



FOTOS: NEWS ANTÓNIO

## Portimão reflecte futuro do Algarve



**Anthony Way, produtor de mais de 11 películas de James Bond, acredita no potencial do Algarve na produção de cinema. > 2**



**Manuel da Luz, presidente da Câmara Municipal de Portimão: "É preciso trabalhar numa rede regional, com outros municípios." > 4**



**Augusto Mateus defende a criação de uma só autarquia algarvia porque falar de uma cidade no Algarve é falar de uma cidade região do Algarve. > 6**

A cidade no futuro

# Os 4 eixos que vão desenvolver Portimão

**Portimão quer liderar** o novo modelo de desenvolvimento que a região do Algarve precisa para fazer face à crise e enfrentar o futuro. Arriscar em novas áreas é imperativo. O plano já está em marcha.

Uma nova visão do turismo, a aposta no 'cluster' do mar, o potencial do autódromo e o 'cluster' de cinema e indústria de conteúdos de audiovisual. Foram estes os temas em discussão no Fórum Portimão, que decorreu dia 18 de Junho naquela cidade algarvia. E são também estes os novos eixos estratégicos de desenvolvimento definidos para a cidade. "A região do Algarve precisa de um novo modelo de desenvolvimento assente em cidades competitivas. Para isso é preciso correr alguns riscos, procurar alternativas aos modelos tradicionais", defendeu Manuel da Luz, presidente da Câmara de Portimão, na sessão de abertura da conferência.

Lembrando que a região do Algarve perdeu três milhões de dormidas nos últimos dez anos, Manuel da Luz frisou que "a noção de turismo já não é só lazer", fazendo referência a conceitos como saúde, ambiente, segurança e qualidade de vida. "A base é o sol, a praia e toda uma linha costeira interessante, mas muitos destinos têm tudo isto em condições

Uma nova visão do **turismo**, a aposta no **mar**, o potencial do **autódromo** e o 'cluster' de **cinema**.

mais apetecíveis. É preciso criar uma oferta complementar, concentrando o investimento em três ou quatro eixos", defendeu o responsável.

O auditório Júlio Bernardo, no Museu de Portimão, reuniu no primeiro painel, dedicado ao tema "Turismo - Sector Privado", Jorge Marrão, partner da Deloitte, Fernando Perna e Maria João Custódio, professores e investigadores da Universidade do Algarve, José Ribeiro, director adjunto da Motorpress, Anthony Wayne, produtor executivo e consultor do projecto Picture Portugal e Artur Curado, gestor do projecto.

As intervenções, moderadas por Miguel Coutinho, director-geral

de New Business da Ongoing Media, centraram-se na importância de encarar a crise como uma oportunidade, de inovar, introduzir flexibilidade na gestão e promover a união entre os 'players' locais. A tónica assentou ainda na importância da diferenciação, em detrimento da lógica da competição pelo preço.

## Cinema no Algarve

Entre os eixos estratégicos de desenvolvimento definidos para a cidade conta-se a aposta nos eventos e dinamização cultural. Foi neste contexto que falaram Anthony Wayne e Artur Curado. Os responsáveis do projecto Picture Portugal salientaram a atractividade da região para a instalação de um estúdio de cinema e as vantagens que este representaria para a cidade e para o País. O produtor de 11 filmes como James Bond, afirmou que "Portugal tem potencial para produzir filmes domésticos, como "O Sexo e a Cidade", e os filmes publicitam os locais e atraem turismo", argumentou.

"Porque não fazer de Portugal a

Califórnia da Europa?", desafiou Artur Curado, lembrando que uma grande produção ocupa 700 pessoas durante seis meses, gera 2000 empregos a tempo inteiro e transforma, em sete anos, um investimento de 180 milhões de euros num retorno de 300 milhões de euros.

José Ribeiro, director adjunto da revista Motorpress, lembrou a importância do autódromo de Portimão enquanto ferramenta de combate à sazonalidade, resultado da realização de corridas de automóveis de Fevereiro a Novembro.

A tarde de sexta-feira foi dedicada à temática do "Turismo e Políticas Públicas" e contou com intervenções do economista Augusto Mateus, que ali apresentou a sua visão das cidades do futuro, e de João Poças Santos, que trouxe ao debate a estratégia do Centro de Mar.

Como conclusão, Manuel da Luz resumiu assim o que será necessário para tornar Portimão numa cidade do futuro: "o risco é necessário para a sobrevivência da competitividade".



1 Paulo Pereira, da Portimão Urbis, e Sérgio Brito, ex-secretário de Estado do Turismo e agora membro da Câmara de Portimão.

2 Pedro Poucochinho, chefe de gabinete de Manuel da Luz, presidente da Câmara de Portimão, também na foto, em que surgem Jorge Marrão, 'partner' da Deloitte, e Miguel Coutinho, director geral de New Business da Ongoing Media.

3 Augusto Mateus na sua intervenção sobre as cidades e o futuro.

4 Fernando Perna, da Universidade do Algarve.

5 Jorge Marrão, 'partner' da Deloitte.

6 e 7 Anthony Wayne e Artur Curado, responsáveis pelo projecto Picture Portugal.

8 Arminda Neves, da secretaria de Estado da Energia e Inovação.

9 Manuel da Luz no encerramento da conferência.

10 Kavita Kanabar e Susana Rodas, do Grupo HN.

11 Luis Carito, vice-presidente da Câmara de Portimão, e Luis Tavares, da Portimar.

12 e 13 O público presente no Fórum Portimão.

Fotos: Neves António



**TURISMO** O turismo no Algarve continua a representar uma oportunidade, mas com novos modelos e novos actores, defenderam os oradores do Fórum Portimão. Deixando para trás a tradicional imagem, o turismo apresenta-se hoje como um pólo de actividades geradoras de valor e internacionalizáveis. Eventos, desportos náuticos, cultura e marketing de experiências, são alguns dos ingredientes que podem fazer de Portimão uma cidade competitiva pela via da diferenciação.



**AUTÓDROMO** O autódromo de Portimão representa uma importante ferramenta de combate à sazonalidade e atracção de investimento para Portimão. O número de eventos realizados está praticamente em linha com o potencial do espaço, e no fim-de-semana de 3 e 4 de Julho será inaugurado o kartódromo, com o campeonato do mundo. Os hotéis e apartamentos na envolvente do autódromo estarão concluídos no próximo ano, estando metade dos apartamentos já vendidos.



**MAR** É preciso olhar para Portimão do lado do mar. Em causa está o conceito de Centro de Mar de Portimão, um elemento aglutinador de actividades como cruzeiros e eventos ligados à náutica e ao mar, serviços de apoio à navegação de recreio, escolas de vela, marinas ou centros de formação em mecatrónica. Porta marítima do Algarve, ligação entre terra e mar, Norte e Sul, Atlântico e Mediterrâneo, tem como objectivo promover e estruturar actividades geradoras de valor.



**CINEMA** A Câmara de Portimão quer desenvolver as indústrias criativas, começando pelo cinema, e os privados preparam o investimento num estúdio que se assume como quarto maior do mundo. O investimento ronda os 25 milhões de euros, mas o grande investimento será nos filmes que o estúdio quer atrair. Segundo Artur Curado, gestor do projecto Picture Portugal, estão em curso contactos com grandes produtores de cinema, havendo já interesse. Haverá novidades até Setembro.



ENTREVISTA Manuel António da Luz, presidente da Câmara de Portimão

# “É preciso haver união de esforços no Algarve”

À frente dos destinos de Portimão, Manuel da Luz diz-se optimista com a estratégia adoptada.

## Com que sentimento sai deste Fórum?

Sou optimista. Saio animado com a perspectiva de que as opções em que temos estado a trabalhar ao nível do município são justas, estão certas – o que não quer dizer que sejam exclusivas – e são exequíveis. Mas é preciso ter uma visão paciente, porque estamos a falar de projectos que definirão a cidade e a região a médio longo prazo. O professor Augusto Mateus falou numa perspectiva de 30 ou 40 anos e o primeiro orador da manhã [Jorge Marrão] numa perspectiva de 50 anos. Estamos a trabalhar nesse sentido e é isso que é uma visão da cidade. Uma questão ressaltou das várias intervenções: para que isto tenha escala – e só faz sentido se tiver escala – é preciso trabalhar em rede com outras cidades, com outros municípios, numa rede regional. Aqui coloca-se uma questão que é a dificuldade dos interlocutores institucionais, por um lado, e da iniciativa privada, por outro. A competitividade de uma cidade não se pode fazer sem a componente institucional e empresarial de forma coordenadas.

## O que esteve na origem da selecção dos eixos de desenvolvimento aqui discutidos: o mar, o cinema e o autódromo?

O autódromo porque é uma realidade que importa potenciar. É o equipamento mais estruturante que temos em termos internacionais e está em expansão. O ‘cluster’ do mar porque introduz uma nova sensibilidade face a um recurso existente, que é a costa marítima, e que temos de potenciar a favor da cidade. O cinema e audiovisuais porque representantes de grandes

produtoras de cinema norte-americano e inglesas vieram visitar-nos e gostaram disto. Foi-nos dito que se existirem apoios, nomeadamente incentivos fiscais, isto é óptimo, tem uma luminosidade espectacular, um clima favorável a maior parte do ano e segurança. Condições para se produzir aqui cinema.

“ Não me importava de ser o presidente da câmara do Algarve [risos]. Não é fácil, são 16 presidentes e cada um é quase uma ilha.”

## Qual o ponto de situação do projecto do estúdio de cinema?

Já está feito um plano de negócios que foi distribuído a vários potenciais investidores e estamos a trabalhar na captação de investimento.

## Qual é o envolvimento da autarquia nesse projecto?

Estamos disponíveis para negociar a cedência de alguns terrenos, mas sobretudo trabalhar na base do investimento na parte que diz respeito à administração pública, fazendo ‘lobby’ junto do governo.

## Como é que gostaria que a cidade de Portimão fosse vista num horizonte de médio prazo?

Portimão é a cidade onde tudo acontece. Uma cidade competitiva, urbanística e ambientalmente sustentável.

## Quais são os entraves?

Desde logo o entrave de ordem financeira. Existem poucos recursos disponíveis e na quantidade necessária. Não há uma cultura de traba-

lho a este nível de projectos inovadores. Existem muitos entraves, muita resistência, diversas tutelas sobre o mesmo projecto. A Administração é mais um entrave do que facilitadora. Sentimos as dificuldades normais de uma cidade que quer fazer mais.

## De que forma é que a câmara incentiva a fixação de empresas na região e como procura atrair investimento?

Estamos a trabalhar num regime de incentivos de captação de investimento e de apoio ao investidor. Há interesse nos projectos estruturantes e sustentáveis e a sustentabilidade significa a sua manutenção a prazo. A criação de emprego é um factor decisivo.

## Devia existir um autarca único no Algarve?

Bom, eu não me importava de ser o presidente da câmara do Algarve [risos]. Não é fácil, são 16 presidentes de câmara e cada um é quase uma ilha e puxa a brasa ao seu município. Há um certo individualismo. Mas é um desafio, e eu aceito esse desafio. O professor tem razão no sentido em que é preciso uma união de esforços e isso nem sequer passa pela Associação de Municípios do Algarve, mas por reuniões informais entre autarcas e pelo combate à desconfiança. Somos todos muito amigos, mas quando se trata de investimentos estruturantes municipais é uma complicação.

## Qual o ponto de situação do Centro do Mar?

Estamos à espera de uma resposta do Instituto Portuário e dos Transportes Marítimos (IPTM), relativamente à proposta para a construção do centro do mar, a infra-estrutura em si, que representa o arranque do projecto. Estamos a estudar também, com a CCDR, uma candidatura ao QREN.

Foto: Neves Antonio

A médio prazo, Portimão será “uma cidade onde tudo acontece. Uma cidade competitiva, urbanística e ambientalmente sustentável”, diz o edil de Portimão.



## Turismo

# O risco de não se arriscar

**Inovar, flexibilizar e promover a união entre os 'players' locais podem transformar a crise uma oportunidade, defende Jorge Marrão, da Deloitte.**

O mercado é que determina os produtos que vão vencer, mas é preciso arriscar. Foi assim que Jorge Marrão, 'partner' da Deloitte, deu início à sua intervenção no Fórum Portimão, subordinada ao tema "Turismo no Algarve: crise ou oportunidade?". "As crises são parte da solução e a indústria do turismo tem de saber viver com a crise", explicou, advertindo que "não inovar, nesta altura, pode ser mais arriscado que inovar", e alertando para a importância de "identificar e renovar a Companhia das Índias do Algarve", ou seja, o que tem de verdadeiramente diferenciador e é valorizado enquanto tal.

"A indústria está muito ligada ao poder de compra de mercados emissores e o Algarve sente isso mais hoje do que há uns anos. O turismo depende de muitos factores que oscilam – demografia, tecnologia, capital humano – e o Algarve foi surpreendido pelos mercados emergentes. Este mercado tem de ter mais informação, mais radar", comentou o responsável, avançando com previsões de grande crescimento do turismo no Japão, Estados Unidos, China, Reino Unido e França, com maior enfoque nos mercados emergentes.

A questão que se coloca, diz Jorge Marrão, é a de como devem os intervenientes do sector adaptar-se à nova realidade, e a resposta, e única forma de manter as margens, assenta na introdução de mais flexibilidade na gestão e nos planos de investimento, prevendo a mobilidade das pessoas e a possibilidade de reduzir a actividade quando o mercado assim o exigir.

Jorge Marrão lembrou ainda que o turismo é uma indústria que compete à escala global, o que exige a união entre os 'players' locais – criando mecanismos de coordenação para minimizar a fragmentação da indústria – para os quais o Algarve continua a representar uma

oportunidade, enquanto os grandes grupos internacionais tendem a optar por destinos com maiores taxas de rentabilidade.

Jorge Marrão apontou também a importância de pensar os investimentos numa lógica de longo prazo e de evitar as falhas de mercado, que resultam dos promotores conceberem o projecto antes de terem conhecimento do mercado, nomea-



**“As crises são parte da solução e a indústria do turismo tem de saber viver com a crise.”**

**Jorge Marrão**  
'Partner' da Deloitte

damente do perfil dos consumidores e da concorrência.

Por fim, o responsável incentivou os presentes a pensar numa renovação da companhia das Índias para o destino Algarve, um elemento verdadeiramente distintivo e diferenciador que sirva de ponto de atracção para o turista que depois consumirá também outros produtos, e que evitará a lógica da competição pelo preço.

"O Algarve tem condições para continuar a ser turístico, mas com outro modelo de negócio e com players diferentes, sem esquecer que o turismo emergente é maioritariamente de classe média", concluiu Jorge Marrão, defendendo que "o conceito de marketing para a região tem de ser bem definido e partilhado". Objectivo? Colocar o Algarve a liderar a mudança de

conceito sol e mar.

### Três segmentos

Portimão deve apostar em três eixos estratégicos de desenvolvimento: eventos desportivos, desenvolvimento da fileira do mar e dinamização cultural, dando prioridade ao web marketing enquanto ferramenta. Esta é uma das conclusões do Plano Estratégico de Marketing Territorial de Portimão, apresentado por Fernando Perna, professor de Economia da Universidade do Algarve.

Segundo o responsável, quando a crise passar, o mercado espanhol vai ser essencial para o turismo algarvio, nomeadamente as regiões das Astúrias, Andaluzia e Madrid. Segundo o estudo apresentado, o gasto médio do turista no Algarve ronda os 100 euros por dia, com destaque para os Países Baixos, que tendem a ficar mais tempo e registar um consumo médio diário superior. No terceiro trimestre de 2009, os gastos totais em turismo no concelho de Portimão rondaram os 534 milhões de euros. Como destinos concorrentes a Portimão, o estudo identifica Albufeira, Lagos, Huelva, Oeste e a Costa Azul. Maria João Custódio, investigadora da Universidade do Algarve, alertou ainda para a importância de apostar numa imagem mais afectiva e intangível do Algarve, de forma a diferenciá-lo da padronizada imagem dos destinos de sol e praia. O plano estratégico desenvolvido pelo Centro Internacional de Investigação em Território e Turismo, da Universidade do Algarve, aponta, naquele contexto, para a aposta no marketing de experiências, através, por exemplo, da gastronomia e dos eventos – área onde, segundo a responsável, Portimão tem realizado um bom trabalho – bem como para a necessidade de criar um site que aglutine toda a informação relativa a Portimão.

Augusto Mateus sobre as cidades

# “Ninguém ouve cidades isoladas”

O apelo à união entre cidades algarvias foi a grande tônica da intervenção de Augusto Mateus.

O economista e consultor Augusto Mateus defendeu, no Fórum Portimão, a criação de uma cidade região do Algarve, “novas autarquias que aglomerem as dimensões a que é necessário tomar decisões”, até porque, advertiu, “ninguém ouve cidades isoladas, por mais dinheiro que se gaste.”

Segundo Augusto Mateus, falar de uma cidade no Algarve é falar de uma cidade região do Algarve. “Vale a pena equacionar a dimensão das coisas. É assim tão tonto criar esta cidade região? Ter uma estrutura democraticamente eleita que não vai conflitar com ninguém, é construída de baixo para cima, e decide tudo o que tem a ver com o mundo científico, com a investigação e difusão do conhecimento, gestão de infra-estruturas, toma decisões sobre um conjunto de regras de planeamento e concentra o marketing territorial?”, questionou perante uma audiência composta por representantes de entidades públicas e privadas da região.

Para Augusto Mateus, a criação desta estrutura, “é seguramente possível por entendimento entre os municípios do Algarve, que têm uma responsabilidade decisiva neste tempo, que é entenderem-se.” Segundo o responsável, “não existe desculpa para não se criarem projectos com massa crítica e dimensão adequadas para desenvolver o Algarve”, até porque “os problemas de emprego, qualidade de vida e crescimento económico em Portugal e na região só se resolverão desta forma.” Augusto Mateus salientou ainda que “a crise deve ser vista como tempo de oportunidade”, lembrando “as mil e uma soluções entretanto apresentadas, e que há dez anos pareciam impossíveis de implementar.”

“

Portimão tem tido a capacidade de inovar, renovar e regenerar muitos dos erros do passado.

As cidades do futuro fazem o casamento entre o urbano e o rural.

Portugal é a 17ª potência turística do mundo. É um facto que não podemos ignorar.

Augusto Mateus  
Economista

## Turismo sim, mas em profundidade

Turismo sim, mas em profundidade, como pólo aglutinador de muitas outras actividades, e uma grande oportunidade de internacionalização, defendeu o orador, reforçando a problemática da fragmentação do Algarve e o imperativo de não traír o seu passado, sob pena de não ter também futuro. “Não se pode mudar de cor, de terminologia. Não se pode hesitar na utilização do português, ou inglês. Não se pode querer ter uma estratégia de marketing territorial, a não ser com uma escala adequada. O Algarve tem de ser gerido em conjunto, com um aeroporto internacional, e não regional, com outras características e outra capacidade competitiva. Tem de ter uma universidade também ela de vocação global e inter-nacional e há muito que o Algarve devia ter um comboio moderno,


simples, que unisse um conjunto de pólos urbanos, para criar massa crítica”, acrescentou.

Na nova visão das cidades que ali apresentou, Augusto Mateus lembrou que no século XXI a maioria das pessoas vive em cidades, e que é no mundo subdesenvolvido que se cria mais riqueza. “Esta década vai dar-nos mil milhões de turistas, dos quais a Europa atrai 40 a 45%. Temos de reconstruir a competitividade das regiões turísticas que está ameaçada”, alertou. O economista lembrou ainda que o turismo é uma indústria global, e que o Algarve não terá futuro polarizado apenas em torno de três mercados emissores. “Se pensarmos a cinco anos é suficiente, mas não se pode pensar no desenvolvimento de um território a cinco anos. Estes investimentos de valorização do mar, os hotéis e os resorts fazem-se num horizonte de médio longo prazo”, justificou. Augusto Mateus sustentou ainda que as cidades que fazem futuro têm de ter um paradigma completamente diferente daquele que é o funcionamento da sociedade civil, sector privado e sector público. “Não se consegue o desenvolvimento com mil e um poderes a decidir sobre uma matéria. O interesse geral está espartilhado por dezenas, centenas de organizações.”

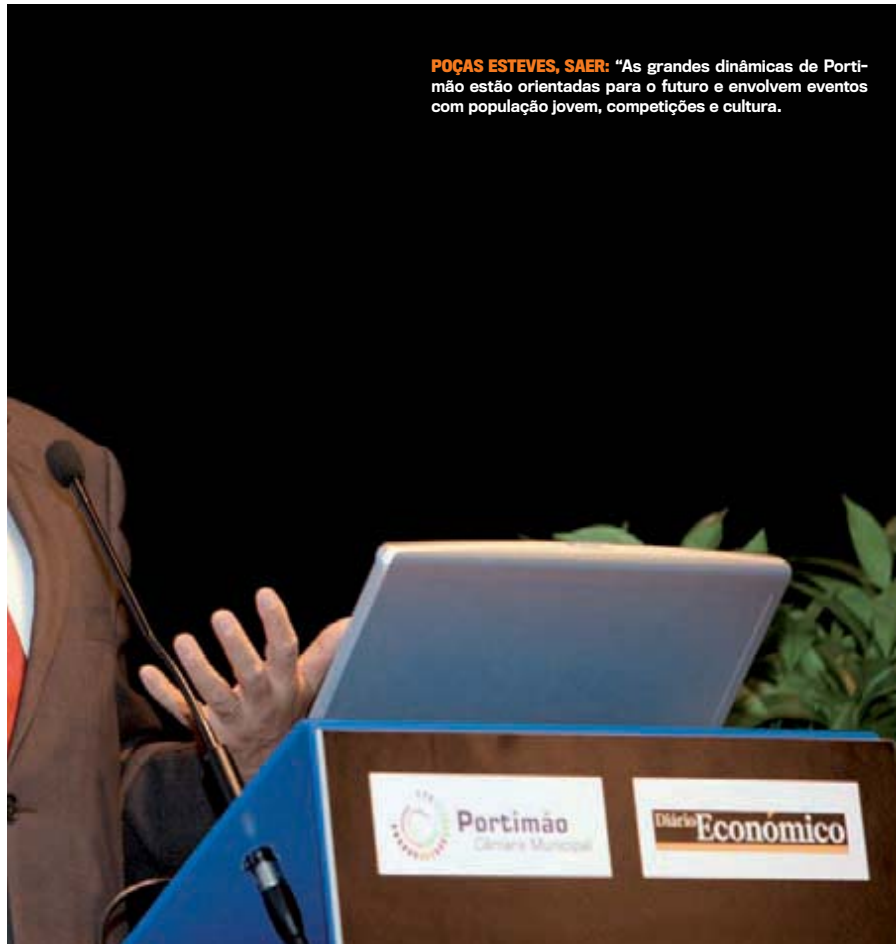
No coração destas cidades do futuro estão ideias, e as ideias exigem inteligência, integração, toda a gente a colaborar. A sociedade civil tem de tomar mais poder na sua mão, no capital humano, na formação contínua. É onde está a base da reconstrução da competitividade do Algarve. O que é preciso mudar é a atitude entre o poder público e o privado. Não nos podemos manter muito mais tempo na lógica da desconfiança permanente”, argumentou o economista.



Fotos: Neves António



**AUGUSTO MATEUS:** “Não existe desculpa para não se criarem projectos com massa crítica e dimensão adequadas para desenvolver o Algarve.”



**POÇAS ESTEVES, SAER:** “As grandes dinâmicas de Portimão estão orientadas para o futuro e envolvem eventos com população jovem, competições e cultura.”

**José Poças Esteves**

## Olhar para Portimão do lado do mar

É preciso olhar para Portimão visto do lado do mar. Foi assim que José Poças Esteves, ‘partner’ da consultora Saer, do ex-ministro das Finanças Ernâni Lopes, deu início à sua intervenção no Fórum de Portimão, onde apresentou o conceito de Centro de Mar de Portimão, que considera representar uma opção estratégica para a cidade. “A economia do mar tem potencial estratégico. Os decisores já perceberam que o Algarve não é só turismo. Há uma visão diferente de futuro, uma descontinuidade dos modelos, e as cidades e os decisores locais têm um papel fundamental neste contexto”, afirmou o responsável.

Poças Santos defendeu que o mar pode ser o motor da mudança e geração de riqueza em Portimão e no Barlavento algarvio, com potencial de desenvolvimento e uma área de influência até Sines, todo o Alentejo até ao Alqueva e ainda o triângulo Sevilha, Huelva, Cádiz. “Portimão, pelo mar, pode ir para além dos actores locais”, afirmou.

Segundo o responsável, é imperioso retirar partido do facto de Portimão ser um encruzilhar de rotas de chegadas e partidas, e o primeiro grande porto de águas profundas do Algarve.

Para Poças Santos, o Centro de Mar de Portimão deve ser um elemento aglutinador e integrador de actividades em crescendo, como cruzeiros e actividades complementares, eventos ligados à náutica e ao mar, onde Portimão já possui experiência, e ainda serviços de apoio à navegação de recreio, como escolas de vela, marinas, centros de excelência e formação em mecatrónica. “As grandes dinâmicas de Portimão estão orientadas para o futuro e envolvem eventos com população jovem, competições e cultura. Estes elementos devem ser aproveitados e reunidos no Centro de Mar”, explicou o responsável, lembrando que os eventos ligados à náutica no Sul de França chegam a mobilizar 10 milhões de pessoas num fim-de-semana.

Segundo o responsável, deveria ser criado um conselho estratégico que desse corpo ao lado institucional do conceito, um pólo promotor

aglutinador de diversas áreas e interesses, uma rede complexa de actores e um modelo de gestão multipolarizado e desterritorializado, que criasse uma identidade diferenciadora e ligada ao mar.

“O Centro de Mar de Portimão deve assumir-se como a porta marítima do Algarve, ligação entre terra e mar, Norte e Sul, Atlântico e Mediterrâneo, de forma a afirmar o mar na vida económica do Algarve, a promover e estruturar actividades geradoras de valor ligadas ao mar e a criar uma identidade marítima diferenciadora”, explicou o ‘partner’ da Saer.

Entre os domínios estratégicos de intervenção, Poças Santos enumerou a criação de Fórum do Mar, a consagração enquanto porto de cruzeiros do Algarve e a criação de um centro de apoio à navega-

### Criação de Fórum do Mar, consagração enquanto porto de cruzeiros do Algarve e criação de um centro de apoio à navegação de recreio.

ção de recreio, envolvendo formação técnica, como a exigida para a carta de marinheiro. O responsável atentou ainda na criação de um centro de dinamização de eventos e de uma marca de excelência “Centro de Mar”, que certificaria a rede de prestadores de serviços de excelência.

Não menos importante, segundo Poças Santos, é a criação de uma plataforma electrónica de serviços de valor acrescentado do Centro de Mar de Portimão, reunindo um conjunto de informação e serviços dirigidos aos navegadores de recreio.

“A missão do Centro de Mar não é produzir, mas planejar, apoiar e distribuir, afirmar-se como um pólo de liderança aglutinador de actividades ligadas ao mar e competitivas internacionalmente”, concluiu.

Portimão **marca**

# NINGUÉM PÁRA PORTIMÃO!

[www.cm-portimao.pt](http://www.cm-portimao.pt)

## Terra activa e atractiva todo o ano, para todos!

Estar em Portimão é, hoje, estar bem no **centro do mundo**.

É **viver o presente** com intensidade, prazer e energia, e projectar o futuro com entusiasmo e confiança.

É **usufruir** de condições privilegiadas em termos de educação e saúde, é ter infra-estruturas de apoio que funcionam, chegar a todo o lado bem, e depressa, e viver uma vida cultural, desportiva e de lazer rica como poucas.

É **sonhar** ir longe, e chegar lá tranquila e seguramente. É passar dos projectos às realidades, e vibrar com entusiasmo, vivenciando os novos espaços, os novos eventos, as novas realizações com orgulho indisfarçável.

É viver em pleno a natureza, saber respeitar o ambiente, e desenvolver uma oferta turística capaz de continuar a atrair os muitos milhares de turistas que todos os anos voltam, porque todos os anos sabem que é aqui, em Portimão, que se **vive plenamente todos os momentos!**



**Portimão**  
Câmara Municipal