# DESTINO ALBUFEIRA

REVISTA DA APAL - AGÊNCIA DE PROMOÇÃO DE ALBUFEIRA | N.º1 | 2024

# FICHA TÉCNICA


**Edição**

APAL - Agência de Promoção de Albufeira
Urbanização Quinta da Bolota
Lote 4 A, Apartado 7084
8200-314 Albufeira, Algarve - Portugal

geral@turismodealbufeira.com
+ 351 289 580 530
turismodealbufeira.com

**Coordenação editorial, design e paginação**

Malha - Comunicação

**Fotografias**

ArtistCredit
Indigo Divers
Leandro França
Município de Albufeira
Nuno Sá
Vasco Célio

**Impressão**
Jorge Fernandes, Lda

**Tiragem**
500 exemplares

**Distribuição gratuita**

**1.ª edição**
**2024**

Em 2024, a APAL – Agência de Promoção de Albufeira celebra o seu 20.º aniversário. Duas décadas em que testemunhámos inúmeras alterações na forma de gestão e promoção do setor, mas também no crescimento e desenvolvimento da própria cidade.

É exigida à APAL uma capacidade de adaptação permanente, para implementar as melhores estratégias e meios, utilizando os recursos existentes e respeitando os princípios e objetivos associados à sua criação.

No respeito por esses princípios, publicamos esta primeira edição da revista 'Destino Albufeira', através da qual procuramos dar nota das atividades que realizámos no primeiro ano de mandato dos novos corpos sociais e, em simultâneo, tratar de temas e assuntos ligados ao setor.

É um testemunho que fica para lá da espuma dos dias e um documento para consulta em qualquer altura. Trata-se de um instrumento de comunicação com associados, entidades parceiras, empresários e comunidade em geral. É uma forma de nos posicionarmos como uma associação não só preocupada em promover Albufeira, mas também interessada em prestar contas, em esclarecer os nossos parceiros e em apresentar temas que possam servir para a valorização deste território, do seu património natural e cultural, e das suas empresas.

Estamos confiantes de que esta é a primeira de muitas edições. Boas leituras!

# ÍNDICE


6
Entrevista a Desidério Silva

10
Órgãos Sociais da APAL

12
'20 anos de APAL', por José Carlos Rolo

14
APAL apresentou nova imagem

18
Albufeira participou em diversas ações promocionais durante 2023

23
BTL 2024

24
Jornalistas espanhóis conheceram as ofertas de Albufeira fora da época alta

28
APAL em contacto com associados

30
Grupo de trabalho vai dinamizar promoção da marca 'Albufeira'

31
Protocolo com WINDS beneficia associados

32
APAL atribuiu estatuto de Sócio Honorário à Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Albufeira

36
Qualidade e excelência reconhecidas além-fronteiras

38
Um mergulho até à primeira exposição subaquática de Portugal

44
Centro de Artes e Ofícios Carlos Silva e Sousa: um lugar ao serviço do talento local

48
Uma história com milhões de anos contada pela natureza

52
Plano de Atividades 2024

# “A APAL É E SERÁ SEMPRE AQUILO QUE OS SEUS ASSOCIADOS PRETENDEREM”

**Nesta entrevista, Desidério Silva recorda o início da APAL, faz um balanço das duas décadas de existência da associação e também do primeiro ano de mandato dos novos órgãos sociais, onde assume o cargo de presidente da direção.**

**O responsável reflete, ainda, acerca do papel que a entidade desempenha na valorização do território de Albufeira.**

**Para início de conversa, desafio-o a voltarmos ao início do século e aos preparativos para a criação da APAL. Era presidente da Câmara na altura e foi um dos principais responsáveis pela constituição desta associação. Como surgiu esta iniciativa?**

A APAL surgiu como resultado do esforço conjunto de várias pessoas e entidades que entenderam ser necessário criar uma associação que pudesse concretizar projetos na área da promoção turística, congregando esforços entre o setor público e o privado.

Na altura, surgiu a oportunidade de, criando uma entidade com este perfil, obtermos financiamento por via dos Planos de Promoção Conjunta (PPC) que nos permitiam patrocinar várias atividades, com recurso a verbas provenientes do estado central. Digamos que este instrumento financeiro serviu de catalisador de uma ideia que estava já presente nas mentes de muitos dos empresários e da própria autarquia que era o de constituirmos uma entidade que pudesse promover Albufeira, em consonância com parceiros locais, regionais e nacionais.

Foi um processo moroso, porque implicou um esforço de sensibilização junto dos empresários locais, muitas reuniões, muitos contactos formais e informais. Por outro lado, houve todo o trabalho de preparação de estatutos, enquadramentos legais, definição de objetivos e do perfil de ação a desenvolver. Houve contributos muito importantes na altura. Retenho desse tempo o grande entusiasmo e empenho da equipa que acompanhou este processo.

Sentíamos que estávamos a dar início a algo que poderia vir a ser verdadeiramente importante.

**Na altura, além de presidente da autarquia, era também o primeiro presidente da direção. Como foi o processo de captação de associados e de afirmação da APAL?**

Foi um processo acolhido com diferentes graus de abertura, é verdade. Tivemos, desde o princípio, o apoio muito forte de muitos associados que, ainda hoje, se mantêm com representação expressiva e que são membros ativos da associação e, claro, tivemos aqueles que foram acompanhando o seu crescimento e se foram juntando a nós. Houve um trabalho por parte da autarquia e de toda a equipa ligada a esta área, no sentido de sensibilizarmos os empresários para a necessidade de criarmos a APAL.

**Houve vários desafios ao longo destas duas décadas. Quer destacar alguns?**

A APAL teve um papel determinante na viabilização do Programa de Fim de Ano, um evento que consideramos estratégico para dinamizar esta época do ano, durante a qual Albufeira, em particular, se destacou pela inovação e por um conjunto de eventos que foram depois replicados em dezenas de outros concelhos. Essa é uma das marcas da APAL, que, ainda hoje, se apresenta como parceira deste importante evento, que contribui para a promoção do concelho fora do contexto balnear.

Penso que outro momento nuclear para a associação aconteceu por volta de 2014, quando os PPC terminaram e deixámos de contar com uma importante verba. Foi um tempo de reflexão acerca da pertinência de mantermos a APAL e a sua sobrevivência assente num novo modelo de financiamento. Esse trabalho foi conseguido muito com o contributo dos associados, que são, desde o primeiro minuto, a principal razão de ser da associação.

Independentemente das dificuldades ao longo deste trajeto de duas décadas, importa destacar o apoio permanente do município, sempre fundamental para manter a sustentabilidade da APAL. Esse apoio, além de viabilizar muitas das ações que desenvolvemos, é também o garante da credibilidade deste projeto e dos objetivos a que nos propomos.

**Esteve muitos anos ligados à APAL e volta agora para presidir a mais um mandato, agora com outro estatuto que não o de presidente de Câmara. Pelo meio, foi ainda presidente da Região de Turismo do Algarve. De que forma esta experiência pode ser colocada ao serviço "desta" APAL?**

O turismo é uma área que me diz muito e que tem feito parte da minha vida nos últimos 30 anos. É, por isso, um setor que conheço bem pelas experiências que referiu, que me permitiram um contacto quase diário com as questões e a realidade do setor.

Essa experiência leva-me também a procurar novos caminhos, trabalhando, juntamente com a Direção, em aproximarmos a APAL dos seus objetivos ligados à promoção e valorização de Albufeira, mas também o de reforçarmos a importância da APAL para este território e todo o seu ecossistema. Isso faz-se envolvendo mais os associados, interagindo com a comunidade, dando a conhecer aquilo que fazemos, mostrando aos associados atuais e potenciais que a APAL vale a pena. Queremos que esta associação seja também um grande fórum de reflexão sobre o setor, que apresente sugestões, que seja ativa, dinâmica, que procure novos meios de promoção e valorização.

Consideramos que podemos ser um parceiro importante também junto do município na concretização de ações de valorização do nosso território, mas também para partilhar opiniões acerca do setor.

**Albufeira é hoje um destino consolidado pelo produto sol e mar. Este continua a ser o principal chamariz do concelho?**

A oferta associada ao sol e mar continuará a representar o grande atrativo de Albufeira. É importante sublinhar que somos o território nacional com maior número de bandeiras azuis e de praias com qualidade de ouro, devido a um grande trabalho de incremento de qualidade na própria experiência de acesso e fruição das nossas praias, que são fatores que nos diferenciam claramente. E aqui destaco o aspeto das praias acessíveis, em que somos também uma referência, a vigilância das praias, que, na zona citadina, acontece durante todo o ano e ainda o esforço realizado, nos últimos anos, de requalificação de todos os apoios de praia existentes na nossa costa.

Depois, a qualidade do parque hoteleiro existente ao longo de todo o território, nomeadamente junto a várias das nossas praias e toda a oferta disponibilizada, o que aumenta, ainda mais, a qualidade dessa experiência.

Realçar, ainda, o facto de estar localizada em Albufeira a melhor praia do mundo segundo os avaliadores do TripAdvisor: a lindíssima Praia da Falésia.

É um património que nos coloca na liderança nacional e que, obviamente, não podemos descurar de maneira nenhuma.

**Que outras ofertas considera importantes?**

Quando pensamos em Albufeira para lá da época balnear, pensamos em turismo de natureza e nas atividades ligadas ao turismo de natureza, como os tours de bicicleta ou os percursos pedestres e o hiking. Pensamos no património natural associado ao interior do território e aqui destaco a candidatura do Algarvenis a Geoparque da UNESCO, que inclui os concelhos de Albufeira, Loulé e Silves, num projeto que procura valorizar o interior. Pensamos no clima que é ameno, ao contrário do que acontece na maioria dos países da Europa.

Pensamos na gastronomia e vinhos, fator que nos diferencia cada vez mais. E pensamos na qualidade da oferta de hotelaria e serviços, fundamental para o turismo de saúde e bem-estar, por exemplo. São aspetos em que importa apostar, de maneira articulada e assente numa estratégia que envolva todos os players ligados ao território.

**Como pode a APAL colaborar para valorizar a promoção turística de Albufeira?**

É preciso colocar a questão da ambição e poder de influência da APAL em dois planos. Por um lado, em termos operacionais e de concretização de iniciativas, importa entender as nossas ações e ambições na justa medida dos nossos recursos.

Nesse sentido, devemos ser coerentes com a nossa visão e trabalharmos com um foco muito grande nos objetivos dos associados e em articulação com o município e outras entidades ligadas ao setor. Há depois um poder de influência do qual não queremos abdicar e procuraremos, nessa medida, influenciar o Governo, autarquia, entidades regionais, a optarem por políticas e instrumentos que valorizem Albufeira e as suas mais-valias.

A APAL é e será sempre aquilo que os seus associados pretenderem e manterá o seu rumo e a sua ambição, com os pés assentes na terra, respeitando os seus compromissos, assim como os princípios fundamentais da boa gestão administrativa e financeira, que são também pilares essenciais para a sua durabilidade.

**Este primeiro ano dos novos órgãos sociais trouxe já várias novidades. O que gostaria de destacar?**

Desde logo, no plano interno, conseguimos trazer mais de seis dezenas de associados, o que nos permite ser hoje a maior associação empresarial de Albufeira. Estou convicto de que, quanto maior for o número de associados, maior será a nossa capacidade de concretizar ações e maior será a nossa influência. Em termos de ações, temos trabalhado em força nos mercados de proximidade e organizámos ações muito concretas e direcionadas para a componente de negócio, em Sevilha, Vigo, norte de Portugal, Paris, Países Baixos.

O reforço da comunicação com o ecossistema associado ao setor e com a comunidade em geral tem sido uma prioridade, através da criação de novas formas de comunicação, reforço de interação com a comunicação social generalista e especializada, bem como a publicação constante de conteúdos relativos tanto à APAL, como ao setor turístico.

No capítulo da promoção, a aposta passa igualmente pelo desenvolvimento de trabalho efetivo junto dos órgãos de comunicação social, quer permita aumentar a notoriedade do destino Albufeira. Destaco um trabalho que realizámos em novembro passado, quando acolhemos uma press trip com vários jornalistas espanhóis que puderam sentir e posteriormente divulgar aquilo que se pode fazer em Albufeira fora da época balnear. E posso assegurar que saíram daqui deslumbrados, o que mostra bem da importância de promovermos o destino nesta época do ano.

**A APAL celebra, este ano, duas décadas. O que está preparado para assinalar esta data?**

São, de facto, duas décadas de existência ao serviço do turismo, ao serviço de Albufeira. Esta data vai ser aproveitada para realizarmos um importante momento de encontro, partilha e reflexão.

No início do ano, já apresentámos a nossa nova imagem, que, a meu ver, está muito mais moderna e atual. Temos o nosso website institucional já terminado e estamos a acabar o novo website promocional. Esta é uma área onde queremos investir, pois a componente digital está cada vez mais associada ao turismo.

Queremos fomentar a reflexão, o networking, mas também o convívio entre os nossos associados e as centenas de profissionais que têm trabalhado e colaborado com a APAL ao longo destas duas décadas. Esta continua a ser uma indústria de pessoas e elas devem ser valorizadas. É essa a nossa proposta.

# ÓRGÃOS SOCIAIS DA APAL

Estes são os Órgãos Sociais da
APAL - Agência de Promoção de Albufeira.

# Assembleia-Geral

**Presidente**
José Carlos Martins Rolo
Município de Albufeira

**Secretária**
Cristina Corado
Junta de Freguesia de Albufeira e Olhos de Água

**Vogal**
Alberto Saraiva
Arqelite, Lda

**1.º Suplente**
Paula Cardoso
Asalgarve - Agência de Viagens e Turismo, Lda.

**2.º Suplente**
Miguel Neto
Hotel Baltum, Explorações Hoteleiras, S.A.

# Conselho Fiscal

**Presidente**
Helena Palhota Simões
Domus Praia, Lda.

**Vice-presidente**
Frederica Costa
Frederica Costa Unipessoal, Lda.

**Vogal**
Luís Pereira
Luís Miguel Correia Pereira AL.

**1.º Suplente**
Nuno Cruz
X-Ride, Lda.

# Direção

**Presidente**
Desidério Silva

**Vice-presidente / Tesoureiro**
Honório Teixeira
Visacar, Aluguer de Veículos Motorizados, S.A.

**Vice-presidente / Secretário**
Hugo Brites
Mundo Aquático, S.A.

**Vice-presidentes**

Vítor Vieira
Sonintur

António Xufre
Fasbar, Explorações Bares e Restaurantes, Lda

João Guerreiro
Albufeira Hotel GmbH& Co. BETRIEBS KG

Cristóvão Lopes
Falésia Hotel, S.A.

Carla Ponte
Município de Albufeira

Carlos Miranda
Albucoop – Cooperativa de
Rádio-Táxis de Albufeira

**1.º Suplente**
Nuno Palma
Florival Palma, SA.

**2.º Suplente**
Carlo Mealha
Império Noctivago, Lda.

**3.º Suplente**
José Procópio Lourenço dos Santos
Staróteis, Lda.

**Coordenação geral**
Joana Machado

# 20 ANOS DE APAL

**José Carlos Rolo**
Presidente do Município de Albufeira e
Presidente da Assembleia-Geral da APAL

Decorria o ano de 2004, estávamos no dia 13 de maio quando nasceu a APAL - Agência de Promoção de Albufeira.

Esta agência foi criada por iniciativa da Câmara Municipal de Albufeira e tem por missão a promoção e divulgação turística do concelho de Albufeira, com base no estabelecimento de parcerias públicas e privadas, para a prossecução dos seus objetivos.

Ao longo destes 20 anos, muitas foram as ações de natureza promocional, quer a nível nacional, quer ainda a nível internacional.

A promoção de um destino turístico e a marca que lhe está associada – Albufeira tem sido o mote principal aos mais diversos níveis, quer quanto ao património cultural, organização e apoio pela Câmara Municipal de eventos desportivos, quer de dimensão regional e nacional e de dimensão mundial e não esquecendo as características de Albufeira como líder na beleza e qualidade das suas praias e das suas águas. A promoção como um destino seguro, inclusivo, que recebe bem e com um património gastronómico inigualável e de enorme qualidade.

Muitos países, ao longo dos anos, têm sido visitados e nos quais vão decorrendo ações de promoção no sentido de mostrar ao mundo as qualidades e a excelência do destino e da marca Albufeira.

Como qualquer associação vive da adesão dos seus associados numa implicação de duplo sentido em que a associação trabalha com o objetivo de servir os seus associados e estes deverão colaborar no sentido de proporcionar à agência a possibilidade de poder atingir os seus objetivos.

Nestes 20 anos, momentos houve em que, em consequência das crises que nos foram afetando, tais como a crise financeira de 2008/2009, e a crise pandémica de 2020 e 2021, que constituíram um duro golpe na atividade turística do concelho, do país e do mundo e que, naturalmente, teve impacto na atividade da agência. Mas com o enorme e excelente trabalho e dedicação dos nossos empresários com a ajuda da ação da APAL se reergueram e iniciaram um período de recuperação que deve aqui ser realçado.

Ao celebrar estes 20 anos, deixo uma palavra de gratidão e reconhecimento pelo trabalho excelente e grandemente meritório desenvolvido por todos os associados que, ao longo destes anos, fizeram parte dos órgãos sociais. Uma palavra de reconhecimento aos associados por acreditarem no trabalho de promoção da APAL, perspetivando querendo atingir o desenvolvimento da atividade turística e levando o nome do concelho de Albufeira e das suas maravilhas aos quatro cantos do mundo.

Reconheço e agradeço em nome do município de Albufeira todos os empresários que, de uma forma ou de outra, vão contribuindo para o desenvolvimento da atividade da APAL e em consequência de Albufeira.

Felicito os atuais membros dos órgãos sociais pelo trabalho e dinâmica que estão a desenvolver, desejando que as ações a realizar no futuro se revistam de enorme sucesso, pois Albufeira seguramente vai agradecer.

A todos os que na história ficou escrito a colaboração na vida da APAL, bem hajam.

# APAL APRESENTOU NOVA IMAGEM

## a associados e parceiros

**A nova identidade visual da APAL foi apresentada publicamente num evento, em que foram igualmente elencadas algumas das ações programadas para 2024, ano especialmente marcante pelo facto de a associação cumprir duas décadas de existência.**

A APAL – Agência de Promoção de Albufeira apresentou publicamente a sua nova imagem, no dia 18 de janeiro de 2024, num evento que reuniu cerca de uma centena de convidados, entre membros dos corpos sociais, associados, entidades públicas e parceiros. Este encontro teve lugar no auditório da AHETA - Associação de Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve.

Desenvolvido pela empresa Malha - Comunicação, o trabalho de criação da nova identidade visual da APAL envolveu também a conceção de um novo logótipo do Visit Albufeira, a insígnia utilizada para promover o concelho em feiras, workshops e demais eventos turísticos.

Ambas as marcas vão ter também os respetivos websites renovados, a par de novos materiais promocionais e de artigos de merchandising.

O evento de apresentação da nova imagem serviu igualmente para assinalar o primeiro aniversário de mandato dos atuais corpos sociais e para anunciar algumas das iniciativas agendadas para 2024, ano em que esta associação assinala duas décadas.

Além de vários workshops direcionados a mercados importantes como o Reino Unido, Irlanda, Alemanha, Espanha e Estados Unidos da América, está previsto o regresso à IFTM Top Resa, em Paris.

Como complemento às ações presenciais, o presidente da APAL mencionou a aposta em várias campanhas que visam reforçar a presença de Albufeira nos canais digitais.

Desidério Silva anunciou, ainda, a realização, em abril, de um grande evento para celebrar os 20 anos da APAL, que vai contemplar uma conferência, uma mostra de associados e um jantar.

O dirigente aproveitou igualmente para fazer o balanço deste primeiro ano de mandato, referindo que a APAL tem atualmente 220 associados, sendo, por isso, a maior associação empresarial do concelho de Albufeira.

No entender de Desidério Silva, a APAL deve fomentar uma relação contínua com os associados e parceiros, colocando-se ao serviço de Albufeira, na promoção da sua economia, mas também na reflexão sobre as questões que hoje marcam o setor, como a sustentabilidade e o respeito pelo meio ambiente.

A apresentação contou, ainda, com intervenções de Hélder Martins, presidente da AHETA, e de José Carlos Rolo, presidente da Câmara Municipal de Albufeira.

Hélder Martins, além de sublinhar a importância do trabalho conjunto entre a AHETA e a APAL em prol do setor, abordou os temas da gestão da água e da falta de recursos humanos.

José Carlos Rolo corroborou estas duas questões e destacou alguns dos projetos diferenciadores do concelho, entre os quais a candidatura do Algarvensis a Geoparque da UNESCO e a exposição subaquática do artista plástico Vhils.

## Uma marca inspirada em tudo o que nos rodeia

O novo logótipo da APAL cruza traços de uma comunidade única, acolhedora e multicultural, com elementos naturais que caracterizam este território.

Com este trabalho, pretendeu-se criar uma marca que funcionasse como uma assinatura subtil e simples.

As curvas e as cores são uma homenagem ao património natural mais reconhecido, nomeadamente o sol e mar, e também ao calor das pessoas e aos tons quentes da terra.

As restantes aplicações — a branco, preto ou azul-escuro — são interpretações minimalistas, que sublinham a elegância desta assinatura, que pretende conjugar e complementar, ao invés de sobressair.

Foi escolhida uma fonte futurista, arrojada e de espessura elegante, que serviu de base e inspiração para o desenvolvimento de uma fonte original, com apontamentos diferenciadores que fossem ao encontro do conceito idealizado. Foi, ainda, concebido um padrão para conferir mais dinamismo a esta identidade visual.

# ALBUFEIRA PARTICIPOU EM DIVERSAS AÇÕES PROMOCIONAIS

## durante 2023

As ações de promoção externa e interna têm sido uma constante na atividade da APAL e, em 2023, não foi exceção. Vários foram os associados que tiveram a oportunidade de divulgar a sua oferta turística junto de mercados como Espanha, Irlanda, Países Baixos ou França.

Sevilha foi a primeira cidade a receber, em 2023, uma ação promocional conjunta entre a APAL e o Município de Albufeira.

Designado 'Dia de Albufeira em Sevilha', o evento aconteceu em fevereiro no Consulado de Portugal e incluiu, entre outras iniciativas, um workshop para potenciar oportunidades de negócio. Estiveram presentes vários empresários do concelho que contactaram com agentes de viagens e operadores da região.

Em março, foi a vez de Albufeira se mostrar na mais importante montra turística de Portugal: a BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa.

O stand da APAL serviu de ponto de encontro a empresários e visitantes que procuraram divulgar e saber mais sobre a oferta do concelho. Este é um modelo que a Agência de Promoção de Albufeira já desenvolve há alguns anos, permitindo que os seus associados tenham um balcão de promoção autónoma.

Em 2023, as empresas Apartamentos Choromar, AlgarExperience, X Ride Algarve, Baía Algarve Hotels e MGM Muthu Hotels ocuparam os balcões disponíveis, em conjunto com a APAL.

Além das inúmeras apresentações e reuniões, a APAL organizou alguns eventos promocionais que animaram o espaço na BTL, atraindo visitantes e profissionais. Estiveram presentes a Quinta do Canhoto com uma Mostra de Vinhos, a Associação de Barmen do Algarve com um cocktail e o Grupo Liberto Mealha com uma animação especial.

Nos dias de público, o foco incidiu na promoção do destino e das propostas dos associados, com a Páscoa, o verão e as "escapadinhas" de fim de semana.

O mês de março ficou igualmente marcado por dois workshops direcionados a operadores turísticos do Porto e de Vigo. Ambos foram realizados em parceria entre a APAL e o Município, com vista a captar turismo para os períodos da Páscoa e do verão, junto destes dois importantes mercados de proximidade, onde Albufeira granjeia de muita notoriedade.

A Irlanda é outro importante mercado para Albufeira, pelo que também fez parte do plano de ações promocionais da APAL, em 2023.

A procura por novos contactos, assim como a possibilidade de concretizar encontros presenciais com atuais parceiros, foram alguns dos motivos que levaram a APAL a organizar, em maio, um roadshow nas cidades de Belfast e Dublin.

Dinamizados com o apoio do Município de Albufeira, os dois roadshows permitiram a 18 entidades do concelho apresentar os seus produtos turísticos a 93 agências.

## Oferta fora da época balnear também foi divulgada

Aos roadshows na Irlanda, seguiu-se, em setembro, a participação na feira '50 Plus Beurs', na cidade de Utrecht, nos Países Baixos.

Este certame é especialmente vocacionado para o segmento 50+Ativo e integra várias áreas como férias, viagens, lazer, saúde e bem-estar, entre outras. O evento assume maior relevância pela oportunidade de ali se promoverem férias de inverno e longas estadias.

Produtos como o golfe, gastronomia e vinhos ou o turismo ativo estiveram em destaque no stand de Albufeira, devidamente suportados pela oferta hoteleira, qualidade das infraestruturas e clima ameno.

Albufeira voltou a apresentar-se com um stand conjunto, que incluiu balcões do Município e da APAL, mas também de associados desta agência, como a Details Hotels & Resorts, Apartamentos do Parque, Visacar, Garvetur e Hotel Maritur.

Em novembro, o destino Albufeira voltou a ser promovido no país vizinho, mais concretamente na Intur - Feira Internacional de Turismo de Interior de Valladolid.

O certame contemplou três cenários de trabalho: mercado de contratação, área de exposição e sessões de formação. Nas sessões de formação, foram analisados aspetos como o impacto do património no turismo interno ou as chaves para a promoção no estrangeiro.

A par do património material e imaterial e das belezas naturais, Albufeira aproveitou a oportunidade para revelar diversas ofertas no âmbito da cultura e animação, nomeadamente os programas da época natalícia e do fim de ano, sem, no entanto, deixar de fora o produto 'sol e mar'.

A participação na 26.ª Intur foi da responsabilidade do Município de Albufeira, tendo contado com a parceria da APAL.

## Mercado francês continua a ser uma aposta forte

Paris voltou a acolher, em outubro, a IFTM Top Resa, a principal feira de turismo organizada no mercado francês, tendo, por isso, uma grande relevância para o setor.

A edição de 2023 contou com um total de 170 destinos, 1400 marcas, cerca de 30 mil profissionais de turismo e um total de 80 sessões e conferências.

Albufeira foi um dos destinos ali representados. O concelho deu-se a conhecer num stand conjunto do Município e da APAL. Foram 8 as empresas locais que aproveitaram o momento para divulgar a sua oferta: Details Hotels & Resorts, Apartamentos do Parque, The Prime Energyze, AP Hotels, MGM Muthu Hotels, Algarexperience, 3HB e Edifício Albufeira.

KISS

albufeira

6
Luna

# BTL 2024

Albufeira marcou presença em mais uma BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa, resultado de uma parceria entre a APAL e o Município de Albufeira.

Num stand com 225 m², situado no Pavilhão 2, vários foram os produtos e eventos apresentados na edição de 2024 do mais importante certame do setor turístico, a nível nacional.

Na componente empresarial, o espaço foi utilizado para reuniões e sessões de trabalho, tendo acolhido vários balcões de associados da APAL. Foram os casos da Algarexperience, Algarve Resorts, Apartamentos do Parque, Hotel Baía Grande, Easydivers, MGM – Muthu Hotels, Visacar, X Ride e Zoomarine.

Um dos pontos altos desta presença foi a apresentação do novo vídeo promocional de Albufeira, produzido pela APAL, que recupera o slogan 'Albufeira Todo o Ano'. Trata-se de uma nova ferramenta de promoção que destaca muitos dos atrativos de Albufeira para lá do período estival. Natureza, clima, gastronomia, saúde e bem-estar são retratados através de vários roteiros vividos por pessoas das mais diversas idades.

# JORNALISTAS ESPANHÓIS CONHECERAM AS OFERTAS DE ALBUFEIRA

## fora da época alta

A promoção do destino Albufeira também se fez dentro de portas. Em novembro, a APAL convidou um grupo de jornalistas de Espanha a descobrir o que o concelho pode proporcionar a quem opta por tirar férias fora da época alta.

Como resultado das várias ações de promoção realizadas ao longo do ano em território espanhol, a APAL organizou uma press trip com jornalistas do país vizinho ligados à imprensa generalista, bem como ao setor das viagens e turismo.

A ação decorreu em novembro e teve por objetivo promover a oferta turística de Albufeira fora da época balnear. Ao longo de três dias, os jornalistas puderam conhecer o que o concelho tem para oferecer nesta época do ano. Com uma temperatura amena e uma proposta diversificada, o grupo "não teve descanso" face a uma preenchida agenda de atividades.

O programa contemplou um passeio de barco com partida da Marina de Albufeira, durante o qual foi possível apreciar a beleza da nossa costa e até ver golfinhos. O mar esteve ainda em destaque com a apresentação da exposição subaquática Art Reef by Vhils, uma iniciativa única em Portugal.

A zona do barrocal foi dada a conhecer de uma maneira lúdica e animada, com um passeio de buggy pelos trilhos de Paderne. O coração da cidade foi também visitado, tendo sido contada a história de Albufeira ao longo dos séculos. A visita contou, ainda, com uma paragem no Centro de Artes e Ofícios, onde o grupo pôde participar numa atividade na área do turismo criativo e degustar alguns produtos regionais.

Os vinhos e a gastronomia fizeram parte do programa com degustações organizadas em vários restaurantes do concelho. As tradições locais associadas ao mar e ao campo, uma mostra de produtos locais ligados à agricultura biológica e regenerativa, e o cada vez mais famoso em Espanha, frango da Guia, fizeram parte do programa. O roteiro gastronómico incluiu igualmente uma visita à Adega do Cantor, para a prova de alguns dos vinhos de produção local.

Houve, ainda, tempo para mostrar algumas propostas ao nível da saúde e bem-estar, uma área cada vez mais procurada nesta altura do ano.

Esta ação foi organizada pela APAL em colaboração com o Município.

Esta press trip contou com a presença de representantes dos seguintes órgãos de comunicação social:

- **esdiario** - Jornal diário
- **Etheria Magazine** - Website especializado em viagens para mulheres
- **20 Minutos** - Diário digital
- **Mía** - Revista feminina
- **Onda Cero Rádio** - Rádio nacional
- **Traveler** - Revista de viagens
- **Hola** - Revista semanal
- **Top Viajes** - Website de turismo e viagens

## Programa realizado

- **Passeio de barco** pela costa algarvia com a Dream Wave
- **Apresentação da exposição subaquática** de Vhils, na Marina de Albufeira, em colaboração com a Easydivers
- **Jantar** no restaurante Veneza
- **Passeio em buggy,** pelos trilhos de Paderne, em colaboração com a Algarve Riders
- **Almoço** no restaurante Farol
- **Passeio pelo centro antigo** e visita a monumentos históricos da cidade de Albufeira
- **Provas de vinhos** na Adega do Cantor
- **Jantar** no restaurante Ramirez
- **Apresentação de programas de saúde e bem-estar** e experiência de utilização de spa, no VidaMar Resort Algarve
- **Almoço** no restaurante Quinta do Mel

ALGARVE
RIDERS
CFMOTO

# APAL EM CONTACTO COM ASSOCIADOS

A Direção da APAL realizou, em 2023, uma série de visitas a associados de diferentes áreas de atividade, que serviram para conhecer um pouco melhor o trabalho desenvolvido por cada um, estreitar ainda mais as relações e trocar ideias sobre possíveis ações a organizar em conjunto.
Por se ter revelado uma iniciativa bastante proveitosa, a APAL pretende fazer desta uma prática regular.

**Visitas realizadas:**

**12 de julho**

NAU - Salgados Golf Course
NAU - Palácio de Congressos do Algarve
Vidamar
Interhome
Pedras Amarelas

**3 de agosto**

Albufeira Surf & SUP
SUPA - Sea Adventures
SURF4FUN
Hotel Maritur
Jardins Vale de Parra
Adega dos Salgados

**10 de agosto**

Bayside Salgados
W Algarve
Glenridge Albufeira
Hotel Baía Grande

**24 de agosto**

3HB Clube Humbria
Epic Sana
Falésia Hotel
Apartamentos do Parque

**7 de setembro**

Hotel Brisa Sol
Monte das Cortelhas
Junta de Freguesia da Guia
Restaurante Ramirez

Rentals
SOFTBOARDS

FALÉSIA HOTEL

# GRUPO DE TRABALHO vai dinamizar promoção da marca 'ALBUFEIRA'

Entre autarcas, empresários, quadros superiores de empresas, representantes de associações empresariais, vários foram os que marcaram presença na reunião realizada a 10 de fevereiro de 2023, para lançamento do novo Grupo de Trabalho criado pela APAL.

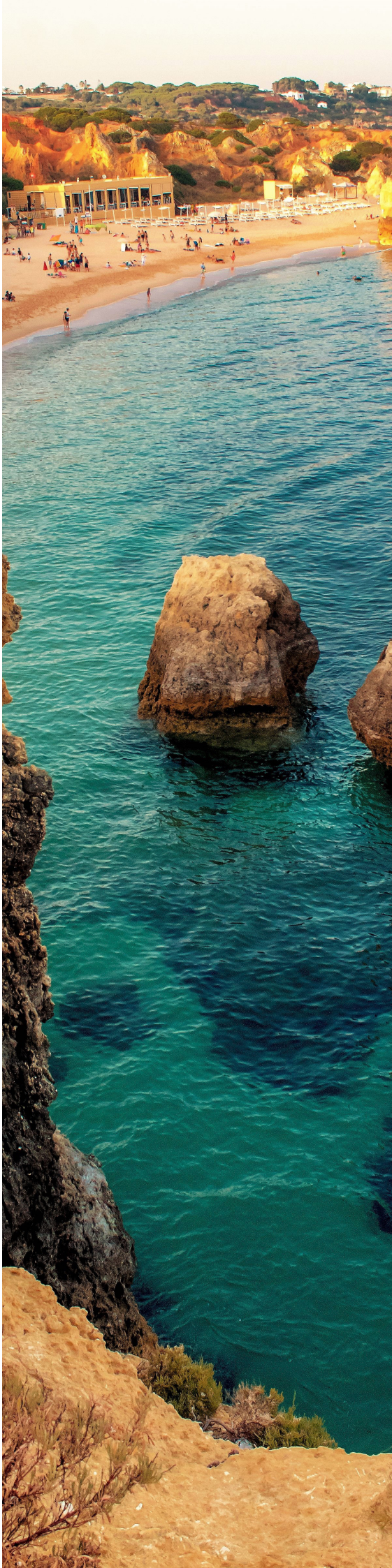
A sessão foi conduzida por Desidério Silva, tendo contado com a presença de vários elementos da direção e restantes órgãos sociais, assim como de Cristiano Cabrita, vice-presidente da Câmara Municipal de Albufeira.

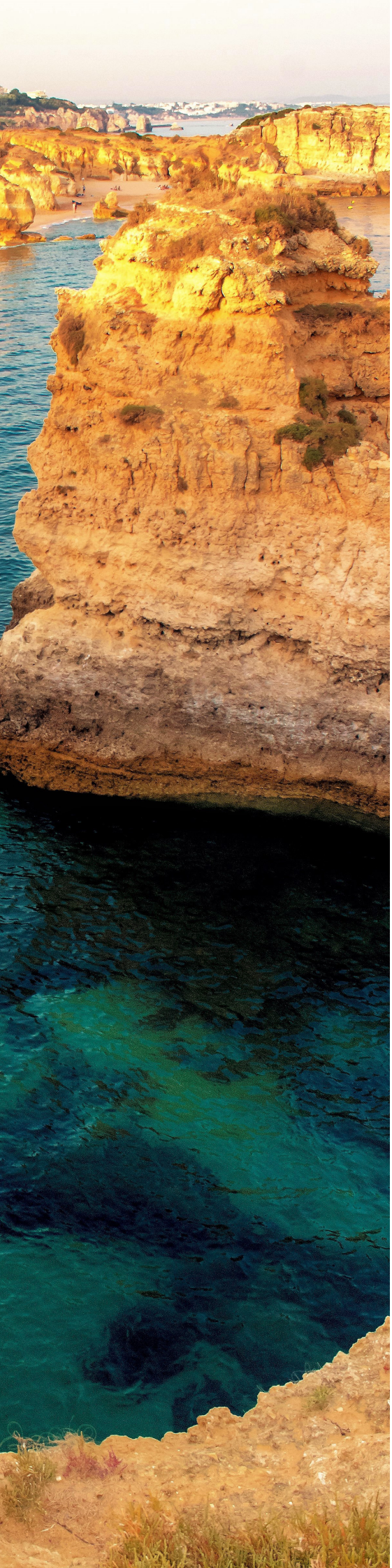
Com este grupo, a direção da APAL pretende aproximar-se dos vários agentes ligados ao setor, motivando a sua participação em diferentes fóruns. A estratégia passa por valorizar o papel desta instituição, para que seja um meio de promoção do destino ainda mais eficaz, integrando a variada oferta turística deste território.

A APAL tenciona, ainda, reforçar a sua comunicação institucional, dando a conhecer o trabalho efetuado, também com o objetivo de trazer novos associados e aumentar a sua rede de parceiros.

Na primeira reunião, foram abordados diferentes temas importantes para o setor. Falou-se de questões como a sazonalidade; a interligação com as entidades parceiras; a necessidade de reforçar a promoção do destino apostando em ferramentas digitais; a valorização dos mercados de nicho, que complementem o produto sol e mar; a promoção nos mercados onde existem voos diretos para Faro, sejam eles consolidados ou em crescimento; ou a promoção integrada de grandes eventos que maximizem os investimentos realizados pelas entidades promotoras.

É consensual a ideia de que há trabalho a fazer e que a APAL, em articulação com a autarquia, associados e parceiros, pode desempenhar um papel cada vez mais importante no sentido de identificar oportunidades de promoção, agregar os associados em ações conjuntas e contribuir para valorizar a marca 'Albufeira'.





# Protocolo com WINDS BENEFICIA ASSOCIADOS

A APAL e a WINDS - Plataforma de Negócios formalizaram, a 28 de setembro de 2023, um protocolo de colaboração.

O documento foi assinado no Hotel Alísios, por Desidério Silva, presidente da Direção da APAL e José Carlos Leandro, mentor da referida plataforma.

A ocasião contou com a presença de José Carlos Rolo, presidente da Câmara Municipal de Albufeira e da Assembleia Geral da APAL, bem como de empresários, membros dos corpos sociais da APAL, técnicos ligados à WINDS e entidades locais.

A WINDS é uma plataforma online para profissionais multissetor, que pretende garantir acesso ilimitado a um conjunto alargado de produtos e serviços, de forma rápida, segura e transparente. Qualquer empresa pode, através da WINDS, desenvolver a sua atividade de compra, venda ou ambas, constituindo-se, assim, como uma oportunidade para gerar negócio e motivar a economia circular.

Com base neste protocolo, a APAL compromete-se a promover a plataforma junto dos seus associados, disponibilizando a WINDS e os respetivos recursos para a formação necessária à sua utilização.

# APAL ATRIBUIU ESTATUTO DE SÓCIO HONORÁRIO

## à Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Albufeira

A APAL decidiu atribuir o estatuto de Sócio Honorário à Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Albufeira.

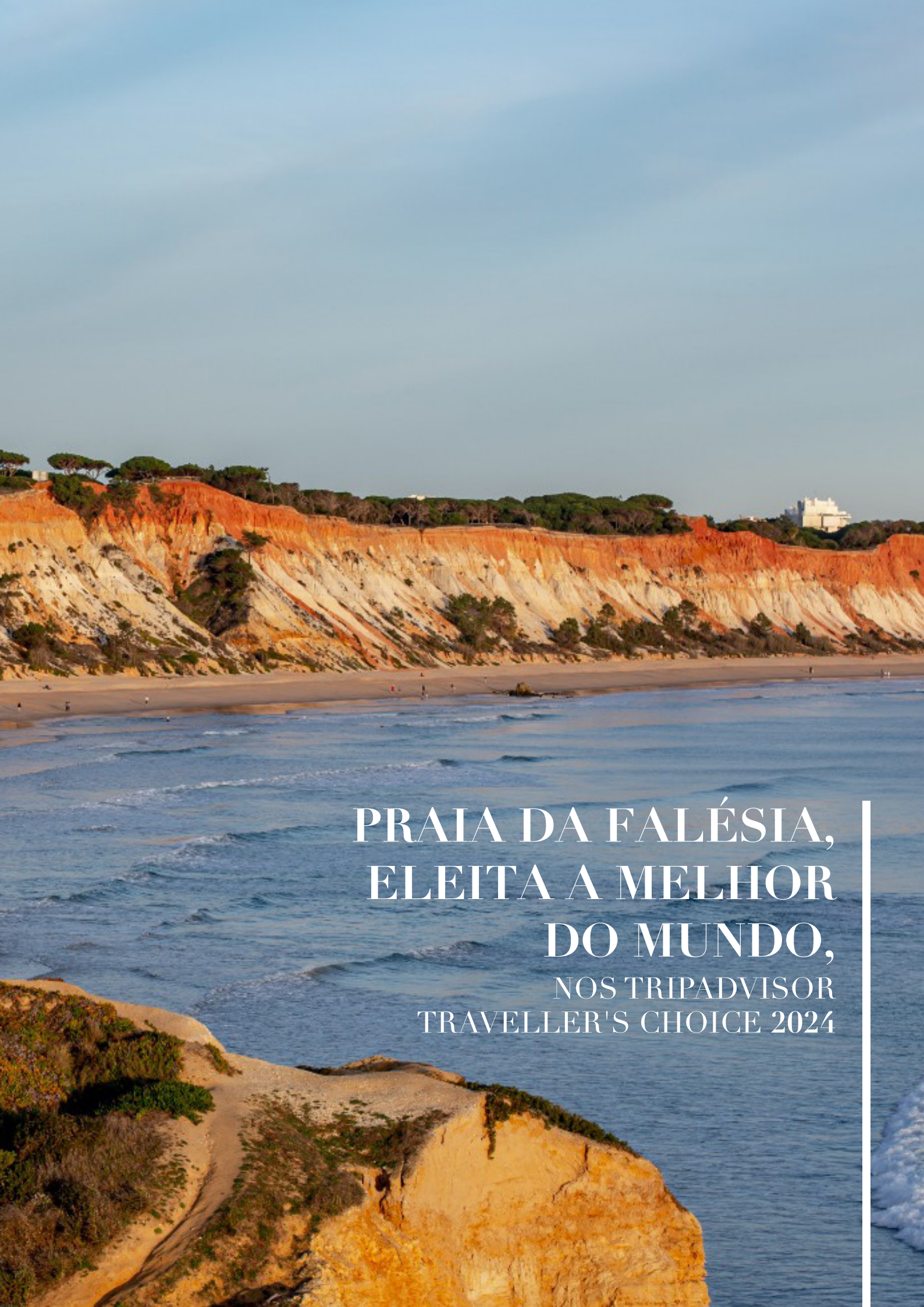
Com esta decisão, a APAL pretende reconhecer o valioso trabalho levado a efeito por esta associação em todo o território, fundamental para a valorização de Albufeira enquanto destino seguro e confiável.

Por outro lado, visa permitir o desenvolvimento de sinergias entre os bombeiros e os associados da APAL, com vista à criação de parcerias que se traduzam em programas formativos e ações de prevenção, em matéria de segurança e proteção no trabalho.

Representantes dos Órgãos Sociais da APAL assinalaram esta medida de forma simbólica, visitando o quartel no dia 19 de dezembro de 2023 e distribuindo um bolo-rei a cada um dos Bombeiros de Albufeira, numa iniciativa que contou com o apoio do associado Epic Sana.

Para Desidério Silva, presidente da Direção da APAL, "a parceria com as instituições locais está dentro das nossas prioridades, mais ainda com os bombeiros que desempenham um papel fundamental na valorização do nosso destino".

Para o dirigente, "se por um lado, é importante darmos visibilidade a estas medidas para motivar os nossos associados e a comunidade em geral a colaborarem ativamente com esta instituição, é também importante promovermos a formação e a partilha de conhecimento junto dos profissionais ligados ao setor turístico, no âmbito da proteção de pessoas e bens."



# PRAIA DA FALÉSIA, ELEITA A MELHOR DO MUNDO,

## NOS TRIPADVISOR TRAVELLER'S CHOICE 2024

# QUALIDADE E EXCELÊNCIA reconhecidas além-fronteiras

Todos os anos, são sempre vários os empreendimentos turísticos, nas mais diversas áreas, que veem o seu trabalho distinguido tanto pelos players do setor, como pelo público. O ano de 2023 ficou marcado pela atribuição de prémios a três associados da APAL.

O parque aquático Zoomarine recebeu o galardão de 'Melhor Experiência Familiar' nos prémios mundiais dos Remarkable Venue Awards atribuídos pela Tiqets, uma plataforma de reservas online.

Em competição, estiveram 56 atrações de vários países. Os 7 vencedores mundiais, das diferentes categorias, foram determinados por uma votação global que reuniu mais de 50 mil votos. Este prémio foi entregue em outubro de 2023, em Sevilha, durante a TIS - Tourism Innovation Summit.

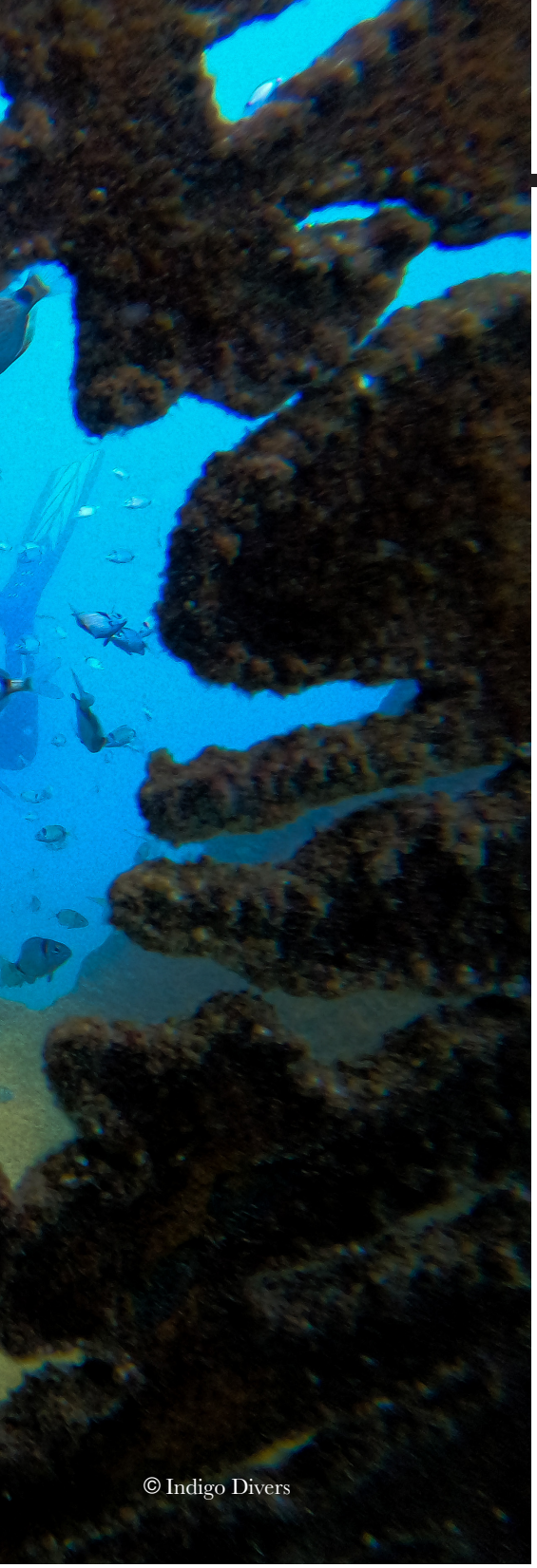
No mesmo mês, chegou a notícia de que o Pine Cliffs Resort foi considerado o 'Melhor Retiro de Bem-Estar de Portugal' 2023, na 9.ª edição dos World Spa Awards.

Mais um reconhecimento que reflete toda a dedicação deste espaço e das suas equipas em proporcionar experiências de bem-estar únicas, sempre com o selo de qualidade do Serenity Spa.

Na área da gastronomia, destaque para a inclusão do Vila Joya na La Liste de 2024, revelada em novembro de 2023. Esta lista distingue os 1000 melhores restaurantes do mundo, com base em centenas de guias e milhões de avaliações online. Além do Vila Joya, há mais 8 restaurantes portugueses a figurar nesta importante lista.

# UM MERGULHO ATÉ À PRIMEIRA EXPOSIÇÃO SUBAQUÁTICA DE PORTUGAL

A primeira exposição submersa de Portugal é visitável ao largo de Albufeira, a cerca de doze metros de profundidade. O Art Reef by Vhils, além de ser um exemplo de como a criatividade pode ser usada para promover a mudança positiva, constitui-se como um fator de atração turística diferenciador.



© Indigo Divers

O projeto Art Reef combina a arte de Vhils com a força da natureza para sensibilizar o público para a importância da preservação dos oceanos.

Vhils criou treze obras de arte a partir de materiais de três centrais termoelétricas da EDP desativadas - Sines, Carregado e Soto de Ribera, em Espanha.

A arte de Vhils é conhecida pela reutilização de materiais, dando-lhes novos significados e funções. No caso do Art Reef, este princípio de re-criação aplica-se também à natureza, que irá transformar as obras de arte num ecossistema de vida marinha.

Esta exposição subaquática está localizada a uma milha da costa de Albufeira, a cerca de doze metros de profundidade. As peças estão protegidas das correntes, tornando-as num ambiente ideal para o desenvolvimento de corais. Além disso, as obras de arte receberão corais vivos implantados pelo programa regional Plant a Coral.

O projeto Art Reef demorou três anos a ser desenvolvido, sendo o resultado não só da criatividade de Vhils como do empenho de muitos parceiros: Câmara Municipal de Albufeira; Turismo de Portugal; Marina de Albufeira; Centro de Ciências do Mar da Universidade do Algarve; Direção-Geral de Recursos Naturais, Segurança e Serviços Marítimos; APA - Agência Portuguesa do Ambiente; Navalrocha; Easydivers; Xavi-Sub; Mota Engil; Lindo Serviço e AMOP.

© Indigo Divers

A exposição 'ArtReef by Vhils' está assinalada por uma boia

Coordenadas:
N 37.06922391, W -8.20990784

© Nuno Sá

# Como visitar?

Para visitar a exposição submersa Art Reef by Vhils, é necessário fazer-se acompanhar por um técnico de uma empresa especializada. A visita implica a contratação de um seguro e o preenchimento de um termo de responsabilidade. Para mais informações, pode contactar um dos seguintes associados da APAL:

AlgarExperience
Dolphins Driven
DreamWave
Easydivers
Indigo Divers
Ski Molhado
X-Ride

# O ArtReef by Vhils em números

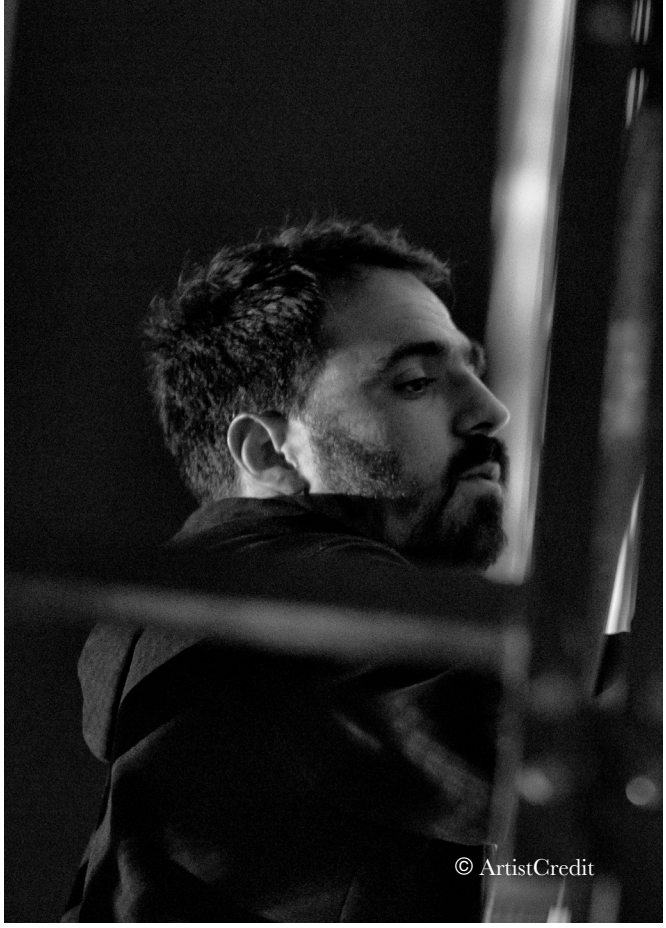
Área de exposição:
**1.250 m²**

Número de obras:
**13**
**(8 de ferro, 5 de betão)**

Profundidade mínima:
**10 m**

Peça mais alta:
**5,3 m**

© Nuno Sá



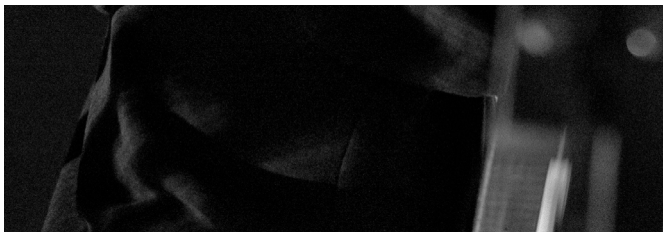

# A obra de Vhils

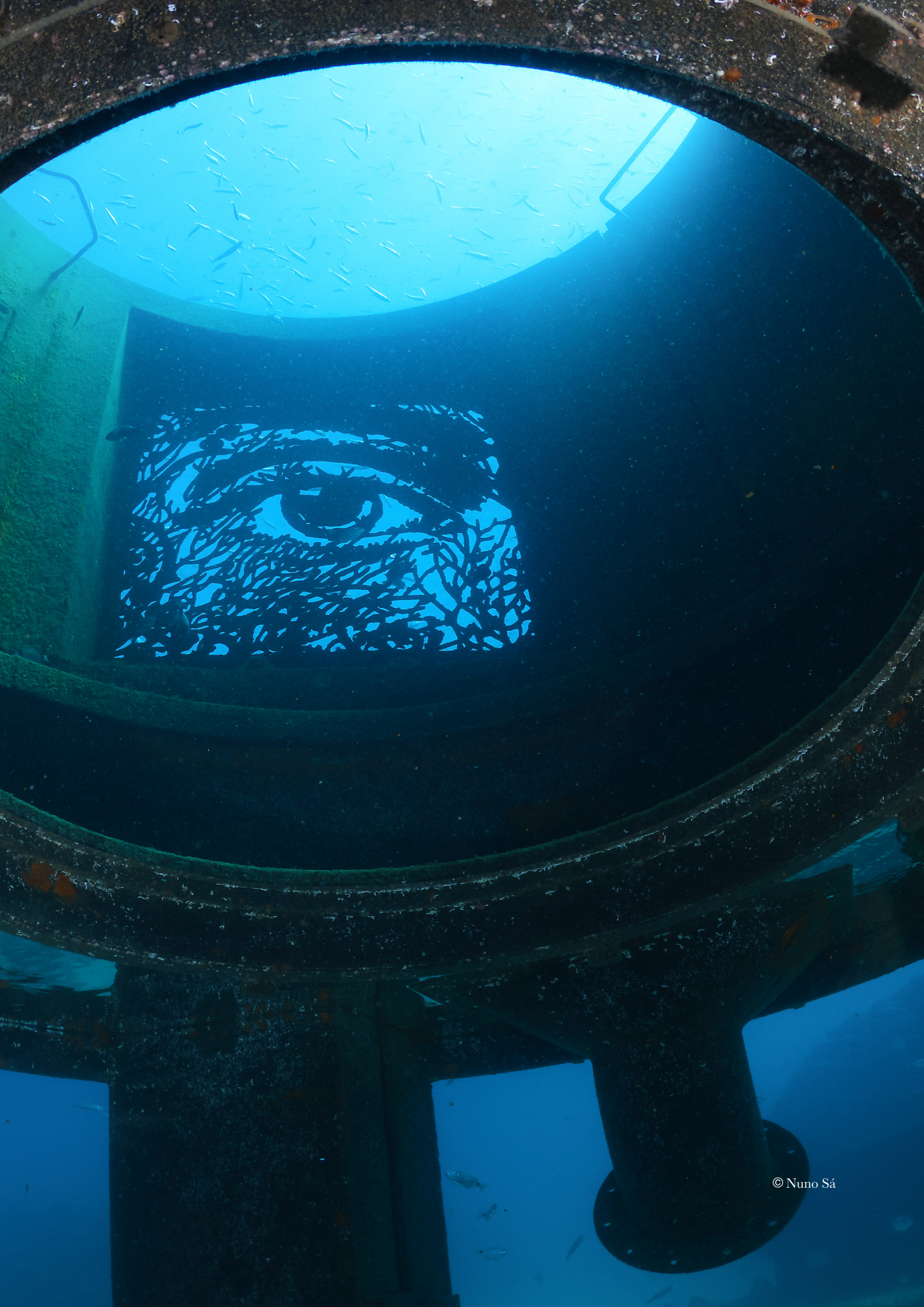
Vhils é o nome artístico de Alexandre Farto, cujo trabalho se distingue pela técnica única de esculpir retratos em paredes e outros suportes, usando ferramentas não convencionais.

Este processo é semelhante ao de um arqueólogo, que desvenda as camadas do passado para entender o presente.

Os retratos de Vhils são comoventes e humanizam as zonas urbanas, que, muitas vezes, são vistas como deprimidas ou decadentes. A sua obra é também uma reflexão sobre o impacto da urbanização, do desenvolvimento e da globalização nas paisagens e na identidade das pessoas.

É possível apreciar as criações de Vhils em coleções públicas e privadas em vários países, tanto em galerias como em museus. O artista tem-se envolvido igualmente em projetos comunitários, nomeadamente nas favelas do Rio de Janeiro, no Brasil.




© Nuno Sá

# CENTRO DE ARTES E OFÍCIOS CARLOS SILVA E SOUSA:

## um lugar ao serviço do talento local

© CMA / Rui Gregório

Empreita, macramé, esparto, pintura em azulejo ou desenho são algumas das técnicas artesanais que é possível aprender no Centro de Artes e Ofícios Carlos Silva e Sousa. O espaço também acolhe exposições de artistas consagrados, como é o caso de Vanessa Barragão.

O número 15 da Rua da Igreja Nova, que outrora acolheu o Tribunal de Albufeira, é atualmente um local de fruição artística. Ali já não se ditam sentenças. Em vez disso, partilham-se e preservam-se saberes ancestrais.

As atividades do agora Centro de Artes e Ofícios, que tem por patrono Carlos Silva e Sousa, dividem-se em três áreas: informação, exposição e formação.

Na receção e loja, o visitante encontra diverso material informativo sobre o espaço e os eventos que ali têm lugar.

As salas de exposição e multiusos acolhem exibições de arte e de ofícios artesanais.

Existe, ainda, um espaço de formação, onde decorrem workshops e oficinas, que ensinam as técnicas da empreita, esparto, pintura em azulejo, entre outras.

Os workshops são de curta duração e destinam-se a promover a interação entre os residentes e turistas, bem como os diferentes tipos de técnicas artesanais e do saber-fazer tradicional. As oficinas têm uma duração mais longa e visam valorizar as artes e ofícios, mantendo ou revitalizando as tradições, técnicas e saberes tradicionais, ao mesmo tempo que têm em conta as abordagens contemporâneas.

As formações e workshops são realizados em parceria com o CEARTE, um centro de formação profissional especializado em artes e ofícios.

# ‘Maré’

Para assinalar a abertura do Centro de Artes e Ofícios, o Município de Albufeira convidou Vanessa Barragão a criar uma instalação têxtil no próprio espaço.

‘Maré’ é a exposição que representa o regresso da artista e designer à sua terra natal após uma ausência de 10 anos, período durante o qual Vanessa alcançou vários êxitos, tanto a nível nacional como internacional.

Inspiradas no mar e nas rochas calcárias que tanto caracterizam a costa local, as peças destacam-se pela sua dimensão e pelos belíssimos tons de verde e amarelo. Alguns tons de verde remetem também para as folhas da nespereira que havia no jardim interior do antigo Tribunal.

As obras foram criadas a partir de lãs recicladas, tecidos e outros materiais.

O processo envolveu, além da lavagem e cardagem da lã, técnicas de feltragem, manipulação têxtil, crochê e outras técnicas.

Quem ainda não teve oportunidade de ver a exposição ‘Maré’, pode fazê-lo até 24 de agosto de 2024.

# UMA HISTÓRIA COM MILHÕES DE ANOS contada pela natureza

© Vasco Célio

Quem pretende conhecer a história geológica e a biodiversidade do sul de Portugal encontra no Algarvensis o destino ideal. Este lugar fascinante poderá vir a integrar a Rede Mundial de Geoparques da UNESCO.

O Algarvensis ocupa uma área de 1.500 quilómetros quadrados, abrangendo os municípios de Loulé, Albufeira e Silves.

De grande riqueza geológica e paleontológica, a história do Algarvensis remonta a mais de 500 milhões de anos, quando o território era coberto pelo oceano. Ao longo do tempo, as forças geológicas moldaram a paisagem, gerando uma diversidade de formações, englobando rochas sedimentares, vulcânicas e metamórficas.

Este é também um território de grande biodiversidade e um importante corredor ecológico, que liga a serra do Caldeirão ao mar. A sua flora e fauna são variadas, incluindo espécies endémicas e ameaçadas.

O Algarvensis é candidato à Rede Mundial de Geoparques da UNESCO. A candidatura junta os Municípios de Loulé, Albufeira e Silves.

Um Geoparque Mundial UNESCO é um território geograficamente coeso, que contém sítios geológicos de reconhecida importância nacional e internacional, valorizados nas suas vertentes de proteção, desenvolvimento sustentável, educação e cultura. As linhas de ação fundamentais assentam no desenvolvimento sustentado e sustentável do território, envolvendo as comunidades locais.

Atualmente, existem 195 Geoparques Mundiais UNESCO, em 48 países.

# Geossítios a visitar

**Rocha da Pena:** é uma formação geológica de calcário que se eleva a mais de 200 metros acima do nível do mar. A Rocha da Pena oferece vistas deslumbrantes sobre a costa do Algarve.

**Jazida do Metoposaurus algarvensis:** é uma jazida paleontológica que alberga fósseis de um anfíbio pré-histórico único no mundo. O Metoposaurus algarvensis viveu no início da era dos dinossauros.

**Falha de São Marcos:** é uma falha geológica que atravessa o território do Algarvensis. A Falha de São Marcos é um importante marco geológico, que testemunha a atividade tectónica do território.

**Complexo vulcano-sedimentar:** é um complexo de rochas vulcânicas e sedimentares, que se encontra na Serra do Caldeirão. O Complexo vulcano-sedimentar é um testemunho da atividade vulcânica que ocorreu no território há milhões de anos.

© Município de Albufeira

© Vasco Célio

# Valorizar um património único que nos diferencia

O Algarvensis proporciona imensas oportunidades de turismo de natureza e cultural, nomeadamente:

**Percursos pedestres:** o Algarvensis é atravessado por uma rede de percursos pedestres de diferentes níveis de dificuldade. Os percursos permitem aos visitantes explorar as formações geológicas do território.

**Visitas a museus e centros de interpretação:** no Algarvensis, existem vários museus e centros de interpretação, tais como: Polo Museológico da Água; Centro de Interpretação da Cultura Islâmica ou a Biblioteca - Museu do Jornal 'A Avezinha'.

É, ainda, possível fazer passeios de bicicleta, equitação ou observação de aves, entre outras atividades.

No website geoparquealgarvensis.pt, pode encontrar toda a informação de que necessita sobre as riquezas e particularidades deste território.

# PLANO DE ATIVIDADES 2024

No rescaldo do primeiro ano de mandato dos atuais corpos sociais, são diversos os desafios que a APAL tenciona cumprir em 2024.

Desde logo, é importante que a APAL se afirme cada vez mais como um player fundamental no contexto empresarial local, focado na promoção da marca Albufeira, mas que seja também um palco de partilha, de debate e de reflexão. A captação de novos associados que venham dar mais corpo a este projeto, apoiando as ideias-chave e os objetivos desta associação, é também uma meta a atingir. Esse trabalho tem sido conseguido, sendo reflexo disso mesmo a chegada de mais de três dezenas de novos associados em 2023.

O reforço da comunicação com o ecossistema do setor e com a comunidade em geral é também uma prioridade. Esse caminho tem sido procurado através de novas formas de comunicar e de interagir com a comunicação social generalista e especializada, bem como através da publicação constante de conteúdos relativos tanto à APAL, como ao setor turístico.

Na vertente de promoção do destino, a APAL quer implementar ideias e projetos em cooperação com associados e entidades públicas, assumindo ações muito focadas na promoção e venda, em várias regiões de Espanha, Irlanda, Reino Unido, França e Alemanha.

No capítulo da promoção, a aposta passa também pelo desenvolvimento de trabalho efetivo junto dos órgãos de comunicação social, para aumentar notoriedade do destino Albufeira.

Roadshow em Sevilha

BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa

Comemoração do 20.º aniversário da APAL

Fam Trip Irlanda

Roadshow no Porto e Norte

Roadshow em Boston e Nova Iorque

Fam Trip Reino-Unido

## Duas décadas de APAL

A APAL assinala, em 2024, duas décadas de existência ao serviço do turismo, ao serviço de Albufeira. Este importante marco começou por ser assinalado logo no início do ano com a renovação da identidade visual.

Na sequência desta alteração, foram e serão desenvolvidos novos suportes de comunicação, com base no resultado das reuniões tidas com associados e entidades ligadas ao setor, implementando uma estratégia consensual que represente uma mais-valia para Albufeira e para as empresas e entidades que aqui intervêm.

No âmbito das comemorações dos 20 anos, a APAL organiza um conjunto de eventos que visam fomentar a reflexão, o networking e a interação entre associados e a comunidade em geral.

O objetivo é comum, alicerçado no conhecimento profissional e na vontade de valorizar um território que reúne milhares de empresas, gera dezenas de milhares de empregos que se propagam por toda a região e gera riqueza para o país.

IFTM Top Resa de Paris

Ação promocional para mercado alemão

Ação promocional para mercado espanhol

É pela luz
É pelo mar
É pelas pessoas
É pela memória

**É por Albufeira**

apal
20 anos

EDIÇÃO:

apal
agência de promoção
de albufeira