

Público

Megaprojeto South Bay já conquistou 114 empresas para a margem sul do Tejo

Marca internacional dos concelhos de Almada, Barreiro e Seixal é parceria inédita entre Estado e municípios para promoção de uma região.

A Lisbon South Bay, marca criada em Junho de 2015, pela Baía do Tejo – empresa pública do universo Parpública – em conjunto com os municípios de Almada, Barreiro e Seixal, para a promoção destes territórios da Margem Sul no estrangeiro, está a dar frutos na forma de propostas de investidos estrangeiros e até de negócios já formalizados. Com um total de 267 empresas instaladas, de 2013 até hoje há um saldo positivo com mais 114 unidades que se fixaram na zona.

Em quatro anos, os parques empresariais do Barreiro e Seixal e a Margueira, em Almada, para onde está projectado o maior investimento urbano do país desde a Expo 98, receberam visitas de comitivas de 20 países de quatro continentes, numa dinâmica que faz desta inédita parceria entre o Estado e os municípios uma referência na promoção externa de Portugal, dizem os envolvidos.

Tanto os autarcas da região como a administração da Baía do Tejo enaltecem a importância e utilidade da **marca criada há quatro anos**.

“A Lisbon South Bay colocou estes territórios no radar do investimento internacional”, diz Sérgio Saraiva, administrador da empresa. “Tem sido um bom instrumento”, acrescenta o presidente da câmara do Seixal. O autarca testemunha a “enorme procura” por parte de “investidores nacionais e estrangeiros” e dá como exemplo o **investimento da Hovione no concelho** [ver caixa], para concluir que as reservas iniciais de alguns foram contrariadas.

“Ao início houve quem dissesse mal, mas a marca tem sido fundamental para o reconhecimento nacional e internacional desta região”, afirma.

A estratégia de associação dos concelhos, mais individualmente mais desconhecidos no estrangeiro, ao nome e projecção de Lisboa, permitiu ganhos de escala na notoriedade e a parceria entre várias entidades, reforçada com a Invest Lisboa, tornou

economicamente mais fácil a participação nas maiores feiras internacionais de imobiliário.

Hovione no terreno e Cidade da Água na calha

Os dois exemplos mais visíveis da utilidade da marca Lisbon South Bay para a promoção dos activos na Margem Sul são a instalação da Hovione no Seixal e a colocação no mercado internacional do mega-emprego imobiliário projectado para a antiga Margueira, em Almada, designado Cidade da Água.

A Hovione, multinacional portuguesa do sector farmacêutico, comprou um terreno no parque empresarial do Seixal para instalar uma nova unidade industrial, num investimento de 200 milhões de euros que vai criar 200 postos de trabalho.

Os responsáveis consideram este negócio, concretizado em Janeiro, um resultado da estratégia em curso. “A Hovione é o projecto mais emblemático da notoriedade que a Lisbon South Bay trouxe à região”, diz Joaquim Santos, presidente da Câmara do Seixal.

Para a Cidade da Água, a promoção internacional resultou na captação de uma dezena de investidores firmes, de várias partes do mundo, de onde deverá sair o promotor do grande empreendimento.

“Chegaram-nos, até agora, dez manifestações formais de interesse pelo projecto. Não podemos saber com certeza, mas, provavelmente não teriam chegado se não tivesse sido feita esta promoção”, refere Sérgio Saraiva,.

Segundo o administrador da Baía do Tejo, o processo encontra-se na fase “pré-concursal”, aguardando-se o caderno de encargos para o lançamento do concurso público de onde deverá sair o investidor.

Como o PÚBLICO noticiou em Maio, o promotor internacional deverá ficar com a obrigação de pagar todas as infra-estruturas da grande urbanização, de cujos terrenos será proprietário, e construir dois equipamentos públicos, a nova marina de Almada e o futuro terminal fluvial. Este equipamento serão explorados pelo mesmo investidor mas em regime de concessão com prazo definido no contrato.

Entre a compra dos terrenos, as infra-estruturas e a construção da marina e do terminal dos barcos, o promotor terá um investimento que se estima superior a cem milhões de euros. Apesar de tudo, uma pequena parte dos mais de mil milhões previstos para a edificação completa da Cidade da Água.

Trata-se da joia da coroa dos activos geridos pela Baía do Tejo e um elemento estruturante para a nova realidade urbana da Margem Sul. “É uma peça-chave do desenvolvimento do Arco Ribeirinho Sul [entidade geográfica-administrativa que integra os concelhos de Almada, Barreiro e Seixal] com que se pretende criar uma nova centralidade na AML”.

O projecto, que prevê 630 mil metros quadrados de construção, em empreendimentos de excepcional relação e proveito com a primeira linha-de-água do rio, inclui uma marina e um novo terminal fluvial, de ligação a Lisboa.

É a maior intervenção de requalificação em Portugal depois da Expo 98, para desenvolver em 14 anos, numa lógica de “complementaridade da oferta da Margem Sul relativamente a Lisboa”, diz Sérgio Saraiva.

A Cidade da Água é tida como factor de concretização do conceito “cidade de duas margens”, e de equiparação de Almada a Lisboa na disputa pela atractividade em torno da melhor relação com o rio Tejo.

Esta ideia tem sido repetida pela actual presidente da Câmara de Almada, Inês de Medeiros (PS), e é vista por governantes e autarcas socialistas como um importante trunfo para a manutenção do município conquistado ao PCP nas últimas autárquicas. A dúvida está em saber se o grande projecto avança antes das próximas eleições para as autarquias.

Os activos da Margem Sul, com destaque para o empreendimento **Cidade da Água**, passaram a ser presença regular em feiras como o MIPIN, em Cannes, e a Expo Real, em Munique, competindo pelo investimento dos maiores grupos mundiais ao lado dos projectos imobiliários mais emblemáticos do planeta.

“A marca acaba por ser também um canal de comunicação dos municípios, que estão presentes nas maiores feiras internacionais a custos relativamente reduzidos. Almada, Seixal e Barreiro fazem depois também outros contactos, directamente, para além dos activos da Baía do Tejo”, refere Sérgio Saraiva.

Actualmente a empresa pública acolhe 267 empresas em dois parques empresariais na Margem Sul, 227 no Barreiro, nos terrenos da antiga Companhia União Fabril (CUF), do histórico empresário Alfredo da Silva, e 40 no Seixal, numa parte da área anteriormente ocupada pela Siderurgia Nacional. O saldo, entre entradas e saídas de empresas desde 2013, é positivo, com mais 114 unidades em seis anos.

Símbolo do esforço de modernidade desenvolvido pela actual administração da empresa é o cluster criativo que tem vindo a ser desenvolvido nos últimos anos e que atraiu já para o parque do Barreiro um conjunto de “indústrias criativas”, entre as quais estúdios de artistas, como Alexandre Farta Vihls e arquivos, históricos, como o da associação Ephemera, de Pacheco Pereira, ou mais actuais, como o da Administração dos Portos de Lisboa (APL), inaugurado já este ano.

“Entendemos que conjugar criatividade e conhecimento é também alavancar o desenvolvimento económico”, explica Sérgio Saraiva.

Sobre a localização, quando questionado se a marca é sul de Lisboa ou norte de Setúbal, o responsável responde que “Lisbon South Bay é o centro da Área Metropolitana de Lisboa”.

Autarcas pedem mais

A utilidade da marca é defendida pela generalidade dos autarcas da região de Setúbal e há vários que pedem a extensão e aprofundamento do projecto.

Frederico Rosa, presidente da Câmara do Barreiro, diz tratar-se de um “bom instrumento”, porque “dá músculo” à promoção “destes territórios além-fronteiras”, e refere o exemplo do município barreirense, que à boleia da estratégia colectiva, tem estado no MIPIN, em Cannes, “onde sozinho dificilmente poderia estar”.

O autarca socialista aponta mesmo a necessidade de alargar a abrangência do projecto e incluir outros municípios da Margem Sul.

“Esta ferramenta tem potencial para ser aprofundada e envolver mais concelhos”, defende Frederico Rosa, apontando os casos da Moita, como uma “continuidade natural”, e do Montijo, sobretudo agora “com o aeroporto” projectado.

De forma idêntica, fala também o autarca da Moita e presidente da Associação de Municípios da região de Setúbal (AMRS) já que o “único reparo” que Rui Garcia faz ao projecto é abarcar apenas os concelhos de Almada, Barreiro e Seixal. “O Arco Ribeirinho não se limita a esses três concelhos. No território mais a oriente da Margem Sul, nos concelhos de Alcochete, Montijo e Moita, também existem activos que precisam que precisam de ser promovidos”, afirma.

“O projecto é importante, face à existência de territórios de origem industrial que estão desocupados e que tem uma localização importante, onde podem ser desenvolvidas novas utilizações”, acrescenta o autarca comunista da Moita, que

reconhece a necessidade de activos como os da antiga Margueira, e os parques industriais do Seixal e Barreiro, carecerem de uma “estratégia de promoção, até internacional”.

A união de esforço para a promoção destes territórios de Portugal no estrangeiro conta também com a Invest Lisboa – agência de promoção económica mantida pela Câmara Municipal de Lisboa e pela Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, que é parceira da Lisbon South Bay desde a primeira hora.

“A estratégia vai ao encontro do que percebemos como a melhor forma de promoção da região de Lisboa no exterior e esta percepção resulta de dez anos de experiência da Invest Lisboa”, disse Diogo Ivo Cruz ao PÚBLICO.

Para o director da agência, “faz sentido” também para a cidade de Lisboa apresentar-se como uma região, tal como fazem outras cidades do mundo que, apesar de serem grandes, envolvem ainda a região onde se inserem.

“É importante para Lisboa, com 500 mil habitantes, competir no exterior como uma cidade de milhões de habitantes porque ganhamos escala e economias de dimensão”, sustenta Diogo Cruz. E explica que uma das vantagens é a diversidade da oferta.

“Os territórios industriais e empresariais da Baía do Tejo na Margem Sul, assim como a zona urbana da Margueira, em Almada, complementam a oferta que já existia em Lisboa”, conclui.