

Golfalgarve

16 · October > November · 2009 · €4,50

Golf Legends

Sir Bobby Robson

Feature Interview

Luís Filipe

Ideal Golf Resort

Vale d'El Rei Suite & Village Resort

Course in Focus

Pinheiros Altos

Golfocus Tournaments

Golf Algarve -CS Group-Nations Cup

Pot of Gold Tour

Fridays Competitions

New Events for 2010



LUÍS FILIPE

A NEW ERA AT THE ICONIC
DONA FILIPA HOTEL – SAN LORENZO GOLF
UMA NOVA ERA NO LENDÁRIO
HOTEL DONA FILIPA – SAN LORENZO GOLF

Interview · Entrevista: Golfocus | Translation · Tradução: John Russell | Photography · Fotografia: Hotel Dona Filipa



Golf Algarve magazine visited the Dona Filipa Hotel and had the pleasure of interviewing the general manager, Sr. Luís Filipe, who reflects the essence of the professionalism in relation to services provided to all those who visit this superb hotel. The splendour of the scenery in which it is set is indicative of the tradition instilled in a name that has consistently, over the years, left an unmistakable mark, one that is directly linked to one of the best golf courses of all times: San Lorenzo.

Could you please talk a little about your responsibilities within the JJW Hotels Group, and how long you have been in the position?

I took over the role of general manager of the Dona Filipa hotel and the San Lorenzo golf course last April, together with my sales and marketing functions at the Formosa Park complex. My responsibilities lie mainly in the marketing and operational area of the hotel and golf course, as well as the marketing department of the Formosa Park Hotel.

You are one of the most well-known persons in the golf and hotel business in the Algarve. Give us some insight into your background and experience.

My initial experience in tourism was during my school summer holidays, when I came to the hotel and tried working in a wide variety of departments – the res- »

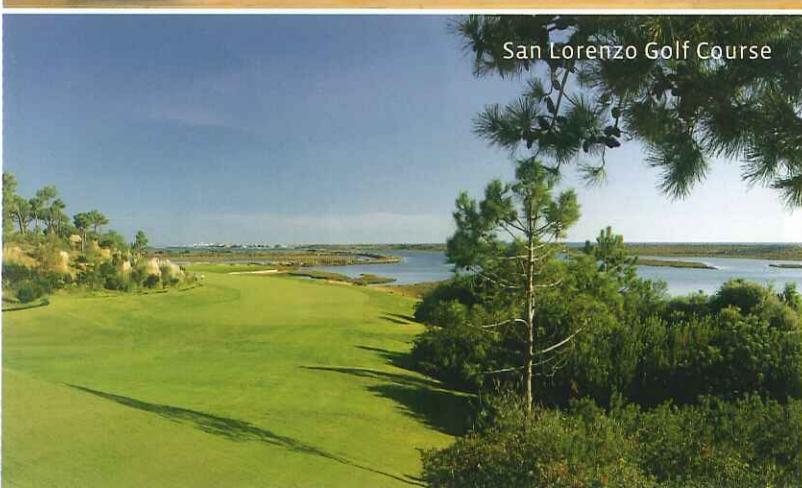


A Golf Algarve visitou o Hotel Dona Filipa e teve o prazer de entrevistar o Sr. Luís Filipe que, na qualidade de director geral, espelha a essência do profissionalismo dos serviços prestados a todos que visitam este magnífico hotel. O esplendor do cenário no qual se enquadra reflecte a tradição incutida a um nome que, através dos tempos, foi deixando a sua marca inconfundível e que se encontra ligado a um dos melhores campos de golfe de sempre: San Lorenzo.

Gostaria que nos falasse um pouco da sua responsabilidade, do seu trabalho no Grupo JJWHotels e há quanto tempo exerce essas funções.

Eu assumi o cargo de director geral do Dona Filipa e do campo de golfe de San Lorenzo em Abril passado, juntamente com a parte comercial do Formosa Park. As minhas responsabilidades inserem-se na vertente comercial e operacional do hotel e do campo de golfe, bem como toda a parte comercial do Formosa Park Hotel.

Fale-me do seu currículum e da sua experiência no Algarve. O Luis é uma das pessoas mais conhecidas no mundo do golfe e da hotelaria, o que é que o levou a chegar aí?
As minhas primeiras experiências no turismo foram exactamente nas férias de Verão da escola, em que vinha para o hotel e onde experimentei trabalhar nos mais diversos departamentos do mesmo desde restaurante, bar, praia, piscina, econometro, andares, room-service, etc. Essa experiência deu-me essencialmente um pouco a visão do que era o turismo e, desde essa altura, fui criando o tal bichinho pelo turismo e pelo serviço na hotelaria o bem receber, a comunicação com o cliente, »



» taurant, bar, beach, swimming-pool, supplies, housekeeping, room-service, etc. That experience essentially provided me with some idea as to what tourism was and, since then, I started to "catch the bug" of the hotel trade and services – how to welcome guests well, communicate with guests, etc. – that in a way helped me decide what occupation to pursue. On completion of my schooling, I started as a trainee in the reception, where I learned a lot in organisation skills since that is the nerve centre of a hotel. Following that I was transferred to the marketing area here at the Dona Filipa and after some time I was offered the position of marketing manager of the Penina and Dona Filipa hotels, which I held for the past ten years. Last November I returned to the Dona Filipa after it was no longer owned by Starwood and the Le Méridien brand. Since then all the experience I have had in the hotel business has been closely linked to golf tourism and several sports events, for example organising some Portuguese Golf Opens, Seniors Match-play Championships, football team training camps, the Vale de Lobo Grand Champions, regattas in Portimão, as well as motorsport racing events at the new circuit. In short, my experience has been acquired throughout those years in various sectors of the market, and I now have much greater understanding and knowledge, which facilitates my work to a certain extent.

Luis, both you and the groups you have worked for at these hotels and golf courses have won several awards. Can you elaborate on this?

We have been fortunate to have a course such as San Lorenzo which has always been considered as one of Europe's best. It has twice been classified by Golf World as the second best course in continental Europe and recently it was rated at 8th best in the whole of Europe, including the UK, and I believe that a new ranking is due to be issued shortly with San Lorenzo included in the top 100. It is very rewarding for us to have San Lorenzo amongst the best courses in Europe. At the IGTM (Intl. Golf Travel Market) in Marbella last year, we earned the award of best Golf Resort in Europe, as voted by golf tour operators, journalists, etc. – every- »

» etc – o que me ajudou de certa maneira a decidir a minha carreira. Quando acabei os estudos comecei a trabalhar na recepção como estagiário, onde aprendi muito em termos organizacionais, pois a Recepção é o centro nerválgico do hotel. Depois passei para a parte comercial aqui no Dona Filipa e, passado algum tempo, convidei-me a assumir a direcção comercial do Penina e do Dona Filipa, o que fiz nos últimos dez anos. Em Novembro passado regressei ao Dona Filipa, depois da saída do Dona Filipa da Starwood e da marca Meridien. A partir daí e até este momento, toda a experiência que tenho na hotelaria tem sido sempre muito ligada ao golfe e a alguns eventos desportivos, nomeadamente a organização de alguns Opens de Portugal em Golfe, Seniors Match Play, estágios de equipas de futebol, Vale de Lobo Grand Champions, as provas de vela em Portimão e também provas de velocidade no autódromo. Resumindo, a minha experiência foi sendo adquirida ao longo destes anos em vários ramos e em vários segmentos de mercado, o que me dá hoje um maior entendimento e conhecimento, facilitando um pouco as minhas funções.

Tanto o Luis, como os grupos para quem tem trabalhado dentro dos hotéis e dos campos de golfe, têm ganho vários prémios. Pode falar-me sobre isso?

Nós temos sorte pelo facto de termos um campo como o San Lorenzo, que tem sido considerado um dos melhores da Europa. Já foi considerado pela Golf World, por duas vezes, como o segundo melhor campo da Europa Continental, recentemente foi considerado o oitavo melhor campo de toda a Europa, incluindo Reino Unido e penso que brevemente irá sair mais uma classificação, em que estará novamente entre os 100 melhores. Para nós é muito gratificante ter o San Lorenzo entre os melhores campos da Europa. O ano passado em Marbella, na IGTM, ganhamos o prémio como o melhor Golf Resort da Europa, prémio esse que é votado pelos operadores de golfe, jornalistas, etc – toda a gente que está ligada ao mundo do golfe – que é um prémio bastante prestigiante para o San Lorenzo e para o Dona Filipa. Não podemos esquecer que o Dona Filipa desempenha um papel fundamental porque, para além das excelentes condições do San Lorenzo, o Dona Filipa providencia aos clientes todo



» one connected with the world of golf – a very prestigious award for San Lorenzo and the Dona Filipa. We cannot overlook the fact that the Dona Filipa plays a fundamental role in this because, apart from San Lorenzo's exceptional quality, the hotel provides its guests with complete services nearby so that golfers can be comfortably accommodated and have every complementary service available such as bookings, restaurants, bars as well as transport to and from the course. The entire Dona Filipa structure contributes towards enhancing guests' experiences during their golf holidays. About three years ago we also won a Starwood company award for the best hotel in terms of GOP (gross operational profit), one which gave us great pride especially since it involved profitability and gave us recognition for the work done by the entire hotel and golf course team. As this award was for the entire Iberian Peninsula with about 30 Starwood hotels in both Portugal and Spain, it was a great satisfaction.

When attending golf trade fairs in the UK, we at Golf Algarve have noticed that, as regards a certain cult link between the Dona Filipa and San Lorenzo, there is a tendency for most people to feel that there is a myth about having to stay at the Dona Filipa to play San Lorenzo. Tell us a little about this myth and the story behind it. This is a strategy that was implemented as soon as the course was bought in 1988. It has been a very successful marketing strategy, but has some logic. Provided the hotel occupancy rate is over 70%, the golf course becomes basically full, so if we consider that the hotel has 154 rooms, and calculating based on the occupancy rate the result is more than 300 persons. Given that the course can handle a maximum of some 200 players daily - and that is on the long, sunny days - it is very easy »

» o serviço adjacente, para que o cliente de golfe fique bem instalado e disponha de todos os serviços complementares, desde as reservas, restaurantes, bares, até ao próprio serviço de deslocação para o campo de golfe e vice-versa. Toda a operação do Dona Filipa contribui para valorizar a experiência do cliente durante as suas férias de Golfe. Há cerca de três anos também ganhámos um prémio da companhia Starwood como o melhor hotel em termos de GOP (Gross Operational Profit), que nos deixou bastante orgulhosos, porque tem a ver com a rentabilidade e com um certo reconhecimento pelo trabalho desempenhado por toda a equipa do hotel e do campo de golfe. Sendo este um prémio a nível da Península Ibérica e tendo a Starwood cerca de 30 hotéis em Portugal e Espanha, para nós foi um bastante gratificante.

“...the entire Dona Filipa structure contributes towards enhancing guests' experiences during their golf holidays.

...toda a operação do Dona Filipa contribui para valorizar a experiência do cliente durante as suas férias de Golfe.”

Nas deslocações às feiras de golfe no Reino Unido, a Golf Algarve tem notado que existe uma prevalência da opinião das pessoas em relação a um aspecto cultural entre o Dona Filipa e o San Lorenzo, que é o mito de que, para jogar no San Lorenzo têm que ficar alojados no Dona Filipa. Fale-nos um pouco desse mito, desse historial.

Essa foi uma estratégia implementada desde que o campo de golfe foi

comprado, em 1988. É uma estratégia de marketing que foi extremamente bem sucedida, mas que tem uma componente de lógica. Desde que o hotel esteja com ocupações acima dos 70 por cento, basicamente o campo de golfe está cheio, ou seja, se pensarmos que o hotel tem 154 quartos, fazendo as contas em termos de ocupação, estamos a falar em mais de 300 clientes. Sabendo que o campo pode colocar no máximo - isto falando já nos dias longos de muito sol - cerca de 200 jogadores, é muito fácil perceber que em alturas em que temos menos luz durante o dia, em que a capacidade do campo anda por volta dos 160, 180 jogadores, desde »



» to understand that when the shorter days come along the course capacity drops to 160 – 180 players. Provided the hotel occupancy reaches 70% the course will be full, and consequently we cannot accommodate any players who are not hotel guests. We also have some members who have some starting times and although most of our members are non-residents, they are people who have second homes on the Algarve but do not play often at San Lorenzo. Whether it is a myth or not, in practice we can in a way justify exclusivity of San Lorenzo for our Dona Filipa guests.

When owners have an ideal situation on the hotel side and with regard to the golf course, they tend to prolong it and not make any changes. Would this be the case with your Group at this stage or are you going ahead with new ideas, new projects? We are now offering our Dona Filipa guests the possibility of playing at Pinheiros Altos as well. Pinheiros Altos is a very good course so it gives us the chance of giving customers more golfing options during their week here. Having another Group hotel here in the Algarve we can offer guests at Formosa Park the chance to play at San Lorenzo as well. Formosa Park and Dona Filipa guests can therefore all have the chance of playing both the San Lorenzo and Pinheiros Altos courses. Naturally, if Dona Filipa guests are golfers who like to play San Lorenzo they usually play one or two rounds on other courses, which would mainly be those in the Quinta do Lago area or Vale do Lobo, but they mostly opt to play at Pinheiros Altos. On one hand, this is beneficial to us because it frees up San Lorenzo to allow Formosa customers, for example, to play it. Logically, we also have to manage course availability somewhat in accordance with the hotel occupancy so we cannot commit ourselves to selling green-fees when we know that we still have vacant hotel rooms to sell, and if we do sell these rooms we must have rounds available at San Lorenzo for guests to play there. ◉

» que tenhamos uma ocupação de 70 por cento o campo está cheio, portanto não temos disponibilidade para qualquer outro cliente de fora. Temos também alguns sócios e estes têm alguns starting times, embora a maior parte dos nossos sócios não sejam sócios residentes, são pessoas que têm a segunda casa no Algarve e que não utilizam muito o campo de golfe de San Lorenzo. Mito ou não, na prática podemos justificar um pouco a exclusividade de San Lorenzo para os clientes do Dona Filipa.

Quando tem uma situação ideal a nível de hotelaria e na relação com o campo de golfe, as pessoas têm a tendência a manter, a não mudarem nada. Será essa a situação do vosso Grupo de momento, ou irão avançar com novas ideias, novos projectos? Comercialmente nós já damos a facilidade aos nossos clientes do Dona Filipa de jogarem também nos Pinheiros Altos. É um campo muito bom e mais uma opções de golfe para o cliente durante a semana. Com outra unidade do Grupo aqui no Algarve, dá-nos a possibilidade dos clientes do Formosa também jogarem no San Lorenzo. Assim, tanto os clientes do Formosa como do Dona Filipa terão hipóteses tanto de jogar no San Lorenzo como nos Pinheiros Altos. Logicamente que o cliente que vem para o Dona Filipa gosta de jogar no San Lorenzo, no entanto, este é um cliente que numa semana vai sempre jogar um ou dois rounds fora, na maioria das vezes num dos campos na área da Quinta do Lago ou do Vale do Lobo, escolhendo na maioria das vezes os Pinheiros Altos. Isto para nós, por um lado, é óptimo porque liberta-nos o campo para termos os clientes do Formosa, por exemplo. Temos que gerir a disponibilidade do campo um pouco em função da ocupação do hotel, não nos podemos comprometer a vender o campo sabendo que temos ainda espaço no hotel para vender mais quartos e, se vendermos mais quartos temos que ter golfe em San Lorenzo para que os clientes lá possam jogar. ◉