manchete

i	Periodicidade:	Diária	Temática:	Turismo
	Classe:	Informacão Geral	Dimensão:	5220 cm²
	Âmbito:	Nacional	Imagem:	S/Cor
19-06-2018	Tiragem:	80000	Página (s):	18 a 23

manchete

i	Periodicidade:	Diária	Temática:	Turismo
	Classe:	Informacão Geral	Dimensão:	5220 cm²
	Âmbito:	Nacional	Imagem:	S/Cor
19-06-2018	Tiragem:	80000	Página (s):	18 a 23

B MAR À VISTA

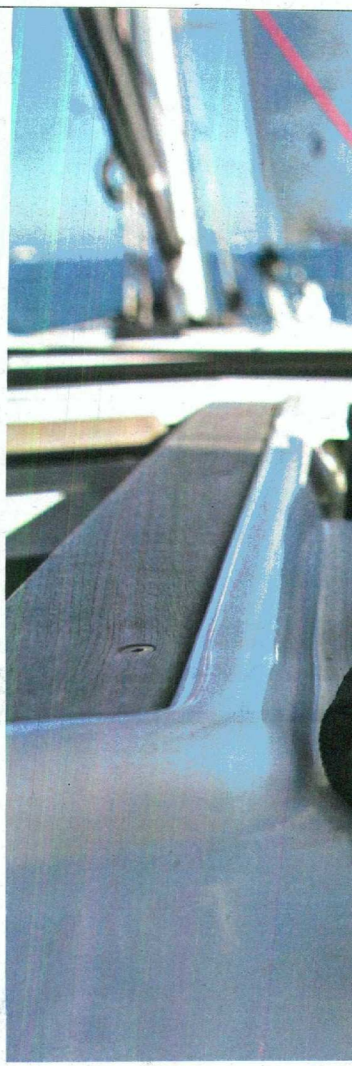
A opinião é unânime junto de vários especialistas: o mar potencia o desenvolvimento de variadas atividades, mas há muitos obstáculos a ultrapassar. Ainda assim, já há muitos casos de sucesso neste setor

TEXTOS *Magalhães Afonso*
FOTOGRAFIA *Bruno Gonçalves*

manchete

i	Periodicidade: Diária	Temática: Turismo	
	Classe: Informacão Geral	Dimensão: 5220 cm²	
	Âmbito: Nacional	Imagem: S/Cor	
19-06-2018	Tiragem: 80000	Página (s): 18 a 23	

Turismo náutico. Potencial imenso mas toldado pela burocracia e falta de visão estratégica das autoridades



Portugal tem um clima único na Europa para as atividades ligadas ao mar. Mas continua a haver vários obstáculos, desde a burocracia à necessidade de medidas consistentes, passando pelo financiamento a médio e longo prazo. Os dados apontam para um aumento da procura neste setor durante a próxima década e entre especialistas, empresários e outros players, todos concordam na necessidade da aposta

02

MAGALHÃES AFONSO (Texto)
jorge.afonso@ionline.pt
BRUNO GONÇALVES (Fotografia)
bruno.goncalves@ionline.pt

A economia do mar tem conseguido resistir aos tempos conturbados e tem sido aposta crescente. O potencial é diversificado e são várias as atividades ligadas a esta indústria, e isso é visível no crescimento contínuo das exportações na fileira alimentar do mar, na carga nos portos nacionais e no número de turistas, os que veraneiam nas praias portuguesas ou viajam em transportes marítimos.

"Nos picos da crise, a economia do mar aguentou-se e, quando a crise abrandou, a economia do mar cresceu. Neste contexto, a evolução geral da economia do mar é positiva", resume a 8.ª edição do estudo LEME – Barómetro PwC da Economia do Mar, apresentado no início do ano em Lisboa.

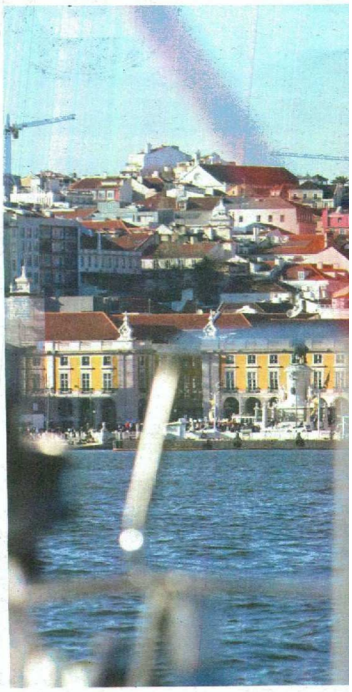
O turismo é uma da atividades ligadas à economia do mar que mais se têm desenvolvido e, por exemplo em Lisboa são já várias as empresas que desenvolvem este negócio. Uma delas é a Seaventy, que tem como missão "o desenvolvimento da economia do mar". Bernardo Castro conta que herdou a missão do seu pai, oficial da Marinha que ficou ligado ao fórum empresarial de economia do mar – era o secretário-geral na altura – para aplicar o estudo sobre a economia do mar feito pelo prof. Ernâni Lopes.

Bernardo Castro diz que "90% do negócio da Seaventy centra-se em Lisboa e Cascais", mas ainda "há muito para crescer" a fim de concretizar as "ambições de sermos a maior empresa de economia do mar de Portugal". A Seaventy tem um plano a "20 anos para chegar lá" e, como Bernardo Castro mora na capital, "comecei em Lisboa e vou consolidar Lisboa para depois avançar para o resto do país".

"É assim que se define a missão da Seaventy: aproximar as pessoas do mar e desenvolver a economia do mar. Desde o dia zero", diz o responsável, lembrando: "Quando o meu pai morre, isso passa a desenvolver o trabalho que ele fez", mas "a missão é a mesma."

O empresário afirma que a "empresa foi criada com a tal missão e com o objetivo de ser a marca mais prestigiada na economia do mar a nível nacional e a maior contribuidora das economias do mar locais".

O também aluno do PGL – Programa de Gestão e Liderança da AESE Business School diz ter identificado "três ou quatro tipos de negócios que queremos



01 O turismo é uma das atividades ligadas à economia do mar que mais se têm desenvolvido

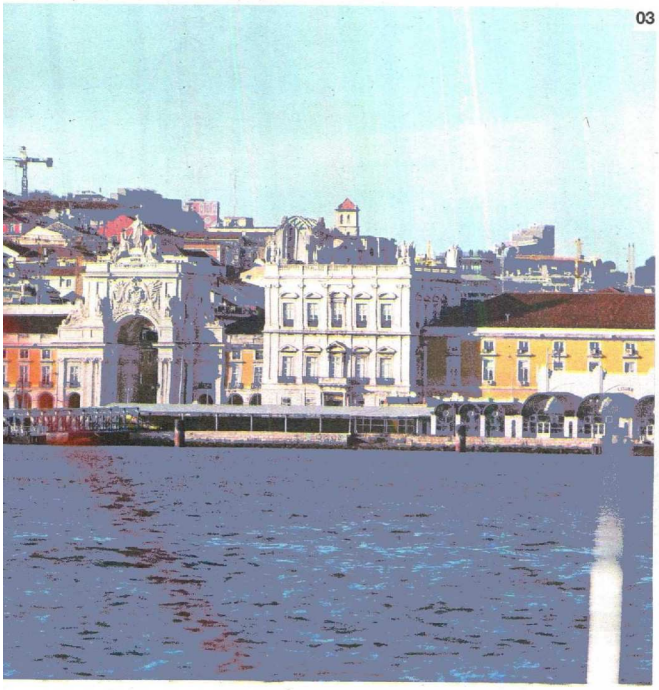
02 São várias as empresas que já desenvolvem este negócio em Lisboa

03 Coordenação entre autoridades de Lisboa é vital para desenvolver setor

manchete

i	Periodicidade:	Diária	Temática:	Turismo
	Classe:	Informacão Geral	Dimensão:	5220 cm²
	Âmbito:	Nacional	Imagem:	S/Cor
19-06-2018	Tiragem:	80000	Página (s):	18 a 23

01



03

desenvolver em Lisboa para começar e para depois replicar" no resto do país. "Pensar a 20 anos pode parecer utópico, mas é uma das características da Seaventy. E isso nota-se na cultura da empresa. E a nossa mais-valia é que é difícil de ser copiada. É uma variável diferencial tanto maior quanto mais difícil for de ser copiada", resume Bernardo Castro.

MISSÃO Segundo o CEO da empresa, "para a Seaventy, desde que o negócio corresponda à missão, estamos abertos a tudo. Para já estamos no turismo, mas daqui a dez anos poderemos estar na aquacultura. O que interessa é ter a missão e pessoas que nos acompanhem". Para Bernardo Castro, "há aqui uma estratégia para que o peso da economia do mar no PIB cresça".

O governo também já veio assumir a importância da economia do mar e assumiu que pretende duplicar o seu peso de 2,5% do produto interno bruto (PIB) para 5% até 2020. A pensar nessa meta, o executivo anunciou 600 milhões de euros para financiar projetos na economia azul até ao final da legislatura.

Mas no que diz respeito ao turismo, na opinião de Bernardo Castro, há ainda muito a fazer. "Não conheço tanto o turismo em geral, mas tenho a sensação de que o turismo náutico está na ponta da cauda no que toca a adaptação ao que tem sido o crescimento do turismo. Os hotéis rapidamente se adaptaram, os aviões, os aeroportos, as companhias aéreas, a restauração. E os barcos ficaram para trás", resume, mas realçando o contraste entre o Porto e Lisboa.

"O Porto está a anos-luz de Lisboa. A começar pelo investimento privado que houve, que aqui começa a sentir-se nos últimos anos, mas muito fraco a comparar com aquilo que acontece no Douro, especialmente porque lá há infraestruturas que potenciam o crescimento do investimento", diz o CEO da Seaventy. "Em Lisboa, é óbvio que os turistas querem andar de barco. Mas têm acesso ao mar? É fácil para eles?", pergunta, respondendo que no "Porto há passeios de barco incluídos no hotel. Há atração."

Para colmatar esta situação, Bernardo Castro aponta a necessidade de coordenação entre a Associação de Turismo de Lisboa, a Câmara Municipal de Lisboa e a Administração do Porto de Lisboa com o Turismo de Portugal, com a Secretaria de Estado do Turismo.

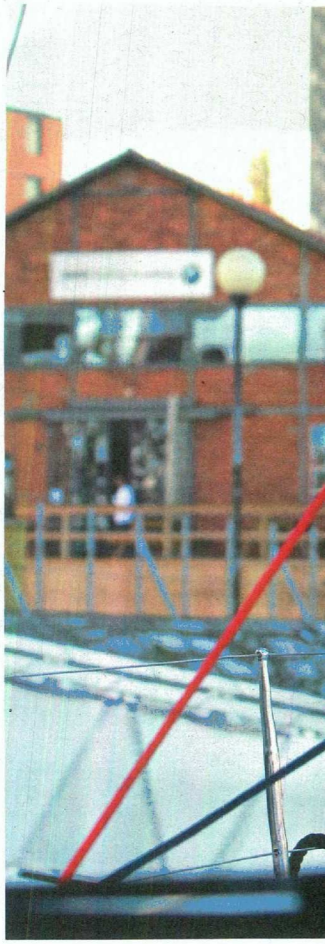
"A verdade é que isto tem crescido imenso e é preciso priorizar. E isto não

continua na página seguinte >>

manchete

i	Periodicidade: Diária	Temática: Turismo	
	Classe: Informacão Geral	Dimensão: 5220 cm²	
	Âmbito: Nacional	Imagem: S/Cor	
19-06-2018	Tiragem: 80000	Página (s): 18 a 23	

05



>> continuação da página anterior

tem sido uma prioridade. A verdade é que não é difícil investir em infraestruturas. Os clientes estão no centro de Lisboa ou estão em Belém. Havendo cais e indicações, é óbvio que o investimento privado aumenta. Sem isso, é muito difícil", considera.

Também o LEME aponta para a necessidade de dinamização dos diversos subsetores da economia do mar de forma a criar um impacto positivo no emprego e apostar na qualificação do capital humano de todos os subsetores para melhorar a eficiência e a produtividade, assim como a capacidade inovadora do país.

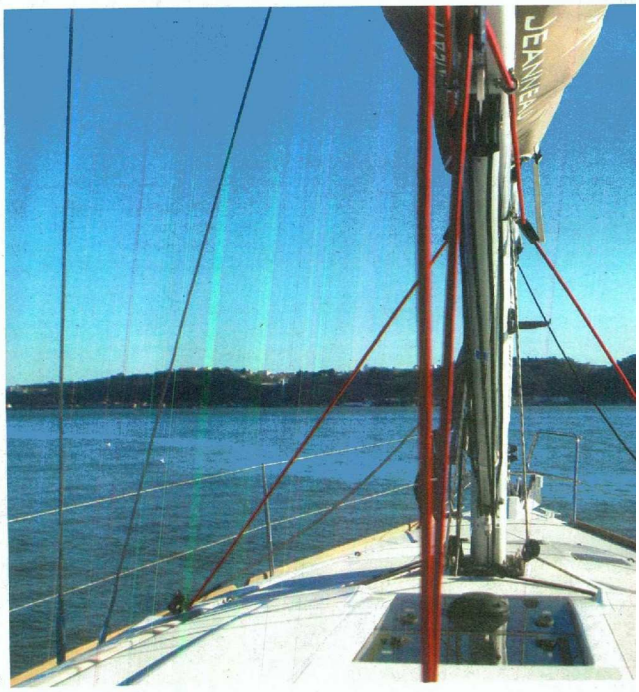
GRÃO DE AREIA NA ENGRENAGEM A opinião é partilhada por João Pedrosa, CEO da Seatours, outra empresa que opera no turismo náutico. "A economia do mar pode e deverá ser um ativo de Portugal. No entanto, ainda não está completamente interiorizada na sociedade portuguesa em geral e nos profissionais desses setores em particular."

Ao *i*, Pedrosa acrescenta que se teima "em não explicar concretamente quais os objetivos do país e o que se espera dos profissionais dos setores envolvidos" e salienta que "os atrasos consecutivos na atribuição dos fundos aos projetos Portugal 2020 são mais uma realidade a colocar um grão de areia na engrenagem que, após tantos anos e com uma política de economia do mar, deveria ser quase automática".

Já João Marques dos Reis vai mais longe e considera que o ponto mais fraco no desenvolvimento do turismo náutico, a que acrescenta a náutica de recreio, "é a falta de um regulamento da náutica de recreio que seja motivador e facilite a iniciação à náutica de recreio e apoie as federações e os clubes náuticos, porque só com eles se conseguirá alguma vez que os portugueses tenham uma cultura náutica como têm os espanhóis, franceses, ingleses e todos os países nórdicos".

Ao *i*, o responsável da Sea of Portugal conta que "neste momento, por causa desse regulamento e da Marinha, através da burocracia e desadequação das capitanias, ninguém quer comprar um barco nem sair para o mar com medo de ser multado por qualquer coisa que não espera". Para João Marques dos Reis, "enquanto a situação for esta, o turismo náutico só fatura a estrangeiros porque não existem portugueses interessados em sair para o mar, porque não o conhecem".

João Pedrosa afina pelo mesmo dia-



manchete

i	Periodicidade: Diária	Temática: Turismo	
	Classe: Informacão Geral	Dimensão: 5220 cm²	
	Âmbito: Nacional	Imagem: S/Cor	
19-06-2018	Tiragem: 80000	Página (s): 18 a 23	

04 Bernardo Castro, CEO da Seaventy, assinala que a missão da sua empresa é aproximar as pessoas do mar e desenvolver a economia azul

05 Lisboa é o local de começo da Seaventy, que tem a ambição de ser a maior empresa de economia do mar em Portugal e um plano a 20 anos para "chegar lá"

06 Na Europa não existe nenhum país com melhor clima para as atividades ligadas ao mar e à náutica. O turismo náutico e os desportos aquáticos são estruturantes e estratégicos para a economia portuguesa

pasão e aponta que "os maiores entraves continuam a ser a burocracia associada ao registo de uma embarcação, pois os organismos envolvidos (capitanias e DGRM – Direção-Geral de Recursos Naturais, Segurança e Serviços Marítimos) continuam a lutar por protagonismo, não cooperando entre eles".

O CEO da Seatours revela que é "usual" estas entidades "utilizarem o prazo máximo que lhes é permitido por lei para emitirem documentação, para forçar os interessados a pagar a taxa de urgência (o dobro)", exemplificando com "casos simples como a emissão de uma licença de estação de radiotelefone (comum nas embarcações, para poder ter um rádio VHF a bordo, equipamento de segurança obrigatório para a maior parte dos registos)", que "demora três meses a ser emitida e 48 horas se for paga a taxa de urgência, impossibilitando uma embarcação de operar nesses três meses por falta de autorizações".

OBSTÁCULOS A 8.ª edição do estudo LEME – Barómetro PwC da Economia do Mar também indica que o setor poderia estar ainda mais forte, uma vez que continua a enfrentar vários obstáculos, havendo necessidade de redução da burocracia, de consistência das medidas no médio e longo prazo e de investimento e financiamento a longo termo.

Outro desafio considerado importante é o da necessidade de renovação das frotas da marinha de guerra e de comércio, assim como de pesca.

Apesar de serem mais de 160 mil as pessoas em Portugal a trabalhar neste setor, o barómetro continua a chamar a atenção para a necessidade de dinamizar os diversos subsetores da economia do mar.

Isto porque, lembra o responsável da Sea of Portugal, marca criada com o objetivo de promover nos mercados internacionais as regiões e os operadores que desenvolvem a sua atividade ao nível da náutica e dos desportos náuticos, "na Europa não existe nenhum país com melhor clima" para as atividades ligadas ao mar. "A náutica, o turismo náutico e os desportos aquáticos são estruturantes e estratégicos para o turismo e para a economia portuguesa", afirma João Marques dos Reis, considerando que "saber aproveitar, dinamizar e promover os nossos recursos junto do mercado internacional, mais do que estratégico, é inteligente."

> Barómetro lembra necessidade de dinamizar os diversos subsetores da economia do mar

> Portugal é um país imperdível do ponto de vista de quem procura o mar e os desportos náuticos

AUMENTO DA PROCURA Também João Pedrosa, CEO da Seatours, considera que "é preciso fazer mais e melhor na promoção e internacionalização do turismo náutico português", uma vez que pela informação disponibilizada pelo Turismo de Portugal, "a procura irá continuar a aumentar durante os próximos nove anos, estabilizando a partir daí".

Segundo João Marques dos Reis, "Portugal reúne todas as condições para ser um país de eleição dos amantes do mar e dos desportos aquáticos" e é necessário dar a conhecer "a nossa vasta costa, os nossos rios e lagos que, associados à nossa história, às belas paisagens e à gastronomia única, nos tornam um país imperdível".