

SOL Confidencial 27-10-2007	Periodicidade:	Semanal	Temática:	Turismo
	Classe:	Informação Geral	Dimensão:	97 cm²
	Âmbito:	Nacional	Imagem:	N/PB
	Tiragem:	0	Página (s):	24

Amorim ‘refresca’ Blue&Green

A AMORIM Turismo pretende consolidar a sua marca Blue&Green, que passará a servir de *umbrella* a todos os projectos no segmento dos *resorts* de luxo.

A empresa liderada por Jorge Armindo já usava esta designação no The Lake Resort, em Vilamoura. Mas, depois da

separação do grupo Accor, vai introduzir a marca no Vilalara Thalassa Resort, também no Algarve, recentemente adquirido por 25 milhões de euros.

Aliás, a empresa vai mesmo investir mais seis milhões de euros para adequar o Vilalara à sua nova imagem. O processo, que levará ao encerramen-

to da unidade durante o mês de Janeiro, deverá estar concluído em Março.

A uniformização da identidade e do visual da Blue&Green, desenvolvida pela consultora Mybrand, visa reflectir o novo posicionamento estratégico da Amorim Turismo. E pretende transmitir valores de vanguar-

da, diferenciação e inovação, com inspiração na natureza.

No entanto, a marca não deverá surgir associada ao nome do hotel incluído no projecto que a empresa está a desenvolver em Tróia, e que engloba ainda um casino, um recinto de espectáculos e um centro de conferências.

