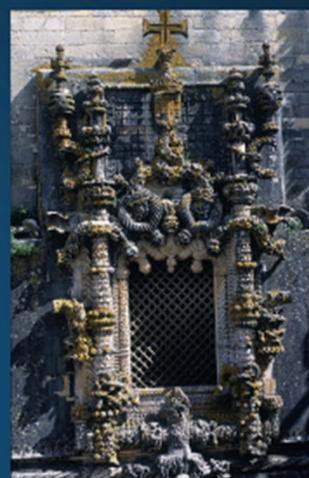




CENTRO
um destino mil
experiências



www.turismodocentro.pt • www.facebook.com/turismodocentro

Colóquio PRAXIS III

“Relação Umbilical entre Turismo e Cultura – Oportunidades e Desafios”

***“CULTURA, HISTÓRIA E PATRIMÓNIO –
PILARES DO TURISMO NA REGIÃO
CENTRO PORTUGAL”***

Pedro Machado

ER Turismo Centro de Portugal

Vila Nova da Barquinha, 23 de outubro de 2014

APRESENTAÇÃO



TURISMO CENTRO PORTUGAL (TCP)

A área territorial da TCP abrange a NUT II Centro, integrando 100 municípios e integrando, no seu conjunto os distritos de Coimbra, Castelo Branco e Leiria, a maior parte dos distritos da Guarda e Aveiro, e cerca de um terço do distrito de Santarém e do distrito de Lisboa.

A Região é limitada a norte com a região do Porto e Norte de Portugal, a leste com a Espanha, a sul com a região do Alentejo, a sudoeste com a região de Lisboa e a oeste com o Oceano Atlântico. Representa 31,3% do território de Portugal, numa área total de 28.405 km² e possui uma população estimada em 2.327.580 (Censos 2011), correspondendo a cerca de 22% do Continente.

A TCP é uma pessoa coletiva pública de natureza associativa, possui autonomia administrativa e financeira e é dotada de património próprio. Ao nível das unidades territoriais de nível III a região Centro integra 12 NUTs III e 8 Comunidades Intermunicipais (Região de Aveiro; Região de Coimbra; Região de Leiria; Viseu Dão / Lafões; Beiras e Serra da Estrela; Beira Baixa; Oeste; Médio Tejo).



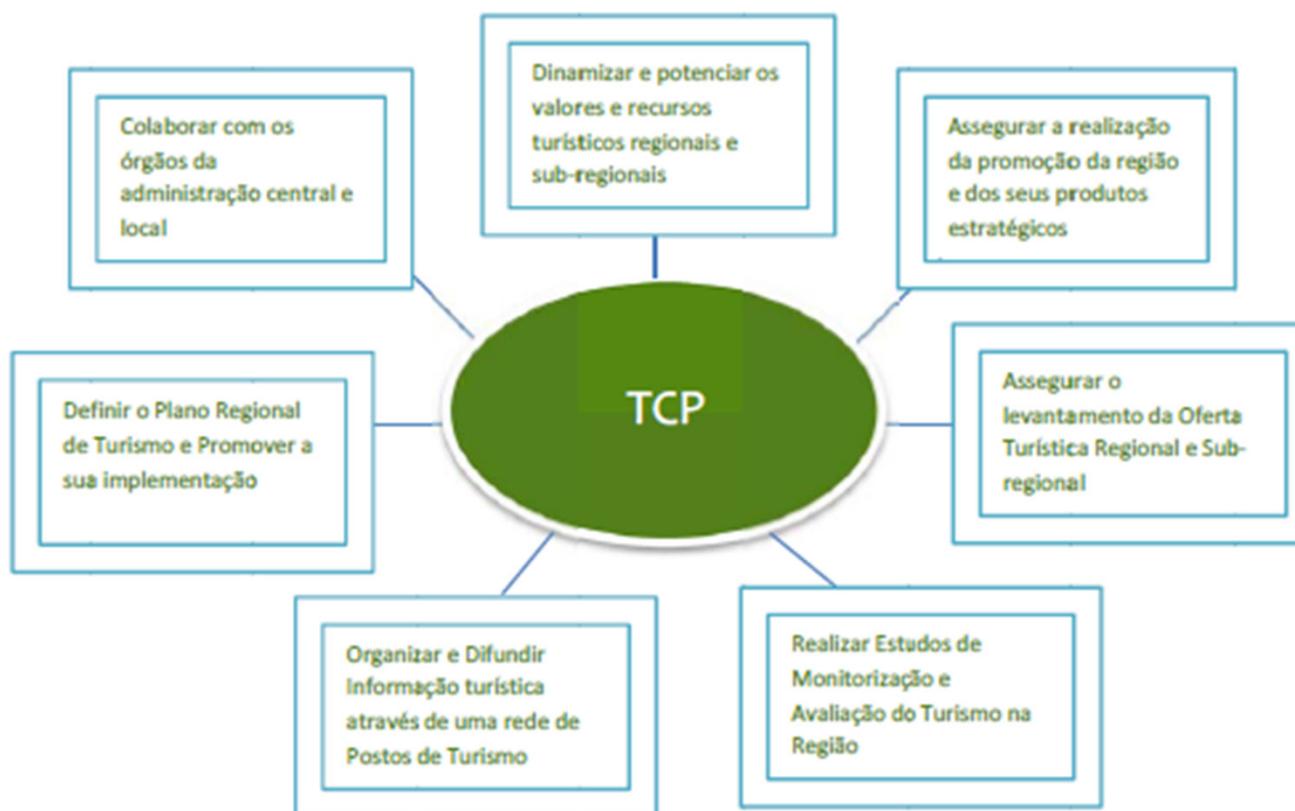
TURISMO CENTRO PORTUGAL (TCP)

A sua sede situa-se em Aveiro e possui 7 Delegações:

- › **Castelo Branco** a que corresponde o território das NUT III da Beira Interior Sul e Pinhal Interior Sul;
- › **Coimbra** a que corresponde o território das NUT III do Baixo Mondego e Pinhal Interior Norte;
- › **Leiria / Fátima / Tomar** a que corresponde o território das NUT III Pinhal Litoral e Médio Tejo;
- › **Oeste** a que corresponde o território da NUT III Oeste;
- › **Ria de Aveiro** a que corresponde o território da NUT III Baixo Vouga;
- › **Serra da Estrela** a que corresponde o território das NUT III Serra da Estrela, Beira Interior Norte e Cova da Beira;
- › **Viseu / Dão Lafões** a que corresponde o território da NUT III Dão Lafões.



TURISMO CENTRO PORTUGAL (TCP) – PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES



CONSTRANGIMENTOS



DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CENTRO | CONSTRANGIMENTOS

- › **Operadores turísticos orientados para a oferta de outros destinos**
- › **Comunidades de turistas que organizam a sua própria viagem orientados para a visita de outros destinos**
- › **Promoção do destino Portugal que ainda inclui de forma insuficiente elementos relacionados com a oferta do Centro de Portugal, designadamente nos fatores de atratividade do “Destino Portugal”: história, cultura, tradição e diversidade**

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CENTRO | CONSTRANGIMENTOS

- › **Acesso limitado aos pontos de entrada dos turistas por via aérea**
- › **Redução dos turistas provenientes do mercado português devido a dificuldades económicas**
- › **Existência de barreiras à entrada do turista via Espanha que afetam a experiência do turista**
- › **Existência de concorrência direta quer em Portugal, quer nos atuais mercados-alvo**
- › **Reduzido interesse por parte dos investidores externos à região, em investir no Centro de Portugal**

OPORTUNIDADES



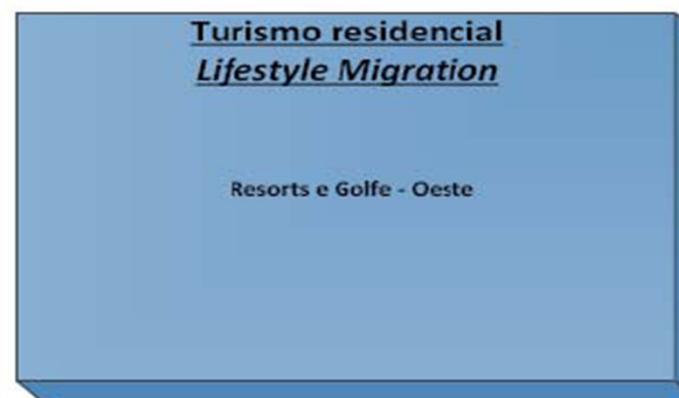
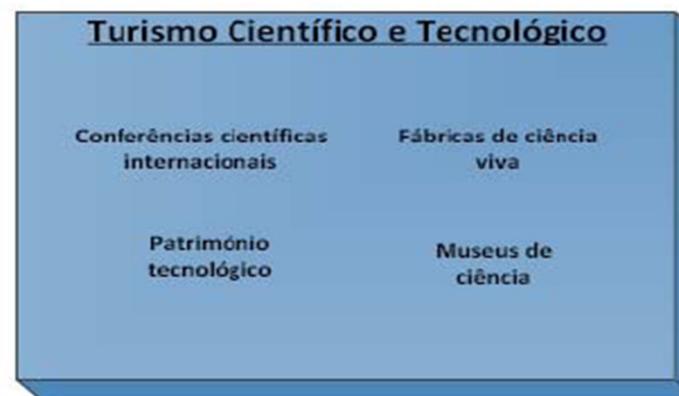
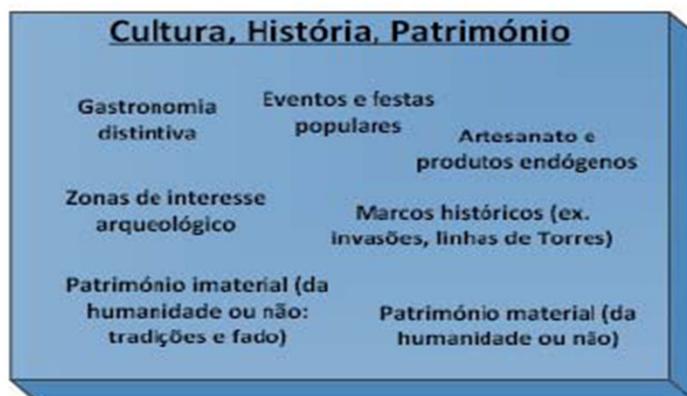
DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CENTRO | OPORTUNIDADES

- › **Infraestruturas qualificadas para turismo científico e tecnológico**
- › **Aumento do interesse pelo turismo religioso e espiritual**
- › **Aumento do interesse pelo turismo médico, saúde & bem-estar**
- › **Aumento do número de portugueses residente no estrangeiro (mercado da saude)**
- › **Aumento da importância do mercado da lusofonia**
- › **Aumento do interesse pelo turismo de natureza e ecoturismo**
- › **Aumento do turismo residencial e *lifestyle migration***

DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NO CENTRO | OPORTUNIDADES

- › **Aumento do turismo ligado ao desporto e competições desportivas (surf e outras);**
- › **Aviação low cost mantém oferta de mercados mais longínquos (Porto e Lisboa);**
- › **Generalização do uso das redes sociais e meios digitais;**
- › **Uso alargado de dispositivos móveis para orientação e avaliação de atrações turísticas no terreno;**
- › **Existência de programas nacionais de atração de investidores (Golden Visa; ações AICEP)**

TURISMO CENTRO PORTUGAL (TCP) – BEST BETS – 4 vetores



PRIORIDADES



ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO | PRIORIDADES

Linhas Estratégicas de Ação

- ›LEA 1 **Sustentabilidade e coesão territorial**
- ›LEA 2 **Desenvolvimento e Qualificação de Produtos / Posicionamento**
- ›LEA 3 **Desenvolvimento e Qualificação da Oferta / Agentes Turístico**
- ›LEA 4 **Marketing, Promoção e Comercialização**
- ›LEA 5 **Internacionalização e dinamização dos mercados externos**
- ›LEA 6 **Empreendedorismo, Inovação e Diferenciação**
- ›LEA 7 **Investigação, desenvolvimento e formação**

TURISMO CULTURAL



TURISMO CULTURAL

- › Segmentos crescentes do mercado do turismo;
- › Indústria apelativa para cidades e regiões;
- › Estimula a actividade cultural;
- › Tem impacto positivo na economia local.



**Vetor 1:
Cultura,
História,
Património**

TURISMO CULTURAL

DESAFIO?

**SABER TRANSMITIR E INTERPRETAR ESSA
OFERTA CULTURAL, DA FORMA MAIS
GENUÍNA POSSÍVEL, ENTRE OS VISITANTES.**



Lugares Património Mundial do Centro

Valorização e promoção de forma integrada e sustentável dos quatro elementos patrimoniais da Região Centro inscritos na lista Património Mundial da UNESCO:

Mosteiro de Alcobaça (Alcobaça);

Mosteiro da Batalha (Batalha);

Convento de Cristo (Tomar);

Universidade de Coimbra, Alta e Sofia (Coimbra).

TURISMO CULTURAL



**Pretende-se que os turistas
possam ter:
Experiências multifacetadas,
satisfatórias e memoráveis na
interação com a marca.**

TURISMO CULTURAL | VECTOR: “CULTURA, HISTÓRIA E PATRIMÓNIO”

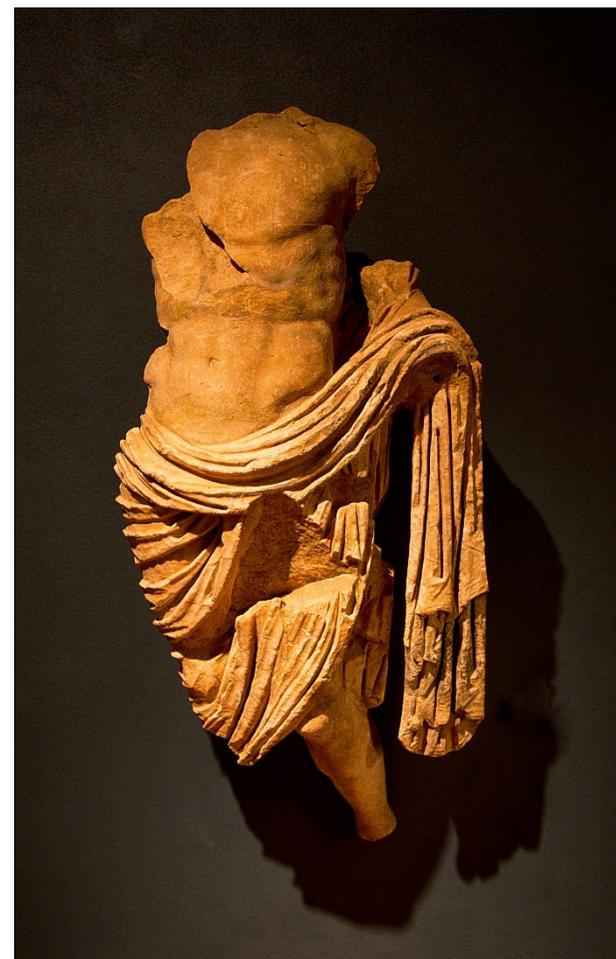
- > Pretende-se promover e valorizar (a curto/médio prazo) os quatro elementos patrimoniais inscritos na lista “Património Mundial da UNESCO”;
- > Desenvolver a marca “Centro” como uma marca agregadora e atractiva;
- > Como produto inovador e gerador de valor cultural, social e económico para a região.

TURISMO CULTURAL | VECTOR: “CULTURA, HISTÓRIA E PATRIMÓNIO”

**Outros elementos patrimoniais da região,
mesmo não estando inscritos na lista da
UNESCO, são geradores de grande valor
cultural, experiencial e turístico, e que**

importa

ALAVANCAR



TURISMO CULTURAL | VECTOR: “CULTURA, HISTÓRIA E PATRIMÓNIO”

TURISMO E CULTURA

Esta assume, pelas suas diversas vicissitudes, uma importância basilar na estratégia e promoção turística de qualquer destino, potenciando o seu desenvolvimento económico e financeiro.

TURISMO CULTURAL | VECTOR: “CULTURA, HISTÓRIA E PATRIMÓNIO”

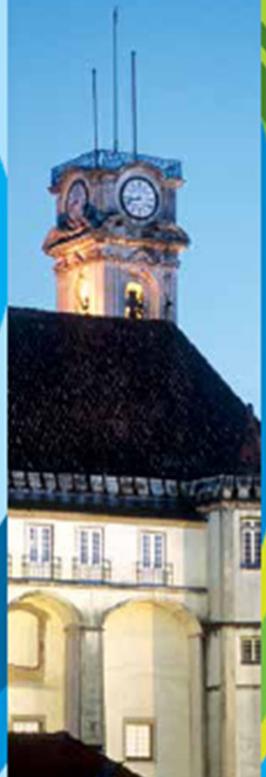
**Serão estas as linhas orientadoras da ação futura da Região Centro
no desenvolvimento e implementação do
VETOR DA CULTURA, HISTÓRIA E PATRIMÓNIO**



Castelo Branco



Coimbra



Leiria/Fátima/Tomar



Oeste



Ria de Aveiro



Serra da Estrela



Viseu/Dão Lafões



TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL