



# REENERGUE O TURISMO da REGIÃO

JUNTOS SOMOS MAIS NORTE  
AGENDA REGIONAL DO TURISMO 2030

# REERGUER O TURISMO DA REGIÃO

## ÍNDICE

- A evolução recente e as perspectivas do Turismo
- O Turismo na Estratégia Norte 2030
- A Agenda Regional do Turismo 2030
- O Turismo no Próximo Programa Operacional Regional do Norte – Fazer diferente para fazer melhor

# 2021

JANUARY-MARCH\*

## INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS

### WORLD

2019: (+4%)  
2020: (-73%)  
JAN-MARCH 2021: -83% (OVER 2020)  
JAN-MARCH 2021: -88% (OVER 2019)

### AMERICAS

2019 (+2%)  
2020 (-68%)  
JAN-MAR 2021  
(-71%)

### EUROPE

2019 (+4%)  
2020 (-69%)  
JAN-MAR 2021  
(-83%)

### AFRICA

2019 (+2%)  
2020 (-74%)  
JAN-MAR 2021  
(-81%)

### MIDDLE EAST

2019 (+7%)  
2020 (-74%)  
JAN-MAR 2021  
(-78%)

### ASIA & THE PACIFIC

2019 (+4%)  
2020 (-84%)  
JAN-MAR 2021  
(-94%)



SOURCE: UNWTO

\* PROVISIONAL DATA (Y-O-Y MONTHLY CHANGE) (DATA AS OF MAY 2021)

# International tourism back to levels of 30 years ago



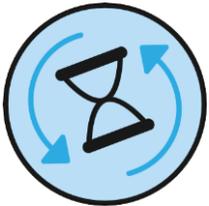
**-73%**

International tourist arrivals



Loss in export revenues from international tourism

**US\$ 1.1 trillion**



International tourism could plunge to levels of

**1990s**



Estimated loss in global GDP

**+US\$ 2.5 trillion**



Loss of international tourist arrivals

**1 billion**



**100 million**

direct tourism jobs at risk



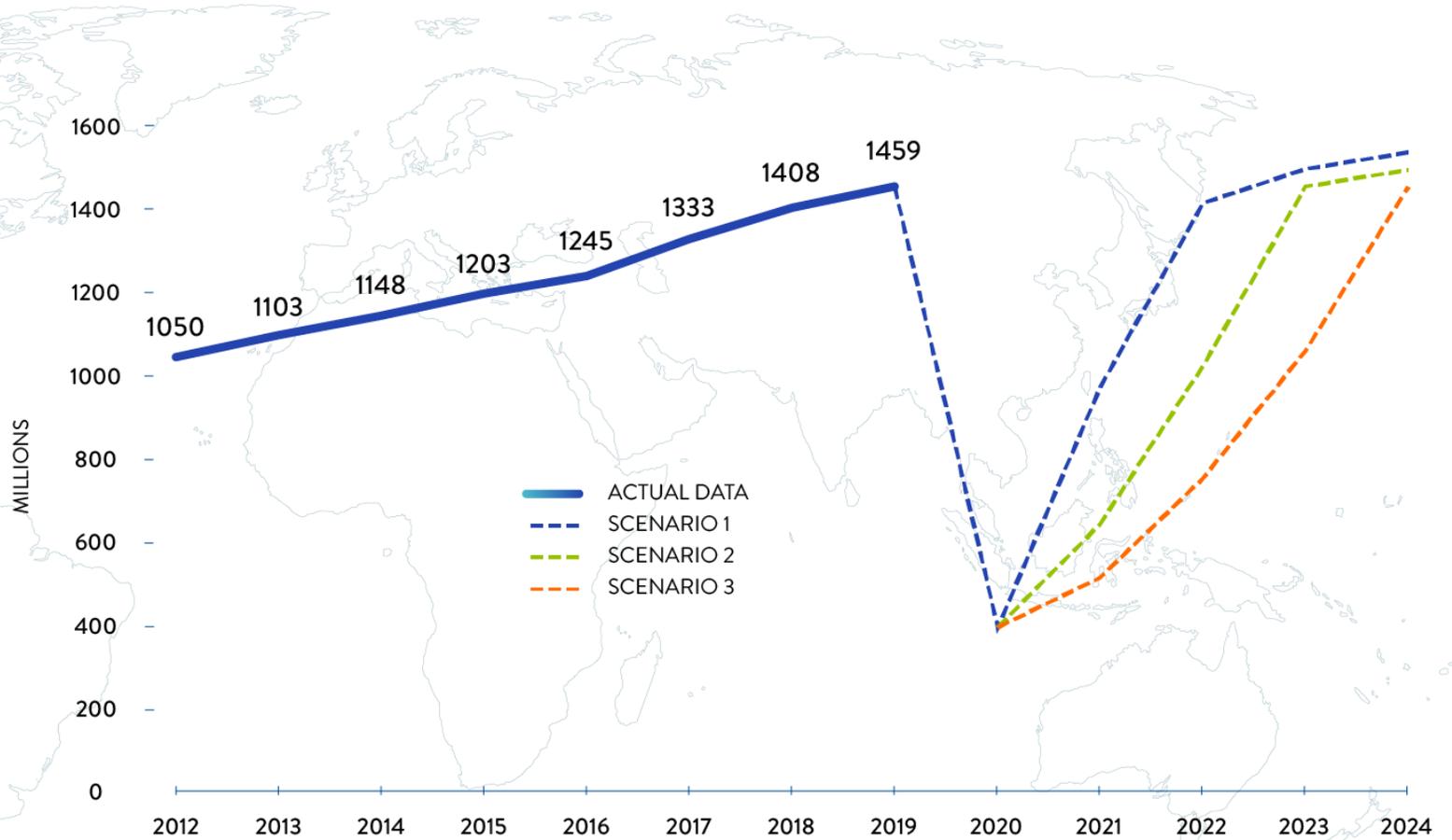


**LOOKING AHEAD**

## 2021-2024 SCENARIOS

2 ½ TO 4 YEARS  
TO RECOVER 2019 LEVELS

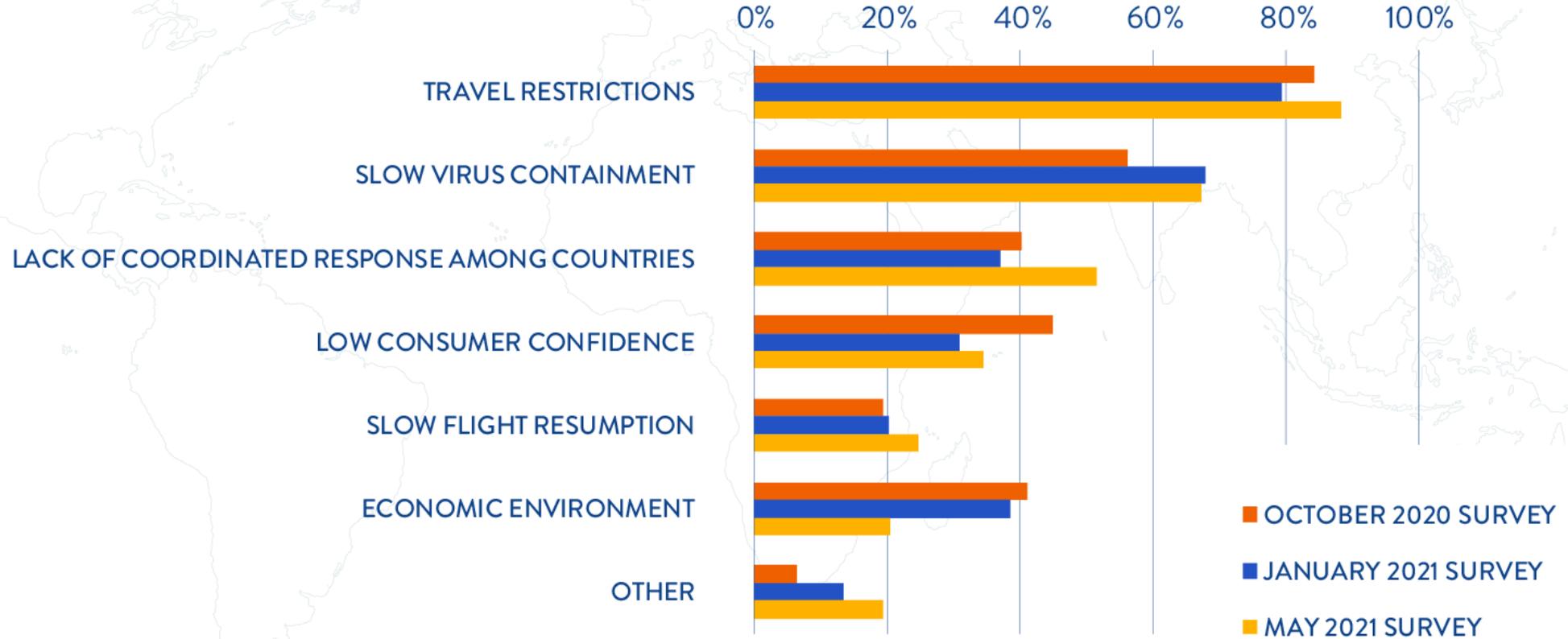
INTERNATIONAL TOURIST  
ARRIVALS



SOURCE:  
WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO)  
DECEMBER 2020



## WHAT ARE THE MAIN FACTORS WEIGHING ON THE RECOVERY OF INTERNATIONAL TOURISM?



SOURCE: UNWTO PANEL OF EXPERTS SURVEY, MAY 2021

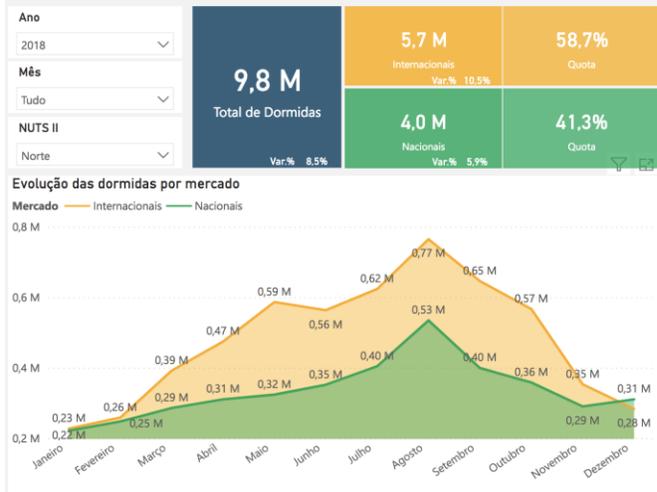
Ano	2016	2017	2018	2019	2020	2019/ 2020	2021 (*)
Total Global	59 122 640	65 385 210	67 662 103	70 158 964	25 960 283	63%	551 748
Norte	7 989 922	9 008 846	9 778 017	10 810 712	4 412 963	59%	7 072
Alemanha	366 236	418 702	471 996	487 111	141 207	71%	1 849
Bélgica	137 960	143 665	136 803	141 243	38 991	72%	12 871
Brasil	377 533	514 067	597 584	699 064	164 418	76%	546
Canadá			128 654	152 231	15 683	90%	578
China			77 833	96 549	16 209	83%	548
Dinamarca			44 891	50 672	8 176	84%	28 518
Espanha	984 358	1 082 018	1 168 221	1 320 343	476 525	64%	1 660
EUA	179 838	249 292	342 395	459 913	48 263	90%	12 837
França	706 900	724 979	736 006	762 344	240 546	68%	2 561
Países Baixos	172 760	178 862	184 247	193 168	51 771	73%	608
Irlanda	31 473	48 144	48 246	65 406	10 555	84%	7 723
Itália	194 481	241 237	260 674	293 274	74 881	74%	1 936
Polónia			99 491	93 209	24 663	74%	3 145
Reino Unido	299 553	330 026	353 986	428 009	86 635	80%	442
Suécia			34 290	33 534	7 560	77%	2 745
Suíça			123 877	136 558	33 582	75%	19 206
Outros Estrangeiros	964 033	1 263 513	931 302	1 084 017	226 839	79%	446 903
Portugal	3 574 797	3 814 341	4 037 521	4 314 067	2 746 459	36%	2 738 548

# NORTE DE PORTUGAL

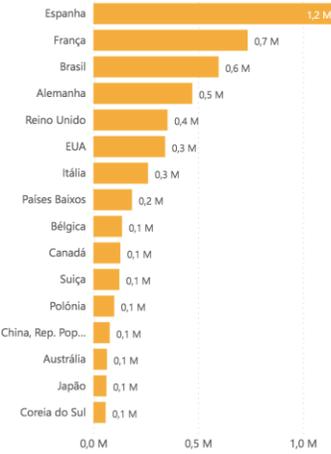
## INDICADORES DO TURISMO

(Dormidas por país de origem)

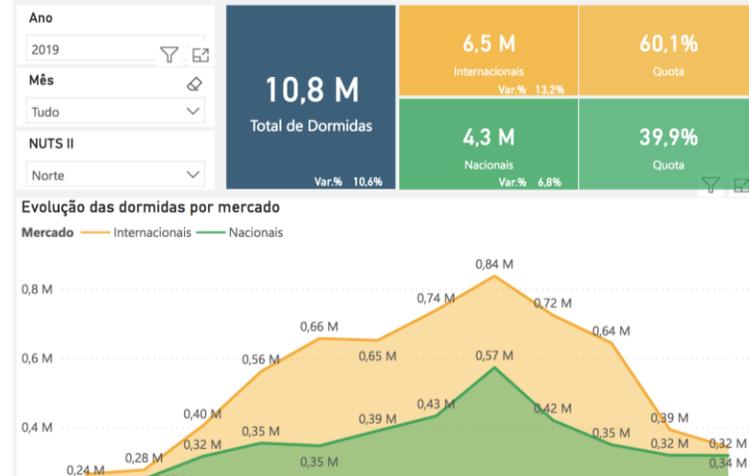
## Dormidas



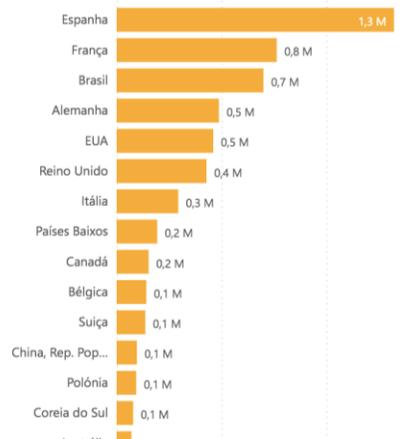
### Dormidas por país



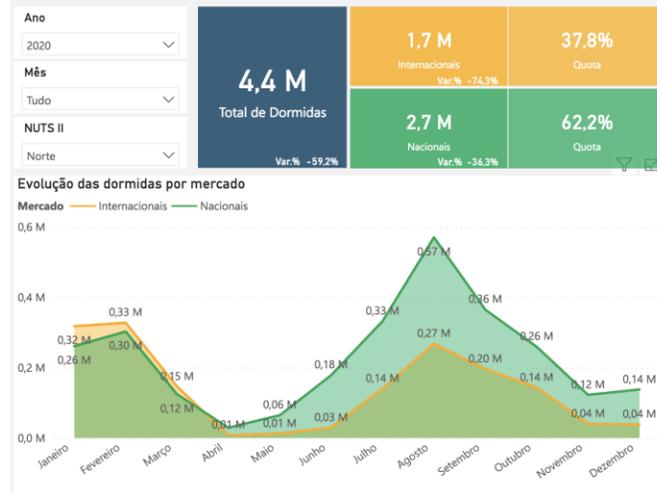
## Dormidas



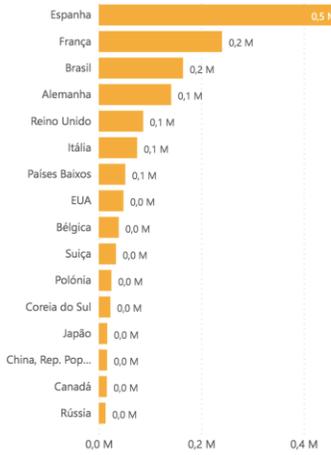
### Dormidas por país



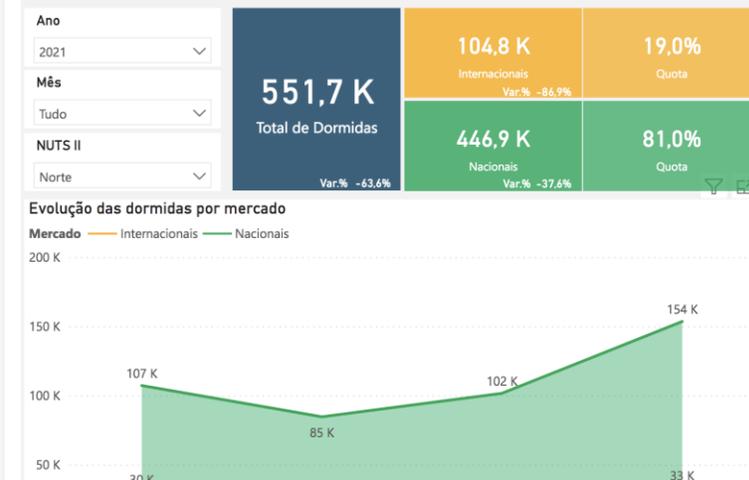
## Dormidas



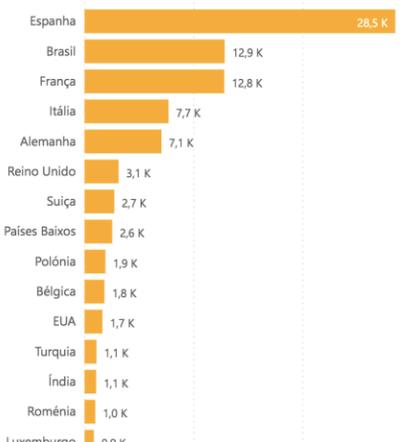
### Dormidas por país



## Dormidas



### Dormidas por país



# TENDÊNCIAS

- PROCURA DO PORTO E NORTE GANHA PESO FACE AO RESTO DO PAÍS
  - (2016: 13,5 % / 2019: 15,4% / 2020: 17%)
- ESTAMOS A CONSEGUIR DIVERSIFICAR MERCADOS
- DIMINUIÇÃO DA SAZONALIDADE, ASSENTE NO MERCADO ESTRANGEIRO
  - Aumenta fora da época de Verão
- MERCADO NACIONAL CONTINUA MUITO SAZONAL
  - É necessário trabalhar incentivos à viagem como ajustes ao calendário escolar nas pontes e feriados; incentivos fiscais; aumentar poder de compra, ...)
- IMPORTANTE REFORÇAR MERCADOS DE MÉDIO E LONGO CURSO / TRANSCONTINENTAIS
  - É essencial a integração dos produtos turísticos com o resto de Portugal e regiões de Espanha, nomeadamente com aposta nos recursos e produtos transfronteiriços)

# Regime Jurídico das Entidades Regionais de Turismo - Plano Regional de Turismo

Lei n.º 33/2013 Estabelece o regime jurídico das áreas regionais de turismo de Portugal continental, a sua delimitação e características, bem como o regime jurídico da organização e funcionamento das entidades regionais de turismo

Artigo 5.º

Missão e atribuições

1 - As entidades regionais de turismo têm por missão a valorização e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, bem como a gestão integrada dos destinos no quadro do desenvolvimento turístico regional, de acordo com as orientações e diretrizes da política de turismo definida pelo Governo e os planos plurianuais da administração central e dos municípios que as integram.

2 - São atribuições das entidades regionais de turismo:

b) Definir o plano regional de turismo, alinhado com a estratégia nacional de desenvolvimento turístico, e promover a sua implementação;

c) Assegurar o levantamento da oferta turística regional e sub-regional e a sua permanente atualização, no quadro do registo nacional de turismo, e realizar estudos de avaliação do potencial turístico das respetivas áreas territoriais;

3 - Os planos regionais de turismo devem realizar a avaliação dos destinos sub-regionais de turismo existentes e assegurar o desenvolvimento daqueles cujos sinais distintivos já se encontrem consolidados

# O que precisamos de fazer no curto prazo 2021-2023

1. Apoiar as empresas – Capitalização e prolongamento das moratórias;
2. Repor a conectividade aérea
3. Potenciar a internacionalização pela digitalização da oferta
4. Acelerar a estruturação de produtos da nova procura
5. Maximizar a promoção e venda do destino do Top 10 mercados
6. Estimular a dinâmica do território com eventos turísticos

# Ambição.

2023

**6**      **Milhões de Hóspedes**  
**12**     **Milhões de Dormidas**  
**700**   **Milhões de Proveitos**

2030

**8**      **Milhões de Hóspedes**  
**16**     **Milhões de Dormidas**  
**950**   **Milhões de Proveitos**

**CENÁRIO 2019**

**CENÁRIO 2020**

31 Companhias  
90 Rotas  
13 Milhões Passageiros

14 Companhias  
29 Rotas  
5 Milhões Passageiros



**OBJETIVO  
2023**





# O Turismo na Estratégia Norte 2030

# O Turismo na Estratégia Norte 2030

- 66. *“Em termos prospetivos, prevê-se um agravamento do endividamento externo do país porque a crise sanitária e o seu impacto no turismo irão reduzir significativamente o excedente na balança de serviços (turismo) e, conseqüentemente, o seu contributo para compensar os défices crónicos na balança comercial”.* (pág. 28)
- 85. *“Contrariamente à evolução da procura turística, que ainda se encontra em clara recessão, as exportações de bens do Norte já recuperaram parcialmente o nível anterior à crise.”* (pág. 32)
- 87. *“No 3º trimestre de 2020, as reduções mais acentuados foram observadas nas atividades imobiliárias (-63,6%), nas atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas (-25,8%), no alojamento, restauração e similares (-8,9%) e na educação (-8,0%). O emprego nestes setores está a diminuir em resultado da forte restritividade social e de uma perspetiva negativa relativamente à retoma da procura, num quadro de enorme incerteza relativamente ao futuro”.*

# O Turismo na Estratégia Norte 2030

- *“O papel da política pública também deve ser o de contrariar as expectativas dos agentes através da sinalização de investimentos em setores-chave de desenvolvimento para as suas atividades, como são, nestes casos, os investimentos no turismo ou nas indústrias criativas.”* (pág. 33.)
- 216. *“...no que respeita ao domínio associado ao turismo, deverá reforçar-se o seu enfoque na dinamização da atividade turística como forma de valorização económica de recursos e ativos, materiais e simbólicos, intensivos em território, designadamente em subespaços regionais que poucos recursos e ativos dispõem para além destes, e não tanto na expansão da oferta turística e, em particular, de alojamento. Este foco no arrastamento na envolvente das atividades económicas locais deve permitir maior seletividade dos apoios e aposta em percursos e itinerâncias que permitam desejável acréscimo da estada média dos visitantes.”* (pág. 61)

# O Turismo na Estratégia Norte 2030

Na análise swot da Estratégia Norte 2030 o Turismo não consta dos pontos fracos ou fortes, nem é identificando nas oportunidades e ameaças que se colocam.

O que contrasta com as análises swot efetuadas pelas entidades intermunicipais que integram a Estratégia em que:

- O Alto Minho vê como uma oportunidade
- O Alto Tâmega aponta pontos fortes e oportunidades que decorrem do turismo
- A AMP também aponta pontos fortes e oportunidades no turismo
- O Ave, por seu turno, identifica três pontos fortes ligados ao setor e vê oportunidades para o desenvolvimento;
- O Cávado também realça as oportunidades que decorrem do turismo, tal como
- O Douro que para além de oportunidades refere-se ameaças que decorrem da dependência dos mercados externos
- O Tâmega e Sousa também aponta oportunidades.
- Por seu turno, as Terras de Trás-os-Montes identifica oportunidades e consagra o turismo como uma das fileiras em que a região se deve centrar na sua visão.

# REERGUER O TURISMO DA REGIÃO

JUNTOS SOMOS MAIS NORTE  
**AGENDA REGIONAL  
DO TURISMO  
2030**

# Reerguer o Turismo da Região

## Eixos de Intervenção

I. Porto e Norte  
+ qualificado

II. Porto e Norte  
+ atrativo

III. Porto e Norte  
com  
+ energia

Estes 2 eixos integram a candidatura ao SAAC  
Internacionalização “Reerguer o Turismo da Região - Junto  
Somos Mais Norte”

Este eixo será  
objeto de uma  
nova candidatura

# I. Porto e Norte + Qualificado

Este eixo de intervenção foca-se na qualificação da oferta, designadamente:

- planear o futuro do turismo da Região do Norte por forma a reinventar-se e a apoiar a sua recuperação;
- na criação de redes regionais de oferta turística bem estruturadas, adequadas às novas tendências de procura internacional;
- melhorar a mobilidade para e na região, através da estruturação de produtos turísticos capazes de promover a necessária distribuição dos fluxos turísticos a partir dos principais centros de atração, às escalas regional e nacional;
- trabalhar a transformação digital do turismo;
- promover a circularidade e a sustentabilidade do sistema turístico no destino, qualificando o acolhimento e potenciando o valor da autenticidade e da paisagem, através da estruturação de produtos competitivos e adequados ao mercado e aos novos perfis da procura.

# II. Porto e Norte

+

# Atrativo

Este é o um eixo de intervenção que respeita diretamente à procura turística, à promoção, comunicação e marketing:

- A participação neste projeto, em parceria, das duas entidades responsáveis pela promoção junto dos mercados nacional alargado e internacional vem permitir um alinhamento e uma coerência na imagem projetada do destino que terá naturais ganhos de notoriedade, interna e externamente. Com uma estratégia única de promoção da marca Porto e Norte nos diferentes mercados, partilhada pela TPNP ER e pela ATP, capaz de suscitar o apoio do setor privado no esforço de promoção, constitui uma mais valia na afirmação do destino que contribuirá para o reforço da sua atratividade.
- Este eixo de intervenção e de atuação conjunta concentra-se nas necessidades atuais e futuras de trabalho de promoção turística às diferentes escalas e mercados, apostando na produção regular de conteúdos, atualização de base de dados de imagens, inovação nas ferramentas de comunicação e de informação.
- Apesar dos tempos que correm, com todas as incertezas sobre o futuro próximo, o trabalho que será desenvolvido até 2022 nesta área do marketing e da promoção é vital para acelerar a recuperação e possibilitar o Reerguer do Turismo da Região.

# III. Porto e Norte com + Energia

Este eixo visa o apoio à realização de iniciativas imateriais designadamente eventos que deverão reforçar e sublinhar a identidade dos territórios e/ou produtos emergentes:

- Pretende-se projetar uma região com vida que dá resposta a um turismo que procura a identidade e a autenticidade do território e das comunidades locais.
- Trata de qualificar e estruturar um calendário anual de eventos e iniciativas com capacidade de atração turística de dimensão internacional, em linha com os produtos estratégicos do Norte de Portugal e seus principais atrativos turísticos. Incide, sobretudo, na criação de melhores condições para a realização desses eventos / iniciativas, aumentando a sua capacidade de atração turística.
- Assumindo diversos formatos, são investimentos que promovem ofertas turísticas específicas numa articulação com as autarquias, os produtores de eventos, os artistas, etc.
- Pelas vicissitudes criadas com o eclodir da pandemia Covid 19 no que respeita à realização de eventos, este eixo de intervenção é hoje mais imperioso do que nunca como forma de apoiar a recuperação do setor.

# I. Porto e Norte +Qualificado

## Como Perspetivamos o futuro: Agenda Regional do Turismo 2030



# I. Porto e Norte +Qualificado

## Como Perspetivamos o futuro: Novas Ofertas



PENSAR A CAPTAÇÃO DE PRODUÇÕES NA DIMENSÃO NORTE, EM PARCERIA, PARA AUMENTAR RECEITAS, MELHORAR A PROMOÇÃO, DIMINUIR SAZONALIDADES

## II. Porto e Norte +Atrativo COMO PERSPETIVAMOS O FUTURO: NOVAS CAMPANHAS



# II. Porto e Norte +Atrativo COMO PERSPETIVAMOS O FUTURO: NOVAS CAMPANHAS



PORTO  
E NORTE

## O SOSSEGO ESTÁ LÁ EM CIMA.

É lá que se acolhe sem fazer distinções entre o que é meu ou teu. É a atitude que convida a pertencer, que apetece agarrar bem perto e visitar vezes sem conta.

Uma escapadinha de topo, é lá em cima no Norte.

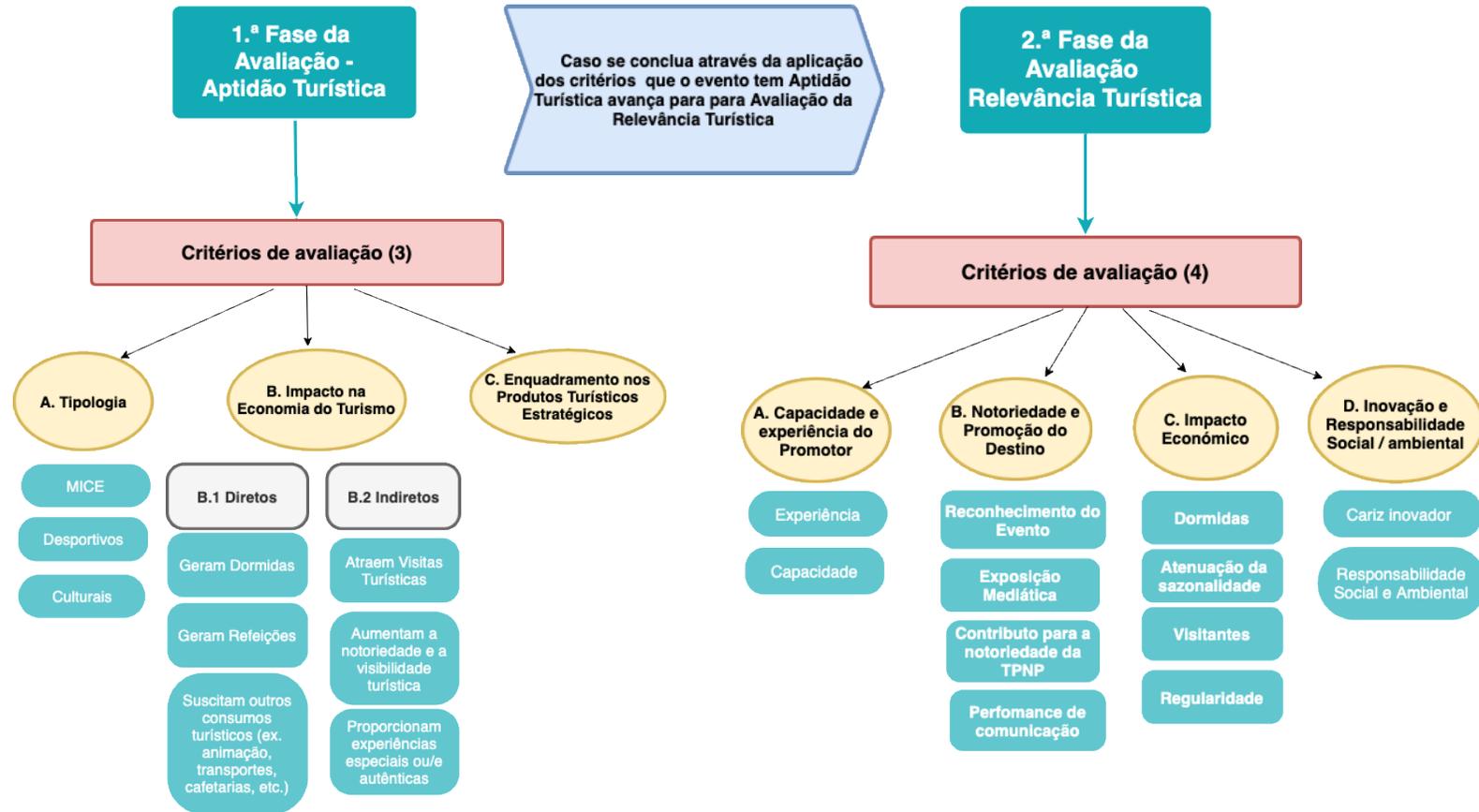
Estamos aqui, fale connosco em live chat.  
[onortelaemcima.pt](https://onortelaemcima.pt)

 Clean & Safe  
TURISMO PORTUGAL

TURISMO DO PORTO E NORTE DE PORTUGAL  
**portoenorte**™

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO E NORTE  
@onortelaemcima

# III. Porto e Norte com +Energia COMO PERSPETIVAMOS O FUTURO: QUALIFICAÇÃO DOS EVENTOS



# COMO PERSPETIVAMOS O FUTURO: NOVO MODELO de GOVERNAÇÃO



## JUNTOS SOMOS MAIS NORTE

# NORTE 2030

CCDR-N

TPNP / ATP

CIM'S

MUNICÍPIOS

ADL'S

EMPRESAS

SCT

OUTROS

# Fazer diferente para fazer melhor no Norte 2030

- Está em curso a preparação do próximo ciclo de financiamentos comunitários, a vigorar no período 2027. Um ciclo que arranca numa realidade bastante diferente do anterior ciclo.
- Hoje existe uma profunda articulação institucional entre a ERTPNP e a ATP que nos permitirá gerir melhor os recursos disponíveis, sempre escassos face a destinos turísticos nossos concorrentes dentro e fora do país;
- Está a evoluir positivamente a coordenação com as Entidades Intermunicipais e a TPNP / ATP, continuamos e apoiar-nos no bom trabalho que cada um dos municípios faz, reconhecendo que é na comunidade que começa a gestão do Destino Turístico Porto e Norte de Portugal;
- O Turismo tem como base o setor privado, as empresas. É fundamental que o novo ciclo que apoie a sobrevivência (numa primeira fase), e depois se concentre na dinamização do setor, através das mais diversas formas, promovendo, capacitando, valorizando as profissões para fazer face a uma escassez de mão-de-obra.

# Fazer diferente para fazer melhor no Norte 2030

- O Turismo é um puzzle complexo, com milhares de peças que é preciso gerir, sem ser possível impor. É um setor que neste momento navega à vista de costa com muitas incertezas pela frente. Determinar um *Desígnio*, uma Rota e as Metas a atingir, em consonância com o Turismo de Portugal e a Estratégia Turismo 2027, é fundamental.
- Como refere Daniel Innenarity, em recente entrevista ao Jornal Expresso, *OS sistemas inteligentes são mais importantes do que as pessoas inteligentes....*
- O ecossistema do Turismo do Porto e Norte, incluindo as entidades públicas e privadas e as empresas, tem que se transformar num sistema inteligente capaz de adaptar-se rapidamente à evolução dos factos; estar em linha com as tendências do setor, usar de modo parcimonioso os recursos disponíveis, especialmente os humanos e os naturais, ser inclusivo, independentemente de nacionalidades, géneros ou credos.
- ENQUANTO PAÍS, REGIÃO E COMUNIDADE NÃO PODEMOS PERDER NEM MAIS UMA ÓPORTUNIDADE, DAÍ A RELEVÂNCIA DO NORTE 2030

# Fazer diferente para fazer melhor no Norte 2030

## Períodos de programação anteriores

- Lógica do projeto individual de curta duração (no máximo 2 anos);
- Confusão entre indicadores do programa com indicadores do projeto que dificulta a avaliação e monitorização dos resultados obtidos e os seus efeitos no setor do Turismo;
- Primado da forma sobre o conteúdo e da burocracia sobre os resultados, os efeitos e os impactos no terreno;
- Complexidade no acesso aos apoios afasta promotores e, sobretudo, investidores privados;

## Propostas para o Norte 2030

- Intervenções integradas assentes em estratégias de médio prazo de continuidade para o Turismo, contratualizadas e desenvolvidas pelas entidades com competências próprias e recursos na área;
- Contratualização de investimentos alinhados com a Estratégia Turística da Região e diretamente relacionados com KPI, consensualmente acordados entre os promotores, as entidades que tutelam com competências específicas e a Autoridade de Gestão;
- Simplificação e desburocratização dos apoios ao investimento sem prejudicar o rigor e resultados;
- Monitorização permanente dos resultados conjuntamente com a AG por forma a introduzir alterações e ajustamentos considerados como necessários.

# Fazer diferente para fazer melhor no Norte 2030

## Períodos de programação anteriores

- Sobretudo no investimento público, verificou-se alguma dispersão e fragmentação de investimentos por múltiplos promotores e projetos de pequena dimensão com riscos de ocorrência de sobreposições e incoerências na ação e na imagem projetada da Região do Norte e do Turismo do Porto e Norte, a nível nacional e internacional;
- Definição de forma centralizada, por vezes descontextualizada da realidade da Região do Norte, dos termos de referência e especificações dos convites e dos avisos para a apresentação das candidaturas;

## Propostas para o Norte 2030

- Aposta persistente na coerência estratégica dos investimentos a privilegiar ao longo de todo o período de programação, garantida através da participação no processo de decisão da TPNP;
- Introdução de mecanismos de monitorização da execução das estratégias e dos projetos que permitam a flexibilização das intervenções em função da evolução das circunstâncias;
- *One size does not fit all* - Observância do princípio da especialização e da subsidiariedade na definição das especificações e termos de referência dos convites para apresentação de candidaturas com incidência no turismo.

# Fazer diferente para fazer melhor no Norte 2030

## Períodos de programação anteriores

- A articulação entre os apoios ao investimento público e ao investimento privado nem sempre é evidente;
- Modelo de gestão da Estratégia de Especialização Inteligente e do PO com uma participação formal atenuada por parte dos atores relevantes e com competências próprias em cada área, nomeadamente no caso no Turismo.

## Propostas para o Norte 2030

- A articulação entre a TPNP e a Autoridade de Gestão do Norte 2030 por forma a garantir a coerência estratégica entre o investimento público e privado no turismo, financiado através de fundos europeus, designadamente através do PO Regional;
- Aprofundamento da participação e da ação da TPNP no modelo de governação da Estratégia de Especialização Inteligente e do próprio Programa Operacional Regional – Norte 2030.

# Grandes Desígnios da Agenda do Turismo do Porto e Norte 2030

- A valorização e a qualificação das pessoas, dos profissionais, das comunidades;
- A Coesão e a Competitividade no centro da Estratégia;
- A articulação em rede de recursos, de rotas, de produtos, de empresas e de organizações enquanto modo de operacionalização da Agenda do Turismo do Porto e Norte para 2030;
- A Sustentabilidade;
- A Transição Digital;
- A Promoção – Turismo 365 dias em todo o Território;
- A monitorização e a avaliação para a melhoria permanente.

**PORTO  
E NORTE**

**Obrigado.**