

# Albufeira Summit 21 tem vontade de renovação e mudança

Encontro de 80 especialistas e agentes locais serviu para pensar o que deverá ser candidatado aos fundos da estratégia Portugal 2030 e do Plano de Recuperação e Resiliência

Sob o lema «lado a lado, vamos construir esta terra que nos une», o Albufeira 21 – Summit discutiu as opções essenciais para o futuro nas áreas da ação social, saúde, segurança, emprego, e mudanças de comportamentos gerados no pós-pandemia.

Do encontro, que teve lugar no Auditório Municipal da cidade nos dias 8, 9 e 10 de abril, resultaram várias ideias e propostas concretas, algumas das quais a concretizar no imediato.

É o caso da campanha «Albufeira Safe» que pretende dar uma garantia de segurança a quem pense passar as férias de verão no concelho. A iniciativa tem por base a criação de uma aplicação (*app*) para telemóveis e *tablets*, com informações relativas ao uso da máscara, distâncias, limites de grupo, localização do comércio, acesso e regras de permanência nas praias.

«Albufeira dá passos para garantir um turismo em ambiente seguro e onde os riscos são minimizados», referiu o autarca José Carlos Rolo. Para esta campanha foi criado o slogan «Albufeira – sinta-se em casa» que será usado em *outdoors*, *mupis* e *multibancos* em todo o país. A mensagem será ainda comunicada aos operadores turísticos na língua dos países emissores. Esta garantia de segurança vai passar por uma «testagem em massa de forma gratuita a residentes e turistas, como emissão de comprovativo» e a colocação de dispensadores de álcool gel em todos os estabelecimentos do concelho.

## Emprego

Madalena Feu, diretora do Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP), trouxe os últimos dados de fevereiro de 2021. Albufeira regista 6658 desempregados, para um total de 33.459 a nível da região (cerca de 20 por cento) com o grosso dos inscritos registados há mais de um ano (resultado da suspensão das atividades e da crise pandémica), os quais apresentam um nível de escolaridade bastante superior à média do Algarve. Isto é, 43,6 por cento dos inscritos em Albufeira têm o nível secundário, enquanto nos restantes concelhos algarvios a média desce para de 36,8 por cento. Como característica específica apontou o número elevado de estrangeiros de países terceiros (40 por cento). Madalena Feu sublinhou que «nesta crise provocada pela COVID-19, Albufeira já ultrapassou a crise verificada em 2012/2013, sendo o único concelho do Algarve em que isto aconteceu».

O IEFP, em parceria com o município, irá construir um Polo de Formação Profissional, em Ferreiras, para jovens e adultos, vocacionado para o turismo, a transição digital e a promoção da aprendizagem ao longo da vida. «Há potencial de crescimento. Temos que aproveitar os recursos naturais e endógenos como o turismo de natureza e promoção de experiências, artesanato, gastronomia local, as indústrias criativas, o ambiente, a saúde e bem-estar, entre outros», destacou.

## Investimento municipal

Durante o evento, o município de Albufeira revelou que prevê investir 10 milhões de euros num prazo de oito anos na área da sustentabilidade ambiental e inovação. Prevê ainda fazer uma utilização na ordem dos 90 por cento da água residual tratada, iniciar o processo para a neutralidade carbónica do sector e obter a certificação ISO Qualidade no Ambiente, Segurança e Responsabilidade Social.

Em termos de infraestruturas, o Plano de Mobilidade de Albufeira prevê a construção de uma variante a norte da EM526 (eixo viário/Avenida dos Descobrimientos) com capacidade superior de escoamento de trânsito, reservando a EM526 para percursos urbanos. Está prevista a criação de um Centro de Micrologística, capaz de alterar sentidos de trânsito na baixa da cidade com sistemas de controlo de acesso para moradores e comerciantes, a construção de um elevador/funicular que permite a ligação do Pau da Bandeira à Praça dos Pescadores, a implementação de circulação pedonal, percursos acessíveis para todos, modos de transporte suave e a descarbonização das zonas urbanas. Está prevista uma nova concessão para os transportes urbanos, sendo que o GIRO passa de cinco para 11 linhas.

O plano contempla ainda a criação de Transportes Flexíveis, que permitem fazer a ligação de

zonas de baixa densidade à rede de transportes urbanos e garante o transporte coletivo à maioria da população. Previsto, está ainda um ecocentro móvel, a distribuição de 40 mil minicontedores e compostores domésticos, e uma grande aposta na transição energética quanto à frota de viaturas. O objetivo é uma valorização de 15 por cento dos biorresíduos e 50 por cento de resíduos verdes.

## Território

Pedro Coelho, diretor regional da Administração Regional Hidrográfica do Algarve, aproveitou para destacar que Albufeira tem na zona de Paderne um aquífero importante que é preciso preservar. O responsável chamou a atenção para o aumento do risco de inundações e de destruição de zonas húmidas, para o aumento da erosão costeira e da frequência e magnitude dos galgamentos e inundações. Para evitar e mitigar estes problemas é preciso tomar medidas como a alimentação artificial das praias, reforço dos cordões dunares e a implementação de faixas de salvaguarda, tendo referido como zonas sensíveis em Albufeira o sector entre a Oura e Olhos de Água.

Pedro Valadas Monteiro, responsável da Direção Regional de Agricultura e Pescas (DRAP) do Algarve, identificou várias ameaças como a enorme sobrecarga populacional no litoral e o interior envelhecido do concelho, referindo

ser urgente resolver estas assimetrias, assim como a tendência para a concentração de construções e atividades fixas na faixa costeira, o desordenamento das atividades marítimo-turísticas e a enorme pressão exercida sobre a biodiversidade. A estratégia para o futuro passar por «desenvolver um hipercluster das atividades do Algarve» com vista a aumentar o trabalho e a economia em rede.

## Desafios

José Apolinário, presidente da Comissão Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR) do Algarve apresentou o Programa Algarve 2030, enquadrando Albufeira no âmbito dos desafios regionais. Defendeu que o concelho parte de uma situação muito difícil «Albufeira tem das melhores praias do mundo, os melhores equipamentos ligados ao Turismo, mas enfrenta enormes desafios: 33.400 desempregados, sendo que 52 por cento se encontram no eixo entre Albufeira e Portimão, daí a necessidade de promover a diversificação da base económica». Apolinário realçou a necessidade de reforçar a centralidade, a conexão territorial com o barrocal, a atratividade e qualidade do espaço público, a questão do urbanismo versus turismo, a identidade e o património. Destacou a especialização turística e a especialização sectorial distintiva, «que turismo, pro-

## Resolver o paradoxo do desenvolvimento

Sobre o tema Hotelaria e Restauração, José Leandro, decano do Turismo de Albufeira e empresário, natural de Paderne, referiu que «temos que ter uma identidade para vender o que temos». Lembrou as dificuldades nos anos 1960 e de como a resiliência já acontecia, o que propiciou o crescimento do turismo: ruas esburacadas, deficiente energia elétrica, três horas para se poder fazer uma ligação telefónica, falta de água crónica, mas «no final da estada, as pessoas partiam com pena e depois regressavam trazendo amigos e vizinhos. Aqui reside o paradoxo com o qual o turismo em Albufeira cresceu», apontou. O turismo desenvolveu-se como indústria, numa altura em que não havia regras, «o que até permitiu acelerar esse desenvolvimento. Hoje, a convergência de opiniões é cada vez menor e há regras a mais. É preciso haver mais convergência. Estamos numa pandemia que relevou a fragilidade humana e a dos sectores. Só espero que os *balões de oxigénio* cheguem enquanto estamos vivos. Para o futuro, o que falta? Entendermo-nos». José Leandro lembrou que antes da COVID-19 o Algarve «estava a viver uma outra pandemia, a do *all inclusive*». Esta oferta nasceu por razões de segurança, nas Caraíbas e era preciso colocar arame farpado nos *resorts*. «O Algarve não pode fazer isso, ou é o eucalipto que nasce e mata tudo o que está à volta».



José Carlos Rolo

duto e destinos queremos para o futuro, a intermodalidade e a logística». Destacou ainda «a economia de longevidade, a importância de tirar maior partido da fileira da pedra, bem como a existência de produtos distintivos a nível da pesca, agroindústria e hortofloricultura. As pessoas estão no centro de tudo e os desafios passam pelas questões ligadas à dinâmica demográfica, combate ao abandono escolar precoce, a melhoria contínua de competências, qualificações, oferta formativa e a igualdade de oportunidades».

### Saúde

Quanto à saúde, Paulo Morgado, presidente Administração Regional de Saúde (ARS) do Algarve, alertou que a seguir a esta pandemia, «de certeza que outras virão». Sobre Albufeira, referiu haver 53 mil pessoas frequentadoras dos Cuidados de Saúde Primários e que falta ainda cobrir 10 por cento da população que não tem médico de família. O grande desafio, «agora que as autarquias têm responsabilidade na saúde», passa por «incrementar a telemedicina, a telemonitorização, ou seja, usar os meios informáticos para dar uma melhor resposta às necessidades das pessoas. Uma linha de futuro passa não só pela personalização, mas também pela capacidade de tratar problemas com eficácia à distância».

### Segurança

Em relação à segurança e Proteção Civil, foi salientado estarem já definidos os principais riscos. Implementar a videovigilância, o «patrulheiro digital, repensar os horários dos estabelecimentos de bebidas», foram algumas das medidas consideradas. «Reposicionar o quartel do Bombeiros Municipais, criar instalações da Proteção Civil mais próximas das populações e dotar a Polícia Municipal de mais competências que não sejam só as de fiscalização», foram outras das principais sugestões.

### Turismo

«Há espaço para o turismo crescer em Albufeira e ninguém duvi-

de de que se foi a galinha dos ovos de ouro que nos tirou de uma crise anterior, será também o que nos vai tirar desta», salientou João Fernandes, presidente do Turismo do Algarve. Apontou a necessidade de antecipar já este ano a contratualização com as principais companhias aéreas para o Algarve, estabelecer uma nova base da Easyjet e negociar com a Administração da TAP e Ministério da Administração Interna (MAI) o reforço das ligações aéreas Faro-Lisboa, bem como as ligações ponto-a-ponto, Faro e cidades europeias. No entanto, Fernandes considera que a retoma, «na melhor das hipóteses, só em 2023». O presidente definiu como situações favoráveis no momento, o Plano de Vacinação europeu e britânico (menor risco e mais confiança), o Certificado Verde Digital na União Europeia, Reino Unido e IATA, a abertura de fronteiras/corredores aéreos, as poupanças das famílias nos países europeus, a vontade de desconfinar e consequente «consumo de revolta» e o trabalho à distância.

Como orientações estratégicas, assinalou a necessidade de diversificação de mercados, a diversificação por produto e enriquecimento de oferta, a diferenciação pela identidade, a aposta na sustentabilidade (ambiental, social e económica) e a inovação e transição digital.

Agora, as principais questões passaram por saber acerca das perspetivas para Albufeira daqui a dez anos, a certificação turística e o turismo sustentável, já que o produto sol e mar está «consolidado».

João Guerreiro, diretor do Hotel Rocamar, referiu como desafios «a necessidade de controlar o excesso de oferta e a urgência de a requalificar para podermos ser competitivos em relação aos nossos concorrentes», tendo destacado que seria fundamental criar uma Escola de Hotelaria em Albufeira.

O vereador Ricardo Clemente, afirmou que «temos que valorizar o produto, quer em termos de preço quer da qualidade dos serviços prestados, justificou. Há

que trabalhar melhor os eventos em época baixa, em articulação com as unidades hoteleiras, fazer a reconversão de algumas unidades de alojamento para a área da Saúde e recuperar a identidade de Albufeira como fator diferenciador».

O planeamento da atividade num prazo mais alargado mereceu consenso, tendo sido sublinhada a necessidade de fazer um planeamento ao nível do marketing e da publicidade, e a presença nas feiras, *roadshows*, *workshops* «com antecedência».

Cristóvão Lopes, empresário e delegado da AHRESP, notou ser difícil olhar para o futuro quando «temos um problema com o presente, que é o de uma grande incerteza. E embora possa ser motivo de oportunidade, temos que lembrar que na restauração, 30 por cento dos negócios não vão voltar a abrir, perdendo-se um *know-how* valiosíssimo, o de bem receber».

Rui Justo, diretor do Balaia Golfe Village é de opinião de que «para voltar a conquistar os mercados, a segurança e a confiança é fundamental para o que se avizinha», e lançou o desafio de se olhar melhor as questões ambientais e culturais «para reconquistar os mercados», traduzindo-se numa «oportunidade para o turismo ganhar um novo caminho, com muita resiliência».

Carlos Oliveira, diretor geral da Vagatur Lda, apontou a necessidade de haver em Albufeira centros de desporto de alto rendimento ao ar livre, valorizar o núcleo histórico e requalificar a avenida Sá Carneiro e notou que face ao «envelhecimento dos nossos clientes, as praias têm que estar abertas, temos que ter ciclovias, cultura e vida ativa. Temos que melhorar as unidades hoteleiras e a Câmara tem que ajudar nisso, não inviabilizando os projetos». À pergunta sobre o turismo de massas, Cristóvão Lopes considera que «os empresários têm que ser responsáveis por aquilo que atraem», havendo a necessidade de «aumentar os custos-contexto, ou seja, as zonas *premium*» têm mesmo de o ser.



Rogério Neto, Rui Justo, Cristóvão Lopes e Carlos Oliveira



Nuno Tiago, Joana Fernandes, Miguel Reis, João Bacalhau e Luis Silva



Cristiano Cabrita, Nuno Palma, Ricardo Mariano e Pedro Bastos

## Reabilitar a animação noturna

A animação noturna é uma das áreas que mais sofreu com a pandemia. O empresário Roberto Mealha referiu que o sector tem que ser valorizado e que é urgente desmitificar a má imagem que se criou em torno do turismo de massas e dos problemas de segurança na noite, o que passa por «uma estratégia integrada, que tem a ver com questões de policiamento na rua, regulamentação do setor e ações de comunicação e sensibilização junto da comunidade e dos turistas». Sobre a animação noturna e a imagem espectral das ruas no período de inverno, António Xufre considera que tem que haver «uma maior aposta em bons eventos de época baixa, de modo concertado, pois é a altura em que os proprietários dos bares e das lojas têm para fazerem obras e reestruturarem os espaços». Nuno Palma, ligado à animação noturna, afirmou que «uma cidade não pode fechar as portas durante o inverno», admitindo que «por parte dos empresários nem tudo o que tem sido feito tem sido o mais

correto» e, na medida em que «temos parte nesses erros, também temos que fazer parte da solução». Para este empresário, parte da solução passa por uma animação integrada, por restauração de rua, eventos gastronómicos e outros. «Vender o inverno significa repensar a oferta. Somos parte da solução e a vida noturna é fundamental nos destinos de sol e mar». Quanto a determinados episódios «isolados» reconhece que não dignificam Albufeira e que «têm que ser solucionados. A vida noturna termina com o nascer do dia, o problema é quando se alcoolizam ao início da tarde, pelo que é necessário criar regras à semelhança de Marbella e Palma de Maiorca e há que responsabilizar o setor privado». Nuno Palma considerou ainda que há a necessidade de «reconhecer determinadas áreas como sub-marcas, o caso da Galé, a baixa da cidade, Oura e Olhos de Água e Falésia, como um produtos integrado e em sintonia», a fim de gerar «um valor mútuo», a par de um embelezamento de todo o concelho.

## Comércio local e tradições

Paulo Alentejano, presidente da ACRAL, frisou que «a incerteza continua a ser enorme» e lembrou que 96 por cento das empresas em Albufeira neste sector têm menos de 10 funcionários, o que causa bastante apreensão, até porque das 77 mil empresas existentes na região, 70 por cento refere-se ao sector de comércio e serviços. Apontou ainda que as situações decorrentes do confinamento e teletrabalho podem ser uma mais-valia para o comércio, pois as pessoas afastam-se das grandes superfícies e procuram mais a loja da rua e «o relançamento destas lojas de bairro, de rua, é que deve constituir um desafio de futuro».

Ricardo Mariano, diretor da Timming, grupo empresarial de recursos humanos detentor de nove empresas, afirmou que «é necessário um gabinete forte de apoio à criação de empresas que «as elucide e ajude a evitar que por 10 empresas criadas só uma sobreviva».

Helena Dias frisou que o estacionamento automóvel da cidade deveria ser na proporção do consumo no comércio e restauração locais e que «é necessário criar âncoras no centro de Albufeira que levem as pessoas a gostar de estar lá» e que tenham gosto em visitar as lojas. Para isso, a formação de todos, inclusive dos residentes, é essencial. «Precisamos da alma das tradições, não há diversidade sem diferença e ela é dada pelas marcas próprias da cultura local».