

# Diário de Notícias

---

## Verão, Algarve e o Sasha

A aproveitando o "longo" fim-de-semana de Agosto decidi corresponder às insistentes sugestões da minha filha e fazer uma incursão nocturna ao Sasha na Praia da Rocha. Após um jantar de peixe grelhado no Sueste e equipado a rigor para me movimentar na areia da praia, pelas 23 horas (cedo para os frequentadores habituais) fui conhecer o novo e mediático projecto de summer beach entertainment de Luis Evaristo.

Com um enquadramento excepcional, entre o castelo, a marina e o mar, um espaço pequeno e confinado no areal frente a um dos apoios de praia, uma decoração simples mas com bom gosto e uma receita que incluía boa música, patrocinadores com ideias criativas, performances de bons entertainers, e gente bonita... muita gente nova e bonita, da qual, muitos estrangeiros, Luis Evaristo surpreendeu - nos com uma ajustada solução e, durante um mês, todas as noites recebeu no Sasha entre três a quatro mil pessoas, maioritariamente jovens em férias, que se divertiam a valer, inovando um conceito, aliás há anos aplicado com sucesso em várias praias de Ibiza, na célebre Nikki beach, e em alguns all inclusive resorts nas Caraibas.

Não vamos discutir aqui e agora o "metafísico problema" de saber que tipo de clientela o Algarve deve preferencialmente atrair. A realidade é que a região é procurada por vários segmentos e nichos do mercado turístico, por nacionais e estrangeiros, por ricos, classe média e pessoas com menos rendimentos, por jovens, casais novos, famílias, seniors, etc., e, por isso, necessita de projectos de animação e entretenimento com características diversas e dirigidos a estes diferentes públicos.

Construída a imagem e existindo a percepção de que o Algarve é um destino "calmo", não deve transmitir-se a ideia de que é um destino "morto", e que os turistas, principalmente os jovens que querem divertir-se, têm de ir para Espanha ou para as Caraibas para usufruírem do que procuram. Nada obsta pois que a região apresente três ou quatro spots conhecidos internacionalmente como de boa e sofisticada (in) animação e entretenimento. Quem quer vai, quem não está interessado escolhe outras zonas mais calmas, procurando outro tipo de animação mais apelativa para o respectivo escalão etário ou condição social ou, simplesmente, fica em casa ou no hotel.

Face à brutal competição entre os destinos de resort, as regiões de vocação turística do País não podem ficar indiferentes às questões da animação e do entretenimento turístico e da respectiva importância em termos de atractividade. Veja-se, aliás, as contribuições das Docas e da 24 de Julho para a atracção de uma nova procura e para o reposicionamento do destino Lisboa, e do cais de Gaia e da ribeira, para a revitalização turística do Grande Porto.

Como em tudo, incentive-se quem tem imaginação e saiba concretizar com qualidade, e condicione-se quem propõe a vulgaridade ou a tendência para o "chinelos".

Luis Correia da Silva  
Administrador de empresas

publicado a 2006-09-11 às 00:00

---

Para mais detalhes consulte:  
[http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content\\_id=645813](http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=645813)

GRUPO CONTROLINVESTE  
Copyright © - Todos os direitos reservados