

ID: 114706466

01-12-2024

# Tradição e cultura: O “casamento perfeito” da Vista Alegre com os hotéis Montebelo

O Montebelo Hotels & Resorts, do grupo Visabeira, conta com dois hotéis aliados à marca Vista Alegre: um em Ílhavo, Aveiro, e outro em Lisboa, no Chiado, inaugurado no ano passado.

Texto **Carla Nunes** Fotografia **DR | Just Frame It**

## MONTEBELO VISTA ALEGRE LISBOA CHIADO HOTEL

Localizado no Largo Barão Quintela, o mais recente hotel Montebelo aliado à marca faz uso das antigas instalações da Vista Alegre



**EM 2015, OS MONTEBELO HOTELS & RESORTS**, que integram o grupo Visabeira, abriram o primeiro hotel com a marca Vista Alegre no local onde esta nasceu, em Ílhavo, Aveiro.

Foi junto à fábrica da Vista Alegre que o grupo ergueu aquele que hoje é conhecido como o Montebelo Vista Alegre Ílhavo Hotel, aproveitando o espaço que agregava muito mais que uma unidade fabril. Com um bairro pró-

prio para os trabalhadores da Fábrica da Vista Alegre, uma capela, teatro e até um clube de futebol e quartel de bombeiros – o Sporting Clube da Vista Alegre e o Corpo de Bombeiros Privativo da Vista Alegre, respectivamente – o grupo hoteleiro viu neste espaço a possibilidade de proporcionar experiências.

Já no ano passado, o grupo abriu o Montebelo Vista Alegre Lisboa Chiado Hotel, no edifício que albergou os antigos escritórios da Vista



### Alegre na capital.

No ano em que esta marca celebra 200 anos, e após a sua aquisição pela Visabeira em 2009, a Publituris Hotelaria falou com Jorge Costa, vice-presidente do Conselho de Administração da Visabeira Turismo, sobre a ligação dos hotéis Montebelo com a Vista Alegre e os planos para o futuro.

Jorge Costa começa por explicar que após a aquisição da Vista Alegre, o espaço que era “tão especial, junto à fábrica” foi visto com interesse: “Tinha potencial para se fazer algo, de incluirmos a hotelaria e, no fundo, proporcionar uma experiência única aos hóspedes”. Se o projeto inicial foi visto com alguma suspeita “mesmo [por] pessoas do setor hoteleiro”, que consideravam “que não era um local para fazer um investimento daquela dimensão”, Jorge Costa garante que “neste momento é o hotel que tem tido melhores resultados ao longo de quase dez anos”.

— **JORGE COSTA,**  
 vice-presidente  
 do Conselho de  
 Administração da  
 Visabeira Turismo

Na opinião do administrador, “esses resultados têm [a ver] com a ligação de um conceito de hotelaria a uma marca como a Vista Alegre, com tanta tradição e cultura. Diria que é um casamento perfeito. Naquele local proporcionamos uma experiência diferente ao hóspede”.

Desde os vários pisos do edifício moderno, na ala nova, que têm a descrição do processo de produção da porcelana, o hotel oferece aos hóspedes a possibilidade de fazer *workshops* de pintura e visitas ao museu e à parte da produção.

Para Jorge Costa, esta oferta não se cinge apenas ao hóspede que viaja em lazer, com o público de reuniões, incentivos, conferências e exposições (MICE, na sua sigla em inglês), a procurar uma oferta diferente: “Mesmo o segmento MICE procura muito mais do que uma boa sala de reuniões e uma boa oferta de restauração. As pessoas cada vez mais querem que seja uma experiência diferente, uma experiência única. Aí, a Vista Alegre é um *match* perfeito para proporcionar uma melhor experiência hoteleira”, assegura o vice-presidente. Por forma a garantir que o projeto hoteleiro não deturpa a história do local, e para que a ligação entre a marca e o hotel seja bem sucedida, Jorge Costa explica que é necessário “preservar ao máximo a história e as características originais do edifício”, não deixando morrer a história: “É preciso proporcionar às pessoas experiências que de alguma forma lhes permitam reviver a história ou conhecer a história. Isto é uma coisa muito dinâmica, mais do que ter simplesmente um museu”, defende.

### A Vista Alegre no Chiado

Já na capital, o Montebelo Vista Alegre Lisboa Chiado Hotel celebra um ano de atividade. Apesar de Jorge Costa garantir que o projeto “tem corrido bastante bem”, admite que este pode ser encarado de duas formas: como um hotel com uma “localização ótima”, podendo ser visto com uma unidade em que é “difícil ter maus resultados”; ou como uma unidade que reúne à sua volta “uma concorrência de muita qualidade”, sendo por isso um “desafio enquadrá-lo no segmento de hotel boutique de cinco estrelas”. Mais uma vez, o profissional defende que a associação à Vista Alegre cria o elemento diferenciador.

“Este hotel proporciona às pessoas um conhecimento de uma realidade muito portuguesa, com muita história, muita tradição, e isso potencia a experiência de não ser só um hotel



bem decorado, confortável, bem localizado”. Do conjunto de experiências proporcionadas por este hotel de 57 quartos e suites, Jorge Costa destaca a promoção da deslocação dos hóspedes desta unidade até Ílhavo, para conhecerem a fábrica da Vista Alegre. Aqui, destaca duas realidades: a do hóspede que já conhece bem a marca, como é o caso do mercado brasileiro, “um cliente de peso” no hotel do Chiado; e a do público que não conhece a marca, achando que se trata apenas do nome do hotel.

“O hotel também funciona de alguma forma como uma montra, [para] mostrar o que de melhor se faz de Portugal. Cria uma dinâmica

entre a marca Vista Alegre e o hotel”, afirma Jorge Costa.

No caso do Montebelo Vista Alegre Lisboa Chiado Hotel tem-se registado, “em linha com o resto do mercado, um volume surpreendente do mercado dos Estados Unidos”, cujo peso na ocupação do hotel ultrapassa os 50%. A acompanhar seguem-se os mercados do Brasil, Angola, Reino Unido, França e Espanha. A taxa de ocupação média do hotel ronda os 70% a 80%.

### Os hotéis Montebelo

Ao longo de 2024, os hotéis do grupo Montebelo Hotels & Resorts registaram uma ocupação média à volta dos 60%, esperando-se que o indicador cresça na ordem dos 5% até ao final deste ano. Já a nível de preço, a percentagem de crescimento entre 2023 e 2024 esteve entre os 5% e os 10%.

O crescimento é atribuído por Jorge Costa “não só a uma questão de mercado”, mas também ao facto de o grupo ter apostado numa vaga de renovações nos seus hotéis, além do trabalho “muito relevante em termos de promoção da região Centro”, onde detém várias unidades hoteleiras.

Nesta região, Jorge Costa afirma que os principais mercados nos hotéis Montebelo são os de Portugal e Espanha, com os mercados inglês e francês a crescerem “com alguma expressão”. Contudo, a maior expectativa de crescimento recai no mercado dos Estados Unidos.

“Este público português, espanhol e algum europeu, já está conquistado e, de alguma forma, fidelizado. O trabalho que tem de ser feito, é, de facto, com o público norte-americano e brasileiro”, refere.

Com a unidade de apartamentos Montebelo Lisbon Downtown Apartments a liderar em termos de taxas de ocupação e preços, Jorge Costa destaca o desempenho do Montebelo Vista Alegre Ílhavo Hotel e do Montebelo Mosteiro de Alcobaça Historic Hotel, a par do Montebelo Aguireira Lake Resort & Spa – cuja remodelação e reposicionamento levaram a “um grande incremento no segmento MICE”. Quanto a futuras unidades hoteleiras, Jorge Costa refere que a aposta será essencialmente em território nacional, revelando que gostariam “de avançar para norte e a sul de Lisboa”. Como afirma, “estamos a olhar para as oportunidades que vão surgindo. Queremos sempre unidades que, de alguma forma, sejam especiais e que tenham ligação ao património”. **h**

### HISTÓRIA NOS DETALHES

Na receção do Montebelo Vista Alegre Lisboa Chiado Hotel, um quadriptico mostra os motivos mais icónicos da Vista Alegre ao longo de 200 anos