

ESTRATÉGIA TURISMO 2027^{PORTUGAL}

LABORATÓRIO ESTRATÉGICO NORTE

Museu do Douro

PESO DA RÉGUA, 6 de setembro de 2016

Nuno Fazenda



ESTRUTURA



GRANDES

DESAFIOS

10 DESAFIOS PARA UMA ESTRATÉGIA A 10 ANOS.

1.

PESSOAS

Promover o emprego, a qualificação e valorização das pessoas e o aumento dos rendimentos dos profissionais do turismo.



2.

COESÃO

Mitigar as assimetrias regionais.



3.

CRESCER EM VALOR

Crescer mais do que a
concorrência em receitas
turísticas.



4.

SAZONALIDADE

Reduzir a sazonalidade.



5.

ACESSIBILIDADE

Reforçar a acessibilidade ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território.



6.

PROCURA

Conhecer os mercados e adaptar as estratégias públicas e empresariais às tendências e alterações da procura.



7.

INOVAÇÃO

Estimular a inovação
e o empreendedorismo.



8.

SUSTENTABILIDADE

Assegurar a conservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural.



9.

SIMPLIFICAÇÃO

Simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração.



10.

INVESTIMENTO

Garantir recursos financeiros e assegurar a sua adequada aplicação – fundos comunitários e outros financiamentos.



FOCO EM ATIVOS

ESTRATÉGICOS



10 ATIVOS PARA UMA ESTRATÉGIA A 10 ANOS.

ATIVOS DIFERENCIADORES

1. Clima e luz
2. História e Cultura
3. Mar
4. Natureza e Biodiversidade
5. Água

ATIVOS QUALIFICADORES

6. Gastronomia e Vinhos
7. Eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio

ATIVOS EMERGENTES

8. Bem-Estar
9. *Living* – Viver em Portugal

ATIVO ÚNICO
TRANSVERSAL

10. Pessoas

FOCO EM ATIVOS
ESTRATÉGICOS

EIXOS
E
LINHAS PRIORITÁRIAS DE
ATUAÇÃO

EIXOS E LINHAS DE ATUAÇÃO

PRIORITÁRIA

ESTRATÉGIA
TURISMO
2027^{PORTUGAL}



AS PESSOAS

no centro da estratégia do turismo

os residentes

os visitantes

os profissionais

Lançamento



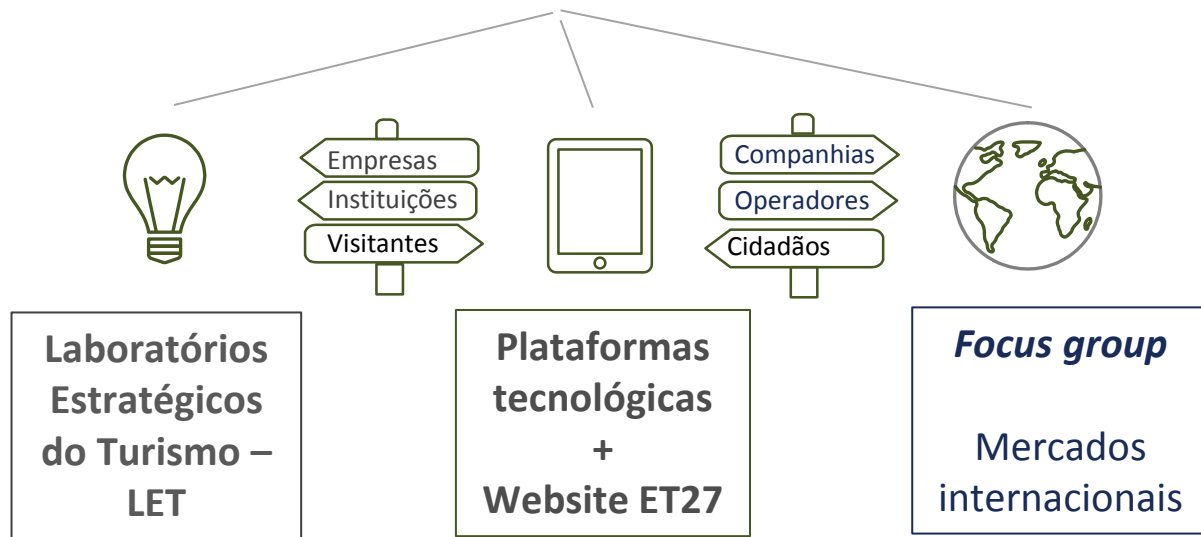
PROCESSO DE CONSTRUÇÃO

- ABERTO E PARTICIPADO -



24 de Maio
Conferência de lançamento do processo de discussão pública

ESTRATÉGIA TURISMO 2027^{PORTUGAL}



Ouvir, envolver e planear com...

Processo
de
Construção



Transat France 

Carrefour Voyages 

Promovacances 

Guide du Routard 

Eventiz/TOM Travel 

AJT- Association des Journalistes du Tourisme 

KARAVEL 

Thalasso N1/Ovoyages 

Mice Finder/AlterEgo 

Top of Travel 

Transavia 

Voyage Privé 

Syndicat National des Agents de Voyages (SNAV) 

Association Française des Seniors du Tourisme (AFST) 

Union Française des Retraités (UFR) 

L' Echo Touristique 

Odigeo (Opodo, Edreams, GoVoyages) 



Air Nostrum/Iberia 

Minube 

Made for Spain and Portugal 

VT Hotels 

LLorente Y Cuenca 

Diário La Razón 

Hola.com 

Container Contenidos 

TAP/Espanha 

Advantage travel Group 

Condé Nast Traveller 

Portugal Tours 

Room Mate Hotels 

Destinia 

Hênko 

Turismo Internacional Rumbo 

TransilvaniaLab 

Radio Antena 3 



Grafenstein.net 

7Travel/Tropo 

UNISTER 

DERTouristik 

OLIMAR/Portimar 

Thomas Cook 

Shauinsland 

FERIEN Touristik 

ITS/Janh/DERTouristik 



Advantage travel Group 

ABTA 

Monarch Holidays 

Thomas Cook 

Prestige Holidays 

Saga Holidays 

Lowcosttravelgroup 

On The Beach 

Golf Escapes 

Explore 

AITO 



Focus Group Internacionais



Ouvir quem vende e comunica a oferta turística portuguesa

Auscultação dos mercados internacionais



4 Mercados Estratégicos



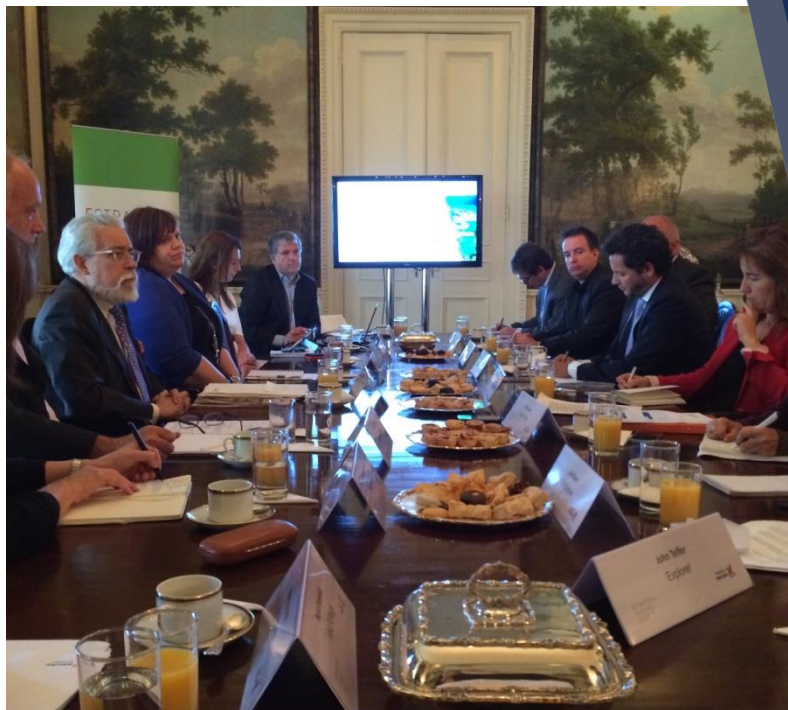
6 *Focus Group*

11 Reuniões Bilaterais



70 Participantes

- Operadores turísticos
- Agentes de Viagens
- Líderes de opinião
- Associações setoriais
- Imprensa

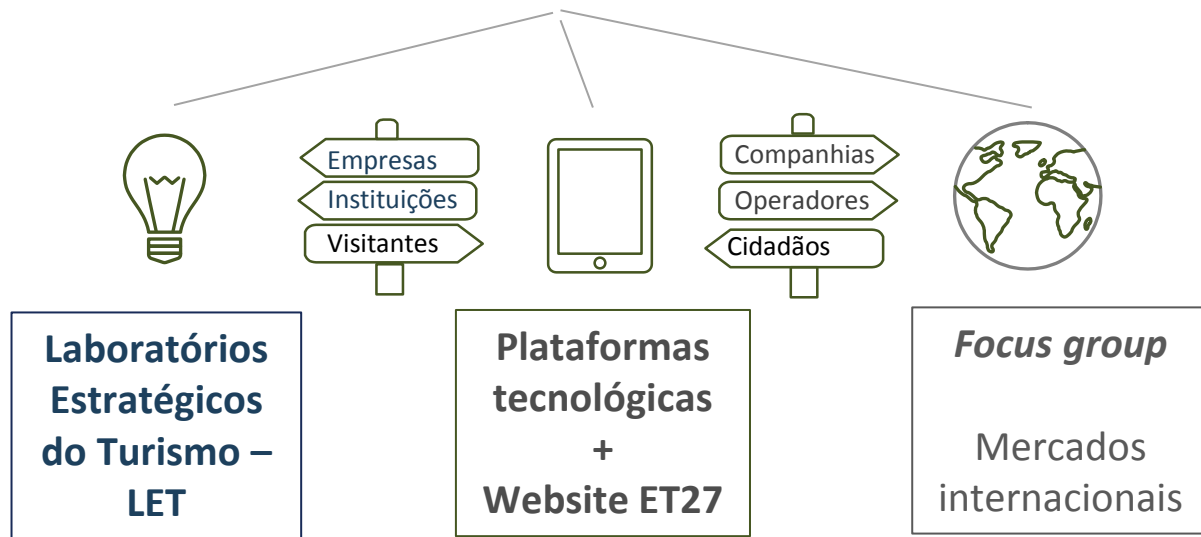


Aspetos mais relevados pelos mercados internacionais - Síntese

| O MAIS POSITIVO |
|---|
| Autenticidade com modernidade e preservação do Destino |
| <i>Pessoas / friendly people</i> |
| Segurança |
| História e Cultura |
| Surpreende – supera expetativas |
| Diversidade de oferta – liberdade para viajar |
| Boas ligações aéreas e infra estruturas de suporte |
| Qualidade de serviço |

| A MELHORAR |
|--|
| Notoriedade: destino ainda pouco conhecido |
| Comunicação: combinar online com offline |
| Coordenação entre regiões turísticas |
| Estruturação do produto |
| Informação sobre o que existe em Portugal |
| Experiência – especialmente em época baixa |
| Informações e condições de mobilidade para visitaçã o do país |

ESTRATÉGIA TURISMO 2027^{PORTUGAL}



Ouvir, envolver e planear com...

Processo
de
Construção



LABORATÓRIOS ESTRATÉGICOS DE TURISMO

LET



CONCEITO E OBJETIVO

- Os LET são espaços de discussão que promovem a partilha de conhecimento, a identificação de áreas críticas e o desenho de soluções, bem como a delimitação de prioridades estratégicas, visando a obtenção de contributos para uma Agenda a 10 anos para o Turismo.
- Têm como objetivo envolver, no plano regional, setorial e nacional, entidades institucionais e empresariais, públicas e privadas, associações de desenvolvimento regional e local, agentes de diplomacia económica, universidades e instituições internacionais.

LET



DIAGNÓSTICO

REGIÃO DO NORTE



6,1 milhões de dormidas na região

DORMIDAS NA HOTELARIA
[milhões, 2015]

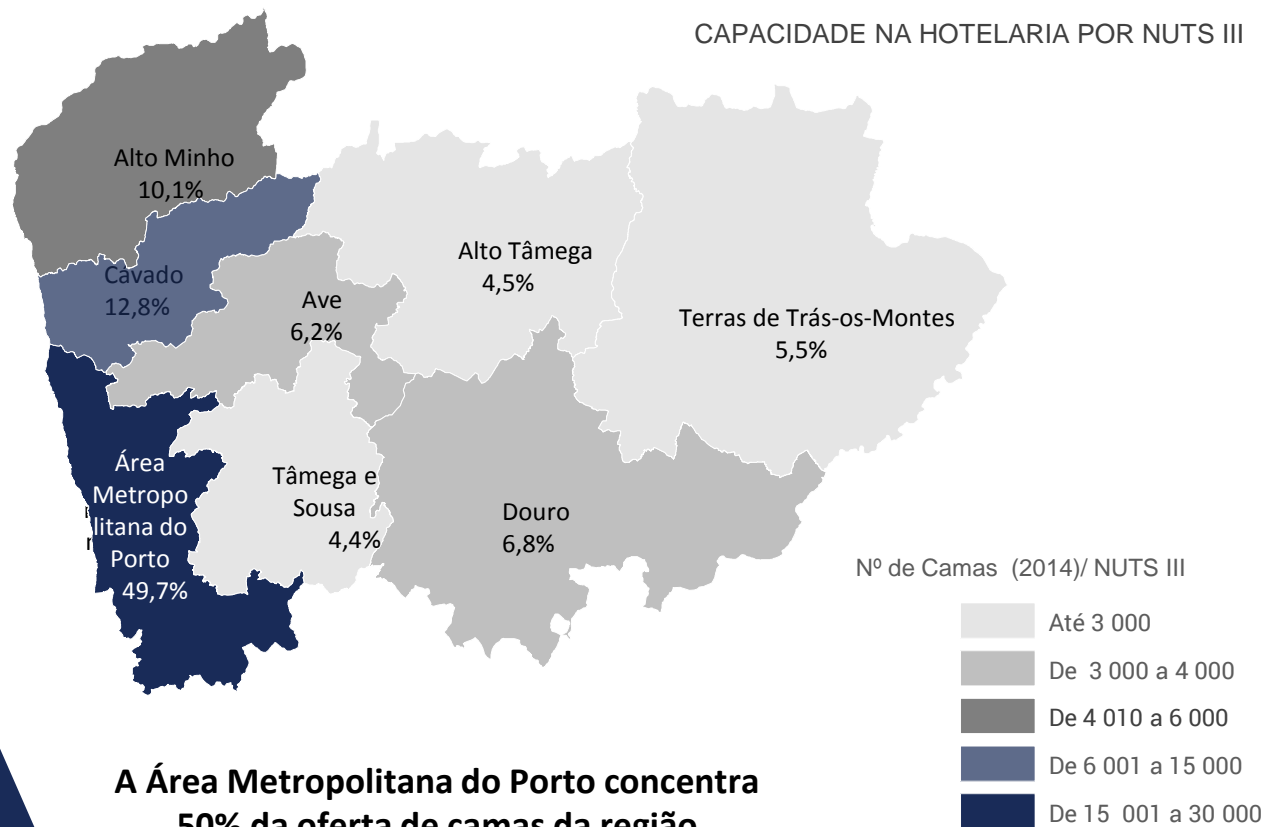
| | |
|--------------|-------|
| País | 48,9 |
| Norte | 12,5% |
| Centro | 9,2% |
| Lisboa | 25,1% |
| Alentejo | 2,9% |
| Algarve | 34,0% |
| R.A. Madeira | 13,6% |
| R.A. Açores | 2,6% |

PROCURA



Distribuição da capacidade hoteleira

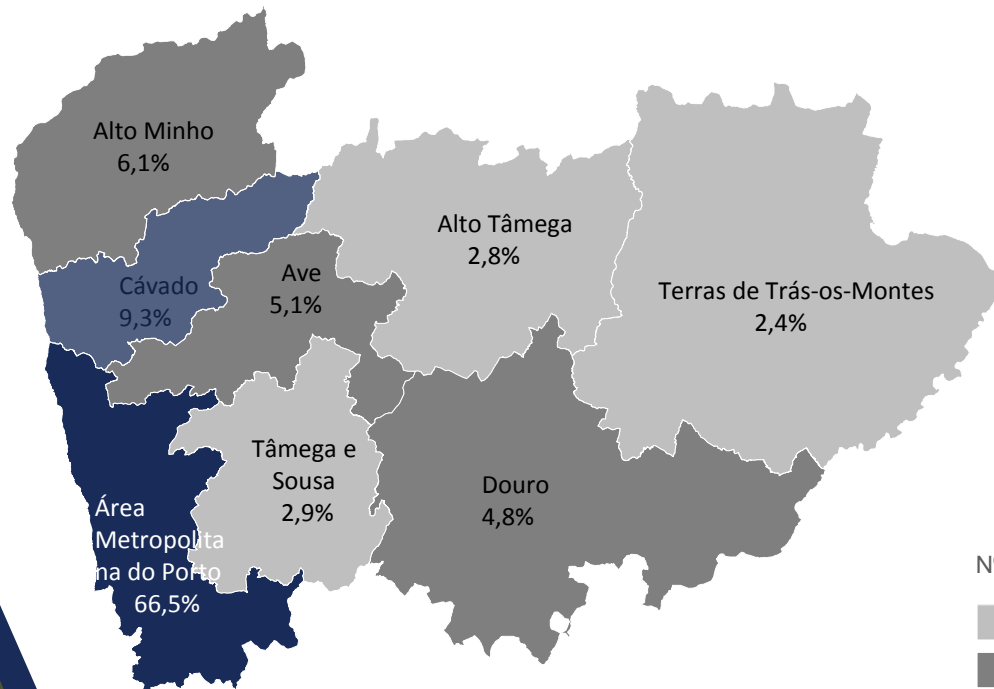
CAPACIDADE NA HOTELARIA POR NUTS III



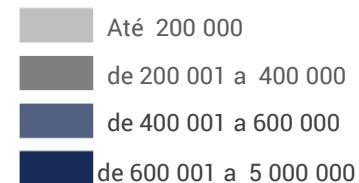
**A Área Metropolitana do Porto concentra
50% da oferta de camas da região**

OFERTA

Dormidas na hoteleira - 2014



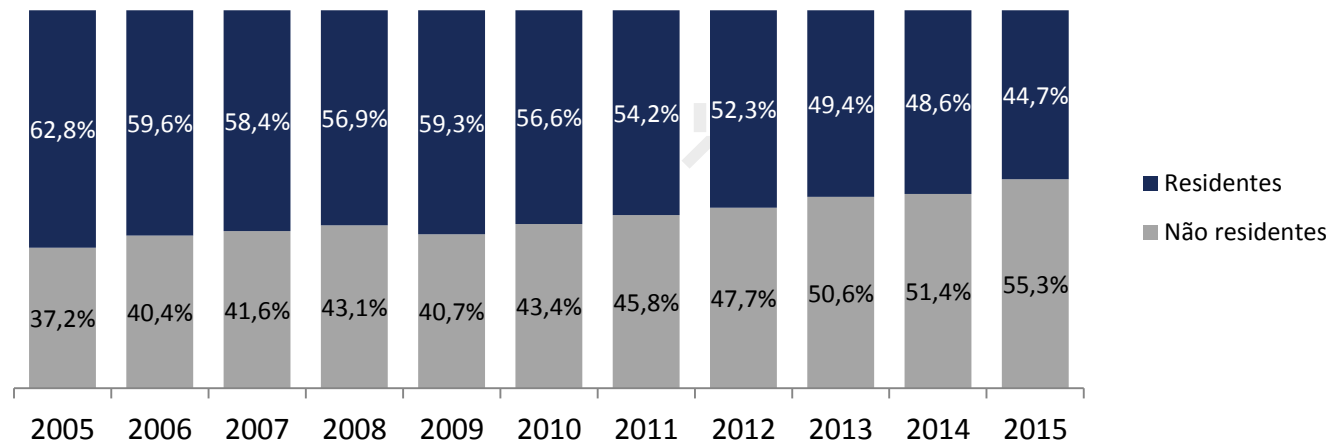
Nº de Dormidas / NUTS III



**A Área Metropolitana do Porto concentra
67% das dormidas da região**

PROCURA

Evolução das Dormidas



Significativa internacionalização da Região, nos últimos 10 anos.

PROCURA

Taxa de Variação Média Anual
2005/2015

MERCADO
INTERNACIONAL
(dormidas de residentes
no estrangeiro)
9,7%

TVMA
5,9%
(3,2% PT)

MERCADO
INTERNO
(dormidas de residentes)
2,9%



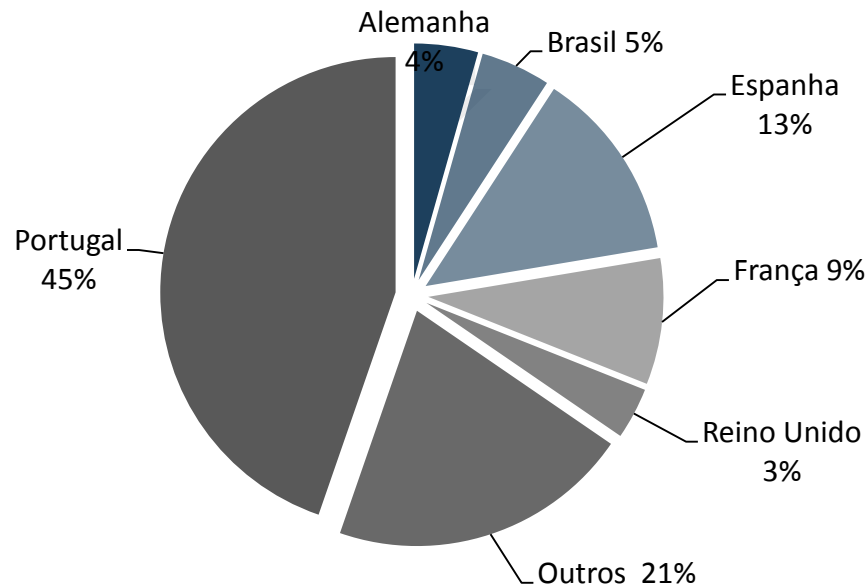
Nos últimos 10 anos o Norte cresceu
acima da média nacional

PROCURA
EVOLUÇÃO

DORMIDAS DE RESIDENTES **44,7%**

DORMIDAS DE NÃO RESIDENTES **55,3%**

DORMIDAS NA HOTELARIA
[milhões, 2015]



PROCURA

PARTICIPE DESTA ESTRATÉGIA!

estrategia.turismodeportugal.pt

ESTRATÉGIA
TURISMO
2027 PORTUGAL

