

# Acordo SGPS prevê vender 40% do Bom Sucesso a britânicos

Empresa vai ter uma rede de agentes no Reino Unido e escritório em Londres

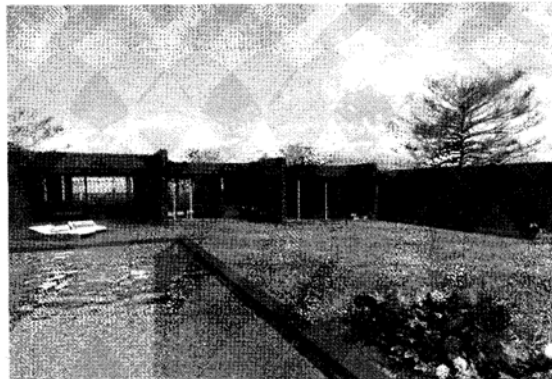
Ana Torres Pereira atp@mediafin.pt

A Acordo SGPS, que abre hoje um escritório no Reino Unido, prevê vender 40% do seu empreendimento Bom Sucesso a britânicos. A meses de arrancar com a comercialização da segunda fase do projecto, a Acordo reforça a sua aposta naquele mercado, abrindo um escritório no país.

“O objectivo é estar mais próximos dos novos clientes, mas também dar apoio a quem já o é”, diz Gonçalo Castelo Branco, administrador da empresa. Quanto ao investimento, o responsável não quis avançar valores, acrescentando apenas que “este gasto só é suportado pelo volume de vendas, mas vai ser anualmente de algumas dezenas de milhares de euros”.

A promotora do Bom Sucesso irá manter uma pequena rede de agentes no Reino Unido que terão como âncora o escritório em Brompton Road, a escassos metros do conhecido Harrods, na zona de Knightsbridge.

Na primeira fase do projecto,



**Bom Sucesso** | Já estão vendidas 510 unidades do Aldeamento do Lago.

“vendemos cerca de 140 unidades no Reino Unido e estamos optimistas quanto à segunda fase”, acrescentou Gonçalo Castelo Branco. Essas 140 casas geraram receitas de 50 milhões de euros. Esta fase do Bom Sucesso, denominada Aldeamento do Lago, é composta por 600 unidades, já estando vendidas 510 unidades (vendas de cerca de

200 milhões de euros).

“Desde que começámos em 2005 vendemos 180 a portugueses e o restante foi disperso por ingleses (140), espanhóis (120), irlandeses (40) e dinamarqueses (30)”, detalhou o administrador. Gonçalo Castelo Branco adiantou ainda que “o ritmo de vendas foi superior ao inicialmente esperado”.

## Dono do Harrods aconselha Portugal a fazer mais marketing

➔ “Portugal precisa de fazer mais marketing. Como a Espanha!” O conselho foi dado pelo dono do Harrods, Mohamed Fayed, durante a campanha de promoção turística que o Governo português lançou ontem nos emblemáticos armazéns londrinos. “É um país lindo”, comentou ainda Mohamed Fayed, que apareceu de surpresa nesta acção organizada em Londres pelo Instituto de Turismo de Portugal, que implicou um investimento de 500 mil euros. As palavras do milionário inglês encaixaram, na perfeição, na estratégia que havia sido definida pouco tempo antes pelo secretário de estado do Turismo. “Queremos mudar a percepção dos turistas estrangeiros, mostrando um conjunto de oportunidades de qualidade”, afirmou Bernardo Trindade aos jornalistas. Quanto à promoção no Harrods, que irá durar até final de Outubro, Bernardo Trindade adiantou que “num segundo momento estamos dispostos a investir mais para ter produtos portugueses durante um período mais longo nestes armazéns”.

O objectivo do Executivo é “encontrar parceiros de qualidade para dar uma imagem diferente de Portugal nos principais mercados emissores”, como Espanha, França e Alemanha, além do Reino Unido. O mercado inglês tem estado a crescer a um ritmo de 6% em 2007, sendo que no ano passado o desempenho foi quase nulo em termos de crescimento. Quanto a receitas turísticas, o mercado britânico representa 25% dos gastos que provêm do estrangeiro, sendo que no primeiro semestre esse montante ascendeu a 1,6 milhões de euros. Em termos globais, o Governo irá gastar 1,6 milhões de euros na promoção de Portugal no mercado do Reino Unido, o que inclui publicidade nas estações de metro e comboio, nos órgãos de comunicação social, nos táxis e no festival Atlantic Waves. Este ano a campanha de promoção turística do País no estrangeiro ascende a sete milhões de euros. **ATP**