



Clipping de Media

23 de Junho de 2010

IMOBILIÁRIO
matéria escrita
Ar. Art.º 10.º - 2.ª Sec. - 1.ª Sub-sec. - 100004
10.º sub-sec.º 1000.000 - 1011.011.001
diárioeconómico.pt

Económico
Subscreva este suplemento no Diário Económico 99 0002, onde
pode ser encontrado regularmente (23 Junho 2010)

IMOBILIÁRIO

Reabilitação
Palacete Vilhena,
em Lisboa,
transformado em
sete casas de luxo
com assinatura P. VI

Mediação
'Casa Aberta',
da ERA Imobiliária,
avança dia 26
com imóveis
pré-avaliados P. IX

'Roadshow'
Projectos nacionais
seduzem investidores

Três grupos imobiliários portugueses, com projectos turísticos e residenciais em zonas como Alqueva, Algarve e Óbidos, arrancaram com uma operação de charme no estrangeiro. Depois de Londres e Madrid, segue-se o norte da Europa. **A, B & W**

O grupo agrícola, ao longo
do ano, e em um momento
que está a começar as vendas
do primeiro semestre.

Avaliações | Rigor e Bom Senso

CB Richard Ellis, líder mundial em serviços imobiliários.
www.cbre.pt | Lisboa: +351 21 211 81 00 | Porto: +351 22 614 72 49

CBRE
CB RICHARD ELLIS

II IMOBILIÁRIO PROMOVER PORTUGAL

Projectos nacionais cativam investidores no estrangeiro

Bom Sucesso, Convento das Bernardas e Land Vineyards já foram a Londres e Madrid. Seguem-se Amsterdão, Munique e Estocolmo.

Uma das consequências da crise económica foi ter afastado os investidores estrangeiros dos mercados secundários, como é o caso de Portugal. Na prática, esses investidores optam agora por países como Inglaterra ou França que, mesmo debilitados pela crise, continuam a ser mercados seguros e onde os negócios se fazem facilmente.

Perante esta situação de falta de confiança, alguns promotores portugueses meteram mãos à obra e avançaram com uma campanha de promoção de projectos no estrangeiro. A ideia partiu da Entrepósito Gestão Imobiliária (EGI), empresa que gere o património do grupo Entrepósito, que tem incentivado outros promotores a participar nas visitas. Até agora, conta com três adeptos, mais precisamente a Acordo (empresa que está a promover o Bom Sucesso, em Óbidos), o Grupo Lágrimas e a Sousa Cunhal, que juntos estão a investir em dois 'resorts' no Alentejo (ver caixas).

“O objectivo é dar-mo-nos a conhecer nos mercados compradores e apresentar produtos diferenciadores, como o Convento das Bernardas ou o L'And Vineyards”, disse ao Diário Económico, o administrador da EGI, Duarte Guerreiro. O primeiro mercado escolhido foi Londres, onde estiveram em Maio, depois Madrid – onde se apresentaram na semana passada –, e no Outono é a vez de rumar ao Norte da Europa, mercados que procuram muito este tipo de empreendimentos. “Estamos a pensar em Estocolmo, Amsterdão e Munique”, disse fonte da Entrepósito.

“Londres correu muito bem. Tivemos contactos com vários investidores e ainda um grande apoio da parte do embaixador português, comentou Duarte Guerreiro, acrescentando que, fruto dessa divulgação no mercado inglês, conseguiram angariar algumas visitas aos empreendimentos durante o Verão. Nesse encontro, a EGI juntou-se à Acordo e levaram até à capital inglesa, respectivamente, o Convento das Bernardas, em Tavira e o Bom Sucesso, em Óbidos. Um evento que contou ainda com a presença de Eduardo Souto Moura, arquitecto de ambos os projectos.



61 milhões

Em Madrid foi promovido um total de 61 milhões de euros, sendo 17 milhões do Lux Tavira e mais 44 milhões de euros do L'And Vineyards.

150 milhões

É o investimento previsto pela Sousa Cunhal e pelo grupo Lágrimas no L'And Reserve, o próximo projecto destas empresas no Alqueva.

3,5 milhões

É o valor que a Entrepósito Gestão Imobiliária está a investir na recuperação do Convento das Bernardas, em Tavira.

Em Madrid, a EGI juntou-se à Sousa Cunhal e ao grupo Lágrimas para apresentarem, respectivamente, o Lux Tavira e o L'And Vineyards, situado em Montemor-o-Novo. Seguindo explicou ao Diário Económico o presidente executivo do grupo Lágrimas, Miguel Júdice, esta foi também uma parceria de conveniência. A proposta do grupo Entrepósito juntou-se o objectivo do grupo Lágrimas e da Sousa Cunhal em lançar o L'And Vineyards em Espanha. “Estamos a lançar a marca L'And em Espanha e, além disso, este evento serve como teste de aceitação da marca. Temos a ambição de exportar a L'And e fazer projectos deste género no estrangeiro”, adiantou Miguel Júdice.

O interesse espanhol

Inglaterra e o Norte da Europa são os destinos mais comuns para este tipo de promoção, mas Espanha, apesar de vizinho, está a atravessar uma situação económica tão ou mais complicada que Portugal. Então, porquê ir a Espanha? “É o destino mais óbvio e um mercado de renome de onde esperamos obter resultados a médio longo prazo”, referiu Marlene Tavares, directora comercial da Sousa Cunhal, também ela presente em Madrid no passado dia 16 de Junho. Além disso, acrescentou Duarte Guerreiro, “tem havido um acréscimo do interesse espanhol nos empreendimentos portugueses e em Portugal. Vêem-nos como uma boa aposta, agora que Espanha está saturada”. Por Ana Baptista

em Madrid, a convite da Embaixada de Portugal



L'And Vineyards, em Montemor-o-Novo, tem uma forte associação vitivinícola e está a ser promovido pela Sousa Cunhal e pelo grupo Lágrimas.

OS PROJECTOS EM 'ROADSHOW'



Convento das Bernardas

O Convento das Bernardas, em Tavira, é o projecto 'ex-fibris' do grupo Entrepósito. Destinado a primeira e segunda habitação, resulta de uma reabilitação, cujo desenho está a cargo do arquitecto Souto Moura. Quatro apartamentos já estão vendidos.

Oferta: 78 apartamentos T0 a T3. A maior oferta são os T2
Preço: de 280 a 500 mil €. Os T2 custam 350 mil €
Data de conclusão da obra: final de 2011



Lux Tavira

O Lux Tavira é o segundo empreendimento do grupo Entrepósito no Algarve que, apesar de ser considerado um 'resort', está a ser comercializado para primeira habitação. “Estamos a apostar nas pessoas que moram em Faro e que querem mudar de casa”, diz a empresa.

Oferta: 48 moradias T3 e T2 apartamentos de 110 m2
Preço: 350 mil €
Data de conclusão da obra: final de 2010



L'And Vineyards

O L'And Vineyards, em Montemor-o-Novo, está a ser desenvolvido pela Sousa Cunhal Turismo e pelo grupo Lágrimas, de Miguel Júdice. O 'resort' ocupa 56 hectares e tem como principal característica o facto de permitir aos moradores produzir o seu próprio vinho.

Oferta: 31 casas na 1ª fase, mais 14 moradias privadas para construção.
Preço: entre 135 mil e 759 mil €
Data de conclusão da obra: início de 2011

Diário Económico | Quarta-feira | 23.06.2010



Foto cedida pelo L'And Vineyards

ENTREVISTA



“A oferta turística de Espanha é muito pior que a de Portugal e, mesmo assim, Espanha é mais conhecida”

Fernando Flores

Responsável da mediadora Revellum em Espanha

Qual a relação da Revellum com Portugal?

A Revellum é uma rede europeia de mediação imobiliária para o segmento alto de segunda habitação de luxo, com presença em vários países, como Portugal e Espanha. Em Espanha, fomos nós os parceiros escolhidos para a promoção e comercialização de empreendimentos como o L'And Vineyards, o Bom Sucesso ou o Pine Cliffs. Somos ainda parceiros da Sonae Turismo na comercialização dos seus projectos cá.

Não são parceiros do grupo Entrepasto que organizou esta promoção em Madrid?

Do grupo Entrepasto não, mas conhecemos agora e é uma possibilidade a estudar. Enquadra-se no nosso 'target'.

O que acha destas iniciativas de promoção?

Portugal precisa de mais comerciais do próprio país. A oferta turística de Espanha é muito pior que a de Portugal, em tudo. Em qualidade, em gastronomia, em tipo de oferta... e, mesmo assim, Espanha é mais conhecida que Portugal. Porquê? Porque não se vende.

As notícias apontavam que Espanha podia estar na falência e, no entanto, temos promotores a promover aqui os seus projectos. Espanha ainda é um bom mercado?

Espanha está muito saturada, principalmente a costa, que não tem turismo ou habitação de qualidade como Portugal. Logo, Portugal torna-se atractivo para os compradores espanhóis que procuram uma melhor relação qualidade-preço. Por outro lado, tem havido grandes descontos em Espanha e em Portugal não, o que mostra uma estabilidade do mercado, tornando-o mais atractivo. No momento em que se mostra volatilidade e se baixam os preços, o investidor duvida e afasta-se.

Em que situação está o mercado espanhol?

O mercado imobiliário espanhol tem muitas casas construídas e à venda, mas não tem compradores. Por isso neste momento, como os promotores não estão a conseguir pagar os seus investimentos por causa da falta de compradores, vêem-se obrigados a entregar as suas casas aos bancos. Isso faz com que sejam os bancos a liderar as vendas de casas. Eles vendem a 100 mil e dão crédito para 100 mil, logo são, em simultâneo, promotores, vendedores e financiadores.

Quantas casas há à venda em Espanha?

Entre 800 mil a um milhão de casas.



L'And Reserve

É o próximo projecto da parceria Sousa Cunhal Turismo e do grupo Lágrimas. Vai ficar no Alqueva e está em processo de licenciamento e de urbanização. Com 300 hectares de área total, golfe e vinhas, está previsto que a construção e comercialização arranque para o ano.

Oferta: 265 unidades de vários tipos
Preço: Não definidos ainda, mas serão semelhantes ao do Vineyards
Data de conclusão da obra: prevista para 2013



Bom Sucesso

O Bom Sucesso, em Óbidos, promovido pela Acordo tem 36 arquitectos de renome, como Siza Vieira ou Souto Moura, encarregues de desenhar as casas que compõem o 'resort'. Contará ainda com um hotel Hilton de 120 quartos, desenhado por Souto Moura.

Oferta: 601 unidades, das quais 200 estão prontas a habitar
Preços: a partir dos 250 mil euros
Comercialização: a correr, 80% está vendido

IV IMOBILIÁRIO PROMOVER PORTUGAL

“Vender primeiro Portugal é a melhor abordagem lá fora”

É o conselho de Álvaro Portela, ex-presidente da Sonae Sierra, para atrair investimento estrangeiro. O primeiro passo é vender o país e limpar a imagem negativa que ainda tem no exterior.

Promover Portugal é, actualmente, uma das principais preocupações dos promotores imobiliários portugueses. A falta de confiança dos investidores estrangeiros no país a isso os obriga. As iniciativas de empresários como a Entrepasto Gestão Imobiliária (EGI) são exemplos disso, mas, dizem os agentes imobiliários, é preciso fazer mais.

Para Álvaro Portela, ex-presidente da Sonae Sierra, a primeira coisa a fazer é vender o país. “O problema não é ser português, é Portugal. O que conta hoje é a percepção que se tem do país e, hoje, o que se sabe da Grécia e de Portugal é o que vem nos jornais, mas essa é uma percepção mediática e trágica. Estamos nesta confusão dos PIGS [Portugal, Irlanda, Grécia e Espanha] e de que Portugal é o próximo a entrar em falência a seguir à Grécia, por causa dos media. Dai que tenhamos de vender Portugal”, disse durante a sua intervenção num almoço da revista Vida Imobiliária, no qual era o principal convidado.

O tema não podia ser mais apropriado: “Como atrair investimento estrangeiro para produtos imobiliários ‘made in Portugal’”. E a resposta deste empresário não podia ser mais clara: “Não conseguimos captar investimento estrangeiro só pelo produto em si. Se Portugal não estiver no radar do investidor, ele não vai investir aqui”.

A Torre Oriente, contou Álvaro Portela, é um bom exemplo disso. “Foi terminada e vendida o ano passado à Union Investment, na qual foi o primeiro investimento desta empresa alemã no país. Mesmo Portugal estando mal, muito mal, eles decidiram começar a investir em Portugal. Os contactos começaram por aí e não porque sabiam que havia uma torre bem arrendada à venda”, contou o ex-presidente da Sonae Sierra.

Mas há mais. O empresário lembrou ainda a promoção do centro Colombo, na altura um investimento arrojado e hoje o principal activo da Sonae Sierra. “O Colombo nunca convenceu nenhum lojista a vir para Portugal porque Portugal não estava no mapa. E, nessa altura, no início dos anos 90, o nosso PIB tinha crescido 4,8% ao ano desde 1986, o desemprego era de 4,5% e a venda de carros havia triplicado em quatro anos”, contou ainda Álvaro Portela.

Para o administrador da EGI, Duarte Guerreiro, “o grande problema de Portugal é a falta de promoção e de acções concertadas entre promotores”. Uma opinião partilhada pelo presidente executivo do grupo Lágrimas, Miguel Júdice. Também ele considera que as empresas portuguesas no estrangeiro devem colocar de parte a atitude concorrencial e, juntas, vender Portugal como destino imobiliário e turístico. *Por Ana Baptista*



Etv
Outlook Imobiliário, todas as quartas-feiras às 17h40 no Económico TV.



“**Não conseguimos captar investimento estrangeiro só pelo produto em si. Se Portugal não estiver no radar do investidor, ele não vai investir aqui.**”

Temos muito bons produtos, mas estamos condicionados pela percepção do país, que é demasiado influenciada pelos media dos outros países.”

A Union Investment comprou a Torre Oriente porque queria vir para Portugal, não porque sabia que havia uma torre para vender.”

Álvaro Portela
ex-presidente da Sonae Sierra

Diário Económico - Quarta-feira - 23.06.2010



PSO
COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA