



Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014 – 2020
Visão, Prioridades Estratégicas e Eixos de Intervenção



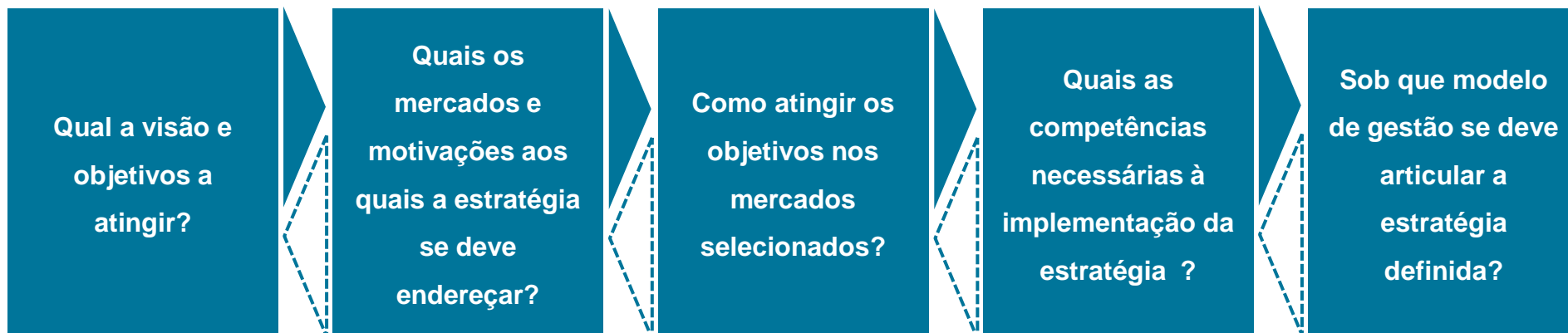
Introdução e enquadramento

O presente documento tem como objectivo sistematizar a VISÃO, PRIORIDADES ESTRATÉGICAS E EIXOS DE INTERVENÇÃO do Turismo do Alentejo para o período 2014 – 2020, **dando assim corpo ao Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014 – 2020**. Este é elaborado ao longo do primeiro semestre de 2013, sendo ainda constituído pelos seguintes documentos de suporte [que podem ser consultados em anexo]:

- **Análise de tendências do mercado turístico** – identificação das principais tendências globais da cadeia de valor do turismo, com o objectivo de analisar as principais oportunidades e ameaças ao desenvolvimento do sector no Alentejo;
- **Análise do Quadro Estratégico Comum** – análise dos objetivos temáticos da estratégia Europa 2020 que orientarão o Programa Operacional do Alentejo em sede do Quadro Estratégico Comum;
- **Análise da oferta e procura turística** – realizada com base nos dados estatísticos oficiais, identifica os principais aspetos quantitativos da evolução da oferta e da procura turística do Alentejo;
- **Análise do PENT e reflexão sobre produtos e mercados** – enquadramento do Plano Estratégico Nacional do Turismo (revisão 2013-2015) para o Alentejo e análise qualitativa aprofundada do nível atual e do potencial de desenvolvimento de produtos turísticos; integra ainda a análise do perfil e características dos mercados emissores mais relevantes; e
- **Diagnóstico final** – resume, de forma estruturada, os principais facilitadores e constrangimentos ao desenvolvimento do destino Alentejo no horizonte 2014 – 2020.

TURISMO DO ALENTEJO 2014 - 2020

Questões críticas



- Qual a ambição do destino Alentejo numa óptica de sustentabilidade económica, social e ambiental?
- Qual o papel da ERT na prossecução dessa ambição e de que forma se deve o Turismo articular com outros sectores ?
- Como remover as barreiras ao desenvolvimento ?

- A que mercados dirigir a promoção do Alentejo ? E porquê ?
- Quais as motivações que esses mercados quererão ver realizadas no Alentejo ?

- Qual a oferta adequada ao potencial da procura ?
- Quais os canais / meios de promoção e distribuição que deverão ser utilizados para que o desenvolvimento dos mercados se materialize ?

- Quais as implicações, em termos de capacitação, para a ERT e os restantes agentes da industria turística ?

- Como se devem organizar entidades públicas e privadas em prol de um objetivo comum ao território e população ?

TURISMO DO ALENTEJO

VISÃO - Alentejo 2020

ALENTEJO e LEZÍRIA

um destino turístico certificado ao longo de toda a cadeia de valor e reconhecido internacionalmente pela sua identidade e diferenciação das experiências oferecidas

ALENTEJO e LEZÍRIA
Ideia Força

Certificação do Destino - dos Serviços e do Território, com preocupações centrais ao nível da Sustentabilidade, da Identidade, da Qualidade e da Ética/Responsabilidade Social

TURISMO DO ALENTEJO 2014 - 2020

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

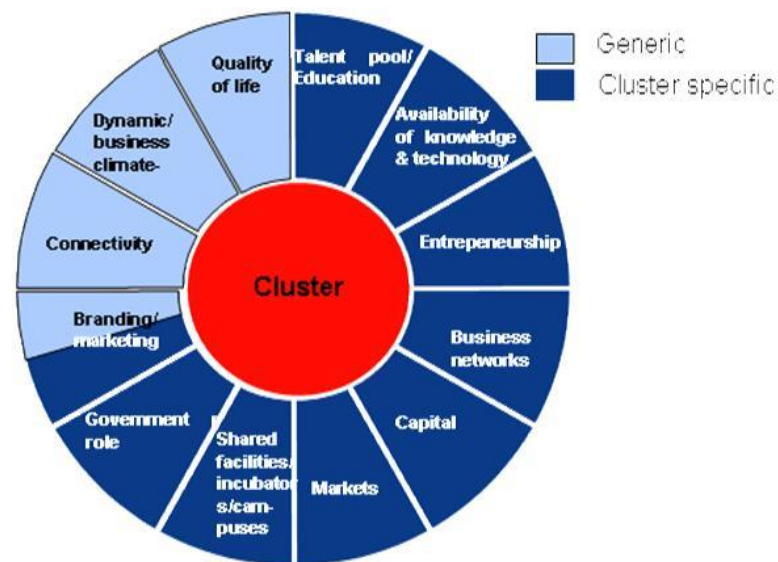




AFIRMAR O CLUSTER DO TURISMO

Afirmação do Turismo regional como *cluster* prioritário de desenvolvimento, através de políticas que 1) articulem e acrescentem valor à cadeia produtiva, 2) promovam a cultura associativa e 3) induzam a excelência de gestão em redes de empresas que giram vantagens estratégicas comparativas e competitivas (1/3)

- Posicionamento do Turismo como elemento permanente e transversal às políticas de desenvolvimento regional e local, criando o relacionamento institucional necessário à efectivação do carácter vinculativo do turismo nas políticas de desenvolvimento; ou seja, **dotar o setor de influência em todos os organismos cujas decisões impactem na qualidade do destino;**
- Colocação do Turismo **no centro da agenda da inovação regional**, aprofundando o relacionamento com as instituições do ensino superior, regionais, nacionais e internacionais;
- **Modernizar e Qualificar a oferta de Alojamento Turístico**, apostando na concepção e remodelação de empreendimentos que incorporem aspetos claramente diferenciadores ao nível do **design/arquitetura contemporânea; tematizados, através da aposta em novos conceitos hoteleiros e de hospitalidade ligados aos ativos estratégicos do território** (vinho, azeite, cortiça, planos de água); e adaptados às preferências dos mercados (famílias, seniores, multiculturalidade do viajante).

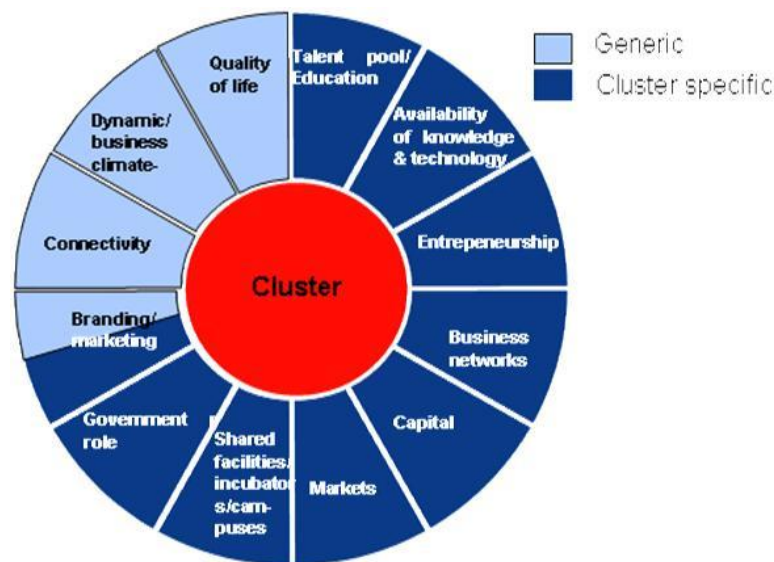




AFIRMAR O CLUSTER DO TURISMO

Afirmação do Turismo regional como *cluster* prioritário de desenvolvimento, através de políticas que 1) articulem e acrescentem valor à cadeia produtiva, 2) promovam a cultura associativa e 3) induzam a excelência de gestão em redes de empresas que giram vantagens estratégicas comparativas e competitivas (2/3)

- **Estimulo ao empreendedorismo qualificado no turismo, ao auto-emprego e ao emprego jovem**, com maior incidência na área da animação turística e do entretenimento (focagem nos projetos empresariais que contribuam para a cadeia de valor dos produtos estratégicos do Alentejo - Natureza, Touring Cultural, Sol e Mar, Náutico, Gastronomia e Vinhos);
- **Aumento e harmonização da oferta formativa** (a todos os níveis) adequando o leque formativo às necessidades de conhecimento da industria - **ênfase na formação on-job**;
- **Lançamento de programas de formação específica em função dos produtos turísticos** (ex. Birdwatching ou Cinegético), dirigidos a promotores, empresários e trabalhadores;
- **Incremento da formação em áreas transversais ao setor** (áreas financeira, desenvolvimento de planos de negócio e de empreendedorismo, comportamento organizacional, liderança, comercialização e vendas);

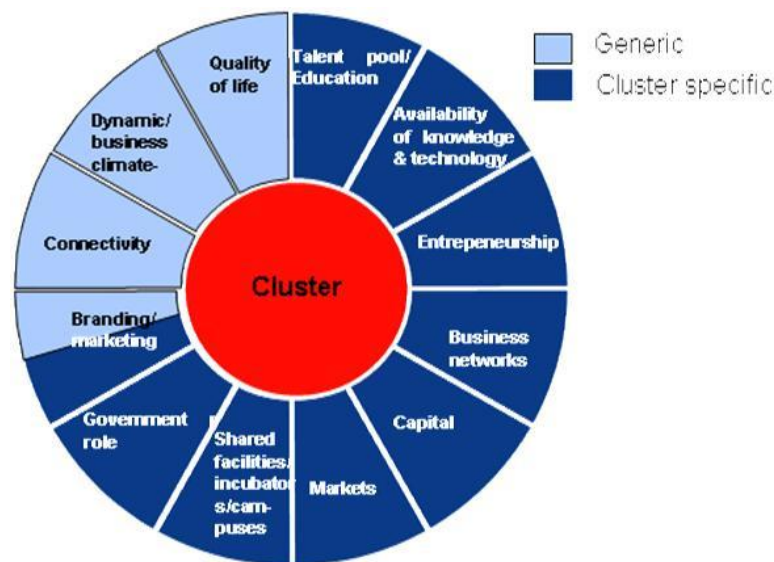




AFIRMAR O CLUSTER DO TURISMO

Afirmação do Turismo regional como *cluster* prioritário de desenvolvimento, através de políticas que 1) articulem e acrescentem valor à cadeia produtiva, 2) promovam a cultura associativa e 3) induzam a excelência de gestão em redes de empresas que giram vantagens estratégicas comparativas e competitivas (3/3)

- **Criação e implementação de sistema de estágios de jovens licenciados** em áreas de gestão, não diretamente ligadas ao Turismo, nas empresas turísticas da Região;
- **Estabelecimento de um programa transversal de apoio à competitividade turística das empresas**, com centros de partilha de custos e ativação de mecanismos regulares de promoção conjunta;
- **Estabelecimento de protocolo com instituições de crédito e financiamento (incluindo capital de risco e business angels)**, de modo a assegurar financiamentos na perspetiva de sustentabilidade dos negócios turísticos;
- Apoio à iniciativa empresarial através de serviços de outsourcing modelização e **reengenharia financeira** dos seus negócios para facilitação de financiamento junto e entidades privada e/ou públicas.





TRABALHAR PARA UMA VISÃO INTERSECTORIAL REGIONAL

Estruturação e promoção do destino com base numa visão intersectorial, suportada num modelo de governação eficaz e participado (1)

- **Promover e concretizar uma visão intersectorial regional que articule a actividade turística com as demais**, nomeadamente com o ambiente/sustentabilidade, acessibilidade e transportes, saúde, agricultura e desenvolvimento rural, cultura/artes e emprego/formação;
- **Implementar um Modelo de Governação eficaz que suporte o desenvolvimento do Turismo** e a relação institucional com outros sectores, nas vertentes oferta e procura turística. Deverão ser consideradas três dimensões essenciais:
 - Fórum de Acompanhamento do Plano Operacional de Turismo resultante do Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014-2020;
 - Conselho Intersectorial do Turismo; e
 - Conselho Estratégico de Promoção Integrada do destino.





GERIR O DESTINO COM REFORÇO DE COMPETÊNCIAS

Gestão do destino pela agregação de competências em áreas estruturantes, como o planeamento do território, licenciamento de atividades e monitorização do destino (1/3)

- **Propor na Turismo do Alentejo, ERT um centro de novas competências ao nível da análise de intenções de investimento e do licenciamento de atividades turísticas**, entre outras com impacto no sector. Este centro deverá plasmar funções do Turismo de Portugal ao nível da regulação da oferta numa primeira fase de análise de intenções de investimento;
- Assegurar nos processos de licenciamento de atividades turísticas e outras com impacto no Turismo, **a intervenção da Turismo do Alentejo, ERT**;
- **Homogeneizar a figura de licenciamento municipal do alojamento local nos 58 municípios do Alentejo**, dotando-as, sempre que possível, de estratégias de tematização regional;
- **Estruturar mecanismos de identificação sistemática de problemas/estrangulamentos da oferta e envolvente dos produtos pelos agentes económicos do Turismo** e sua comunicação (através da Turismo do Alentejo, ERT) às entidades responsáveis;





Alentejo e Lezíria

GERIR O DESTINO COM REFORÇO DE COMPETÊNCIAS

Gestão do destino pela agregação de competências em áreas estruturantes, como o planeamento do território, licenciamento de atividades e monitorização do destino (2/3)

- Assegurar nos processos de requalificação urbana, nomeadamente os financiados pelo QEC, bem como nos instrumentos de gestão do território, a intervenção da Turismo do Alentejo, ERT, **com vista à promoção da competitividade turística das Cidades** (iluminação geral e cénica, interpretação, acessibilidade a todos os públicos, limpeza);
- **Monitorização da atividade turística**, reforçando a capacidade de atuação do **Observatório de Turismo do Alentejo**, nomeadamente pela **antecipação e acompanhamento de tendências**, **best practices** nacionais e internacionais e **principais indicadores de operação** das empresas do sector; assim como mecanismos eficazes de **partilha de conhecimento** ao longo da cadeia de valor (desenvolvimento e incremento sistemático de bases de dados com informação sobre principais players, por exemplo da distribuição internacional).



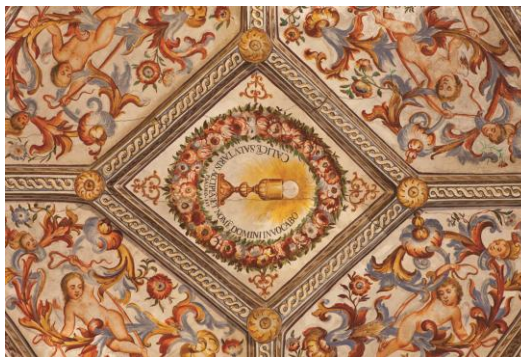


Alentejo e Lezíria

GERIR O DESTINO COM REFORÇO DE COMPETÊNCIAS

Gestão do destino pela agregação de competências em áreas estruturantes, como o planeamento do território, licenciamento de atividades e monitorização do destino
(3/3)

- **Aumentar e melhorar a sinalética turística**, especialmente dos principais recursos turísticos;
- **Coordenação de horários de funcionamento das várias *visitor attractions***, incluindo património cultural tangível, de acordo com o perfil da procura, através da criação de um programa global com escala adequada, que sob a liderança da Turismo do Alentejo ERT, envolva Municípios, Museus, Igreja, Misericórdias e outros detentores/gestores de património.

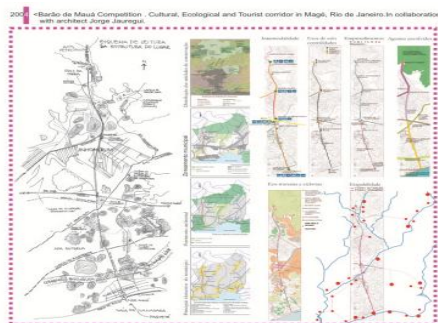




CRIAR E PROMOVER TERRITÓRIO TURÍSTICO

Criar e promover, em espaço rural e urbano, um território de excelência para o Turismo, incentivando corredores com oferta especializada, disponibilizando produtos rurais e agroindustriais (1)

- **Implementar corredores turísticos, estruturando e equipando território para a atividade turística**, por exemplo, através do aproveitamento de estradas, ferrovias e caminhos menos utilizados / desativados;
- Permitir ao longo desses eixos de fruição turística a **instalação de pequenos equipamentos de apoio** dinamizados por micro empresas de animação turística;
- **Criação de novas plataformas logísticas rurais** que abasteçam a cadeia de valor do turismo com serviços e amenidades de valor acrescentado.





INSTITUCIONALIZAR REDES DE OFERTA NO TERRITÓRIO

Incentivar e coordenar, numa primeira fase, os agentes a criar/integrar redes de oferta de destino ou setoriais de modo a ganharem massa crítica ao nível da gestão e visibilidade no acesso ao mercado (1)

- **Estimular o desenvolvimento de ofertas integradas de pacotes de turismo**, de natureza, gastronomia e vinhos, touring cultural, sol e mar, turismo náutico;
- Apoiar e incentivar no seio destes clusters de oferta, **o alojamento qualificado e atividades complementares de valor**, dirigidas aos segmentos de mercado dos mercados internacionais;
- As políticas públicas deverão reconhecer **e apoiar a criação e dinamização destas Redes** ;





Alentejo e Lezíria

REQUALIFICAR E CRIAR NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS

Prosseguir o esforço de requalificação dos produtos turísticos (Natureza, Touring/Cultural, Náutico, Sol e Mar, Gastronomia e Vinhos) e lançando outros para os quais o território demonstre apetência (Cinegético, Saúde e Bem Estar) (1/2)

- **Concretizar uma aposta estratégica no Turismo de Natureza** (sub-produtos Caminhadas, BTT, Birdwatching e Atividades Aquáticas):
 - ex: criação de roteiros de natureza em zonas de especial interesse ambiental com desenvolvimento de equipamentos de interpretação; apoiar a caça e rotas de natureza; apoiar/financiar atividades de transporte náutico/atividades de natureza por via de embarcações ambientalmente sustentáveis,
- **Sedimentar as preocupações com o Turismo Acessível**, concretizando-as nos diversos produtos e serviços;
- **Desenvolver e integrar a agenda do Olivoturismo** no produto Gastronomia e Vinhos;
- **Incorporar os produtos do Mar** na cadeia de valor do produto Sol e Mar, valorizando este;
- **Reabilitação das áreas industriais e sítios mineiros** para fins turísticos;
- **Realizar o desassoreamento do rio Guadiana**, dinamizando o segmento fluvial do Turismo Náutico;
- **Criar *visitor attractions*** de dimensão e com capacidade para atrair volumes significativos de procura como *Wine Park, Lake Park e Indoor Aquatic Park*;





Alentejo e Lezíria

REQUALIFICAR E CRIAR NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS

Prosseguir o esforço de requalificação dos produtos turísticos (Natureza, Touring/Cultural, Náutico, Sol e Mar, Gastronomia e Vinhos) e lançando outros para os quais o território demonstre apetência (Cinegético, Saúde e Bem Estar) (2/2)

- Criação, ao longo da cadeia de valor, de sistemas de certificação de qualidade, em articulação com os agentes do setor.



- Incentivar e apoiar a eficiência energética e certificação ambiental da cadeia de valor em associação a *labels* internacionais credíveis e com projeção de mercado.



Programa Estratégico
para o Empreendedorismo
e a Inovação





REFORÇAR A PROMOÇÃO

Projetar um novo posicionamento do Alentejo nos mercados internacionais, alicerçado nos conceitos de promoção dirigida e integrada (1/2)

- **Promoção integrada com os sectores mais relevantes da economia regional** (ex. Vinho, Rochas Ornamentais, Azeite ou Cortiça);
- **Promoção dirigida** aos mercados que reconheçam o valor dos atributos do destino (com relação direta, continua e pró-ativa com os *players* principais), de acordo com a segmentação da procura;
- **Estabelecer com entidades responsáveis pela promoção turística de destinos com características similares ao Alentejo (sobretudo europeus) e/ou regiões com produtos turísticos similares aos do Alentejo (quer nacionais, com carácter transfronteiriço ou europeus), protocolos de parceria em ações de promoção concretas.** Essas ações devem estar baseadas na estruturação de ofertas/campanhas turísticas comercializáveis e serem divulgadas, sobretudo, através do trade internacional (ex. ao nível do destino com Toscana e Rioja para mercados long haul e ao nível do produto com o Vinho com Rioja);
- **Integrar a oferta de produtos com reduzida expressão no Alentejo na oferta estruturada de outras regiões nacionais** (ex. Golfe do Alentejo e Centro de Conferencias de Tróia na promoção e distribuição do produto Golfe e de Turismo de Negócios de Lisboa).





REFORÇAR A PROMOÇÃO

Projetar um novo posicionamento do Alentejo nos mercados internacionais, alicerçado nos conceitos de promoção dirigida e integrada (2/2)

- **Gerir direta, continua e pro-ativamente o relacionamento com mercados/trade generalista e de nicho reforçando o caráter de relacionamento pessoal;**
- **Identificar de forma continuada novos operadores/agentes** com posterior gestão/manutenção comercial;
- **Fomentar ações educacionais de jornalistas e agentes de viagens (*fam & press trips*),** estimulando a produção de conteúdos baseados nos temas âncora do destino;
- **Estimular o relacionamento institucional entre a Turismo do Alentejo ERT e o ARPTA,** através da manutenção de sistema de informação de iniciativas, com o objetivo de adequar mensagens e conteúdos promocionais (ex: ARPTA e o Turismo de Portugal preparam campanha específica relativa ao produto Gastronomia e Vinhos para ser lançada em Maio de 2015 no Reino Unido – Turismo do Alentejo incentiva mercado a criar produto Taste Wine in Alentejo e colocar esse produto nos operadores do Reino Unido para esse período de maior visibilidade);
- **Aprofundamento da vertente transacional** através do lançamento de programas de comercialização das empresas;
- **Integração de Eventos, existentes e futuros, com a estratégia de promoção do destino,** enfatizando os relacionados com os produtos turísticos estratégicos a maximizar (ex. provas de orientação, btt, surf, festivais de gastronomia).





MARKETING DIGITAL (ALENTEJO 3.0)

Centrar a comunicação digital do Destino numa lógica criativa Web 3.0 (1)


- **Prosseguir o trabalho de otimização da reputação do Destino nas redes sociais**, fidelizando turistas e viajantes;
- **Desenvolvimento de estratégias concertadas de Internet Marketing;**
- **Melhorar o sistema de informação turística, aproximando o consumidor do fornecedor**, sobretudo através de plataformas tecnológicas:
 - Desenvolvimento de um maior número de conteúdos da oferta turística disponível, sua georeferenciação e transposição para formatos destinados a plataformas móveis.
 - Desenvolvimento de aplicação (Android, Microsoft e IOS) e sua disponibilização electrónica.
 - Desenvolvimento de serviço de aluguer de equipamentos móveis com esta aplicação e sua disponibilização a turistas.





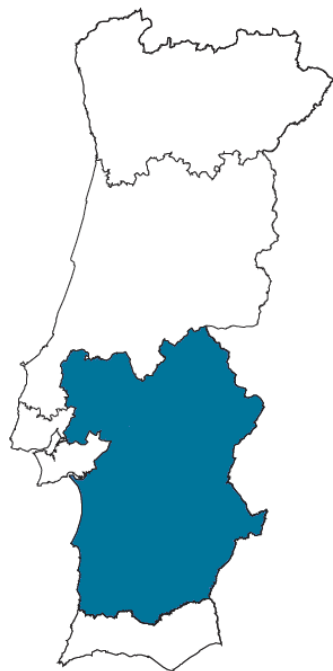
Alentejo e Lezíria

A implementação dos principais eixos de intervenção pressupõe uma aplicação territorial diferenciada

- 
1. **Criar uma efetiva economia turística para o Alqueva**, apoiada na dinamização de iniciativas empresariais (e na redução dos custos de contexto para estas), ligadas ao turismo náutico, cultural e de natureza; incentivar a criação de ofertas turísticas estruturadas, assim como o desenvolvimento de uma envolvente cuidada, nas aldeias ribeirinhas do Alqueva;
 2. **Apostar no crescimento e diversificação do turismo marítimo e costeiro para o Litoral alentejano**, em linha com a aposta no *cluster* do mar e com a vocação Atlântica do país; **apoiar o desenvolvimento de oferta turística que garanta escala competitiva internacional**, assim como a redução da sazonalidade;
 3. **Integrar na estratégia de valorização da oferta e na promoção do destino Alentejo, a nova área turística da Lezíria**, desenvolvendo e incrementando as relações institucionais com os *players* sub-regionais; e
 4. **Implementação de corredores turísticos, que percorram todo o território Alentejano**, sistematizando a oferta em torno dos ativos estratégicos do Alentejo, em articulação com as Comunidades Intermunicipais.



Alentejo e Lezíria



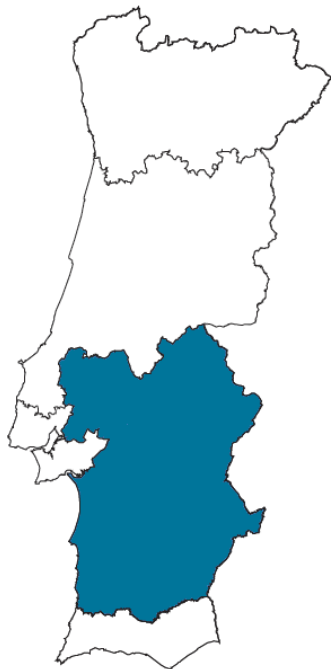
ARTICULAÇÃO COM A ESTRATÉGIA REGIONAL

O documento estratégico “Turismo do Alentejo 2014-2020” deve estar fortemente ancorado na estratégia regional e no Plano de Ação para o mesmo período (1/2)

1. Tornar o “Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014-2020” uma referência central e consequente, na construção, estruturação e execução do próximo PO Regional para o novo período de programação dos Fundos Estruturais e de investimento.
2. Garantir que o “Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014-2020”, as suas Prioridades e Eixos de Intervenção, **integrarão de forma transversal e coerente, a estratégia regional e os quadros de referência sub-regionais ao nível das 5 NUTS III do Alentejo.**
3. Garantir ao nível operacional dos diversos instrumentos de desenvolvimento do Acordo de Parceria e do PO Regional, **a coerência estratégica das intervenções turísticas de cariz local, supra-municipal, e regional, quer nos territórios urbanos, quer nos rurais.**
4. **Assegurar que a Governação das componentes turísticas das ITI e de outros instrumentos regulamentares previstos para a mobilização de abordagens integradas (DLBC – Desenvolvimento Local de Base Comunitária e AIDUS - Ações Integradas de Desenvolvimento Urbano Sustentável) possa ser liderada pela Turismo do Alentejo, ERT , de modo a evitar a dispersão de atuações e a perda do foco estratégico com prejuízo para os resultados que venham a ser definidos no PO Regional.**



Alentejo e Lezíria



ARTICULAÇÃO COM A ESTRATÉGIA REGIONAL

O documento estratégico “Turismo do Alentejo 2014-2020” deve estar fortemente ancorado na estratégia regional e no Plano de Ação para o mesmo período (2/2)

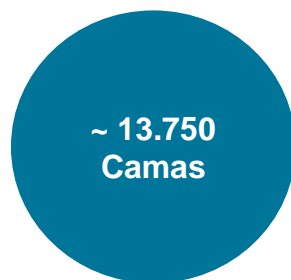
5. Avaliar a possibilidade de adoção de abordagens territoriais integradas (como as ITI - Investimentos Territoriais Integrados) para regiões temáticas do Alentejo, em que o Turismo se possa constituir como uma dimensão relevante, se não mesmo determinante, das respetivas estratégias de intervenção.
6. Tornar clara e exequível uma abordagem à estruturação e promoção dos produtos turísticos, **que possa combinar o apoio ao investimento produtivo e a qualificação de capital humano**, logo numa lógica plurifundos (nomeadamente FEDER e FSE, mas também, e se possível com o FEADER e o FEAMP).
7. **Canalizar, quer para os eixos de intervenção e programática do PO temático da Competitividade, quer para o PO Regional, as vocações e orientações estabelecidas no “Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014-2020” no que se refere ao investimento privado no turismo**, garantindo que as tipologias de projetos previstas, beneficiarão de apoios e nalguns casos, mesmo de uma discriminação positiva (por exemplo, projetos englobados em ITI que contribuam para a estruturação de produtos turísticos prioritários e que sejam qualificados como tal pela Turismo do Alentejo, ERT).

TURISMO DO ALENTEJO 2014 - 2020

OBJETIVOS QUANTITATIVOS

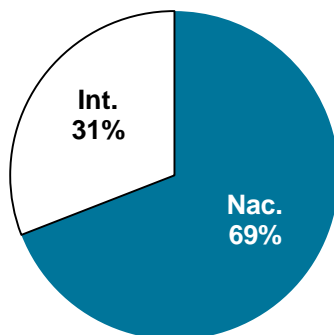
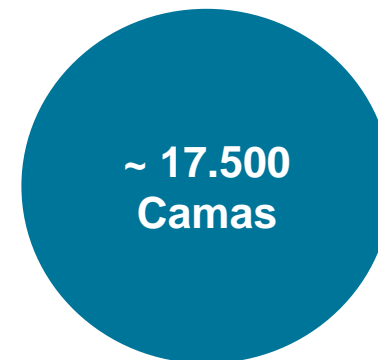
2012

2020



Incremento de 27%

Crescimento médio anual de 3,0%

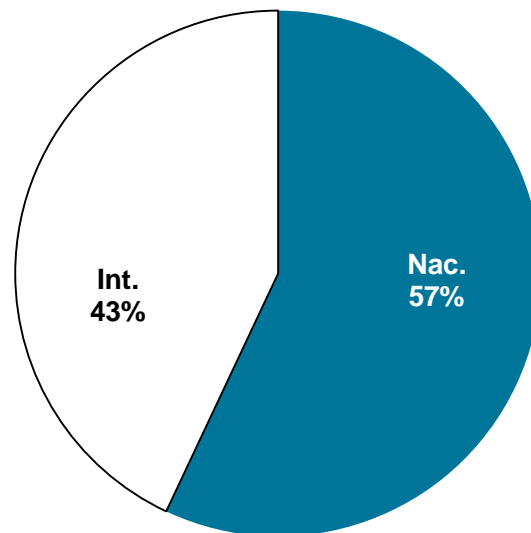


Incremento de 63%

Crescimento médio anual de 6,3%

~1,1 milhões de dormidas

~1,1 milhões de dormidas



~1,9 milhões de dormidas



Documento Estratégico Turismo do Alentejo 2014 – 2020
Visão, Prioridades Estratégicas e Eixos de Intervenção

