroportos, agora, cada vez mais, são os aeroportos que se têm de adaptar aos passageiros, com uma oferta de produtos, lojas e serviços adaptados a cada segmento e a cada aeroporto (cada aeroporto tem um volume, configuração e perfil de passageiro completamente diferente) e é esta a mudança cultural que a ANA – Aeroportos de Portugal está a fazer também a nível comercial.

Que áreas e serviços devem existir, hoje em dia, na área comercial de um aeroporto?

Para responder às diversas motivações que levam o passageiro a comprar no aeroporto é necessário ter uma oferta diferenciadora, incluindo marcas exclusivas, perfumaria e cosmética a preços competitivos, especialmente para aqueles que planeiam fazer as suas compras no aeroporto. Por outro lado, para os passageiros apressados é necessário ter conceitos de conveniência, compras *last minute*, até aos conceitos *grab & go* e de *fast food*.

Para os compradores por impulso, há que promover a sensação de singularidade, o elemento surpresa, ter ofertas únicas, estabelecer uma interacção directa com o pas-

sageiro e despertar os seus sentidos, sem esquecer, os *guilty gifts* e *multi-packs* para distribuir pela família, colegas e amigos e conseguir “recompensar” a ausência dos dias fora! Para além disso, a inovação, experimentação e o *easy shopping*, como as pré-encomendas *online* e o “levante no regresso”, são serviços que temos desenvolvido e que são fundamentais num aeroporto. Em breve iremos lançar um conceito único de *e-commerce*, que será um projecto pioneiro a nível mundial.

Como caracteriza a área de retalho no aeroporto de Lisboa?

Actualmente, o aeroporto de Lisboa conta com 68 lojas e 29 unidades de restauração, que representam uma larga oferta para diferentes preços e horas do dia.

Temos uma *Free Shop* com produtos de perfumaria, cosmética, bebidas, *gadgets*, chocolates, doçaria regional e *gifts*, entre outros.

Quais as competências da área de Retalho da ANA – Aeroportos em Portugal?

A Direcção de Retalho da ANA Aeroportos é a entidade responsável pela gestão integrada das áreas comerciais – lojas, restauração, serviços, bancos e câmbios –, o que inclui a definição de conceitos e marcas, bem como a organização e dinamização de espaços comerciais em sete aeroportos.

A ANA – Aeroportos em Portugal presta também um serviço de consultoria nas áreas do Travel Retail.

Especificamente, quais são as grandes apostas para o Aeroporto de Lisboa?

Em Fevereiro de 2012, a oferta comercial será ampliada e vamos abrir 30 novas lojas numa grande Praça Central na zona internacional. Finalmente, vamos conseguir compensar o défice de área comercial que tínhamos face aos outros aeroportos europeus da mesma dimensão. Haverá inúmeras surpresas, desde conceitos totalmente inovadores, a marcas internacionais pela primeira vez em Portugal e muitas outras marcas nacionais que nos vão orgulhar. Vai-se apostar também naquilo que designamos por “Sense-of-Place” e “Sense of Uniqueness” onde, para além de uma atmosfera aeroportuária com “alma portuguesa”, teremos uma agenda cultural/entretenimento contínua, que irá surpreender e contribuir para uma última e boa recordação memorável de quem parte de Lisboa.

Tudo isto vai contribuir para melhorar o serviço prestado ao passageiro e gerar receitas adicionais, que contribuirão para tornar o aeroporto mais competitivo, tanto para as companhias aéreas, como para os passageiros.

De que forma Lisboa poderá consolidar o seu posicionamento nos principais rankings internacionais de destinos turísticos a não perder?

Há que continuar a fazer o que se tem feito, pois os números e resultados obtidos falam por si! É importante sermos persistentes e fazermos um esforço extra para desenvolver parcerias fortes, com um objectivo claro e visão comum, em toda a cadeia de valor do turismo.

As ofertas integradas tipo *bundle* e segmentadas são muito interessantes e poderão ser ainda mais desenvolvidas e potenciadas, com vista a apoiar e facilitar a vida aos vários tipos de turistas que nos visitam e que queremos que regressem.

PARCERIA MADURA

Como caracteriza a oferta da área do “Travel Retail”? É valorizada pelas marcas, operadores e entidades como, por exemplo, as ligadas ao Turismo?

A oferta do “Travel Retail” (oferta a clientes em viagem) em Portugal, por exemplo, está mais desenvolvida nos aeroportos do que noutras infra-estruturas de transporte. Ao nível mundial existem alguns *players* focados no negócio do “Travel Retail” e normalmente ou têm marcas



Dois ângulos da futura praça central



PLANO ESTRATÉGICO

A ANA - Aeroportos de Portugal lançou o Voo 555, um novo plano estratégico para o negócio de retalho que visa desenvolver cinco conceitos-chave, em cinco aeroportos portugueses, nos próximos cinco anos.

Em 2010, a actividade de retalho em todos os aeroportos geridos pela ANA - Aeroportos de Portugal (Porto, Lisboa, Faro, Açores) alcançou receitas no valor de 48,8 milhões de euros.

O Voo 555 tem como objectivo atingir os 75 milhões de euros em receitas de retalho em 2016, o que o equivalente a cerca de 366 milhões de euros de vendas dos concessionários.

Subjacente ao plano está toda uma nova visão que privilegia a experiência do passageiro e a mudança da percepção dos preços.

Este novo posicionamento surge como resposta à complexa conjuntura macroeconómica; à mudança dos padrões comportamentais de um consumidor cada vez mais atento aos preços e que passa cada vez menos tempo no aeroporto; à política de bagagem das *low cost* e à concorrência das próprias companhias aéreas, que vendem produtos online e a bordo dos seus aviões.

O VOO 555 coloca a ANA - Aeroportos de Portugal na “crista da onda”, ao nível das melhores práticas a nível global. Não temos dúvidas disso!

próprias ou representam marcas internacionais (seja de restauração, seja de retalho especializado). É um negócio especializado, com características particulares.

Existem, também, cada vez mais marcas que estão a entrar e a conhecer melhor o “Travel Retail” e que começam a preferir gerir directamente os espaços em vez de serem representadas por terceiros. Só em Portugal, o negócio de retalho nos aeroportos cresceu mais de 30 por cento nos últimos anos e as perspectivas são para continuar a aumentar.

Ainda em resposta à sua questão, os aeroportos são, de facto, espaços valorizados pelas entidades ligadas ao Turismo, daí neles existirem lojas de Turismo, transportes públicos, comunicação de serviços e diversos acordos assinados com outras entidades, nomeadamente com cadeias hoteleiras.

Em no caso específico da Portela?

Todos os aeroportos geridos pela ANA – Aeroportos de Portugal estão localizados em regiões com uma elevada vocação e potencial turístico, o que torna o Turismo numa das principais motivações dos passageiros que passam pelos aeroportos nacionais. Portanto, sendo o Turismo a principal alavanca do tráfego dos nossos aeroportos, é imprescindível assegurar um alinhamento estratégico entre a ANA – Aeroportos de Portugal e as entidades que, a nível nacional e regional, são responsáveis pela promoção e desenvolvimento turístico.

Consciente da importância do Turismo para a sua actividade, a ANA – Aeroportos de Portugal tem vindo a trabalhar em parceria com as entidades deste sector, de forma a fazer convergir os interesses das componentes de transporte aéreo, promoção e produto turístico.

Neste contexto, foi constituída uma parceria de promoção do destino Portugal, a que se deu a designação de “Initiative:pt”, que se traduz numa sinergia de esforços convenientemente organizada e devidamente articulada, orientada para uma aposta nas sinergias de uma actuação conjugada, que permita oferecer ao mercado soluções de reforço da atractividade e da competitividade.

Na verdade, se, por um lado, a promoção turística tem que ser continuada e recorrente para que possa ser efectiva no aumento da procura, do lado dos aeroportos estamos conscientes da necessidade de um olhar cada vez mais atento, aprofundado e focalizado na valorização da experiência dos passageiros que servimos e que, em grande parte, são turistas.

Para além da reconhecida atractividade do destino Lisboa, o perfeito alinhamento do Turismo de Portugal, Turismo de Lisboa e ANA – Aeroportos de Portugal na captação de uma base da com-

LIGAR PORTUGAL AO MUNDO

A ANA Aeroportos de Portugal, SA tem como missão gerir de forma eficiente as infra-estruturas aeroportuárias a seu cargo, ligando Portugal ao mundo e contribuir para o desenvolvimento económico, social e cultural das regiões em que se insere.

É ainda objectivo da sua missão oferecer aos clientes um serviço de elevada qualidade, criando valor para accionistas e assegurando elevados níveis de qualificação profissional e motivação dos seus colaboradores.

A ANA gere, no território nacional, os aeroportos de Lisboa, Faro, Porto e Açores.

panhia easyJet no Aeroporto de Lisboa, é o resultado mais recente de uma parceria madura e de uma convergência de interesses estratégicos.

Em que áreas pode ser desenvolvida esta cooperação?

A cooperação entre a ANA – Aeroportos de Portugal com o Turismo, em geral, e com o Turismo de Lisboa em particular, não se esgota na “Initiative:pt”. Recentemente instituiu-se um Fundo de Apoio a Congressos, que se destina a potenciar a captação deste tipo de eventos, que estão a ganhar uma crescente importância na geração de fluxos de procura, principalmente nos períodos de menor tráfego.

Além disso, acresce a participação conjunta em eventos e feiras internacionais de Turismo, o que contribui para o reforço do alinhamento de interesses na defesa da Marca Portugal.

PERFIS DISTINTOS

Qual o perfil do passageiro/consumidor dos aeroportos e como tem evoluído?

O perfil do passageiro é claramente distinto em cada um dos aeroportos e a ANA – Aeroportos de Portugal tem investido bastante tempo em conhecer o perfil dos passageiros e dos consumidores. Actualmente, assistimos a uma diversidade de alterações demográficas, sociais, tecnológicas e económicas que se reflectem em novas necessidades, exigências, desejos e formas de consumir.

Em 2010, a Direcção de Retalho desenvolveu uma nova metodologia de segmentação, que nos permitiu identificar os principais segmentos dos consumidores das áreas comerciais do Aeroporto de Lisboa. Quem são, o que compram e como compram. Neste estudo identificamos seis segmentos principais.

Os consumidores procuram cada vez mais: melhor serviço, tecnologia mais conveniente, experiências mais agradáveis, melhores infra-estruturas/instalações, um *design* fantástico e mudanças constantes.

Tendo em conta os diferentes perfis de consumidores, é necessário dar um enfoque na oferta *premium*, marcas e conceitos que agradem aos *shopaholics*, criar a oferta específica para os turistas, passageiros em viagens de negócios e a Meeting Industry.

IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO

Que ferramentas utilizam para comunicar com o passageiro/ turista/consumidor?

Para além da revista *Livening* e dos canais *online*, temos um *site* – www.ana.pt – e desenvolvemos diversas campanhas, folhetos promocionais e iniciativas de *marketing*, quer seja em parceria com os nossos lojistas, quer com outras marcas.

A *Livening* foi recentemente alvo de *restyling*. Em que consistiu?

Queremos estar cada vez mais próximos dos passageiros, conhecer os seus desejos, antecipar as suas necessidades e, para isso, precisamos de fomentar a comunicação com os nossos clientes das mais variadas formas.

A *Livening*, uma marca multiplataforma, é uma ferramenta de comunicação com os clientes que apresentamos não só num formato em papel, como também *online* – www.livening.net –, cujos conteúdos são actualizados diariamente.

Além disso, e tendo em conta a tendência crescente para adopção de dispositivos como *smartphones* e *tablets*, será desenvolvida uma aplicação para esta plataforma móvel. Prolonga-se, assim, o tempo de vida de cada edição, conferindo-lhe um estatuto de modernidade e indo ao encontro das novas formas “*incontornáveis*” de comunicação, alargando-a também a novos públicos.

Assumindo-se como marca, a revista *Livening* remete para o universo de experiências de qualidade que o espaço aeroporto representa, mas que se perpetuam além dele.

TENDÊNCIAS

PROMOÇÃO TURÍSTICA

INVESTIR PARA GANHAR

A PROMOÇÃO TURÍSTICA GERA MAIS VISITAS,
RECEITAS E POSTOS DE TRABALHO, INDICA UM ESTUDO
REALIZADO RECENTEMENTE NOS ESTADOS UNIDOS



Efectuado com base em campanhas levadas a cabo pelo estado norte-americano do Michigan e pela Greater Philadelphia Tourism Marketing Corporation (GPTMC), o estudo revela que, para além do mais, é contraproducente a redução das campanhas promocionais como forma de poupança, já que tal impede o crescimento económico.

“Tem que existir uma razão pela qual as maiores marcas (norte-) americanas continuam a aumentar os seus orçamentos de *marketing*: (e isso é porque) resulta”, afirma o presidente e CEO da U.S. Travel Association, Roger Dow, que encomendou o estudo à Longwoods International.

O documento – prossegue – “prova que os destinos (turísticos) devem agir como a Nike ou a Apple e outros grupos semelhantes bem-sucedidos, que apostaram no *marketing*. Os cortes substanciais nos programas turísticos promocionais são contraproducentes e têm consequências económicas negativas a longo prazo”.

O estudo refere ainda que os programas de promoção turística originam receitas superiores ao investimento, tendo em conta que propiciam aumentos quer do número de visitantes quer dos gastos realizados nas comunidades locais.

“Quem decide estará a ignorar princípios económicos básicos se reduzir os programas de *marketing* turístico”, declarou o autor do estudo, Bill Siegel, fundador e CEO da Longwoods International, adiantando que “o retorno do investimento nas campanhas turísticas promocionais é significativo e quase imediato”.

O EXEMPLO DO MICHIGAN

Depois de décadas de esforços promocionais inconsistentes, a campanha promocional Pure Michigan foi lançada, a nível regional, em 2006 e ganhou dimensão nacional três anos depois, em 2009.

A mensagem forte e não tradicional de que era portadora levou até àquele estado norte-americano 7,2 milhões de visitantes, que gastaram dois mil milhões de dólares e proporcionaram 138 milhões de dólares de receitas para o estado. Contas feitas, isto significa que o retorno obtido mais do que triplicou o montante investido na campanha promocional.

No segundo ano da campanha nacional Pure Michigan, em 2010, as receitas geradas pelos visitantes naquele estado subiram 21 por cento por comparação com as apuradas no ano anterior, para 6,4 mil milhões de dólares. Ao mesmo tempo, verificou-se um aumento de dez mil postos de trabalho ligados ao sector do Turismo neste estado. E, apesar das enormes dificuldades económicas que enfrenta, o Governador do Michigan, Rick Snyder, atribuiu este ano um fundo adicional de dez milhões de dólares à campanha Pure Michigan, justificando: “trouxe mais receitas do que despesas ao estado”.



NO CASO DE FILADÉLFIA

Relativamente a Filadélfia, já um relatório elaborado em 1995 pela The Pew Charitable Trusts identificava as viagens e o lazer como um potencial substituto para absorver a mão-de-obra dispensada da indústria. Isto levou à criação, em 1996, da Greater Philadelphia Tourism Marketing Corporation (GPTMC), uma entidade encarregada de promover turisticamente a região. Neste contexto e mediante o desenvolvimento de um programa de *marketing* consistente ao longo dos últimos 15 anos, a imagem de Filadélfia transformou-se, gerando um aumento do número de visitantes e de receitas para a cidade e para o estado.

“Há 15 anos atrás, Filadélfia era considerada apenas como uma cidade para fazer uma paragem de duas horas”, diz a presidente fundadora e CEO da GPTMC, Meryl Levitz, salientando que, após essa fase, surgiram as dormidas. Hoje em dia, destaca, Filadélfia é um destino

de primeira linha, onde os visitantes passam diversos dias e regressam várias vezes por ano. Refira-se que desde 1997 as dormidas na Grande Filadélfia aumentaram 66 por cento, ou seja seis vezes mais rápido do que a taxa de crescimento nacional, situada em 11 por cento.

Entretanto, a mais recente campanha da GPTMC teve início em 2009, no meio da mais profunda e longa crise económica desde a Grande Depressão. Com um orçamento de apenas 4,3 milhões de dólares em 2009/2010, *With Love, Philadelphia XOXO*, originou mais 3,7 milhões de visitas à região de Filadélfia, reflectidas em 432 milhões de dólares em gastos de visitantes, 24 milhões em receitas para o estado e 22 milhões para os governos locais. O programa de *marketing* deu ainda origem a mais de sete mil postos de trabalho adicionais ligados à Grande Filadélfia, a um custo razoável de 600 dólares em promoção por posto de trabalho criado. Segundo o relatório anual de 2009 *Survey of State Tourism Office Budgets*, da U.S. Travel

Association, 31 estados norte-americanos reduziram em 13 por cento os fundos destinados à promoção e ao *marketing* turístico, entre 2008 e 2009.

SUCESSO NO COLORADO

O estado de Washington encerrou o seu departamento de Turismo em Junho deste ano, à semelhança da decisão do Colorado de acabar com o seu programa de *marketing* em 1993, devido a restrições orçamentais.

Porém, segundo um estudo da Longwoods International, o Colorado perdeu, eventualmente, mais de 30 por cento da sua quota de visitantes domésticos e mais de dois mil milhões de dólares anuais em gastos de turistas.

Agora, reiniciado o programa de *marketing* do Colorado, o Tesouro estatal conta com uma proporção de 12 para 1 em termos de receita *versus* investimento em *marketing*, e as visitas a este estado voltaram a atingir números recorde.

ENTREVISTA RESTAURANTE AURA



RESTAURANTE AURA

MAGIA À MESA

CRIAR O MENU

A elaboração do menu do Aura começou com a colaboração, baseada na experiência, de vários profissionais, nomeadamente da área da hotelaria. De seguida, foram partilhados com o público-alvo sabores e texturas, assim como a apresentação dos pratos, e ouvidas as suas opiniões. Após algum tempo de experimentação, surgiu então o menu.

De entre os pratos especiais que o Aura apresenta na sua Carta, destaque para os de polvo, raia e posta mirandesa.

CARLOS MEDEIROS É UM DOS PROPRIETÁRIOS DO RESTAURANTE AURA, CUJO MENU É, RECONHECIDAMENTE, INSPIRADO NAS IGUARIAS PREFERIDAS DOS PORTUGUESES. PARA ALÉM DA EXCELÊNCIA DA GASTRONOMIA, A QUALIDADE DO SERVIÇO E O CENÁRIO PRIVILEGIADO ONDE O AURA SE INSERE, À BEIRA TEJO, SÃO MOTIVOS DE ORGULHO QUE O EMPRESÁRIO DESTACA

Como surgiu a ideia de abrir o Aura?

Os meus sócios e eu estávamos com vontade de abrir um restaurante há já algum tempo, mas não tínhamos encontrado nada que nos agradasse verdadeiramente, um espaço que se identificasse com a nossa “alma”.

Quando decidimos concorrer ao Pátio da Galé foi porque se travava, de facto, de um projecto que se identificava com o que tínhamos imaginado.

Como descreve o espaço e qual o conceito subjacente?

O espaço onde o restaurante se insere é simplesmente mágico e surpreendente. Diria ainda que o Terreiro do Paço é, provavelmente, a praça mais bonita da Europa.

Inserido neste contexto, o Aura oferece um ambiente envolvente, acolhedor e sem dúvida único em Lisboa.

A decoração mereceu atenção especial?

Depois de termos pesquisado bastante no que se refere a espaços lisboetas, o nosso enfoque foi para materiais que, de alguma maneira, traduzissem o ambiente que se viveu ou ainda vive no Terreiro do Paço. Não quisemos uma decoração fácil, cheia de peças bonitas mas sem história. Optámos por uma mistura de épocas, de materiais e de texturas e por uma paleta cromática muito sensorial, com tons suaves e afáveis.

Considera uma mais-valia o facto de o restaurante estar situado no Terreiro do Paço?

Completamente! Digamos que 50 por cento do nosso sucesso se deve ao facto de estarmos inseridos neste magnífico projecto que envolve o Pátio da Galé e a fantástica Praça do Comércio. A recuperação desta praça devolveu à capital portuguesa algo que os lisboetas e os visitantes há muito reclamavam: um espaço com vista para o nosso Tejo, dotado de áreas de lazer e de bem-estar.

MODALISBOA E INAUGURAÇÃO

O 1.º grande evento ao qual o Aura esteve ligado foi a ModaLisboa. Como correu?

Foi uma experiência magnífica, que envolveu o bom gosto do espaço, aliado ao *design* e a *beautiful people*, ou seja “dois em um”. Foi também o

pontapé de saída para testarmos as nossas equipas de trabalho, assim como para percebermos as tendências da Moda e se o que escolhemos para a decoração, em geral, está em linha com as tendências actuais.

De seguida, para marcar a abertura do restaurante ao público, organizámos uma grande festa, no dia 30 de Março, durante a qual partilhámos o momento com todos os amigos, clientes e parceiros que nos ajudaram ao longo destes anos a chegar onde chegámos.

Na página do facebook está mencionada a realização de “grandes eventos”. A quais se refere?

O Aura tem como casa mãe a Cateri, Produção de Acontecimentos e Catering, uma empresa fundada há 24 anos e que é, sem dúvida, uma das top 5 produtoras de eventos nacionais.

Posso afirmar que fomos responsáveis por alguns dos maiores e mais fantásticos eventos realizados em Portugal. Diariamente estamos envolvidos na produção de grandes eventos e o Aura – mais o Pátio da Galé – dá-nos condições para fazer ainda melhor. Pode também ser encarado como uma montra *non stop* que Portugal pode consultar, a qualquer momento, sobre o que de melhor se faz no nosso País.

PARA TODAS AS BOLSAS

Qual o target do Aura em termos de Cliente?

Somos muito transversais no que respeita à nossa clientela. Criámos um espaço fantástico, aberto ao público 364 dias por ano, e não quisemos deixar ninguém de fora. Temos produtos para todas as

bolsas. Por isso, criámos a cafetaria, a esplanada e o restaurante. Proporcionamos uma opção de escolha diversificada.

Caracterizamo-nos por oferecer ainda um espaço multifacetado, dirigido também ao público dos eventos. Dispomos, por exemplo, de uma área que se transforma em função das necessidades de cada cliente. A Cafetaria está dividida do restaurante, mas em caso de necessidade os dois espaços podem-se juntar, oferecendo uma área maior.

Em termos de oferta e de cliente/target, importa ainda referir que aos fins-de-semana o nosso *dj* passa a música ideal para quem pretenda desfrutar de uma boa refeição num ambiente *cool* e acolhedor.

Lançou um desafio no facebook para que as pessoas digam quais os “mimos” que gostariam de encontrar no Aura. Ainda se podem fazer sugestões?

É sempre tempo para recebermos sugestões,



Carlos Medeiros, proprietário do Restaurante Aura

SENTIR LISBOA

Ao visitar o Aura + Restaurante Lounge Café, aberto todos os dias, das 7h30 às 0h00, o cliente “sente a magia de Lisboa consigo”, afirma Carlos Medeiros, que iniciou a carreira profissional na Hotelaria, contando igualmente com experiência na área da Restauração.

Em 1987, Carlos Medeiros fundou a Cateri, Empresa de Produção de Acontecimentos e Catering, com base na qual concebeu e desenvolveu inúmeras acções para grupos empresariais e instituições de diversos sectores de actividade.

As solicitações dos clientes, cada vez mais exigentes, levaram a que o empresário apostasse fortemente na especialização em diversas áreas da Produção de Espectáculos, entre as quais festas temáticas, eventos nacionais e internacionais.



A decoração do Aura resulta de uma mistura de épocas, materiais e texturas

pois gostamos de melhorar a cada dia. Por isso, é óptimo recebermos críticas construtivas, que nos estimulam a ir sempre mais longe, ao encontro das expectativas dos nossos clientes.

Ainda assim, não recebemos muitas opiniões, sinal de que estamos no bom caminho, e que proporcionamos mimos diários a quem nos visita.

MOMENTOS TEMÁTICOS

Está prevista a criação de um momento temático Aura?

Sim, estão previstos vários momentos temáticos. Em Junho, produzimos a nossa primeira grande festa temática, as boas-vindas do Verão, que consistiu numa Festa Cubana, à qual associámos muitas surpresas.

Entretanto, há outras que estão já em pré-produção e podemos adiantar que a segunda vai ter carácter social, ou seja, a receita apurada nessa noite será oferecida à instituição CrescerSer – Associação Portuguesa para o Direito dos Menores e da Família. Entendemos ser obrigação da sociedade estar atenta a estas instituições, que tanto precisam da ajuda de todos nós.

Em que áreas têm sido desenvolvidas parcerias?

Consideramos que as parcerias são fundamentais

a vários níveis, nomeadamente entre clientes e fornecedores. Não revelando nomes, podemos afirmar que estabelecemos parcerias com as principais empresas do planeta, razão pela qual nos primeiros 30 dias de actividade atingimos os nossos objectivos de qualidade e satisfação dos clientes.

TOP 5

Como caracteriza a cozinha portuguesa contemporânea?

Acho-a magnífica e muito rica em termos de sabores tradicionais. A sua imagem está ao nível das melhores cozinhas do mundo. Penso que todos gostamos de identificar os sabores originais aliados a criações que melhoram o resultado final.

Como enquadra o Aura na Restauração de Lisboa?

O Aura está, sem dúvida, no Top 5 dos melhores restaurantes da capital portuguesa. Oferecemos um ambiente único, num local exclusivo e fantástico, que é o Terreiro do Paço.

Com base na gastronomia portuguesa, aliada ao bom gosto e à eficácia do nosso restaurante e cafeteria, proporcionamos o desfrute de momentos muito especiais em Lisboa.

De que forma se reflecte o know how da Cateri, à qual o Aura está ligado?

Em tudo. É esse conhecimento de 24 anos que nos deu esta capacidade para criar um espaço polivalente. Na Cateri produzimos cerca de 300 eventos por ano e esta experiência permitiu-nos lançar algo de inovador no nosso restaurante e cafeteria. Criámos um espaço onde tudo pode acontecer sem limite, dotando-o de uma estrutura de raiz pensada para acolher os melhores eventos de Portugal. Equacionámos tudo o que o cliente pode precisar para realizar desde a reunião mais simples até àquela que envolva a mais complicada das logísticas.

Importa referir ainda que o nosso *staff* está apto a alterar um espaço num curto período de tempo, sem que isso afecte o local e o ambiente onde está a decorrer uma refeição a dois ou com 140 pessoas...

Em suma, e como disse anteriormente, o Aura funciona para a Cateri como a Cateri para o Aura, ou seja, funcionam como uma alavanca diária um do outro.

RESTAURANTE AURA

Terreiro do Paço, Lisboa

Tel. 213 469 447

www.auraloungecafe.com

LISBOA VISTA DE FORA

REVISTA TOP DESTINOS

ELOGIA O CHARME DA CIDADE

A REVISTA BRASILEIRA “TOP DESTINOS” DEDICOU UM ARTIGO EXTENSO A DUAS CIDADES PORTUGUESAS, NO QUAL FRISA QUE, “MESMO REINVENTANDO-SE, LISBOA MANTÉM UM DELICIOSO SAUDOSISMO”



Sob o título “Portugal para viver e comer”, a jornalista Luciana Lancellotti assina o artigo sobre as cidades de Lisboa e do Porto, no qual salienta locais históricos, hotéis e restaurantes, assim como a muito apreciada gastronomia portuguesa. A edição na qual esta reportagem foi publicada era ainda acompanhada pelo “Luxury Guide Lisboa e Porto”, um guia sobre bares, restaurantes, hotéis, atracções e compras, assim como por um mapa detalhado sobre pontos de interesse turístico de ambas as cidades. Esta publicação especial apresentava 97 páginas divididas em sete tópicos: Alfama e Baixa, Rossio e Av. da Liberdade, Chiado, Bairro Alto, Belém, Parque das Nações e Porto.

Ao longo do texto, a jornalista elogia, nomeadamente, o charme da capital portuguesa, descreve o roteiro efectuado em Lisboa e termina deixando algumas sugestões sobre onde ficar, onde comer e por onde passear.

Os eléctricos de Lisboa, a Sé Catedral, o casario característico da cidade, tendo como pano de fundo o Tejo, o Cristo-Rei e a Ponte 25 de Abril, foram algumas das imagens escolhidas pelos editores da revista – com uma tiragem de 40 mil exemplares – para dar a conhecer aos leitores a capital portuguesa, uma cidade cosmopolita e com uma vasta e diversificada oferta turística.

Neste contexto, importa referir a importância do Brasil como mercado estratégico para Lisboa, a par de Espanha, tal como mencionado no Plano Estratégico para o Turismo de Lisboa 2011-2014, o TLx14.



Tomás Borges de Castro
Director-adjunto da SAL MAGAZINE

A galinha da vizinha NÃO é melhor que a minha

Diz o senso comum que, de uma má situação em que nos encontramos, seja ela um mau negócio, uma má relação amorosa ou algum infortúnio que nos aconteceu, consegue-se retirar algo de bom.

Com a crise mundial em que vivemos actualmente, não é diferente. Por sorte, desta vez os afortunados somos nós, Portugal. Não que o país esteja saudável, mas de facto é com gosto que vejo que, apesar dos tempos apertados, há um crescimento contínuo nos índices de turismo e nas tão necessitadas receitas geradas por quem nos vem cá visitar. Uma das várias razões por que isto acontece, é claramente a falta de liquidez dos agregados familiares estrangeiros, que ontem iam de férias para onde queriam e hoje são obrigados a escolher uma rota mais em conta. Sorte a deles, porque se assim não fosse, talvez não tivessem oportunidade de conhecer um dos destinos turísticos mais completos e agradáveis da Europa: Lisboa e arredores. E se muitos deles vieram a primeira vez por “necessidade”, já as posteriores não foram assim. Voltaram porque gostaram e queriam mais. É a comida, a simpatia, a beleza, a cultura, a natureza, o clima, as infra-estruturas e por aí fora.

Ora, muitos de nós seguem a máxima de que “o que é estrangeiro é melhor”, mas isso não é correcto. Temos cá mais do que muitos países nos podem oferecer, e nos tempos árdios em que nos encontramos, se nos virássemos para dentro, a conhecer o que já aqui temos mas que nunca parámos para olhar, não só faríamos bem à nossa carteira como também à economia do país, que neste momento precisa de toda ajuda que possa ter. Para não falar no turismo que se pode efectuar pelo país dentro, conhecendo locais que não fazíamos ideia que existiam, de beleza invejável e serviços disponíveis mais que aceitáveis, a um custo plenamente suportável.

Claro que todos nós gostamos de sair de cá e ir para outra realidade e deixar os problemas do quotidiano para trás, nem que seja por uma semana, mas os que optam por cá ficar, seja por que razão, não ficam nada mal servidos. Se calhar até melhor...

SAL MAGAZINE

**Rua dos Faizões, 156, Aldeamento Vila Bicuda, Cascais
Tel. 214 860 853 – site www.sal-magazine.com**

TESOUROS

CASA DE LINHARES

PARA OUVIR CANTAR O FADO

CANTADO POR NOMES CONSAGRADOS OU JOVENS PROMISSORES, O FADO É REI E SENHOR NA CASA DE LINHARES – RESTAURANTE BACALHAU DE MOLHO ONDE, NOITE APÓS NOITE, UMA PLATEIA INTERNACIONAL VIBRA EMOCIONADA AO OUVIR A “CANÇÃO DE LISBOA”, PRECISAMENTE NUM DOS SEUS MAIS EMBLEMÁTICOS BAIROS HISTÓRICOS: ALFAMA





A nobreza do espaço perdurou ao longo dos séculos e a traça arquitectónica impressiona, desde logo, quem visita a Casa de Linhares – Restaurante Bacalhau de Molho para ouvir cantar o Fado. Instalado nas fundações do antigo Paço dos Condes de Linhares, mais propriamente no que resta de um edifício renascentista que o terramoto de 1755 não poupou, o restaurante é amplo e apresenta uma decoração marcadamente clássica.

A sala, imponente, reflecte a estrutura típica da época em que foi edificada, exibindo abóbadas em canhão, construídas em tijolo burro, suportadas por colunas de pedra, e com uma lareira de grandes dimensões.

Fazendo jus à história do edifício, o Restaurante Casa de Linhares oferece, num ambiente requintado, um serviço de grande qualidade, aliado ao melhor da tradição portuguesa, de que são exemplo os copos da Marinha Grande com desenho medieval, os linhos do Norte e as cadeiras de couro.

Para ouvir o melhor do fado, a Casa de Linhares – Restaurante Bacalhau de Molho conta com um elenco do qual fazem parte novas promessas deste género musical – como Raquel Tavares, Fábria Rebordão, Sara Correia, Tânia Oleiro ou Vânia Duarte –, e nomes consagrados – Jorge Fernando, Cidália Moreira, Celeste Rodrigues e Maria da Nazaré.

Casa de Linhares
Restaurante Bacalhau de Molho
Beco dos Armazéns do Linho, 2, Alfama
Contacto: Tel. 218 865 088
www.casadelinhares.com



O requinte à mesa

DELÍCIAS GASTRONÓMICAS

À mesa, o “fiel amigo”, confeccionado de muitas e saborosas maneiras, é a especialidade da Casa de Linhares – Restaurante Bacalhau de Molho. A dificuldade está na escolha. Porém, se o cliente preferir carne ou se seguir um regime vegetariano, as sugestões são, também, verdadeiramente tentadoras.

Para além da ementa à Carta, a Casa de Linhares – Restaurante Bacalhau de Molho apresenta ainda ementas especiais para grupos (mínimo dez pessoas).

PATRONOS DAS ARTES

Os Condes de Linhares faziam parte do grupo das famílias nobres mais importantes do reino, resultado da união entre a coroa Portuguesa e de Castela, sendo que ao seu Paço conduziam mesmo os túneis de defesa militar de Lisboa. Esta rede de túneis cruzava o subsolo de Alfama e do Castelo e tinha, no Paço destes nobres, a sua saída para o rio Tejo.

Mas os Condes de Linhares não se distinguiram apenas pela sua importância nobiliárquica. Reconhecidos patronos das artes, chegaram a acolher no seu Paço Luíz Vaz de Camões, um seu familiar afastado, a quem garantiram protecção ao longo do fim de vida empobrecido deste grande poeta português.

BOLETIM INTERNO

FESTIVAL DOS OCEANOS

TUDO A POSTOS

PRESTES A TERMINAR A CONTAGEM DECRESCENTE PARA O ARRANQUE DO FESTIVAL DOS OCEANOS 2011, É GRANDE A EXPECTATIVA E A CURIOSIDADE SENTIDAS EM TORNO DA PROGRAMAÇÃO PREPARADA PARA MAIS UMA EDIÇÃO DESTA INICIATIVA DO TURISMO DE LISBOA



Festival dos Oceanos © Tristan Perez

Atraindo, em média, 350 mil pessoas em cada edição, o Festival dos Oceanos consolidou-se já como uma marca da cidade, sendo que em 2011 irá animar as ruas da capital portuguesa de 30 de Julho a 13 de Agosto.

Nunca será demais destacar que, à semelhança dos anos anteriores, também todos os espectáculos e eventos desta oitava edição serão de entrada gratuita. Da vasta e diversificada programação constam, nomeadamente, os muito apreciados concertos, exposições, teatro de rua, museus abertos à noite e diversas outras actividades interactivas, dirigidas a públicos de todas as idades.

HOMENAGEM AO FADO

Entretanto, e por se tratar do ano em que é apresentada a candidatura do Fado a

Património Imaterial da Humanidade, a presente edição do Festival dos Oceanos dá especial destaque à “Canção de Lisboa”.

Convidado de honra desta festa, o Fado sobe ao palco, no Pátio da Galé, para quatro concertos que integram a iniciativa “O Fado convida...”. Ana Moura, Maria Ana Bobone, Ana Varela e António Zambuja dão voz à “canção de Lisboa” em dueto com artistas oriundos de diferentes pontos do globo, da Índia ao Brasil.

Mas o Festival dos Oceanos é também a altura certa para os lisboetas e os turistas conhecerem os museus da cidade fora de horas, gratuitamente, através da iniciativa “Museus à Noite” que, este ano, integra mais de duas dezenas de espaços culturais.

Os espectáculos de rua “Waterwall” e “Muaré”, a instalação “Universo de Luz” e a exposição da National Geographic,

que marca o regresso do Festival dos Oceanos a Belém, são, por sua vez, reveladores das vertentes temáticas deste evento: a Universalidade, a Sustentabilidade e o Entretenimento.

E para quem deseja conhecer os segredos do grande mar português, o antigo bacalhoeiro “Santa Maria Manuela” estará atracado na Marina Parque das Nações, de 5 a 7 de Agosto, proporcionando a partilha com o público de técnicas relacionadas com a navegação de uma grande embarcação e alguns dos resultados da expedição científica SMM/MarPro 2011.

O Festival dos Oceanos, uma iniciativa reconhecida nacional e internacionalmente e que integra o calendário anual dos grandes eventos culturais em Lisboa, contribui para combater a sazonalidade e aumentar o fluxo de turistas na capital portuguesa, durante o mês de Agosto.

CONDÉ NAST TRAVELLER

VIAJAR COM CRIANÇAS



Viajar com crianças dá o mote à reportagem que a prestigiada revista Condé Nast Traveller efectuou recentemente em Lisboa, acompanhando uma família constituída por quatro pessoas.

Com chamada de capa sob o título “Eléctrico e Castelo – Lisboa”, a edição de Julho da Condé Nast Traveller editada em Itália dedica três páginas a este roteiro pela capital portuguesa, uma cidade que é segura e apresenta inúmeros locais de interesse para descobrir com crianças.

A visita ao Centro Histórico de Lisboa, com os seus monumentos e estabelecimentos comerciais característicos, incluiu diversas paragens para que a família pudesse apreciar devidamente a variedade e a riqueza da oferta turística de uma cidade única, que está preparada para corresponder às expectativas de cada um, nomeadamente dos mais jovens.

Visitar o Castelo de S. Jorge, andar de eléctrico pelos bairros históricos da cidade e passear por Belém onde, independen-

temente da idade, é quase impossível resistir aos famosos Pastéis de Belém, são apenas algumas das recomendações que a jornalista Stefania Cubello deixa ao longo deste artigo, ilustrado com imagens captadas por Massimo Brega.

“Sintra, Capital do Romantismo”, situada a poucos quilómetros de Lisboa, consta igualmente do itinerário que a Condé Nast Traveller partilha com os leitores, apresentando-lhes um excelente destino para visitar, também, em família.

GOLFE

PROMOÇÃO NO BMW OPEN

A Lisboa Golf Coast esteve presente no BMW Open, o mais importante evento de Golfe do mercado alemão, que decorreu entre 23 e 26 de Junho, em Eichenried, perto de Munique,

para o qual eram aguardados 75 mil visitantes.

A presença de Lisboa no BMW Open, um torneio de golfe do European Tour, foi assegurada pela Lisboa Golf Coast,

marca que inclui a oferta de golfe da Região de Lisboa. Decorreu integrada num *stand* montado em colaboração com uma publicação e um operador turístico de golfe alemães.

HOLIDAY INN LISBON-CONTINENTAL

DISTINÇÃO NO TRIPADVISOR

O hotel Holiday Inn Lisbon-Continental foi distinguido pelo *site* de viagens TripAdvisor com o “Certificate of Excellence 2011”, um galardão que reflecte a opinião dos hóspedes, reconhece a qualidade do hotel e a prática de “um serviço acima da média”.

Dos 160 comentários sobre o hotel efectuados neste *site* de referência, 126 revelam avaliações extremamente positivas: 79 “Muito Bom” e 47 “Excelente”.

O Holiday Inn Lisbon-Continental, associado do Turismo de

Lisboa, está situado no centro financeiro da cidade – mais concretamente na Rua Laura Alves, n.º 9 – e a apenas 15 minutos do Aeroporto da Portela.

Possui 220 quartos e *suites* – incluindo quartos para não fumadores e Executive –, 12 salas de reuniões para mais de 200 pessoas, restaurante, bar, parque de estacionamento e várias lojas, entre outros serviços.

Contacto: Tel. 210 046 000 – *site* www.holiday-inn.com/lisbon-continue.



© Mitina Luibovo

CONCURSO DE FOTOGRAFIA

HARMONIA E AFINIDADE

Mitina Luibov diz que esta fotografia, tirada no Elevador da Bica, em Lisboa, é a sua favorita e, na verdade, é de uma beleza extraordinária e impossível de captar em qualquer outro local do mundo.

O elevador, a calçada portuguesa, a traça característica das casas dos bairros históricos e a luz única da cidade, foram magistralmente registados pela objectiva atenta de Mitina Luibov, que escolheu o rio Tejo como pano de fundo para esta imagem, uma das vencedoras do Concurso de Fotografia Novos Ângulos de Lisboa.

“A fotografia revela harmonia e afinidade com Lisboa, sentimentos comuns a todos quantos visitam a cidade”, explica, a propósito, Mitina Luibov, que associa ainda os eléctricos e as ruas estreitas à história da cidade.

Recorde-se que o Turismo de Lisboa lançou, no Verão do ano passado, um desafio a todos quantos o desejassem no sentido de captarem novos ângulos de Lisboa e enviarem essas imagens a concurso. Seriam seleccionadas as melhores 12 imagens e divulgadas, mensalmente, nas publicações do Turismo de Lisboa, como tem vindo a acontecer.

JUNHO 2011

PROMOÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS

PRODUTOS ESTRATÉGICOS

CITY BREAKS

PUBLICIDADE

CAMPANHA DE PUBLICIDADE NA INTERNET

Produção de peças criativas – *banners* para internet.

PUBLICIDADE NAS REGIÕES ESPANHOLAS

Aprovação da campanha; compra de espaço de Junho a Dezembro.

PRESS TRIPS

(26 visitas – 116 participantes)

BÉLGICA – Revista “Feeling”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lx e Cascais). Participantes: 2.

CANADÁ – Vídeo promocional de bordo “Air Transat”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lx, Estoril/Cascais e Sintra). Participantes: 2.

CHINA – Jornal “Mingpao”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lx e Sintra). Participantes: 1.

DINAMARCA – Jornal “Expressen”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 1.

“FESTROIA” – Programa realizado na Região de Lisboa (Setúbal). Participantes: 2, dos jornais espanhóis “Cambio 16”, “Euromovies” e “Carteles de Turia”.

ESPAÑA – “Grupo – Estudantes Instituto Design Europeu”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 45.

EUA – TV “Fashion One 3D”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 1.

EUA – “Mary Manzanars”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 1.

EUA – “Tap Miami”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 4, dos seguintes meios de comunicação – sítio www.jaxfaxmagazine.com e revistas “Food & Wine”, “Travel Features Syndicate” e “Travel & Leisure”.

EUA – Programa TV “FAMA”. Realizado na Região de Lisboa (Lx, Setúbal e Fátima). Participantes: 3.

EUA – *Freelancer* Tanvi Cheda, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade

de Lisboa. Participantes: 1, colaboradora das revistas “Brides”, “Robb Report” e “Departures”.

EUA – Sítio “International Travel News”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Grande Lisboa (Lx e Sintra). Participantes: 1.

FINLÂNDIA – Revista “Mondo Travel”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 2.

FRANÇA – Programa TV “Forchette et Sac à Dos”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 6.

FRANÇA – Revista “Artravel”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 2.

FRANÇA – Revista “Horizons Monde”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 1.

HOLANDA – Jornal “De Volkskrant”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lx e Sintra). Participantes: 2.

HOLANDA – Revista “Mediazine”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 1.

HOLANDA – “Dutch TV”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lx e Cascais). Participantes: 2.

IRLANDA – “Grupo Irlanda”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 6, dos jornais “The Irish Independent”, “The Irish Mail on Sunday”, “The Irish Times” e “Irish News of the World”.

ITÁLIA – “Low Cost”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 4, dos sítios www.latitudinex.com e www.ilturista.info, jornal “La Provincia di Cremona” e *freelancer* Marco Moretti, colaborador do jornal “La Stampa” e revistas “Elle” e “Velvet”.

ITÁLIA – Revistas “Bell’ Europa” e “Panorama Travel”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 2.

JAPÃO – Revista “Mrs.”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 6.

MULTIMERCADOS – “Portugal Gourmet”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Grande Lisboa (Lx e Cascais). Participantes, 7, dos seguintes meios de comunicação e países:

ITÁLIA – jornal “La Repubblica”, revista “Marco Pólo”,

REINO UNIDO – jornal “The Independent”, **FRANÇA** – jornais “L’Alsace” e “Nice Matin” e **ESPAÑA** – revista “DT Magazine”.

POLÓNIA – *Freelancer* Michal Cessanis, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 2, que

colaboram com os sítios www.zw.com.pl/podroze e www.rp.pl/podroze e jornal diário da Região de Varsóvia “Nowe Zycie Warszawy”.

SUÉCIA – Revista “Kombi”, em colaboração com o TdP. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 2.

FAM TRIPS

(4 visitas – 73 participantes)

RÚSSIA – “FSG”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lisboa, Sintra e Estoril). Participantes: 15.

SUÍÇA – “M Travel”. Programa realizado na Cidade de Lisboa. Participantes: 28.

ALEMANHA – “TUI - D”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lisboa e Sintra). Participantes: 15.

ALEMANHA – “AIRTOURS”. Programa realizado na Grande Lisboa (Lisboa e Sintra). Participantes: 15.

MAILINGS

BANCO DE IMAGENS: Convenção Internacional dos Rotários Lisboa 2013; ADAC Publisher; Rese Experten AB; TNT Magazine; CPL Events; Publiçor; Perfect Wedding Magazine; Sociedade Portuguesa de Cardiologia; Pestana Turismo; Voyages à la Une; AIM Group; Alegria Reisen GmbH; Bernhard Reisen; Brigitte Bosch / Destour; Chrisway Travel; Crystal Travel AG; Dan Tours; Ferie-Insle; Heggli Reisen weltweit; Letaba Travel AG; Mawi-Reisen AG; Move Individuelle Reisen; Nova Reisen AG; Peco-Tours AG; Racine Reisen AG; Reisebüro Hauger AG, Altdorf; Reisebüro Hauger AG, Stans; Reisebüro Mondial AG; Rotstab Reisen AG; Travelpoint Müller; TREFF AG; Côté Voyages; Croisitour Voyages; Dolphin - Voyages; FRI Travel SA; La Maison du Voyage Sàrl; Latitude 122; Latitudes SA; L’Esprit du Voyage SA; Hotelplan Suisse; Tourisme Pour Tous; TAP; TAP Aviareps; Tumlare; ICS; Aeroclub; TMC; VAND; DAVS; ADA-Symposium; TransTourTravel; Fotolab; Turizm I Otdykh; FHM magazine; FS Group; Invest Lisboa; Anita Magazin; Kombi Magazin; La Repubblica; Marco Pólo; The Independent; Jornal L’Alsace; Jornal Nice Matin; DT Magazine; News of the World; Irish Mail on Sunday; Irish Times; Irish Independent Saturday Magazine; Gazette Group; Concorde Travel; Agência de Viagens

VERDIE e João Lagos Sport.

MATERIAIS PROMOCIONAIS E INFORMATIVOS

PUBLICAÇÕES: VIII Congresso Ibero-americano de Avaliação Psicológica: Global AIM Conference 2011; APOGEN - Associação Portuguesa de Medicamentos Genéricos; Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - FCSH/NOVA; Cllohworld Final Plenary Meeting; Congresso Multiconference 2012; 8th International Conference on Homocysteine and B - Vitamin Metabolism; ISBT 2011 - International Society of Blood Transfusion; II Congresso Ibérico de Patologia Veterinária; European Anti-Poverty Network (EAPN) 2011; Congresso de Engenharia dos Tecidos 2011; 3rd European Summit on Measurement; World Bike Tour; 42nd Annual Conference of the Association for Spanish and Portuguese Historical Studies; EUROiTV 2011; Congresso Europeu de Cálculo; Conferência Internacional de Contabilidade - ISCTE Business School; IUGA - International Urogynecological Association; Lisbon Marriott Hotel; Top Atlântico DMC.

Pedidos de informação escritos respondidos: 488.

OUTROS

APOIOS LOGÍSTICOS

ESTADOS UNIDOS - Revista "Frommer's Travel"

REINO UNIDO - Jornal "METRO Internacional"

REINO UNIDO - Revista "TNT"

ROMÉNIA - Revista "GQ"

SUÍÇA - Jornal "Blick am Abend"

MEETINGS INDUSTRY

FAM TRIPS

(2 visitas - 24 participantes)

MULTIMERCADOS (Alemanha, Espanha, Escandinávia e França) - Mi Live - Acção da iniciativa do Estoril Convention Bureau. Presenças 14 *pax*. Apoio do LCB, com refeição em restaurante associado.

ITÁLIA - Acção da iniciativa do associado AIM - Presenças 8 *pax* e um representante da TAP. Programa de visita realizado na Grande Lisboa (Lx, Estoril e Sintra). Apoio do LCB, com refeição em restaurante associado.

Follow up a todos os *buyers* da *fam trip* Alemanha

Resposta a vários pedidos de informação
Continuação da actualização e pesquisa de eventos confirmados 2011-2014, incluindo in-

serção de contactos na BD

Inserção na BD: contactos dos *buyers fam trip* Alemanha

Inserção na BD: contactos *buyers* IMEX

TOURING

CAMPANHA DE PUBLICIDADE NA INTERNET

Produção de peças criativas - *banners* para internet.

PRESS TRIPS

(1 visita - 2 participantes)

ITÁLIA - Revista "Motociclismo". Programa realizado na Região de Lisboa (Lx, Sintra, Santarém e Tomar). Participantes: 2.

PARCERIAS COM OPERADORES TURÍSTICOS

Produção de páginas de publicidade.

FAM TRIPS

(1 visita - 3 participantes)

CANADÁ - "Transat". Programa realizado na Grande Lisboa (Lx, Sintra e Estoril). Participantes:3.

PRODUTOS PRIORITÁRIOS

GOLFE LISBON GOLF COAST

APOIO A EVENTOS ESPECIALIZADOS

REINO UNIDO - Apoio a um evento com 86 pessoas, organizado pelo operador turístico de golfe Tee Times Golf Agency, que decorreu na Grande Lisboa (Cascais, Estoril e Sintra).

CAMPANHA DE PUBLICIDADE ESPECÍFICA

Compra de espaço à empresa Limitada e lter-publishing; produção de artes-finais.

PRODUTOS COMPLEMENTARES GASTRONOMIA

"PEIXE EM LISBOA"

Prosseguiram os preparativos do "Peixe em Lisboa" 2012.

"BAIXA NO PONTO"

Análise dos dados recolhidos no projecto Baixa no Ponto.

OUTRAS ACÇÕES

Participação no programa da RTP "Prove Portugal", promovido pelo Turismo de Portugal, gravado em São Pedro de Moel, sobre tascas

e petiscos da Região de Lisboa.

PROGRAMA DE APOIO À COMERCIALIZAÇÃO E VENDA

PROGRAMA DA INICIATIVA DA ARPT

PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS E OUTROS CERTAMES FEIRAS

MULTIMERCADOS - Gestão da participação da ARPT Lisboa e do seu *trade* nos certames internacionais de 2011, através do portal Feiras do TdP.

ALEMANHA - Gestão, organização e participação com *stand* no evento "BMW Open", de 23 a 26 de Junho, no campo de golfe de Eichenried, em Munique. Evento destinado a profissionais e público em geral (+/-75.000). Presença de participantes do *trade* nacional (4 associados), com módulo de negócio. Contactos realizados: 12

WORKSHOPS E ROADSHOWS

Superincentivo "Lisboa Invites" (MI)

MULTIMERCADOS - Superincentivo a Lisboa, de 30 de Junho a 3 de Julho. Participaram 43 *pax*, respectivamente 39 *buyers* (Reino Unido, França, Alemanha, Itália, Holanda, Bélgica, Dinamarca, Suécia, Polónia, Rússia e Espanha), 1 jornalista MI, 2 representantes *partners marketing* Alemanha e Reino Unido e 1 representante TAP. Programa de visita de três dias, realizado na Grande Lisboa (Lisboa, Cascais e Sintra). Jantar com uma selecção de 22 associados do LCB. Organização e acompanhamento da exclusiva responsabilidade do LCB.

WORKSHOPS E ROADSHOWS

LISBON GOLF COAST

ESCANDINÁVIA - Gestão e organização de um *workshop* de golfe para os mercados da Noruega, Dinamarca e Suécia. Participantes: 8 operadores turísticos de Golfe e 12 associados. Programa realizado de 15 a 18 de Junho, na cidade de Lisboa e na Margem Sul.

Envio de materiais para o Nordea Scandinavian Masters.

ACÇÕES PORTA-A-PORTA

PORTA-A-PORTA E SALES BLITZ MI

REINO UNIDO - Acção iniciativa do LCB. Reuniões com 16 potenciais clientes para Lisboa - agências, *incentive houses*, *meeting planers*, *conference organizers* e *corporate* -, realizadas nas cidades de Manchester, Birmingham, Oxford (GRP I), London and South West London (GRP II). Participantes: 5 associados do LCB, respectivamente, AIM, Hotel Dom Pedro, Hotel Sheraton, Hotel Marriott e Hotel Açores Lisboa.

BOAS-VINDAS

DIFFERENT PORTUGAL

PARTICIPAR NUM PROJECTO DE PRESTÍGIO



A Different Portugal, empresa de animação turística aderiu ao Turismo de Lisboa por reconhecer as vantagens de poder participar num projecto de prestígio, que tem contribuído activamente para a promoção turística da cidade e da região de Lisboa.

“Destacamos ainda o apoio na divulgação e na recomendação do produto turístico dos seus associados nos postos de turismo, guias e manuais, entre outros, indispensáveis em qualquer negócio”, lê-se

numa nota divulgada pela empresa sobre a adesão.

A Different Portugal, que organiza várias actividades para dar a conhecer Portugal e as suas tradições, refere que os sentidos dos seus clientes são postos à prova em cada um dos seus *tours* (Arrábida, Sintra e Ericeira), assim como nas denominadas “Experiências Descobrir Portugal” (Azulejo, Vinho, Cortiça, Gastronomia e Azeite).

Além das actividades regulares, que conju-

gam a tradição e a História de Portugal em paisagens únicas, a Different Portugal organiza passeios turísticos personalizados, ideais também para grupos e famílias.

“Descubra as nossas tradições” de uma forma personalizada, acolhedora e simpática é o lema da empresa, que está instalada na Rua Luís de Sttau Monteiro, nº 7- 2ªA, em Carnaxide.

Contacto: Tel: 916 047 883

site www.differentportugal.com

TOTE SER ARQUITECTOS

NOVO ASSOCIADO



A TOTE SER arquitectos, especialista em reabilitação e rentabilização urbana, aderiu ao Turismo de Lisboa por identificar esta entidade como um meio preferencial para a sua proposta diferenciada na área do Turismo.

A actividade da TOTE SER passa, para além da reabilitação urbana e da rentabilização do património, por projectos de arquitectura e *design* de interiores.

Como factores de diferenciação, a TOTE SER identifica a utilização de processos de reabilitação urbana levados a cabo segundo padrões de estética actual, o que confere aos espaços um cada vez maior número de emoções garantindo uma maior rentabi-

lização do património. Como produto de destaque, referencia o micro investimento realizado em apartamentos situados no Príncipe Real.

Desenvolveu ainda outras marcas, nomeadamente: Villas & Suites, que consiste no arrendamento a curto e médio prazo, Lisbon2you, comercialização de imóveis e mediação imobiliária e TOTE SER Condomínios, em que procede à gestão de património e administração de condomínios.

A TOTE SER arquitectos está instalada na Rua Nova do Almada, n.º 92, em Lisboa.

Contacto: Tel. 213 240 920/6

site www.toteser.com

LISBONLOVERS

PROMOVER É O OBJECTIVO

A adesão da Lisbonlovers ao Turismo de Lisboa é uma consequência natural da actividade desenvolvida por ambas as entidades, uma vez que partilham o mesmo objectivo, ou seja a promoção de Lisboa como destino turístico.

“Trabalhamos para fazer de Lisboa uma cidade cada vez mais moderna e criativa, oferecendo a quem a visita algo mais do que apenas boas recordações”, indica um comunicado da empresa, cuja actividade principal é o *design* e a comercialização de uma linha de *city merchandising* consistente e criativa.

No mercado desde Outubro de 2010, a Lisbonlovers nasceu da necessidade de oferecer a Lisboa uma imagem à altura do seu estatuto de cidade cada vez mais cosmopolita e moderna. Uma imagem que se reflecta também no *merchandising* que apresenta a quem a visita, já disponível na loja Lisbonlovers *online* e em cerca de 20 outras espalhadas pela cidade, incluindo em todas as do Turismo de Lisboa.

Paralelamente, e com o objectivo de trans-

mitir o amor por Lisboa, a Lisbonlovers promove a cidade através do seu *site* – www.lisbonlovers.com –, que funciona como um guia de Lisboa, no qual são feitas diversas recomendações úteis ao visitante.

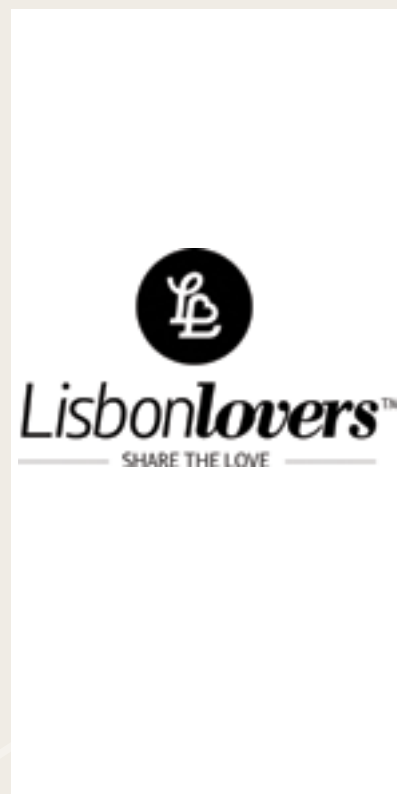
“Sabemos a importância de envolver o turista com a cidade, por isso Lisboa deve estabelecer uma relação mais emocional com quem a visita, fazendo perpetuar essa experiência no tempo, transformando assim visitantes (e residentes) em embaixadores da marca, ou seja, Lisbonlovers”, acrescenta.

Pretendendo reforçar a aposta no mercado de congressos, a empresa quer trabalhar mais de perto com hotéis, centros de congressos e empresas responsáveis por grandes eventos em Lisboa, com o objectivo de dotar esta área de negócio de mais e melhores argumentos para captar o investimento estrangeiro.

A Lisbonlovers encontra-se instalada na Rua da Quintinha, n.º 15, r/c esq.º, em Lisboa.

Contactos: Tef. 213 928 799

site www.lisbonlovers.com



EVIDÊNCIA LIGHT SANTA CATARINA HOTEL

DESEJO DE PARTICIPAÇÃO

Por acreditar no associativismo e louvar o trabalho que o Turismo de Lisboa tem desempenhado ao longo destes anos, o Evidencia Light Santa Catarina Hotel decidiu aderir a esta entidade e, assim, participar nas suas iniciativas.

“Pretendemos também contribuir para uma Lisboa cada vez mais atraente, quer para o turista português quer para o turista estrangeiro”, salienta o texto de um comunicado divulgado por este hotel.

O Evidencia Light Santa Catarina Hotel tem como conceito “Faça e desfaça a sua cama”, ou seja reduzir ao que é realmente essencial, de forma a manter uma tarifa di-

ária baixa. No entanto, disponibiliza o essencial, para além de apresentar uma localização excelente e privilegiada, *design* moderno e apelativo, conforto e limpeza.

Para além do alojamento, neste hotel de duas estrelas são servidas refeições para grupos e sob várias temáticas, sendo que dispõe ainda de parcerias ligadas ao Programa Erasmus e à Escola Superior de Dança, entre outras.

Inaugurado em Março de 2010, o Evidencia Light Santa Catarina Hotel possui 17 quartos e está localizado na Rua Dr. Luís de Almeida e Albuquerque, n.º 6, no Bairro Alto.

Contacto: Tel. 213 461 009

site www.evidenciahoteis.com



TIARA PARK ATLANTIC LISBOA

EXPERIÊNCIA ÚNICA

O Tiara Park Atlantic Lisboa, no coração da cidade, garante que a estada dos seus hóspedes, seja por motivos profissionais ou de lazer, ficará sempre marcada por uma variedade de experiências singulares de luxo. Localizado a apenas dois minutos do Aeroporto Internacional de Lisboa, este hotel foi concebido para celebrar a vida e a história da capital portu-

guesa. Assim, o Tiara Park Atlantic Lisboa, — Rua Castilho, n.º 149 — propõe três ofertas exclusivas: “Business Savvy”, para desfrutar de um ambiente de conforto absoluto, “Tiara experiência única”, que envolve uma viagem pela Lisboa Manuelina, e “Tiara Suite Dreams”, que inclui uma oferta especial visando também o bem-estar dos hóspedes.

des. Os quatro elementos – Ar, Terra, Água e Fogo – constituem a fonte de inspiração para a sensação de conforto total apreensível em todos os espaços deste hotel de cinco estrelas, composto por 331 quartos, dos quais 17 são *suites*.

Contacto: Tel. 213 818 700
site www.tiara-hotels.com

LISBOA MARRIOTT HOTEL

NOITES DE JAZZ

O Lisboa Marriott Hotel sugere um final de tarde diferente às quintas-feiras durante o Verão, mediante a realização de uma visita ao seu Terrace Lounge para saborear deliciosos *cocktails*. A partir das 19h30, nada

como desfrutar deste espaço privilegiado, onde se ouve *soft jazz*, *blues* e sonoridades latinas, a cargo do quarteto residente. Contacto: Tel. 217 235 400
site www.marriott.com



HOTEL ROMA

SITE RENOVADO



Com o objectivo de atender às necessidades dos clientes e de aumentar a sua satisfação, o Hotel Roma renovou a imagem do seu *site* – www.hotelroma.pt –, que apresenta agora novas funcionalidades.

O *site* disponibiliza, nomeadamente, vários pacotes e escapadas a preços atractivos, o que alarga a hipótese de escolha do cliente.

De referir que o Hotel Roma aposta numa estratégia de *e-commerce* em várias frentes, nomeadamente nas redes sociais, com a criação de uma página no Facebook,

www.facebook.com/Hotel.Roma.Lisbon

e no LinkedIn
<http://www.linkedin.com/company/hotel-roma>.

Unidade hoteleira de três estrelas, o Roma dispõe de 263 quartos, dos quais: 182 *standard*, 37 executivo e 44 família.

Contacto: Tel. 217 932 244
site www.hotelroma.pt

HOTEL AVENIDA PALACE

VERSÃO MOBILE

O Hotel Avenida Palace, localizado no “coração” de Lisboa, disponibiliza agora o seu *site* – www.hotellavenidapalace.pt – em versão *mobile*, oferecendo, desta forma, mais uma hipótese de contacto aos seus clientes. Ao recorrer a esta versão, o cliente pode efectuar e/ou acompanhar a sua reserva, bem como visualizar todas

as promoções existentes. Com esta acção, o Avenida Palace – uma unidade hoteleira de cinco estrelas com 82 quartos –, mantém a sua aposta na inovação, acompanhando a evolução constante do mercado *online*.

Contacto: Tel. 213 218 100
site www.hotellavenidapalace.pt

HOTEL NH LIBERDADE

OLHAR SOBRE LISBOA

O HOTEL NH Liberdade acolhe, até 30 de Setembro, a exposição de entrada livre “Olhar sobre Lisboa”, da autoria de Anabela Loureiro.

A fotógrafa alfacinha, que trabalhou durante grande parte da sua vida em fotojornalismo, pretende agora prestar um tributo à cidade de Lisboa, através de sete peças que espelham a sua visão desta metrópole, cuja luminosidade é motivo de inveja no mundo da fotografia artística e onde a vivência é incomparável.

Contacto: Tel. 213 514 060
site www.nh-hotels.pt



HOTEL DOM GONÇALO

EVENTOS E REUNIÕES À MEDIDA

O Dom Gonçalo Hotel & Spa, em Fátima, recentemente ampliado e remodelado, oferece óptimas condições para a realização das mais diversas reuniões, desde a apresentação de produtos, congressos, conferências ou seminários, entre outros. Beneficiando de boas acessibilidades e situado a apenas dois minutos do acesso à auto-estrada A1 Lisboa-Porto, o Dom Gonçalo disponibiliza, nomeadamente, um Meeting & Banqueting Centre dotado das melhores condições para a realização de eventos. Rodeado de luz natural, estacionamento e internet *wireless* gratuitos, dispõe também de excelente equipamen-

to técnico. Para *coffee-breaks* e pequenos encontros de negócios, o bar, *lobby* e área social são locais aprazíveis, enquanto para pequenas reuniões ou acções de formação, o cliente do Dom Gonçalo pode beneficiar da confidencialidade e conforto das Executive Meeting Suites. Situado na Rua Jacinta Marto, n.º 100, em Fátima, o Dom Gonçalo Hotel & Spa, requalificado para quatro estrelas, possui 71 quartos, incluindo quatro *suites* com sala de estar, e um quarto preparado para pessoas com mobilidade condicionada.

Contacto: Tel. 249 539 330
site www.hoteldg.com

TERREIRO DO PAÇO

ANIMAÇÃO PARA TODOS

O Restaurante-bar Terreiro do Paço, no Pátio da Galé, propõe até Setembro um programa de animação de quarta-feira a sábado, dirigido a todos os públicos.

Assim, a quarta-feira foi escolhida para momento *after work*, com as “Happy Wednesdays”. Nota para o menu de Tapas, assim como para a presença de um *dj* e a realização de uma noite de *karaoke* com apresentador. A quinta-feira, por sua vez, é dedicada aos “Fados no Terreiro”, e o espectáculo tem início às 21h00. Elsa Casanova é a fadista da noite, acompanhada por José Manuel Duarte (guitarra) e Bruno Costa (viola). Por 35 euros por pessoa, com bebidas incluídas, o menu servido inclui Pissaladière de pesto com salada verde, Polvo com migas de batata e broa, ou Lombrinho de porco com puré de cogumelos e legumes salteados. Para a sobremesa, um clássico leite-creme da Quinta das Lágrimas. Entretanto, à sexta-feira, a animação do fim-de-semana começa mais cedo com as “Casual Fridays”. E, ao saborear o *buffet* de almoço, o Terreiro do Paço oferece a primeira cerveja. Ao final da tarde de sexta-feira e ao sábado, o Terreiro do Paço e a Geladaria Paço d’água – igualmente instalada no Pátio da Galé – trazem os melhores artistas para os “Paço Música Sunsets”. Entre as 18h00 e as 21h00, Rui Pregal da Cunha convida nomes bem conhecidos da música, tais como Armando Teixeira, Gomo, Rui Reininho com Jorge Romão e Tiago Bettencourt, entre outros. O Restaurante Terreiro do Paço, um dos espaços de restauração mais emblemáticos de Lisboa, oferece uma cozinha de inspiração portuguesa e mediterrânica e um ambiente descontraído e de grande originalidade. Funcionando ao longo de todo o dia na modalidade de esplanada, o Terreiro do Paço serve o almoço entre as 12h00 e as 15h30 e o jantar entre as 20h00 e as 24h00, sendo que entre as 24h00 e as 2h00 é servido mediante a disponibilização de uma carta especial. O restaurante encerra ao domingo.

Contacto: Tel. 210 995 679
site www.terreiro-paco.com/por

FACES (in Chiado)

RESTAURAÇÃO ALIADA À MODA

A criadora de Moda Fátima Lopes alargou o seu universo profissional ao inaugurar o restaurante Faces (in Chiado), um espaço onde a Moda, a Música e a boa cozinha portuguesa de autor se fundem num ambiente acolhedor, de elegância e *glamour*. O preto e o branco são os tons por excelência deste restaurante de *design*, onde a cozinha está a cargo de João Simões, um

jovem chefe com vários prémios internacionais.

O restaurante possui um piso para fumadores e outro para não fumadores e está aberto de terça-feira a sábado, das 12h00 às 2h00.

O Menu Executivo (almoço) custa 20 euros, o preço médio por jantar é de 30 euros e, como novidade, existe também o Menu

Degustação “Prêt-à-Porter”, composto por seis pratos e com um custo de 25 euros por pessoa.

Com uma decoração minimalista, moderno e elegante, o Faces (in Chiado) está instalado no Largo do Picadeiro, n.º 8ª, em Lisboa.

Contacto: Tel. 213 460 000

site www.facesinchiado.com



LA VARZEA POLO

FÉRIAS DE SONHO

Pensando no descanso dos pais e numa forma activa de ocupação dos mais pequenos, o La Varzea Polo & Golf Resort organizou um programa de férias com actividades desportivas especialmente dedicadas aos mais pequenos.

A iniciativa inclui actividades no exterior, seja em contacto com a Natureza, seja em acções directamente ligadas aos cavalos do La Varzea Polo & Golf Resort, ou ainda outras como o Golfe e o Ténis.

As crianças pernoitam em *bungalows* do *resort*, sempre acompanhadas por monitores, e todas as actividades desportivas são igualmente monitorizadas por profissionais de cada especialidade.

Sede do único clube de Polo em Portugal, este *resort* está situado na Herdade do Zambujeiro CC19, em Santo Estevão, em pleno Ribatejo e a 30 minutos do Aeroporto Internacional de Lisboa.

Contacto: Tel. 263 930 050

site www.lavarzea.com



SURPRISE TOURS

DEIXAR-SE SURPREENDER

A Surprise Tours, uma empresa dedicada ao turismo e ao transporte personalizado de passageiros, organiza passeios que permitem ao participante admirar o melhor e o mais bonito de Portugal, quer em termos culturais quer paisagísticos. No que diz respeito a serviços, a Surprise Tour disponibiliza “Roteiros Turísticos” – Excursões, Tours Privados, Tours Religiosos, Tours Desportivos e Turismo – e no que se refere ao “Transporte de Passageiros Personalizado” actua nas

áreas de aluguer de viaturas, *transfers*, táxis de luxo, golfe, viagens, eventos, cerimónias, e festas. A empresa, situada na Urbanização Bragadas Grandes, Lote 2, 2.º dto. Póvoa de St.ª Iria, sugere ainda nove rotas à escolha: Óbidos/Alcobaça, Fátima/Aljustrel, Sintra/Cascais/Estoril, Lisboa by night, Sesimbra/Arrábida/Setúbal, Mafra/Ericeira/Sintra, Fátima/Óbidos/Batalha/Nazaré, Évora e Lisboa. Contacto: Tel. 914 103 700/219 591 369 *site* www.surprise-tours.pt



RED TOUR

NOVIDADE DE VERÃO

A Red Tour, uma empresa que efectua passeios em veículos eléctricos com áudio-guia GPS, apresenta, como novidade de Verão, a realização de passeios de *segway* junto ao Rio Tejo.

Este circuito permite apreciar os principais pontos de interesse de Lisboa localizados entre a Praça do Comércio e a Torre de Belém. Realizado na ciclovia junto ao rio, o percurso proporcionará certamente momentos de di-

versão e oportunidades únicas para os participantes renovarem o seu álbum fotográfico.

A Red Tour – que disponibiliza *buggies* eléctricos de dois e de quatro lugares, *segways* e bicicletas eléctricas – tem como objectivo proporcionar aos seus clientes experiências genuínas e dar a conhecer locais fora do circuito turístico, alguns dos quais desconhecidos mesmo dos lisboetas. De forma divertida e autónoma, o utilizador pode visitar a cidade

ao seu ritmo, com orientação e dicas sobre os sítios por onde passa.

A Red Tour organiza seis passeios: “Segway pela Avenida da Liberdade e Parque Eduardo VII”, “Belém - Bicicleta junto ao Tejo”, “Belém - Segway junto ao Tejo”, “Belém - Golden Age of Discoveries”, “Eixo Central Avenida da Liberdade - Parque Eduardo VII” e “Old Lisbon”.

Contacto: Tel. 213 243 680 *site* www.redtourgps.com

MUSEU COLECÇÃO BERARDO

CABRITA REIS EXPÕE

O Museu Colecção Berardo tem patente, até ao dia 2 de Outubro, a exposição “One after another, a few silent steps”, uma retrospectiva da obra de Pedro Cabrita Reis.

Após o sucesso alcançado aquando da sua apresentação na Kunsthalle de Hamburgo (Alemanha), no museu Carré d’ Art de Nîmes (França) e no museu M de Lovaina (Bélgica), esta mostra encerra a itinerância europeia na capital portuguesa, onde Pedro Cabrita Reis reside e trabalha.

A versão lisboeta da exposição é constituída por um conjunto alargado de cerca de 300 obras representativas do universo ímpar de esculturas, pinturas, fotos e instalações do artista.

O Museu Colecção Berardo, em Belém, é dedicado à Arte Moderna e Contemporânea.

Contacto: Tel. 213 612 878

site www.museuberardo.com



OCEANÁRIO

DESCONTO DE 10%

O Oceanário de Lisboa oferece um desconto de 10 por cento na compra do bilhete *online*, o que permite aos visitantes juntarem o útil ao agradável ao prepararem a visita de uma forma mais cómoda e prática. O bilhete deverá ser adquirido directamente no *site* do Oceanário, em www.oceanario.pt, ou no *site* da Blueticket, em www.blueticket.pt, e a tipologia seleccionada de acordo com a idade do visitante (até aos 3 anos, dos 4 aos 12, adultos, ou maiores de 65 anos). Acresce que os bilhetes podem ser impressos no acto da compra ou enviados por correio e o pagamento

efectuado através de Multibanco, cartão de crédito ou MB Phone.

O bilhete disponível *online* dá acesso às exposições permanente e temporária do Oceanário de Lisboa, a última das quais, denominada "Tartarugas marinhas. A viagem.", convida os visitantes a "embarcarem" na jornada destes répteis através dos oceanos e de delicados ecossistemas como recifes de coral, pradarias marinhas ou o mar dos Sargaços.

Contacto: Tel. 218 917 002 ou 06
site www.oceanario.pt



MUSEU DE ARTES DECORATIVAS

OFICINA DE VERÃO



O Museu de Artes Decorativas Portuguesas organiza uma "Oficina de Verão", entre os dias 5 e 8 de Setembro, dedicada às crianças com idades compreendidas entre os 5 e os 12 anos.

Privilegiando a arte de saber-fazer de forma tradicional, o "Museu Oficina" proporciona aos mais jovens o desfrute de dias inteiros de descoberta e aprendizagem ao lado dos mestres. Explorar materiais, trabalhar com as mãos, desenhar, pintar, recortar, tecer, modelar, jogar,

percorrer caminhos dentro do Palácio Azurara e descobrir a Oficina de Margarida Lagarto são algumas das componentes que constam deste programa.

O Museu de Artes Decorativas Portuguesas – localizado no Largo das Portas do Sol, n.º 2 –, converte-se, assim, em Oficina, e as obras finais transformam-se em presentes para os mais pequenos levarem para casa.

Contacto: Tel. 218 814 600
site www.fress.pt

MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA

MODERNIDADE E VANGUARDA

O Museu Nacional de Arte Contemporânea-Museu do Chiado apresenta a "Arte Portuguesa do Século XX (1910-1960)", a segunda de três grandes exposições que, sucessivamente, visam assinalar as comemorações dos 100 Anos do MNAC, proporcionando uma visão global do seu acervo.

O conjunto de obras agora exposto resultou das aquisições realizadas por dois directores do MNAC, nomeadamente Adriano de Sousa Lopes (1929-44) e Diogo de Macedo (1944-59), bem como de posteriores compras, doações e depósitos que foram consolidando núcleos autorais e actualizando a colecção com trabalhos de artistas emergentes, dando corpo à

designação de Museu Nacional de Arte Contemporânea.

Ainda que alguns artistas e movimentos estejam insuficientemente representados neste acervo – como Maria Helena Vieira da Silva –, a exposição traça um panorama da época, dos seus criadores e das respectivas dinâmicas da arte portuguesa ao longo destas primeiras cinco décadas do século XX.

A mostra, patente ao público no Museu Nacional de Arte Contemporânea-Museu do Chiado, instalado na Rua Serpa Pinto, n.º 4, até ao dia 5 de Outubro, é comissariada por Adelaide Ginga.

Contacto: Tel. 213 432 148
site www.museudochiado-ipmuseus.pt



D. MARIA II

VISITAS GUIADAS AO TEATRO

O Teatro Nacional D. Maria II retoma, em Setembro, o programa de visitas guiadas que permite ao visitante ficar a conhecer o património histórico e artístico desta casa de cultura.

Mediante marcação prévia, diferentes guias, utilizando diferentes idiomas, conduzem o vi-

sitante pelos vários espaços do Teatro todas as segundas-feiras, às 11h30.

O preço destas visitas é de seis euros para adultos e de quatro euros para crianças menores de 12 anos e grupos de mais de dez.

Importa referir que as reservas devem ser

efectuadas até à sexta-feira anterior à data da visita, são realizadas em inglês, francês, castelhano, alemão e italiano, têm a duração aproximada de uma hora e nelas podem participar pessoas com mobilidade reduzida.

Contacto: Tel. 213 250 828

site www.teatro-dmaria.pt

CULTURGEST

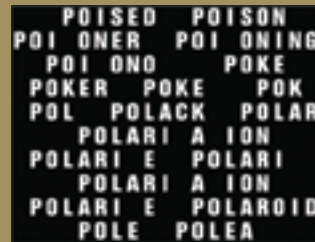
DUAS EXPOSIÇÕES

A Culturgest tem patente, até ao dia 18 de Setembro, as exposições “De A a Z”, de Pedro Diniz Reis, e “O espaço do conflito”, de Hans Schabus.

Composta por três peças em diferentes suportes (vídeo, som e livro), esta segunda exposição de Pedro Diniz Reis na Culturgest tem curadoria de Miguel Wandschneider. Com a mostra “O espaço do conflito”, Hans Schabus pretende, por sua vez, examinar as múltiplas sinuosidades que caracterizam a sua busca pessoal e o conduzem do *atelier* à situação, e desta de novo ao *atelier*. A curadoria é de Pablo Fanego.

Contacto: Tel.217 905 155

site www.culturgest.pt



ALLARTS GALLERY

NOVA EXPOSIÇÃO INTERNACIONAL

A Allarts Gallery apresenta, até 17 de Setembro, a III Exposição Internacional de Arte Naïf de Lisboa, com o objectivo de dar a conhecer a qualidade e a autenticidade desta expressão artística e de mostrar a obra singular de reconhecidos artistas estrangeiros.

A exposição é composta por trabalhos de 25 conceituados pintores de vários países, os quais, pela originalidade e qualidade artística das suas obras, irão surpreender certamente quem passar pela Allarts Gallery.

Situada na Rua da Misericórdia, n.º 30, ao Chiado, a Allarts Gallery pode ser visitada de terça-feira a sábado, das 10h00 às 19h00.

Contacto: Tel. 217 951 034

site www.allartsgallery.com





Indissociável do Fado, a guitarra, aqui representada de forma bastante original, foi concebida em grês e ferro

ARTE DA TERRA

HOMENAGEM AO FADO

O Fado dá o mote à exposição que A Arte da Terra apresenta, resultado de um desafio lançado a duas dezenas de artistas contemporâneos para que, com alma e arte, dessem asas à sua imaginação e talento.

Parte integrante da essência de ser português, o Fado, frequentemente tema de conversa com os milhares de turistas que visitam A Arte da Terra, é candidato a Património Imaterial da Humanidade. A exposição, patente neste espaço dedicado à cultura portuguesa, pode ser visitada até 11 de Setembro.

Contacto: Tel: 212 745 975
site www.aartedaterra.pt

AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO

PRÓXIMO CONGRESSO

A Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo (APAVT) apresentou o logótipo e o tema do seu XXXVII Congresso, que decorrerá de 26 de Novembro a 1 de Dezembro, em Fortaleza, no estado brasileiro do Ceará.

Esta é a segunda vez que a APAVT realiza o seu congresso em Fortaleza – a anterior teve lugar no ano 2000.

Tendo em conta o posicionamento das agências de viagens enquanto principal elo de ligação entre a oferta turística e os consumidores, é de salientar a contribuição da APAVT, ao longo dos anos, para o desenvolvimento da actividade turística no seu todo.

Contacto: Tel. 213 553 010

site www.apavt.net.pt

PAVILHÃO ATLÂNTICO

MELHOR ESPAÇO PARA EVENTOS

O Pavilhão Atlântico é o “Melhor Espaço para Eventos” na categoria “Multiusos”, uma escolha feita na Gala dos Eventos 2011, promovida pela ExpoEventos, pela Associação Portuguesa das Empresas de Congressos, Animação Turística e Eventos (Apecate) e pela revista “Event Point”.

A Gala visa premiar e promover o sector, distinguindo anualmente os profissionais, as empresas e as instituições que se destacaram nas áreas dos Eventos, dos Congressos e do Turismo de Negócios.

O Pavilhão Atlântico foi assim distinguido, pela quarta vez consecutiva, com um galardão atribuído por um júri composto por profissionais da área. Em anteriores edições recebera o prémio atribuído ao “Melhor Espaço Multiusos” e ao “Melhor Espaço para Eventos”.

SUCESSO EM NÚMEROS

No ano de 2010, exercício ao qual o prémio diz respeito, o Pavilhão Atlântico acolheu 101 eventos com a participação de cerca de 543 mil pessoas. Eventos corporativos de entida-

des como o Barclays Bank, a EDP, Vodafone e BP, entre outros, concertos como os de Metallica, Michael Bublé, Alicia Keys e Tony Carreira, a apresentação do Cirque du Soleil com o espectáculo “Saltimbanco” e a realização do evento “Mercado dos Sabores” facilmente explicam a merecida atribuição deste galardão.

O prémio comprova, uma vez mais, o reconhecimento da qualidade e da potencialidade deste espaço – único equipamento nacional representado na Associação Europeia de Arenas – para acolher iniciativas de natureza diversa, como sejam congressos, reuniões, encontros de quadros, galas, exposições, apresentações de produtos, feiras, eventos de *catering*, concertos, *family-shows* ou iniciativas desportivas. A Atlântico, S.A., entidade gestora do Pavilhão Atlântico, vê assim também reconhecido o modelo de gestão que aplica aos espaços sob a sua responsabilidade. Orientado à satisfação dos clientes, à criação de valor económico-financeiro e à continuada valorização desses espaços, o modelo permitirá, no ano em curso, que o Pavilhão Atlântico continue a acolher uma agenda rica e diversificada de eventos públicos e privados.



FUNDAÇÃO BATALHA DE ALJUBARROTA

RECONSTITUIÇÃO HISTÓRICA

Para comemorar a passagem do 626.º aniversário da Batalha de Aljubarrota, que consolidou a identidade nacional, realiza-se, no dia 14 de Agosto, em São Jorge, perto do Mosteiro da Batalha, uma recriação ao vivo da efeméride, informa a Fundação Batalha de Aljubarrota.

Denominada “Quadros Vivos da Batalha Real”, a recriação, para a qual estão abertas as inscrições para figurantes, através do número de telefone 244 480 060, terá lugar no dia em que, no ano de 1385, ocorreu a batalha: 14 de Agosto.

Travada no planalto de S. Jorge, a Batalha de Aljubarrota constituiu um dos acontecimentos mais decisivos da História de Portugal, já que impediu que o pequeno reino português tivesse sido absorvido pelo seu poderoso vizinho castelhano. Foi assim possível consolidar a identidade nacional, que até então se encontrava apenas em formação, permitindo às gerações futuras portuguesas a possibilidade de se afirmarem como nação livre e independente.

Este reviver de um momento histórico é uma

iniciativa da Associação de Recriação Histórica Companhia Livre, grupo residente do CIBA e do CIBA – Centro de Interpretação da Batalha de Aljubarrota.

A Fundação Batalha de Aljubarrota – situada na Av. D. Nuno Álvares Pereira, nº 120, em São Jorge, Calvaria de Cima - foi constituída com a preocupação de valorizar e dignificar uma parte do património cultural português, associada aos principais campos de batalha existentes no País.

Contacto: Tel. 244 480 060

site www.fundacao-aljubarrota.pt



CISTER TOUR

VIAJAR PELA CULTURA

A Cistertour, uma das marcas comerciais da empresa Cister - Viagens e Turismo, SA, sugere diversas iniciativas culturais, nomeadamente exposições e visitas, que irão tornar este Verão ainda mais agradável.

“Rota Histórica das Linhas de Torres” dá, assim, título à exposição temática patente até ao dia 16 de Outubro, no Celeiro da Patriarcal, em Vila Franca de Xira, realizada com o apoio dos municípios de Vila Franca, Arruda dos Vinhos, Loures, Sobral do Monte Agraço e Torres Vedras. Trata-se de um projecto que tem como objectivo salvaguardar, recuperar e valorizar a denominada “Rota Histórica das Linhas de Torres”.

De seguida, entre 4 e 12 de Agosto, a sugestão da Cistertour passa pela realização de uma viagem a duas das mais belas regiões do ocidente de França: Bretanha e Normandia. A iniciativa oferece um encontro com a História, as lendas,

as tradições celtas, as mais bem preservadas cidades medievais e as famosas praias onde desembarcaram os aliados na segunda Guerra Mundial.

E, porque no Norte de Portugal existem inúmeras construções barrocas, a Cistertour propõe uma viagem pelo Porto, Braga, Guimarães e Lamego, entre os dias 19 e 21 de Agosto.

Com mais população e mais recursos económicos, o Norte, em particular as zonas do Porto e de Braga, passaram por uma renovação arquitectónica, visível nas diversas igrejas, conventos e palácios da aristocracia.

Entretanto, “La Mancha de Cervantes e Dom Quixote”, um roteiro aos lugares da criação imortal do romance de Miguel Cervantes, é o desafio que a Cistertour lança entre os dias 24 e 28 de Agosto. A viagem inclui visita a Toledo, Puerto Lapice, Alcazar de San Juan Almagro,

Campo Criptana, El Toboso e Esquivias/Madrid. Já em Setembro, entre os dias 16 e 18, a sugestão vai para “Alpedrinha – a Transumância e a Festa do Chocalho”, a que se segue, entre os dias 23 e 25, “Aquilino e as Terras Quentes da Beira – Roteiro Biográfico”.

Para Outubro, as propostas da Cistertour passam pela “Rota dos Escritores – Eça, Camilo, Torga e Pascoaes” (de 6 a 9, incluindo Leiria, Coimbra, Régua, Tormes, São Martinho da Anta, Vila Real, Vilarinho de Samardã, Amarante e Porto), pela “Literatura Policial” – Conan Doyle & Agatha Christie, Sherlock Holmes, Hercule Poirot, Jack o Estripador & Sweeney Todd, incluindo Londres, Dartmoor Park, Torquay e Paignton) e pela “Viagem Victor Hugo – Viagem Biográfica e Literária”, de 19 a 23, com visita a Paris e Rouen).

Contacto: Tel. 213 804 060

site www.cister.pt



Vítor Costa
Director-Geral do Turismo de Lisboa

O PLANEAMENTO DA PROMOÇÃO DE 2012 TEM QUE COMEÇAR JÁ

Nas páginas desta revista damos conta de um estudo divulgado pela U.S. Travel Association demonstrando a importância da promoção turística e o seu retorno para a economia do Turismo.

É claro que este estudo apenas confirma aquilo que muitas vezes tem sido dito sobre a importância da promoção, mas estes testemunhos são sempre úteis para convencer aqueles que, pelo menos no íntimo, desconfiam da sua utilidade e preferiam usar os recursos noutras actividades ou simplesmente não os investir.

A propósito disto, talvez seja interessante recordar outro facto.

Por vicissitudes diversas, nenhuma delas imputáveis ao Turismo de Lisboa, o contrato de promoção turística externa para 2011 apenas foi assinado no passado dia 10 de Maio. Como medida de precaução, a ATL não desenvolveu actividade promocional relevante até à assinatura do contrato, mas tinha tudo preparado para lançar o plano em força a partir da sua assinatura, o que fez.

A verdade é que, até Maio, os resultados da hotelaria da Cidade e da Região foram incipientes, com subidas acumuladas da Ocupação e RevPar inferiores a 2 por cento e que, em Junho, foram simplesmente excelentes, com a ocupação na Cidade a subir 18 por cento e o RevPar 28 por cento, sendo a *performance* de toda a Região também elevada.

Convém repetir que, no actual contexto, a promoção turística é não só absolutamente decisiva, mas produz efeitos quase imediatos. E a falta dela também.

É, por isso, urgente lançar o processo de planeamento para 2012, cumprindo o que está previsto no Protocolo assinado pelo Turismo de Portugal, Confederação do Turismo Português, Secretarias Regionais dos Açores e Madeira e Agências Regionais de Promoção Turística em Novembro de 2010 e homologado pelo Governo.

Nos termos desse Protocolo, válido para 2011, 2012 e 2013, a programação conjunta da promoção turística regional é operacionalizada através de contratos anuais celebrados entre o TdP e as ARPT's, a executar por estas, os quais devem estar assinados no ano anterior, culminando um processo de concertação e articulação prévia a concluir em Setembro de cada ano.

É este processo que deve iniciar-se de imediato, para que 2012 seja um ano tranquilo e a actividade turística possa cumprir o papel que dela se espera na recuperação da economia nacional.

Compreende-se que, havendo novos responsáveis políticos, eles necessitem de algum tempo para se inteirar das situações e para tomar as suas opções, mas o início do processo não deve tardar.

Revista dirigida aos associados do Turismo de Lisboa, empresários, decisores e estudiosos da indústria turística.

Director
VÍTOR COSTA
vcosta@visitlisboa.com

TURISMO DE LISBOA
Tel: 21 031 27 00
Fax: 21 031 28 99
www.visitlisboa.com
atl@visitlisboa.com

•
Editor



Edifício Lisboa Oriente,
Avenida Infante D. Henrique, 333 H
Escritório 49 · 1800-282 Lisboa
Tel. 21 850 81 10 · Fax 21 853 04 26
Email: lpmcom@lpmcom.pt

Secretariado
ANA PAULA PAIS
anapaulapais@lpmcom.pt

Consultora Comercial
SÓNIA COUTINHO
soniacoutinho@lpmcom.pt
Tel.: 96 150 45 80

Tel.: 21 850 81 10
Fax: 21 853 04 26

Tiragem
2000 exemplares
Periodicidade
Mensal
Impressão
RPO
Depósito Legal
206156/04

Isento de registo no ICS ao abrigo do artigo 9º da Lei de Imprensa nº2/99 de 13 de Janeiro

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA
AOS ASSOCIADOS
DO TURISMO DE LISBOA

•
Assinatura anual
24 euros

RECEBA A SUA REVISTA MAIS CEDO

...e faça-a circular
por correio electrónico.



A Revista do Turismo de Lisboa pode chegar mais cedo às suas mãos. Fique a par das notícias mais importantes, partilhe ou imprima a informação que mais lhe interessa a partir do seu computador.

Basta que envie uma mensagem para rtldigital@lpmcom.pt a solicitar o envio e, todos os meses, passará a receber na sua caixa de correio electrónico os ficheiros da RTL e do Observatório.

A revista será enviada em dois ficheiros PDF. O primeiro com o corpo principal (cerca de 2 MB), no dia 25 de cada mês; o segundo com o caderno central do Observatório (cerca de 1 MB), logo que os dados estejam disponíveis.

O editor respeitará integralmente a confidencialidade dos endereços electrónicos, não os utilizando para outros fins.





SEE
THE
SHOW

LISBOA

AV. DA LIBERDADE, 2

+351 213 245 280 • HARDROCK.COM/LISBON



JOIN US! JUNTE-SE A NÓS NO FACEBOOK! • WWW.FACEBOOK.COM/HARDROCKCAFELISBOA

©2011 Hard Rock International (USA), Inc. All rights reserved. SeeTheShow™