

Experiências regionais são extensíveis à cozinha do eco-hotel

Além da montra de doces e outros valores gastronômicos do Alentejo instalada no edifício do hotel, os hóspedes têm a oportunidade de conhecer os pratos tradicionais da região no serviço “chef on demand” do Hotel Rural Monte da Provença. Os clientes têm apenas de reservar a iguaria que querem experimentar e desfrutar da refeição no ambiente tipicamente alentejano do eco hotel.



Desenvolvimento e emprego regionais são preocupações do negócio

A criação de postos de trabalho e o desenvolvimento da economia e do tecido empresarial da região são prioritários para o Hotel Rural Monte da Provença. “Todos os nossos colaboradores são da região e contribuímos também através de parcerias e fornecedores para o desenvolvimento da região. Tentamos, em todas as áreas, comprar a produtores da região” e os “fornecedores locais são quase 90% do total”, refere Filipe Figueiredo.



Eco hotel projeta os valores do Alentejo além-fronteiras

O Hotel Rural Monte da Provença nasceu em fevereiro de 2015 com a recuperação e expansão de uma ruína em Elvas, inserindo-se na categoria de hotéis de charme. A missão do empreendimento turístico ecológico e sustentável é reforçar o “branding” da região alentejana fora de portas, revelando a história, a cultura, a gastronomia, o artesanato e os vinhos locais. No primeiro ano de atividade, o eco hotel associado da ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários acolheu hóspedes de 26 nacionalidades distintas, registando uma ocupação média a rondar os 45%. Para o ano 2016, crescimento é a palavra de ordem.

Com a traça alentejana exata dos solares antigos da região, o Hotel Rural Monte da Provença combina o visual histórico com a comodidade moderna para proporcionar estadias diferentes aos clientes. Filipe Figueiredo, empreendedor responsável pelo lançamento do projeto, esclarece que esta mistura “impressiona favoravelmente os hóspedes ao aliar um retorno ao passado com todo o conforto moderno e contribui para o bom ordenamento paisagístico e cultural do Alentejo”.

O eco-hotel pretende realçar os valores da região alentejana no mercado interno, mas aposta sobretudo no público internacional através de uma presença ativa em diferentes plataformas de promoção digital do negócio. “Apostámos em segmentos de mercado essencialmente estrangeiros, promovendo o nosso hotel em vários meios digitais e interativos: TripAdvisor, Booking, Expedia, Facebook, Twitter e blogs da especialidade”, refere Filipe Figueiredo. O trabalho no meio online já começa a revelar resultados, uma vez que o Hotel Rural Monte da Provença já acolheu hóspedes provenientes de 25 nações estrangeiras, contando ainda com excelentes cotações de avaliação no TripAdvisor (5 em 5 pontos



“O hotel impressiona positivamente os hóspedes ao aliar o retorno ao passado com o conforto moderno, contribuindo para o bom ordenamento paisagístico e cultural do Alentejo.”

possíveis) e no Booking (rating de 9.4 em 10 pontos possíveis).

No mercado nacional, o hotel trabalha em parceria com várias agências para a angariação de novos clientes. O ano de 2015 terminou com uma taxa de ocupação média de 45% e as previsões para 2016 já estão traçadas: “crescer para os 50% ou mais”, afirma Filipe Figueiredo. Entre o perfil de clientes que habitualmente se ins-

tala no Hotel Rural Monte da Provença, o empreendedor responsável pelo projeto destaca dois segmentos: o Turismo Sénior e os visitantes de Patrimónios Mundiais.

O Turismo Sénior “não tem restrições de fim-de-semana e reuniões empresariais, normalmente durante a semana, e ajuda a contrariar a ocupação tradicional que durante a época baixa se concentra nos fins-de-semana”, refere o responsável. “O seg-

mento que visita Patrimónios Mundiais é importante pois estamos num triângulo muito atrativo: Elvas, Évora e Mérida”, complementa Filipe Figueiredo.

O primeiro ano de atividade do Hotel Rural Monte da Provença foi coroado com algumas distinções, nomeadamente no Booking, onde o hotel conquistou o Booking.com 2015 Award Winner devido às notas positivas atribuídas pelos clientes nos seus comentários. No TripAdvisor, o estabelecimento lidera o ranking de hotéis em Elvas e foi premiado com o nível GreenLeaders Platinum level (distinção para as práticas ecológicas dos estabelecimentos hoteleiros).

Experiências imersivas e ecologia são fatores-chave para o sucesso

Na promoção diária dos produtos e da cultura alentejana, o Hotel Rural Monte da Provença estabeleceu uma rede de parcerias que proporciona experiências únicas aos hóspedes e dinamizou uma montra com produtos tradicionais da região para venda, sem nunca descorar a postura ecofriendly. “Provas de vinho, visitas a adegas, passeios de balão, pesca da carpa, birdwatching ou passeios a cavalo”

são algumas das atividades mais requisitadas pelos hóspedes, segundo Filipe Figueiredo.

O eco hotel disponibiliza também um espaço para compra de artigos de cortiça, joalharia artesanal, doces típicos e vinhos da geografia alentejana. Para complementar as atividades no terreno e a vertente comercial do projeto, o hotel está em conversações com vários players para operacionali-

zar outros tipos de experiências como seminários de gastronomia e outras iniciativas que aproximem os hóspedes da cultura local.

No plano ecológico, o Hotel Rural Monte da Provença assume uma postura ativa na defesa da sustentabilidade ambiental. “Produzimos mais de metade da eletricidade consumida através dos painéis fotovoltaicos, o aquecimento de águas e o aquecimento central

são feitos por coletores solares, auxiliados por caldeira a pellets nos dias mais frios ou chuvosos. Tanto o aquecimento como o arrefecimento no verão são feitos por piso radiante e todas as nossas lâmpadas são LED”, menciona o responsável pelo projeto. O hotel está ainda a medir com regularidade os consumos efetuados e a trabalhar para a certificação final de ECO Hotel da Thuv Reihn-

land.

A política ecológica do Hotel Rural Monte da Provença permitiu poupar mais de 14 mil kwh de energia elétrica, mais de 23 mil kwh de energia térmica e reciclar 115 litros de óleo vegetal. O estabelecimento plantou ainda 400 árvores e arbustos, envolvendo ainda colaboradores, hóspedes, parceiros e fornecedores no seu programa de eco política.