

# Ambitur

Magazine de Profissionais de Turismo | Maio 2013 | nº 259 | Director: Pedro Chenrim | [www.ambitur.pt](http://www.ambitur.pt)



**Dom Pedro Palace**  
\*\*\*\*\*

A sua reunião é importante  
A nossa experiência vai a

20 salas em Lisboa, até 400  
[www.dompedro.com](http://www.dompedro.com)



**ESPECIAL**  
**Porto e Norte**  
*Um destino de experiências diferenciadoras*  
// pág. 15

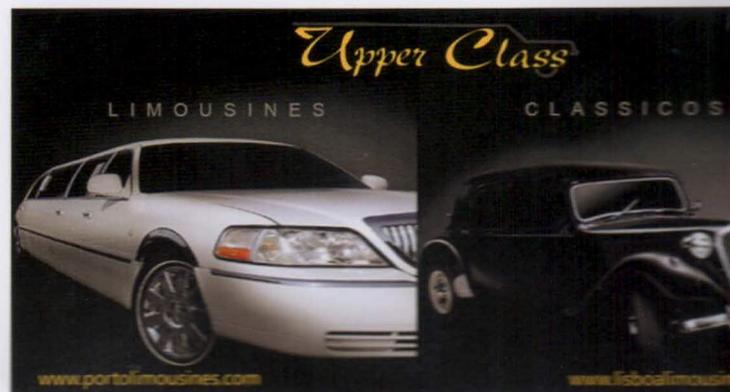
**SPECIAL**  
**IMEX**  
*Portugal is waiting for you*  
// booklet

**ENTREVISTA**  
**Rodrigo Machaz, Memmo Hotels**  
*“A verdadeira essência da hotelaria é a arte de bem receber,”*  
// pág. 12



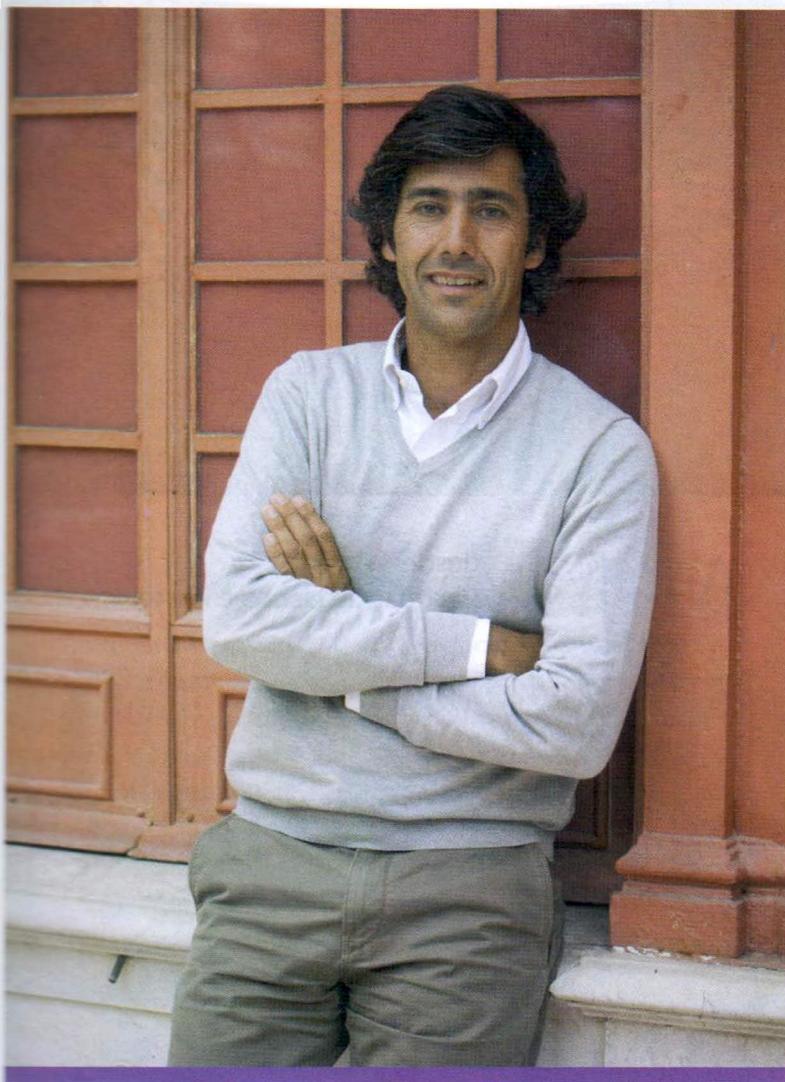
**MADRE DE AGUA**  
\*\*\*\*\*

**DESCUBRA OS ENCANTOS DA SERRA DA ESTRELA**  
Vinhó | Gouveia - Tel: +351 238 490 500 | <http://madredeaguahotelrural.pt> | [geral@quintamadredeagua.pt](mailto:geral@quintamadredeagua.pt)



**Upper Class**  
LIMOUSINES CLASSICOS

[www.portolimosines.com](http://www.portolimosines.com) [www.lisboalimosines.com](http://www.lisboalimosines.com)



“A VERDADEIRA  
ESSÊNCIA DA  
HOTELARIA É  
A ARTE DE BEM  
RECEBER.”

De passagem por Lisboa, Rodrigo Machaz, director geral da Memmo Hotels, levou-nos numa viagem pelo projecto da sua vida, aquele que admite ser o realizar de um sonho e que, mais do que uma cadeia de hotéis, pretende ser uma selecção de hotéis, onde a arte de bem receber se torna a missão principal. De Sagres a Alfama, e mais tarde ao Príncipe Real, o conceito Memmo impõe-se assim sem pressas, mas com as certezas de um grupo que sabe muito bem o que quer

“

○ Memmo é um projecto hoteleiro ou um projecto de vida?

O Memmo é um projecto hoteleiro porque acima de tudo é um projecto de várias pessoas. Sou, se calhar, a sua face mais visível, o que normalmente acontece nestas situações, mas como em tudo na vida o projecto não vive de uma pessoa. Somos vários sócios e uma equipa que trabalha todos os dias. Mas sendo um projecto hoteleiro, é claramente o projecto da minha vida. É como percorrer um percurso e chegarmos a uma determinada localização e sabermos que é ali que queremos estar. É o projecto da minha vida porque chego a ele na altura em que me sentia preparado para lá estar. Sempre trabalhei na área da hotelaria e sempre o fiz com o sonho de um dia ter o

meu projecto. O Memmo é um realizar de um sonho e o início de um projecto. Este está na sua fase de crescimento, tendo passado pelo seu arranque, que incidiu no lançamento de uma marca e de um conceito. A fase de crescimento é um desafio enorme. Estamos com «as dores de crescimento», pois saber crescer não é fácil.

O Memmo é o que for, na certeza que queremos que seja o melhor possível, sem estarmos a pensar quantos hotéis queremos daqui a 10 anos. Temos a certeza que queremos crescer com segurança, o crescimento é fundamental, quando não crescemos estagnamos. Queremos dar os passos certos e isso demora. Vamos abrir agora o Memmo Alfama, cinco anos depois de termos aberto o Memmo Baleeira,

ao qual se seguirá o Memmo Príncipe Real. Somos muito selectivos a escolher os projectos, primeiro porque não temos pressa, segundo porque queremos ter a certeza que aquele é seguramente o projecto que faz sentido para a nossa selecção. Costumo dizer que não procuramos uma cadeia de hotéis, mas sim uma selecção de hotéis.

Um conceito, uma imagem e um produto foi o que apresentaram ainda antes da abertura do Memmo Baleeira. Não era habitual esta preocupação nos hotéis que abriam no país. É fundamental a estratégia assentar nestes pontos? A minha família esteve desde sempre ligada à hotelaria. Desde o primeiro dia que nos preocupámos ao nível do investimento do projecto na

Somos muito selectivos a escolher os projectos, primeiro porque não temos pressa, segundo porque queremos ter a certeza que aquele é seguramente o projecto...



marca. Tínhamos um hotel para recuperar, não fazíamos ideia do que queríamos ali fazer, fomos então na altura (seis anos) ter com a Brandia, que nos ajudou a trabalhar o conceito. Este passo foi muito importante para clarificar o posicionamento do hotel. Quando soubemos qual era a nossa marca, o que ela prometia, qual a sua missão, o seu cliente target, entre outros, facilitou tudo o resto. Tudo é muito mais fácil quando sabemos o que queremos.

Hoje, quando procuramos um hotel Memmo, temos a noção se determinada edifício o pode ser ou não. Entrámos num conceito de hotelaria, que é o que eu gosto, que consiste mais em vender sonhos do que sono. Não estamos num conceito fechado.

Pretendemos dar mais que uma boa cama ou uma boa refeição, queremos vender uma emoção, permitindo descobrir o destino onde o hotel está inserido.

**Qual o lugar do hotel que vão abrir em Lisboa, no posicionamento que estamos a falar?**

O lugar do novo hotel de Lisboa é "quase" como o de um segundo filho numa família. Vai ganhar o seu espaço. Abrimos o primeiro projecto em Sagres, sendo que

“  
Entrámos num  
conceito de  
hotelaria, que é o  
que eu gosto, que  
consiste mais em  
vender sonhos do  
que sono.

o nosso desafio foi vender o destino e sempre ambicionámos desde o primeiro dia vir para Lisboa. Aqui queremos encontrar, mais uma vez, uma maneira diferente de estar na cidade. Não pretendíamos estar nas avenidas principais, mas que numa Lisboa autêntica, procurando esse lado das emoções. Costumamos dizer que para nós as cidades são os novos países e os bairros as novas cidades.

Alfama aparece espontaneamente porque não tem nenhum hotel, é um lado diferente da cidade, talvez como Sagres, em que muita gente lá vai, mas não fica lá. É um local em que vale a pena a vivência, sendo um dos mais típicos de

Lisboa.

O Memmo do Príncipe Real vai ser um terceiro filho dentro desta sequência. A nossa ambição como projecto hoteleiro é vender sítios inesquecíveis em Portugal.

A missão é dizermos que há um produto Portugal que vale a pena descobrir. Não posso deixar de dizer que olhamos para o Porto como um destino natural onde gostaríamos de estar, porque tem várias variantes e um lado autêntico de Portugal.

**O novo Memmo Alfama é muito diferente do hotel de Sagres?**

O ponto comum das unidades é dar um lado diferente e inesquecível dos destinos onde se inserem.

Pretendemos ver os hotéis não como pontos de chegada, mas sim de partida. Ao nível do produto este diferencia-se em tudo do Memmo Baleeira. Um tem 144 quartos o outro tem 42, um é um hotel em cima do mar o outro sob o casario de Alfama. Há um lado intimista que queremos ter em Alfama.

Vamos promover ao máximo os vários produtos nacionais de qualidade, desde os refrigerantes aos vinhos. Pretendemos assim que a pessoa conheça mais

Perf  
QUEM É

A hotelaria está-lhe no sangue, que é como quem diz, desde sempre que o ambiente dos hotéis é familiar, e foi precisamente nos hotéis que Rodrigo Machaz deu os seus primeiros passos (literalmente), mais concretamente nos Hotéis Tivoli, fundados pelo avô, Joaquim Machaz, e pelo seu sócio de toda a vida, Manuel Cardoso. E por aí cresceu com os irmãos e os primos, encarando os hóspedes como amigos da família mais do que simples clientes.

Diz mesmo recordar-se de tratar carinhosamente Beatriz Costa, residente do Tivoli Lisboa, por Ti. Talvez daí venha o seu gosto pela arte de bem receber hoje, aos 42 anos acabados de fazer, à frente de um projecto que pretende ser diferenciador, os hotéis Memmo. Nasceu em Lisboa e é aqui que vive, tendo-se licenciado em Gestão de Empresas pela Universidade Autónoma de Lisboa e, mais tarde, em "Advanced Certification in Hospitality Management" pela Cornell University, nos EUA. Enquanto terminava o curso, Rodrigo Machaz fez a abertura do Hotel Alfaz e, uns anos depois, foi trabalhar na Four Seasons, a qual admite ser a "sua" grande escola, passando primeiro por Vancouver depois San Diego e regressando a "casa", ao Ritz Lisboa. Por isso o hoteleiro reconhece que tudo aconteceu tão rápido na sua vida que não sabe se foi ele ter com o turismo ou se foi o turismo a vir ter consigo. Uma coisa sabe este empresário, que nas horas livres gosta de praticar surf e vela, é que trabalhar na Memmo Hotels é um emprego de sonho, e daqui a 10 anos é aí que espera estar.

da identidade do nosso país, queremos que o nosso hotel seja a porta de entrada e descoberta do melhor que Portugal tem para oferecer. Queremos também, avançar com um conceito de late check-in, em que a pessoa chega mas não precisa imediatamente de fazer o seu check-in. Queremos que a preocupação do cliente ao chegar ao hotel seja a de ser bem acolhido. Vamos promover passeios por Alfama, o Memmo Walking Tours, num bairro que é labiríntico porque queremos que a primeira descoberta de Alfama seja feita connosco, com o staff do

que decidiu fazer um hotel em Sagres. Ficámos com o hotel em 2006 e foi totalmente renovado para abrir no Verão de 2007.

**Como é gerir um hotel em Sagres – é um local um pouco isolado, não é turisticamente forte, acaba por ser um destino fortemente sazonal...**

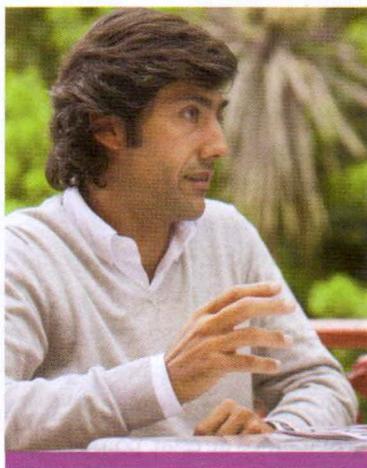
É um sítio difícil para começar, fomos obrigados a aprender rápido. Há algo muito importante, e os empresários hoteleiros têm que ter consciência disso: a integração na comunidade local. Sagres tem uma dificuldade

e mantê-lo revelou-se uma aposta certa. Deu trabalho. Mas conseguiu-se o equilíbrio entre a contemporaneidade que o hotel tem e ao mesmo tempo uma autenticidade da gente dali, o que lhe dá um carácter pessoal. O produto que vendemos é exclusivo e de nicho, mas os nichos são as novas massas para mim.

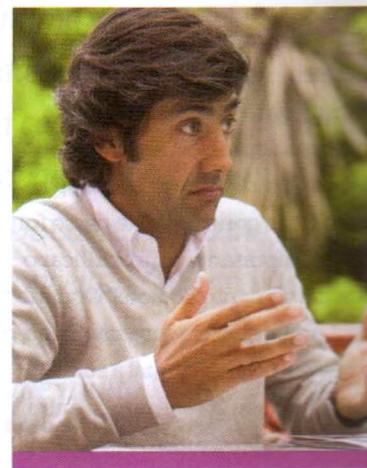
**Há excesso de oferta em Lisboa?**

Acho que há e não há. Se considerarmos que, em muitos casos, há mais do mesmo, então há excesso de oferta;

A quantidade nunca é reveladora. Acho que há uma renovação. Sinto-me bem hoje em dia no meio onde estou. Identifico-me com as pessoas que neste momento trabalham a hotelaria. Acho que a hotelaria ganhou nos últimos 15 anos um novo charme, um novo alento. Claramente sinto que este sangue novo vem dos turismos rurais que começaram a surgir em Portugal nos últimos 15 anos. O sucesso dos turismos rurais resulta do surgimento de um grupo de pessoas novas que não estão realizadas com a vida nas cidades mas tiveram



“  
O ponto comum das unidades é dar um lado diferente e inesquecível dos destinos onde se inserem.



hotel. Continuo a acreditar que a verdadeira essência da hotelaria é a arte de bem receber e, às vezes, nos hotéis esquecemo-nos de receber bem.

A hospitalidade é talvez a palavra-chave na hotelaria.

Estamos na indústria da hospitalidade, e o Memmo Alfama tem uma coisa fabulosa em relação ao Memmo Baleeira, que é a escala. É muito mais fácil trabalhar um hotel com 40 quartos.

**Como arrancou o projecto Memmo?**

Começa com um activo que está no Algarve, que é o antigo Hotel da Baleeira, que fez agora 50 anos, e foi dos primeiros hotéis do Algarve, de uma família algarvia

acrescida, está localizado numa ponta, onde a terra acaba e o mar começa, mas é esse o seu encanto, é o outro lado do Algarve. E tem uma coisa boa: toda a gente sabe onde é fica, há referências. E isso é um activo enorme.

Depois há o desafio de gerir um hotel numa vila. Ao ficarmos com o antigo hotel, ficámos com o activo físico e com o activo humano. Não havia dúvidas que o activo físico tinha de ser remodelado. Mas havia dúvidas quanto ao activo humano. Nunca tive grandes dúvidas

considero é que há pouca oferta diferenciadora.

Há produtos que vieram revolucionar completamente a hotelaria em Lisboa, e uma delas é o alojamento local. Tem que haver regulamentação para não haver estruturas a mais no mesmo sítio. Mas deve-se deixar o mercado funcionar.

**Faz parte de uma nova geração hoteleira, pessoas que cresceram no meio, que tiveram muita cultura passada... esta geração devia ser maior?**

**Em discurso directo:**

**Quando viajo levo sempre comigo... a minha prancha de surf.**

**Para os meus amigos sou... um bom amigo.**

**Para os meus inimigos sou... não tenho inimigos.**

**Daqui a 10 anos estarei... espero que em Sagres.**

**Em tempos de crise não pode faltar... a família.**

toda uma formação nelas. E vão encontrar no turismo uma forma de se realizarem e de terem o seu projecto. E aí parece que a hotelaria voltou à sua essência, de receber bem. Depois começou-se a criar os hotéis de charme, e há um hotel que marca aqui em Lisboa, o Bairro Alto Hotel. Penso que temos muito bons hoteleiros. E identifico-me com eles, metem paixão no que fazem, e estão à espera que o cliente chegue para que se sintam em casa. Outro fenómeno que trouxe uma geração nova de hoteleiros foram os hostels. Não é por acaso que os melhores hostels do mundo estão em Lisboa. Não é porque têm melhores quartos, mas porque têm uma maneira de receber, uma hospitalidade que lhes está no sangue.»