27 de setembro de 2022

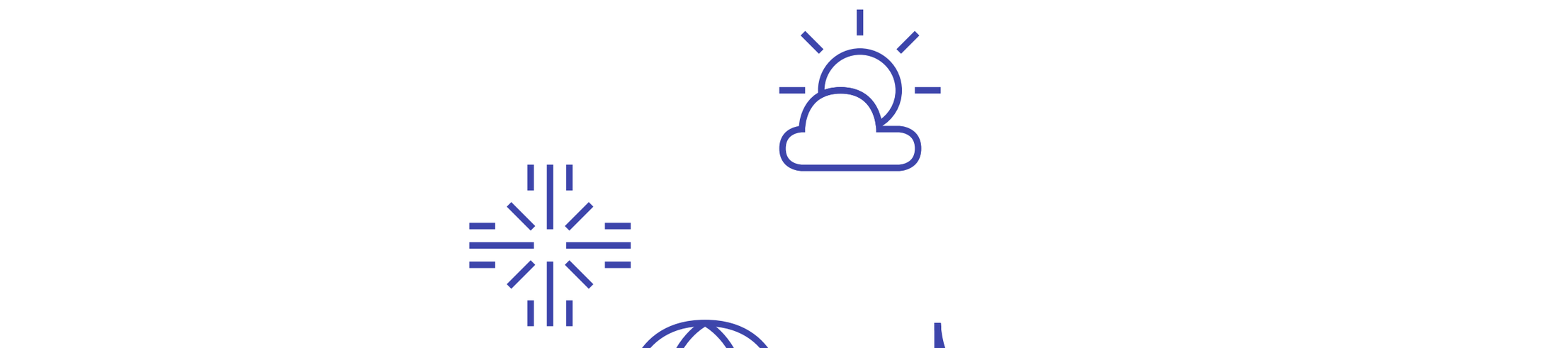
VISÃO DE FUTURO PARA A SUSTENTABILIDADE DO DESTINO PORTO

Porto.

27 de setembro de 2022

DE ONDE PARTIMOS?

Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto



Porto.

MAIS DESENVOLVIMENTO, MAIOR ATRATIVIDADE

55 473
Residentes estrangeiros no distrito
2021

91
Ligações aéreas de 21 companhias
2022

2 337
Empresas estrangeiras na AMP
2022

4 523 250
Passageiros a chegar ao Porto
Janeiro a setembro de 2022

37.ª
Cidade da Europa com mais dormidas internacionais

Porto.

MAIS DESENVOLVIMENTO, MAIOR ATRATIVIDADE

ACELERADA

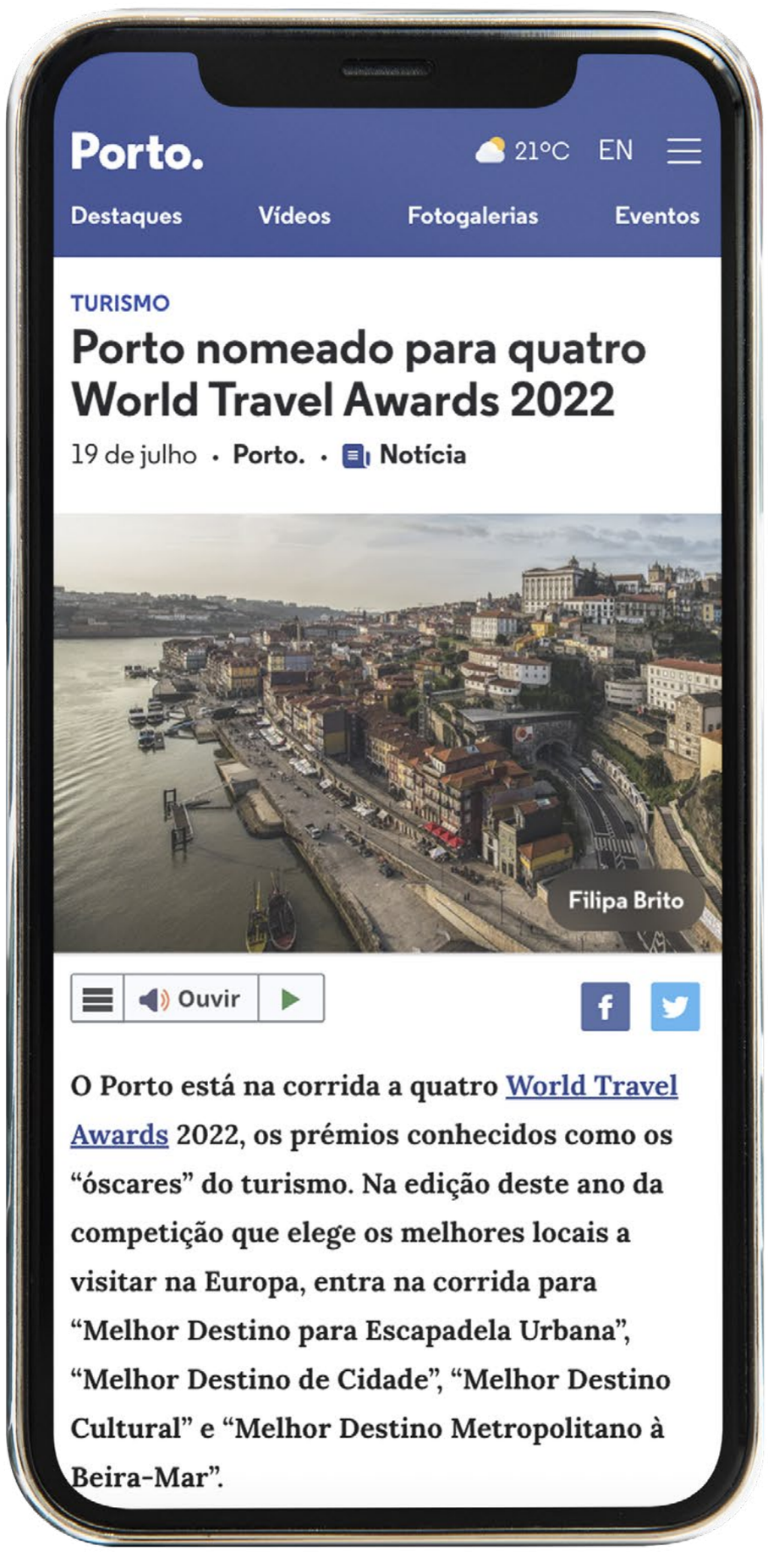
POSITIVA

RETOMA TURÍSTICA

IMPACTANTE

CONSISTENTE

MAIS DESENVOLVIMENTO, MAIOR ATRATIVIDADE



MAIS DESENVOLVIMENTO, MAIOR ATRATIVIDADE

Porto.

MAIS DESENVOLVIMENTO, MAIOR ATRATIVIDADE

DE ONDE PARTIMOS?

Porto.

UMA CIDADE ÚNICA, CINCO COMPROMISSOS

COMPROMISSO

ENTRE AUTENTICIDADE E MODERNIDADE

O PORTO CONTINUA A SABER
REINVENTAR-SE SEM DEIXAR DE SER
UM GENUÍNO EXEMPLO DE HOSPITALIDADE.

Porto.

UMA CIDADE ÚNICA, CINCO COMPROMISSOS

COMPROMISSO

ENTRE PORTUGALIDADE E POSICIONAMENTO INTERNACIONAL

COM AS FORÇAS DA REGIÃO, O PORTO ALAVANCOU BOM POSICIONAMENTO EUROPEU.

Porto.

UMA CIDADE ÚNICA, CINCO COMPROMISSOS

COMPROMISSO

ENTRE TRADIÇÃO E CRIATIVIDADE

AS ENRAIZADAS ATIVIDADES TRADICIONAIS CONVIVEM COM O FERVILHAR DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS.

Porto.

UMA CIDADE ÚNICA, CINCO COMPROMISSOS

COMPROMISSO

ENTRE PATRIMÓNIO CENTRAL E POTENCIALIDADE DO RESTANTE TERRITÓRIO DA CIDADE

A UNESCO NO CENTRO HISTÓRICO INTERLIGA-SE, ATRAVÉS DA REDE DE MOBILIDADE, COM A OFERTA DE INFRAESTRUTURAS E SERVIÇOS DO DEMAIS TERRITÓRIO CITADINO.

DE ONDE PARTIMOS?

Porto.

UMA CIDADE ÚNICA, CINCO COMPROMISSOS

COMPROMISSO

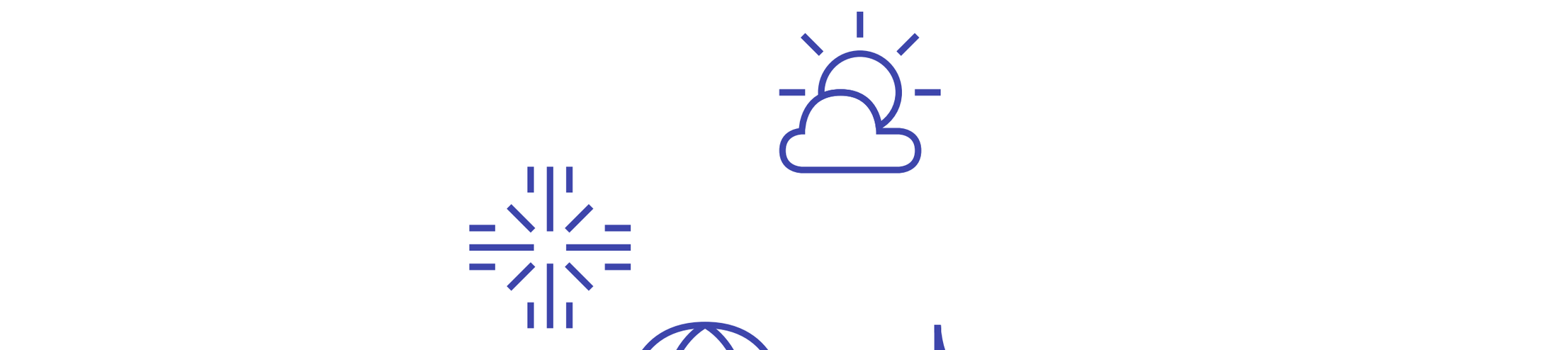
COM A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

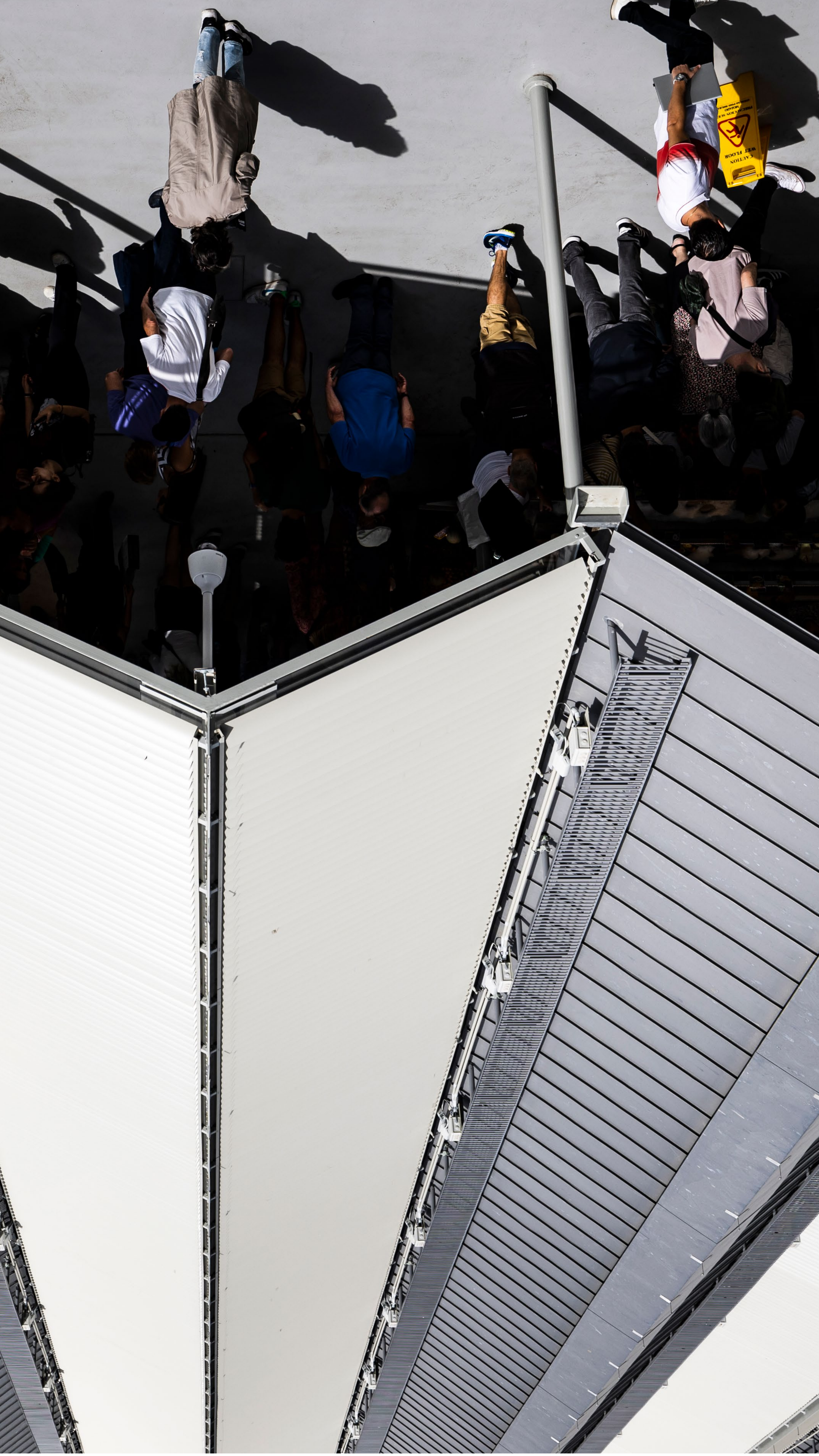
O PACTO DO PORTO PARA O CLIMA AMBICIONA A NEUTRALIDADE CARBÓNICA DA CIDADE ATÉ 2030: ESTE É DOS MAIS RECENTES COMPROMISSOS A ENVOLVER A CIDADE.

27 de setembro de 2022

ONDE QUEREMOS CHEGAR?

Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto




CAUTION
WET FLOOR

ONDE QUEREMOS CHEGAR?

Porto.

COMO QUEREMOS QUE O PORTO SEJA RECONHECIDO

UMA CIDADE EUROPEIA MID-SIZED DE REFERÊNCIA

UM DOS DESTINOS MAIS COMPETITIVOS E SUSTENTÁVEIS

ONDE QUEREMOS CHEGAR?

Porto.

DIVERSIFICAR PARA CRESCER

MERCADOS DE ORIGEM

PRINCIPAIS MERCADOS TURÍSTICOS ATUAIS:

Espanha, França, Brasil, Estados Unidos, Itália, Reino Unido, Alemanha e Países Baixos.

MERCADOS-ALVO:

Aposta aprofundada nos mercados asiático e americano.
Tornar o Porto um stopover entre os continentes americano e europeu.

MOTIVOS DE VISITA

Receber estadias de média e longa duração.

Acolher expats, nómadas digitais e interessados em desenvolver negócio.

MOTIVOS DE VISITA

Faixas etárias:

< 40 anos: digitalização; autenticidade; mobilidade

> 40 anos: durabilidade; valorização; disponibilidade de tempo e financeira

Poder de compra:

Manter o destino sofisticado e acessível

Mas consolidar oferta alternativa premium e de luxo

ONDE QUEREMOS CHEGAR?

Porto.

DIVERSIFICAR PARA CRESCER

QUALIFICAÇÃO DO TURISMO

Elevar o **perfil** do turista: uma ambição.

DURAÇÃO DA ESTADIA

Aumentar gradualmente a partir da média atual de 2,1 noites por estadia.

RETORNO E DINAMISMO ECONÓMICO

Contribuir continuadamente para aumentar o crescimento económico da cidade e da região.

PORTO E NORTE
ATIVIDADE TURÍSTICA

91 M€
RETORNO ECONÓMICO
JULHO 2022

+ 29,8%
CRESCIMENTO ECONÓMICO
JULHO 2019 – JULHO 2022

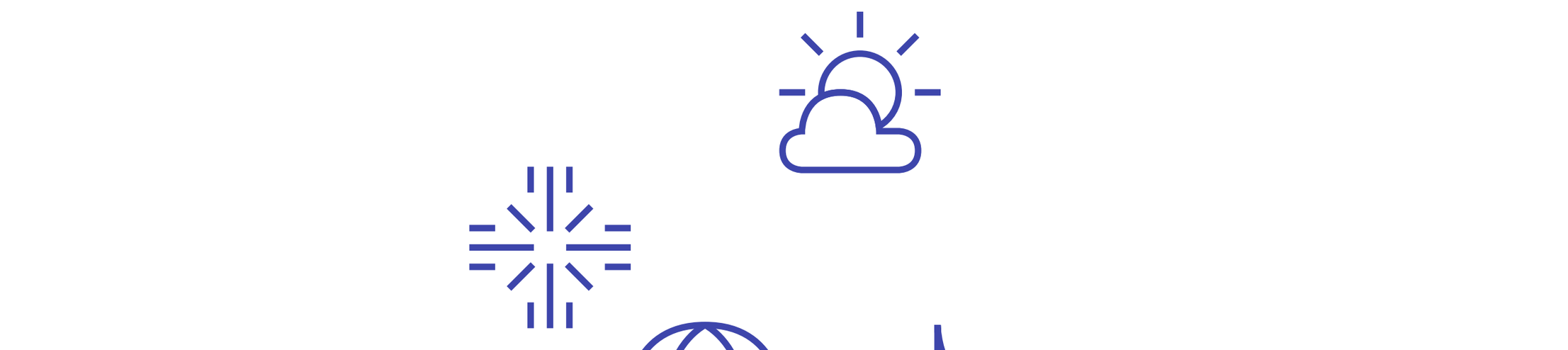
391,8 M€
RETORNO ECONÓMICO
JANEIRO 2022 – JULHO 2022

+ 13,4%
CRESCIMENTO ECONÓMICO
JANEIRO 2022 - JULHO 2022

27 de setembro de 2022

COMO VAMOS LÁ CHEGAR?

Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto



Porto.

PLANO DE AÇÃO

CRIAR NOVAS NARRATIVAS PARA A CIDADE, PROJETADAS PARA O FUTURO

CRIAR NOVAS ROTAS PELA CIDADE
CRIAR NOVAS EXPERIÊNCIAS DE MARCA

↓

AUMENTAR A OFERTA DE PROGRAMAS TURÍSTICOS DISPONÍVEIS, DIVERSIFICANDO A OFERTA TURÍSTICA TRADICIONAL

↓

PROMOVER A PROMOÇÃO INTERNACIONAL DO DESTINO PORTO DE FORMA INTEGRADA E HARMONIOSA EM TODA A CIDADE.

COMO VAMOS LÁ CHEGAR?

Porto.

PLANO DE AÇÃO

A CIDADE COMO UM TODO: DO CENTRO AOS “BAIRROS”

DESCENTRALIZAR A OFERTA TURÍSTICA DA CIDADE

↓

DEBATER E ENCONTRAR UMA DIVISÃO INTERNA POR “BAIRROS”/”QUARTEIRÕES” – AGLOMERADOS DE INTERESSES

ENVOLVER E RESPEITAR AS COMUNIDADES E AGENTES TURÍSTICOS LOCAIS

↓

CRIAR EXPERIÊNCIAS DE TURISMO IMERSIVO, PENSADAS PARA QUEM PROCURA VIVER A CIDADE “LIKE A LOCAL”

Porto.

PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL

COMUNIDADE E CULTURA

SUSTENTABILIDADE E CIDADE ECOLÓGICA

SAÚDE E BEM-ESTAR

Porto.

PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL

↘ CRIAR AGENDA ESPECÍFICA PARA NOVOS TARGETS.
Micro-festivais emergentes dedicados à Geração Z.

↘ ALAVANCAR O ÍMPETO CULTURAL DOS EVENTOS PÚBLICOS.
Deslocalizar eventos atuais e novos do centro para outros locais de destaque.

↘ CRIAR MICRO-TÁTICAS DE HOSPITALIDADE.
Formar micro-comunidades que juntem artistas, turistas e população local.

↘ FOMENTAR O PROGRAMA “PORTO TRADIÇÃO”.
Alargar o reconhecimento a estabelecimentos históricos fora do centro.

↘ DESENVOLVER A MARCA “DESIGNED IN PORTO”.
Envolver marcas da cidade com designers e fabricantes contemporâneos.

Porto.

PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL

SUSTENTABILIDADE E CIDADE ECOLÓGICA

↘ ALCANÇAR NEUTRALIDADE CARBÓNICA ATÉ 2030.
Em linha com o Pacto do Porto para o Clima.

↘ CRIAR ESTRATÉGIA DE PROMOÇÃO DOS ESPAÇOS VERDES.
Promover narrativas voltadas para espaços públicos exteriores – jardins, frente atlântica – envolvendo municípios vizinhos.

↘ DESCENTRALIZAR O TURISMO ATRAVÉS DOS ESPAÇOS VERDES.
Potencializar a atratividade de espaços verdes periféricos.

↘ REFORÇAR LIGAÇÕES ENTRE CENÁRIOS URBANOS E NATURAIS.
É necessário simplificar a ligação entre centro e interior e costa.

Porto.

PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL

SAÚDE E BEM-ESTAR

↘ EXPANDIR PROGRAMAS PORTO OUTDOOR.
Incluir programas já existentes nos circuitos turísticos, abrindo-os a residentes internacionais e turistas.

↘ ALAVANCAR A REDE GREAT WINE CAPITALS.
Promover programas ligados ao enoturismo e, em particular, à região dos vinhos Verdes e do Douro.

↘ DINAMIZAR OS CAMINHOS DE SANTIAGO.
Promover o papel que o Porto tem no Caminho, apresentando-o como referência no Noroeste peninsular.

↘ PRIORIZAR O BEM-ESTAR COMUNITÁRIO.
Incentivar a coesão da comunidade, promovendo atividades de lazer que garantam o intercâmbio cultural entre locais, turistas e expatriados.

Porto.

AÇÕES A IMPLEMENTAR

CAPACITAÇÃO, QUALIFICAÇÃO E REGULAÇÃO

COMUNICAÇÃO AO PÚBLICO

IMPRENSA INTERNACIONAL

Porto.

AÇÕES A IMPLEMENTAR

CAPACITAÇÃO, QUALIFICAÇÃO E REGULAÇÃO

EM CURSO

↘ DESENVOLVER O PROGRAMA “FORMAÇÃO + PRÓXIMA”.
Proporcionar oportunidades de formação aos trabalhadores deste setor para que se tornem “embaixadores” da cidade na receção aos turistas.

↘ OPERACIONALIZAR O PROGRAMA “O TURISMO VAI À ESCOLA”.
Programa de formação que visa demonstrar a importância do Turismo positivo na cidade, reconhecer as profissões do Turismo e salientar a importância da partilha do território e património.

↘ DESENVOLVER O PROGRAMA “CONFIANÇA PORTO”.
Criar uma plataforma de destaque para esta distinção e permitir que esta abranja novas atividades, como as free walking tours.

↘ CRIAR NORMAS MUNICIPAIS PARA ANIMADORES DE RUA.
Face ao aumento do número de animadores e do espaço que tomam na via pública, estão a ser criadas normas que acomodem os interesses dos artistas, dos comerciantes e transeuntes.

↘ LANÇAR O OBSERVATÓRIO DE TURISMO.
↘ DESTACAR O CONSELHO MUNICIPAL DO TURISMO.
Um Observatório consultivo de apoio à tomada de decisão e um Conselho dedicado a auscultar os stakeholders da cidade darão palco a quem está no terreno.

Porto.

AÇÕES A IMPLEMENTAR

COMUNICAÇÃO AO PÚBLICO

EM CURSO

↘ REFORMULAR A MARCA VISITPORTO.

Uma nova imagem será apresentada brevemente
e levará à criação de um novo portal.

EM CURSO

↘ DESENVOLVER NOVAS FUNCIONALIDADES NA PLATAFORMA EXPLORE PORTO.

Esta ferramenta ao serviço da mobilidade será fundamental
para os percursos associados às novas narrativas.

↘ PROJETAR O PORTO COMO UMA CIDADE DIGITAL, TAMBÉM NA COMUNICAÇÃO.

Chegar a novos e diferenciados segmentos de mercado
dependerá da adaptação às mais recentes plataformas digitais.

↘ CRIAR PÓRTICOS DE BOAS-VINDAS EM LOCAIS-CHAVE.

Ativar a marca Porto, estendendo também a abrangência dos atuais
Postos de Turismo e quiosques de acolhimento.

Porto.

AÇÕES A IMPLEMENTAR

IMPRENSA INTERNACIONAL

EM CURSO

↘ NOVA ESTRATÉGIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS.
Implementar estratégias que maximizem o alcance de todas as ações:

• Apostar em imprensa internacional de referência e especializada em lifestyle para apresentação das novas narrativas.

• Conciliar a aposta em imprensa tradicional, digital e em influenciadores.

• Desenvolver press trips adaptadas à experiência de cada narrativa.

• Cocriar conteúdos/publirreportagens.

COMO VAMOS LÁ CHEGAR?

Porto.

COMPROMISSO ENTRE AUTENTICIDADE E MODERNIDADE

DIVERSIFICAR

CRESCER

NOVAS NARRATIVAS

NOVAS DIMENSÕES DE “BAIRRO”

CAPACITAÇÃO, QUALIFICAÇÃO E REGULAÇÃO

NOVA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

VISÃO DE FUTURO PARA A SUSTENTABILIDADE DO DESTINO PORTO

27 de setembro de 2022

Até hoje fui sempre FUTURO.

Almada Negreiros