



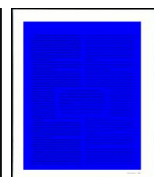
---

# ANDRÉ JORDAN

Há 50 Anos por Portugal  
50 years for Portugal

---





Vim viver para Portugal em 1970, porque, depois de ter visitado o país, enquanto o meu pai vivia no Estoril, e de ter passado aqui algum tempo a tratar da liquidação dos seus negócios após a sua morte em 1967, e após experiência na Argentina e no Uruguai, nos Estados Unidos e na França, com passagem pela Venezuela, Porto Rico e as Bahamas, fiquei convencido de que, não vivendo no Rio de Janeiro, Portugal, em particular Lisboa e o Algarve, reunia as características urbanas, climáticas, humanas e sociais que eu procurava para desenvolver projectos integrados de habitação e lazer para um mercado internacional de nível alto.

A minha avaliação demonstrou estar correcta e, ao longo dos quase 50 anos em que aqui estou, criei as duas coisas que mais me importam na vida: os meus quatro filhos e oito netos, e os meus empreendimentos.

O Portugal que identifiquei nos anos 60 era, como se diz vulgarmente no Brasil, «devagar, quase parando». Nos anos subsequentes, assistimos a uma extraordinária evolução em todas as áreas: desenvolvimento urbano, indústrias, comércio, saúde, educação e paz social, a par de um significativo aumento da longevidade, dada a grande capacidade dos portugueses para se adaptarem ao bom e aguentarem o mau. Ainda assim, é importante reconhecer que continuamos economicamente desfasados dos nossos companheiros da União Europeia e arriscamo-nos a perder a oportunidade gerada pelo sucesso do turismo e do imobiliário residencial para os estrangeiros e, inclusive, para os nacionais. Deixamo-nos embalar pela manipulação das estatísticas e pelos prémios oferecidos por organizações que os comercializam.

O turismo e a actividade imobiliária relacionada cresceram ao longo dos anos de forma quase espontânea, graças às nossas qualidades e conhecidas atracções, com uma pequena actividade de promoção, seja por parte do Estado, ou dos privados. Estes, por sua vez, mostram-se pouco vocacionados para uma actuação conjunta no sentido de atrair e fidelizar os nossos clientes naturais.

O Governo estimulou o investimento estrangeiro no mercado imobiliário, graças aos programas Golden Visa e Residente Não Habitual. Apesar de algumas críticas internas e de outras vindas do exterior, programas desse tipo existem em muito maior escala em países nossos concorrentes, tais como Espanha.

É imprescindível consolidar um processo que o Presidente da APEMIP, Luís Lima, chama de «união de facto: Imobiliário e Turismo», pelo que essa união tem um impacto crucial no emprego e na construção. Temos de resistir às pressões das autoridades bancárias europeias contra esses sectores, o que se deve à timidez das autoridades do sector económico e

I came to live in Portugal in 1970 because after having visited the country while my father lived in Estoril and having spent some time here winding up his business affairs, following his death in 1967, after experience in Argentina and Uruguay, in the United States and in France, and having spent time in Venezuela, Puerto Rico and the Bahamas, I was convinced that, not living in Rio de Janeiro, Portugal, and in particular Lisbon and the Algarve, enjoyed the urban, climatic, human and social characteristics that I was looking for to develop integrated housing and leisure projects for a high-level international market.

My assessment turned out to be correct and, over the almost 50 years I've been here, I have created the two things that matter most to me in life: my four children and eight grandchildren, and my developments.

The Portugal that I identified in the 1960s was, as is commonly said in Brazil «slow, coming to a halt». In the years that followed, we have witnessed extraordinary developments across all areas: urban development, industry, commerce, health, education and social peace, together with a significant increase in longevity, given the great ability of the Portuguese to adapt to what is good and endure what is bad. Nevertheless,

it is important to recognise that we remain out of step, economically, with our European Union partners and risk missing the opportunity generated by the success of tourism and residential real estate for foreigners, as well as nationals. We have let ourselves be bogged down by the manipulation of statistics and the awards offered by organi-

sations that market them.

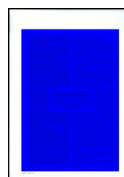
Tourism and the related real estate activity have grown over the years almost spontaneously, thanks to our well-known qualities and attractions, with a small amount of promotional activity either by the state or privately. These, in turn, seem barely suited to working together to attract and retain our natural customers.

The government has stimulated foreign investment in the real estate market, thanks to the Golden Visa and Non-habitual Residency programmes. Despite some criticism within Portugal and more coming from abroad, such programmes exist on a much larger scale in our competitor countries, such as Spain.

It is imperative that we consolidate a process that APEMIP chairman Luís Lima refers to as «life partners: Real Estate and Tourism», in that this partnership has a crucial impact on employment and construction. We must resist the pressure of European banking authorities against these sectors, which is down to the coyness of the Portuguese economic and financial sector authorities in making people understand the

... arriscamo-nos a perder a oportunidade gerada pelo sucesso do turismo e do imobiliário residencial para estrangeiros e, inclusive, para os nacionais. \\ ... we risk missing the opportunity generated by the success of tourism and residential real estate for foreigners, as well as nationals.





financeiro portugueses em fazer compreender a importância estratégica que essas duas indústrias têm para o emprego e bem-estar dos portugueses.

Por outro lado, existe pouca disposição dos empresários do sector e das autoridades oficiais do turismo para a promoção conjunta de programas culturais e artísticos que despertem o interesse dos segmentos mais sofisticados dos nossos mercados-alvo e que são clientes naturais da sobriedade, bom gosto e hospitalidade do estilo de vida do nosso país.

Devemos reconhecer as lacunas da nossa oferta no que se refere a museus e à animação, ambos sectores muito mais desenvolvidos e abundantes nos países europeus, que são os principais emissores de visitantes para Portugal.

É, nesse sentido que, há vários anos, venho acompanhando o absurdo debate sobre a conveniência da existência de um Museu dos Descobrimentos. A maioria dos nossos visitantes, justamente os europeus, estudou os nossos Descobrimentos nas suas escolas e chegam a Portugal na ansiedade de ver a ilustração dessa saga. Basta ver a grande frequência à Torre de Belém e à Fortaleza de Sagres, que, apesar não terem nada em exibição, correspondem ao apelo da história.

Outra grande lacuna nas principais zonas turísticas portuguesas é a ausência de um centro comercial dedicado à produção nacional de artigos de qualidade. Refiro a louça, cristaleria, joalheria, arte, moda, mobiliário, tapeçaria... A grande maioria do que é vendido na Avenida da Liberdade, por exemplo, é de produtos estrangeiros, pelo que o benefício nacional desse grande movimento comercial é praticamente nulo. Os visitantes têm dificuldade em encontrar produtos portugueses. Sugiro a criação de centros comerciais BEST OF PORTUGAL em Lisboa, Porto e Algarve, o que seria não só uma promoção das indústrias portuguesas como também uma grande atracção turística.

Com objectivo de recolher os contributos de personalidades portuguesas e de estrangeiras que aqui vivem ou viveram, para que ajudem com a sua experiência, o que pode ser muito valioso para o desenvolvimento do turismo, proponho a formação de um Conselho Consultivo Estratégico para a Promoção do Turismo, para dar pareceres e sugerir actividades promocionais, com a eventual contratação de organizações especializadas nacionais e internacionais. Lisboa, o Porto, o Algarve e a Madeira estão bem servidos em matéria de hotelaria e restauração mas carecem de eventos e atracções nocturnas.

O anúncio da construção de um novo centro de congressos na FIL da Expo, vem suprir a capacidade de receber grandes eventos internacionais, como foi a *Web Summit*, por exemplo.

Depois de 50 anos em Portugal não tenho queixas e só gratidão, e como português, que também sou, tenho direito de crítica.

strategic importance that these two industries have for the employment and well-being of the Portuguese.

On the other hand, there is a lack of willingness on the part of entrepreneurs within the sector and tourism authorities to jointly promote cultural and artistic programmes that appeal to the more sophisticated segments of our target markets and who are natural customers of the simplicity, good taste and hospitality of the lifestyle of our country.

We must recognise the shortcomings of the attractions we have to offer in terms of museums and entertainment, sectors that are much more developed and abundant in other European countries, from which the majority of visitors to Portugal come.

This is why for several years now I have been following the absurd debate about the suitability of opening a Museum of the Discoveries. Many of our visitors, specifically Europeans, have studied our discoveries at school and come to Portugal eager to see an illustration of this saga. The great number of visitors to the Tower of Belem and the Fortress of Sagres provide proof enough. Their historical interest is of great appeal, despite them having nothing on display.

Devemos reconhecer as lacunas da nossa oferta no que se refere a museus e à animação. \\ We must recognise the shortcomings of the attractions we have to offer in terms of museums and entertainment.

Another major shortcoming in the main Portuguese tourist areas is the absence of a shopping centre dedicated to Portuguese production of quality items. By this I mean tableware, crystal ware, art, fashion, furniture, rugs... The majority of what is sold on the Avenida da Liberdade, for ex-

ample, is foreign products, meaning that the national benefit of this great commercial movement is practically zero. Visitors have trouble finding Portuguese products. I would suggest the creation of BEST OF PORTUGAL shopping centres in Lisbon, Oporto and the Algarve, which would not only promote Portuguese industries, but also be a major tourist attraction.

With the aim of gathering contributions from Portuguese personalities and foreign ones, who live or have lived here, getting them to help with their experience, which can be very valuable for the development of tourism, I propose the formation of a Strategic Advisory Council for the Promotion of Tourism, to provide advice and suggest promotional activities, with the possible hiring of specialised national and international organisations. Lisbon, Oporto, the Algarve and Madeira are well served in terms of hotels and restaurants, but they lack events and nightlife.

The announcement of the construction of a new congress centre in the FIL, in the Parque das Nações, will ensure the ability to host major international events, such as the 'Web Summit', for example.

After 50 years in Portugal I have no complaints and only gratitude, and as a Portuguese, which I am also, I am entitled to criticise.