

Deloitte.



Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo

10 de Julho de 2015

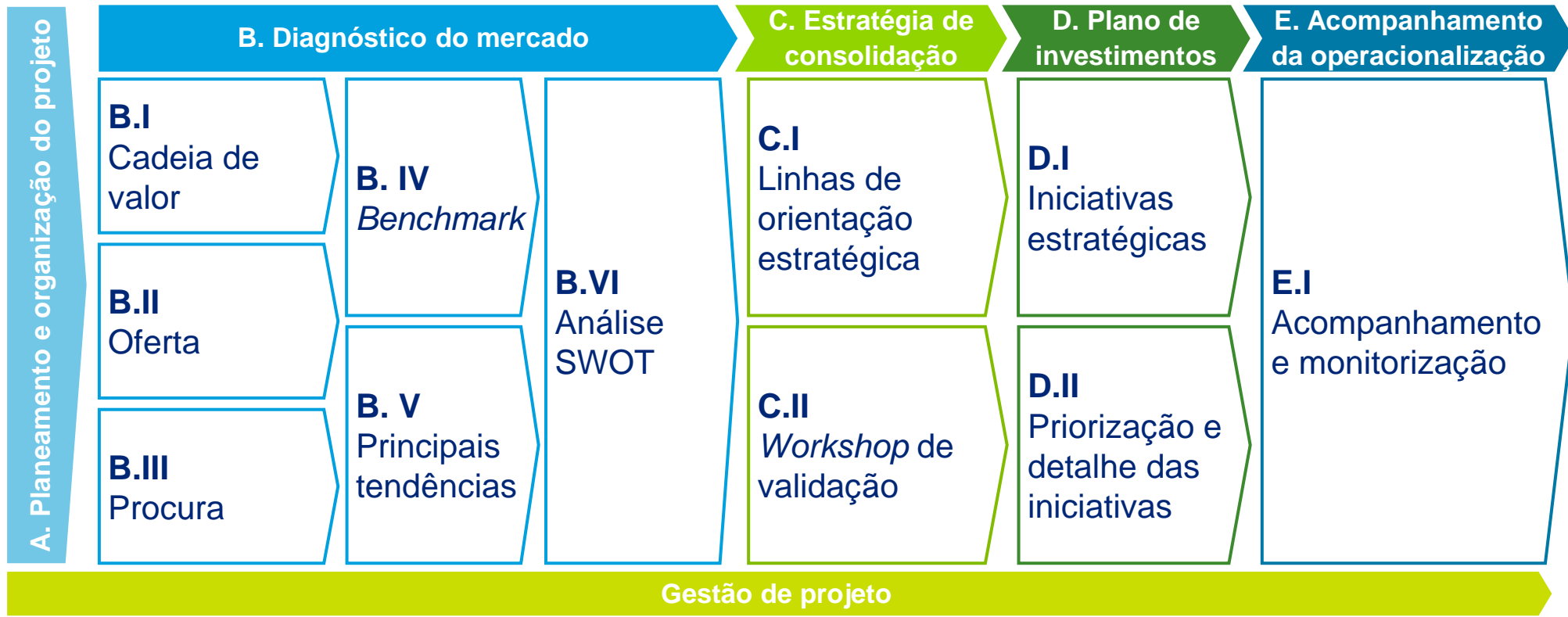


Agenda

1. Abordagem metodológica
2. Diagnóstico de mercado
3. Estratégia de consolidação

Abordagem metodológica

PLANO DE INTERVENÇÃO PARA O TURISMO EQUESTRE NO ALENTEJO E RIBATEJO



Key facts



- ✓ **47** entidades públicas e privadas contactadas
- ✓ **5** workshops + 3 reuniões com Comissão de Acompanhamento
- ✓ **115** agentes da oferta

Diagnóstico de mercado

Diagnóstico de mercado

Enquadramento do Turismo Equestre mundial

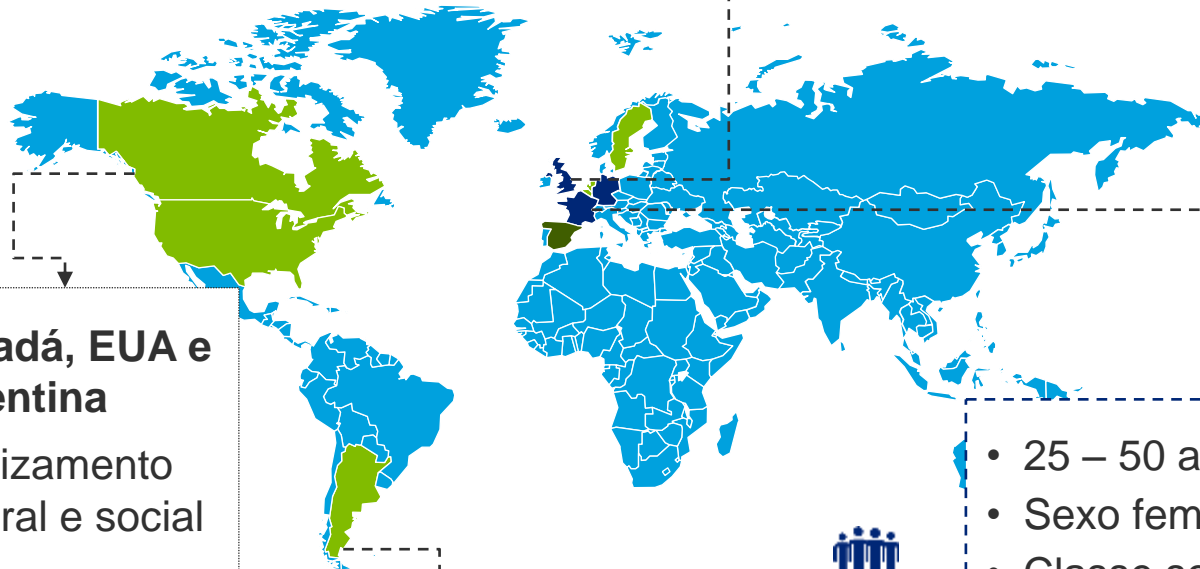
Federação Internacional de Turismo Equestre
(21 membros)



- Maior número de cavalos e de cavaleiros da Europa.



- 2,2 milhões de pessoas andam a cavalo.



Canadá, EUA e Argentina




Enraizamento cultural e social


Perfil do Turista

- 25 – 50 anos;
- Sexo feminino;
- Classe social média-alta e alta;
- Experiência de equitação.

- Contacto com a natureza;
- Preza a comodidade;
- Interesse pela cultura do destino.






Legenda

-  Principais países emissores e potências de turismo equestre na Europa
-  Países que têm desenvolvido com sucesso o setor equestre
-  País com cultura equestre mais similar à portuguesa

Diagnóstico de mercado

Principais tendências do Turismo Equestre mundial

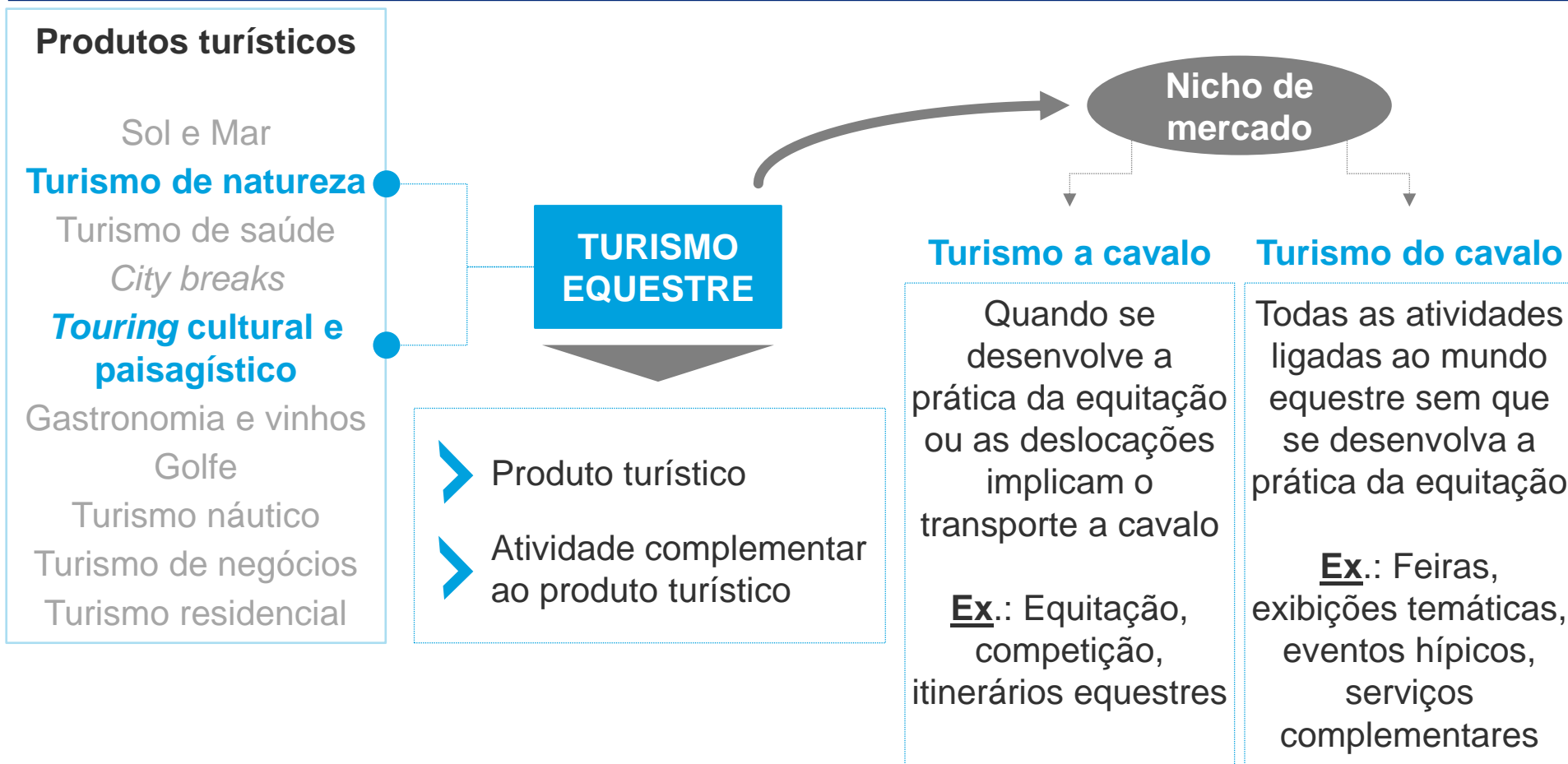
Principais tendências

-  • Apesar do contexto económico, a **indústria equestre** tem mantido a sua **importância**;
-  • **Número de participantes** em atividades equestres tem aumentado;
-  • **Mobilidade de cavalos** dentro de países europeus tem vindo a aumentar cada vez mais;
-  • Tendência para maior **diversificação** dentro da indústria equestre;
-  • Maior **consciência ambiental**.

Diagnóstico de mercado

Enquadramento do Turismo Equestre nacional (1/3)

Oferta turística em Portugal



Diagnóstico de mercado

Enquadramento do Turismo Equestre nacional (2/3)

Segmentação das atividades equestres

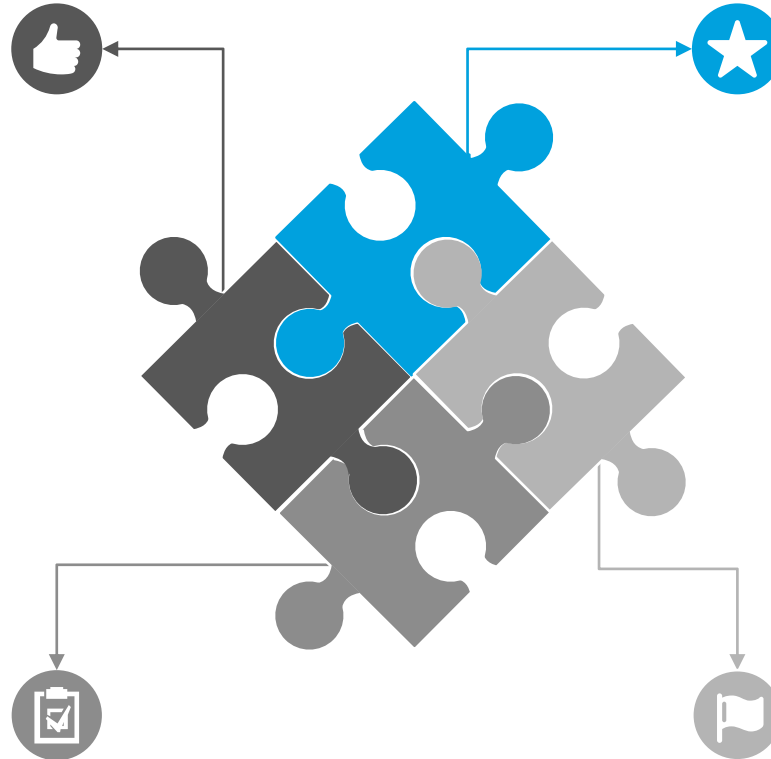


Diagnóstico de mercado

Enquadramento do Turismo Equestre nacional (3/3)

VANTAGENS

- Herança da cultura do cavalo;
- Puro Sangue Lusitano;
- Bom acolhimento.



OPORTUNIDADES

- Preferência por destinos de viagem não massificados;
- Procura de experiências com elevado conteúdo de autenticidade.

REQUISITOS

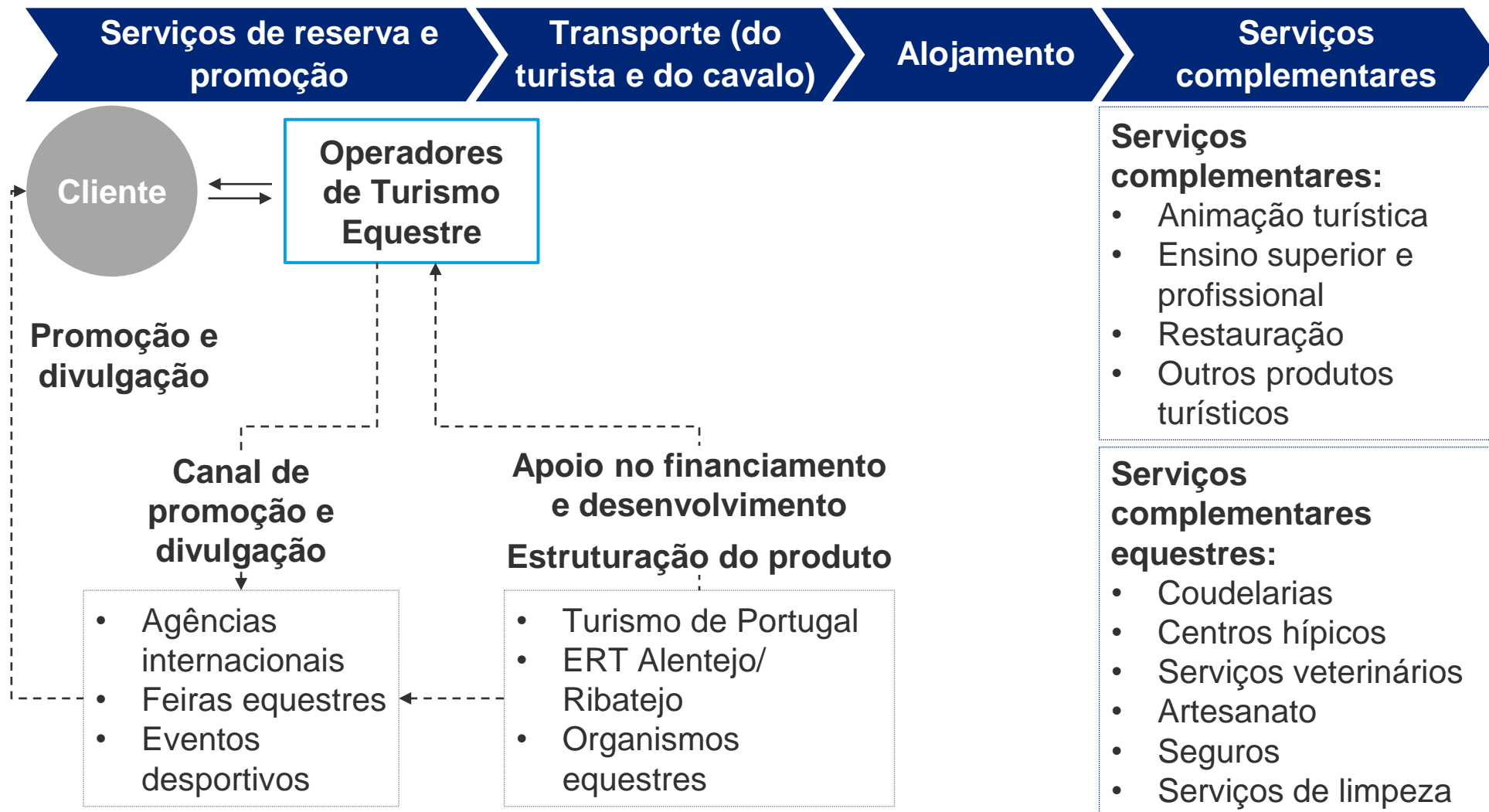
- Recursos humanos qualificados;
- Infraestruturas adequadas.

DESAFIOS

- Cooperação e organização entre os agentes locais;
- Exposição internacional.

Diagnóstico de mercado

Análise da cadeia de valor



Diagnóstico de mercado

Caracterização da oferta

Caracterização da oferta	Região Destino – Alentejo/ Ribatejo					
	Alentejo Central	Alentejo Litoral	Alto Alentejo	Baixo Alentejo	Lezíria do Tejo	Global
Centros equestres						
Coudelarias						
Itinerários equestres						
Serviços complementares equestres						
Serviços complementares						
Unidades de alojamento						
Global por NUT III						

Legenda: Oferta muito escassa; Oferta escassa; Oferta moderada; Oferta elevada; Oferta muito elevada.

Diagnóstico de mercado

Perfil da procura nacional

Perfil dos clientes nacionais que procuram as empresas do Alentejo e Ribatejo:



Famílias com filhos menores de idade



Estada de curta duração



Nível de rendimento médio/ médio-alto



Época do ano de maior procura: Verão e férias escolares



Prática de atividades equestres não é a motivação principal



Não têm muito conhecimento do cavalo nem das atividades equestres

Diagnóstico de mercado

Perfil da procura internacional

Perfil dos clientes internacionais que procuram as empresas do Alentejo e Ribatejo



Mulheres entre os 25 e os 50 anos



Estada média entre 4 e 6 dias



Nível de rendimento médio-alto e alto



Época do ano de maior procura: regular ao longo de todo o ano



Prática de atividades equestres é a motivação principal








Conhecem o cavalo, sabem montar e já possuem um nível técnico avançado de equitação

Apesar da relevância e potencial de crescimento do Turismo Equestre no mercado nacional, o mercado internacional é estruturante para a *tour* operação e representa um reforço na orientação do produto numa dinâmica internacional.

Diagnóstico de mercado

Principais conclusões

-  • O Turismo Equestre é um produto com potencial de crescimento mas que será sempre um nicho de mercado;
-  • Alentejo e Ribatejo dispõe de características naturais e de reconhecimento internacional para se posicionar enquanto destino de turismo equestre;
-  • A oferta de infraestruturas e a qualidade de serviço são os fatores que carecem de maior desenvolvimento;
-  • O mercado interno é pouco expressivo, no entanto o mercado externo é um mercado bastante dinâmico;
-  • A articulação entre os agentes do setor e o modelo de promoção do Turismo Equestre são fatores críticos de sucesso.

Estratégia de consolidação

Estratégia de consolidação

Visão estratégica e posicionamento ambicionado

Visão estratégica



“Em 2020, o Turismo Equestre no Alentejo e o Ribatejo deverá ser um produto estruturado e consolidado para enriquecer a experiência dos turistas provenientes de mercados externos que visitam a região do Alentejo e Ribatejo.”



Fonte das imagens: Google

Deloitte Consultores, S.A. | Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo

Posicionamento ambicionado



Estratégia de consolidação

Vetores de desenvolvimento turístico



Crescer em quantidade e valor



Aumentar o número de turistas com a motivação equestre



Promover o *cross-selling* de outros produtos e serviços locais



Qualificar a experiência do turista



Assegurar a coerência entre a promoção do destino e a realidade



Consolidar a atratividade do destino perante os mercados emissores



Aumentar a notoriedade do destino



Posicionar o Alentejo e Ribatejo como destino de Turismo Equestre



Desenvolver iniciativas de promoção e desenvolvimento de conteúdos

Estratégia de consolidação

Programas estratégicos



Estratégia de consolidação

Programas estratégicos | Detalhe das ações a desenvolver

Programa Estratégico de Estruturação e Promoção do Produto:



Ação 1:
Selo de
qualidade ¹⁾



Ação 2:
Marca



Ação 3:
Plataforma/Grupo
de Trabalho



Ação 4:
Guia

Programa Estratégico de Rotas Equestres:



Ação 5:
Rotas equestres

Programa Estratégico de Apoio à Consolidação do Produto:



Ação 6:
Estágios



Ação 7:
Pacotes turísticos
TER

Programa Estratégico de Feiras e Eventos:



Ação 8:
Feiras e eventos

Programa Estratégico de Sensibilização e Formação:



Ação 9:
Sensibilização e
formação

Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Estruturação e Promoção do Produto

Selo de qualidade ¹⁾

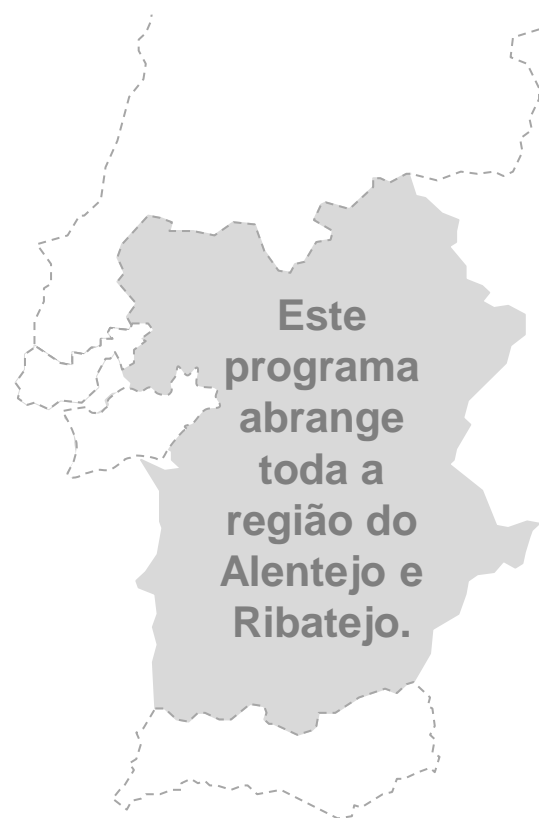
Descrição

Criação de um **selo de qualidade** que regule as infraestruturas e serviços do setor, garantindo os padrões de qualidade nacionais e internacionais.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Desenvolver um **selo de qualidade**;
- ✓ Desenvolver a **imagem do selo turístico**.

Âmbito territorial



Nota: ¹⁾ Selo de qualidade referido numa ótica de certificação.

Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Estruturação e Promoção do Produto

Marca

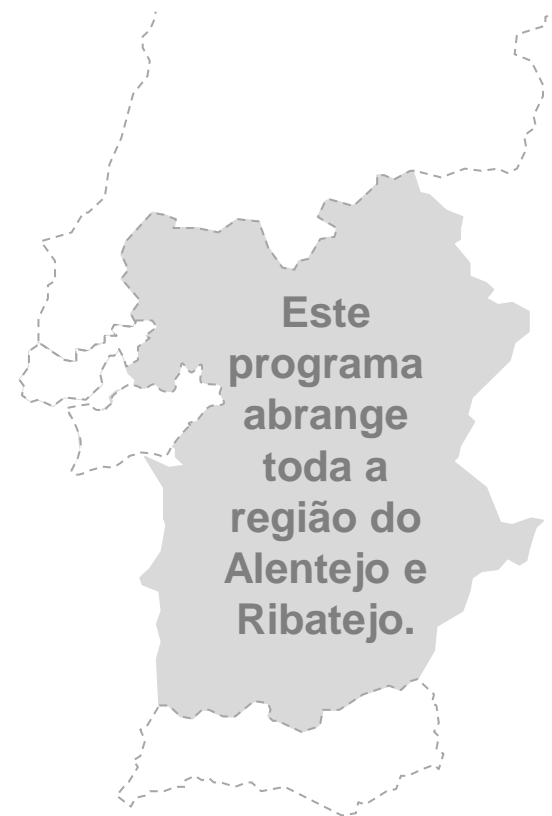
Descrição

Desenvolvimento e promoção de uma **marca** associada ao Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo que permita dar a conhecer as valências da região para a prática de atividades desta natureza.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Desenvolver e lançar a **marca Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo**.

Âmbito territorial



Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Estruturação e Promoção do Produto

Plataforma/ Grupo de Trabalho

Descrição

Avaliar a criação de uma **Plataforma/ Grupo de Trabalho**, que funcionará em rede e que será responsável pela consolidação da oferta do setor. Será ainda criada uma **plataforma online** que permita agregar e organizar todas as componentes da cadeia de valor do Turismo Equestre.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Constituir a **Plataforma/ Grupo de Trabalho** que, numa primeira fase, deverá ser liderada pela ERT do Alentejo e Ribatejo;
- ✓ Estruturar uma **plataforma online** que permita sistematizar e dar a conhecer a oferta disponível na região.

Âmbito territorial



Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Estruturação e Promoção do Produto

Guia

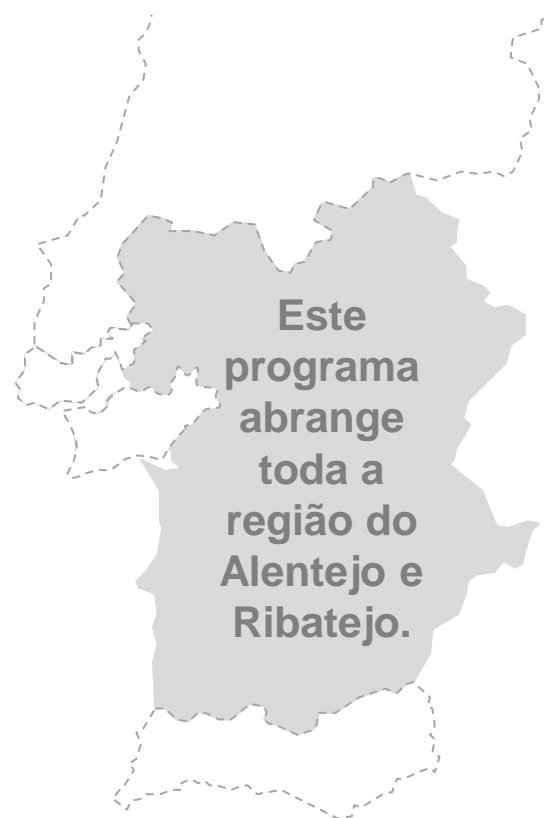
Descrição

Estruturação e desenvolvimento de um **guia turístico equestre** que compile a informação acerca do setor turístico no Alentejo e Ribatejo, contemplando também as infraestruturas, rotas, eventos e serviços complementares equestres.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Desenvolvimento de um **guia turístico equestre** que permita não só promover o Turismo Equestre mas sim a região do Alentejo e Ribatejo e as suas valências.

Âmbito territorial



Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Rotas Equestres

Rotas equestres

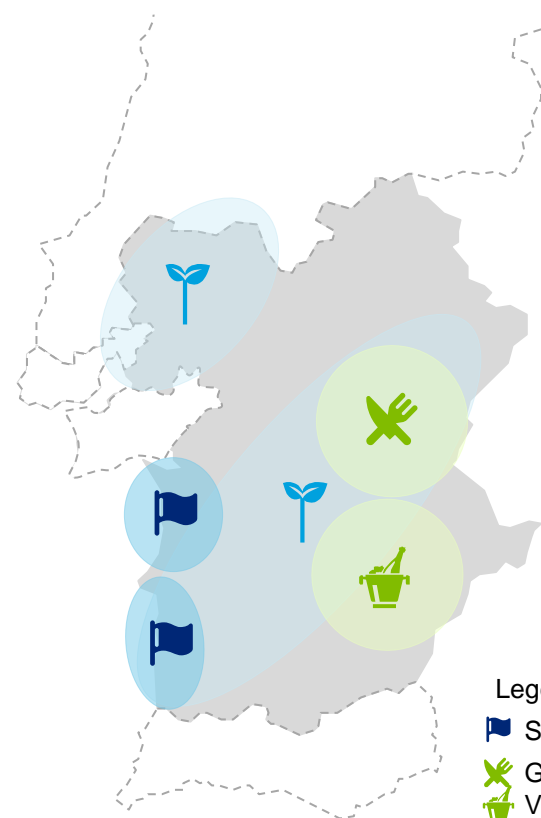
Descrição

Estruturação e definição de **rotas equestres** no Alentejo e Ribatejo que poderão ter um ou mais dias de duração e apresentar diferentes modelos (rotas em estrela, em pétala ou borboleta e em linha ou circular) com diferentes níveis de dificuldade.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Estruturar e definir **rotas equestres**;
- ✓ Criar rotas equestres como **atividade complementar** ao turismo de Sol e Mar, Gastronomia e Vinhos, *Touring* Cultural e Paisagístico;
- ✓ Desenvolver **senalética** de apoio às rotas equestres.

Âmbito territorial



- Legenda:
- Sol e Mar
 - Gastronomia e Vinhos
 - Touring* Cultural e Paisagístico



Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Apoio à Consolidação do Produto

Estágios

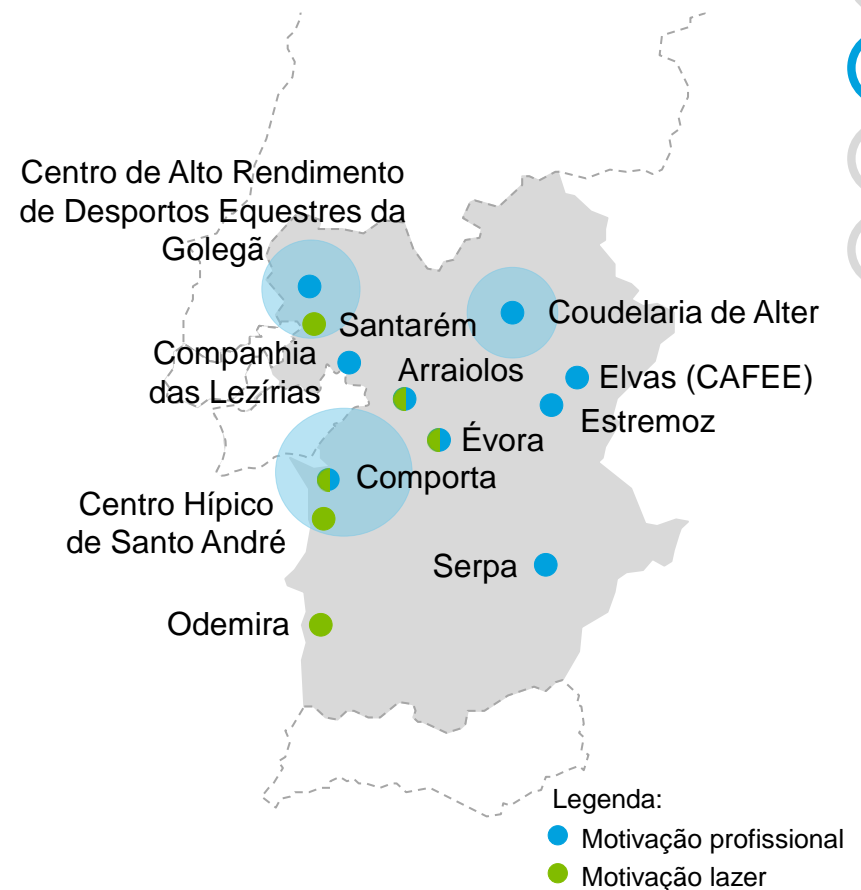
Descrição

Criação de **estágios** para cavaleiros profissionais e amadores para diversas faixas etárias e diferentes motivações (profissional/ lazer). Numa ótica de *tour* operação, devem ser contemplados os estágios nos pacotes turísticos TER

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Estágios de **curta duração** com diferentes níveis de aprendizagem e motivações;
- ✓ Estágios **profissionais** para as equipas federadas portuguesas e internacionais;
- ✓ Estabelecer **parcerias** com centros hípicos e escolas superiores e profissionais.

Âmbito territorial



Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Apoio à Consolidação do Produto

Pacotes turísticos TER

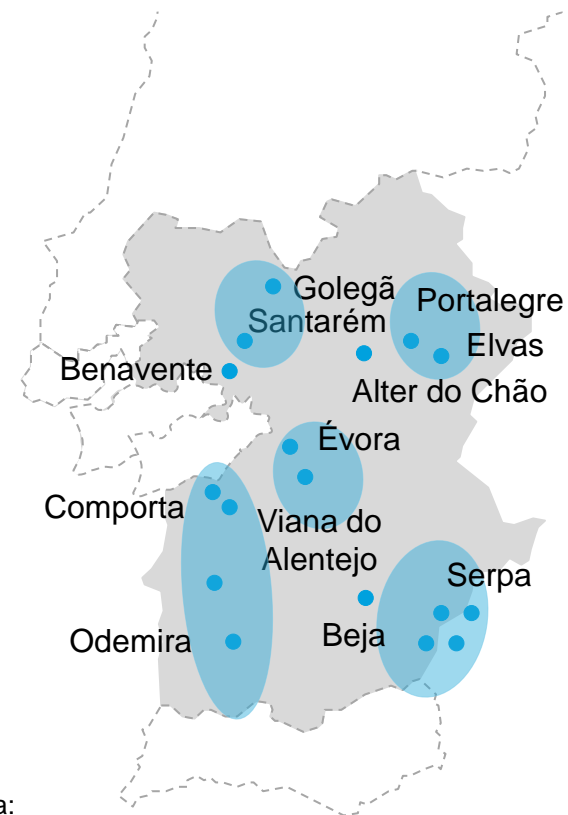
Descrição

Criação de **pacotes turísticos** de estadia nas unidades de alojamento em meio rural com a possibilidade de prática de atividades equestres. Estes pacotes deverão contemplar rotas equestres.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Desenvolver pacotes turísticos equestres de **permanência em unidades de alojamento TER**;
- ✓ Desenvolvimento de pacotes turísticos equestres direcionados ao **mercado internacional**;
- ✓ Desenvolvimento de um **plano de promoção** para *tour* operadores e turistas;
- ✓ **Mobilização de *tour* operadores** para venda e comercialização de pacotes turísticos equestres;
- ✓ Estímulo à **especialização dos agentes** da oferta do Turismo Equestre.

Âmbito territorial



Legenda:

- Unidades de alojamento presentes nos *workshops*
- Área territorial com maior concentração de unidades de alojamento

Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Feiras e Eventos

Feiras e eventos

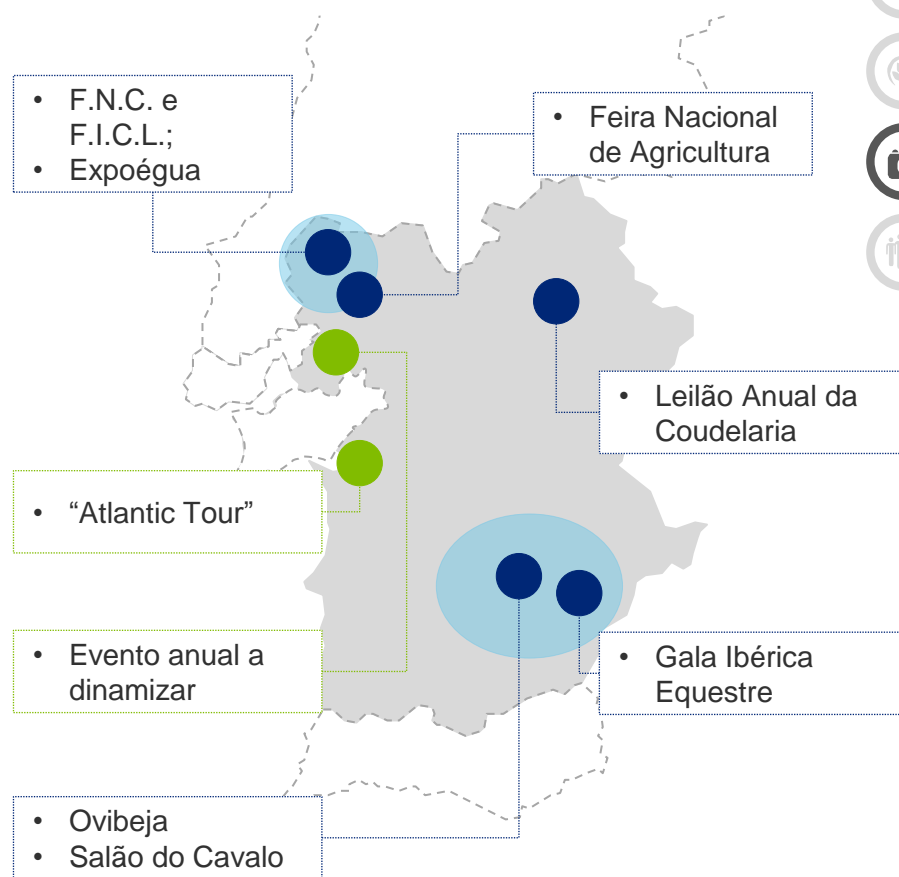
Descrição

Promoção de forma mais estruturada e exaustiva das **feiras equestres existentes** e desenvolvimento de **novas iniciativas** que potenciem a afluência de turistas e profissionais.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Promover de forma mais estruturada e exaustiva as principais **feiras e eventos atualmente desenvolvidas** no Alentejo e no Ribatejo;
- ✓ Promoção da **Feira Nacional do Cavalo (“F.N.C.”)** e a **Feira Internacional do Cavalo Lusitano (“F.I.C.L.”)**;
- ✓ Organizar **novos eventos: evento anual** na Companhia das Lezírias, “**mês do criador**”, **jogos equestres nacionais**, **evento** no Picadeiro Real de Belém (Lisboa), relançamento do “Atlantic Tour” na Comporta.

Âmbito territorial



Estratégia de consolidação

Programa estratégico de Sensibilização e Formação

Sensibilização e formação

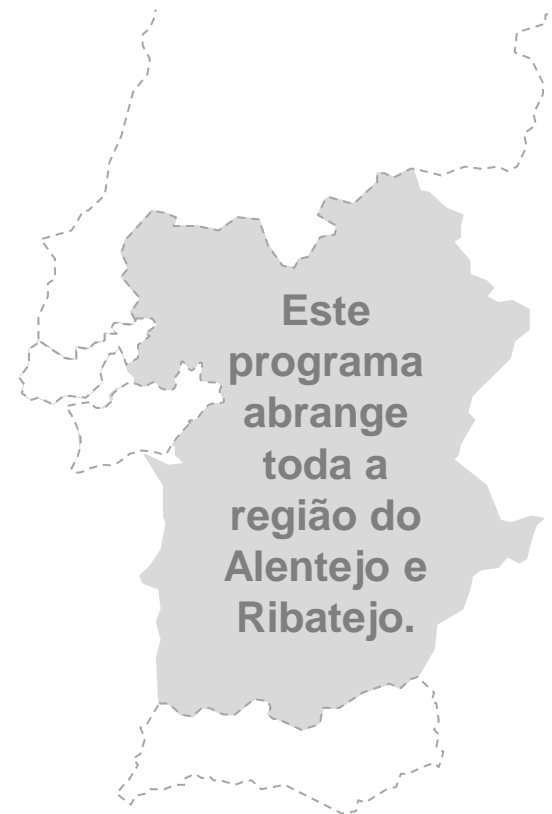
Descrição

Criação de **programas de sensibilização** para a população residente no território, bem como programas de **formação** para agentes do setor turístico e profissionais do setor equestre para a temática do Turismo Equestre e os seus benefícios para a região.

Iniciativas a desenvolver

- ✓ Criar **programas de sensibilização** da população residente no território, dando-lhes a conhecer o impacto que o Turismo Equestre representa na região e na economia local;
- ✓ Desenvolver **programas de formação** para agentes do setor turístico e profissionais do setor equestre;
- ✓ Realização de uma **missão técnica** (exemplo na Andaluzia) para análise das melhores práticas.

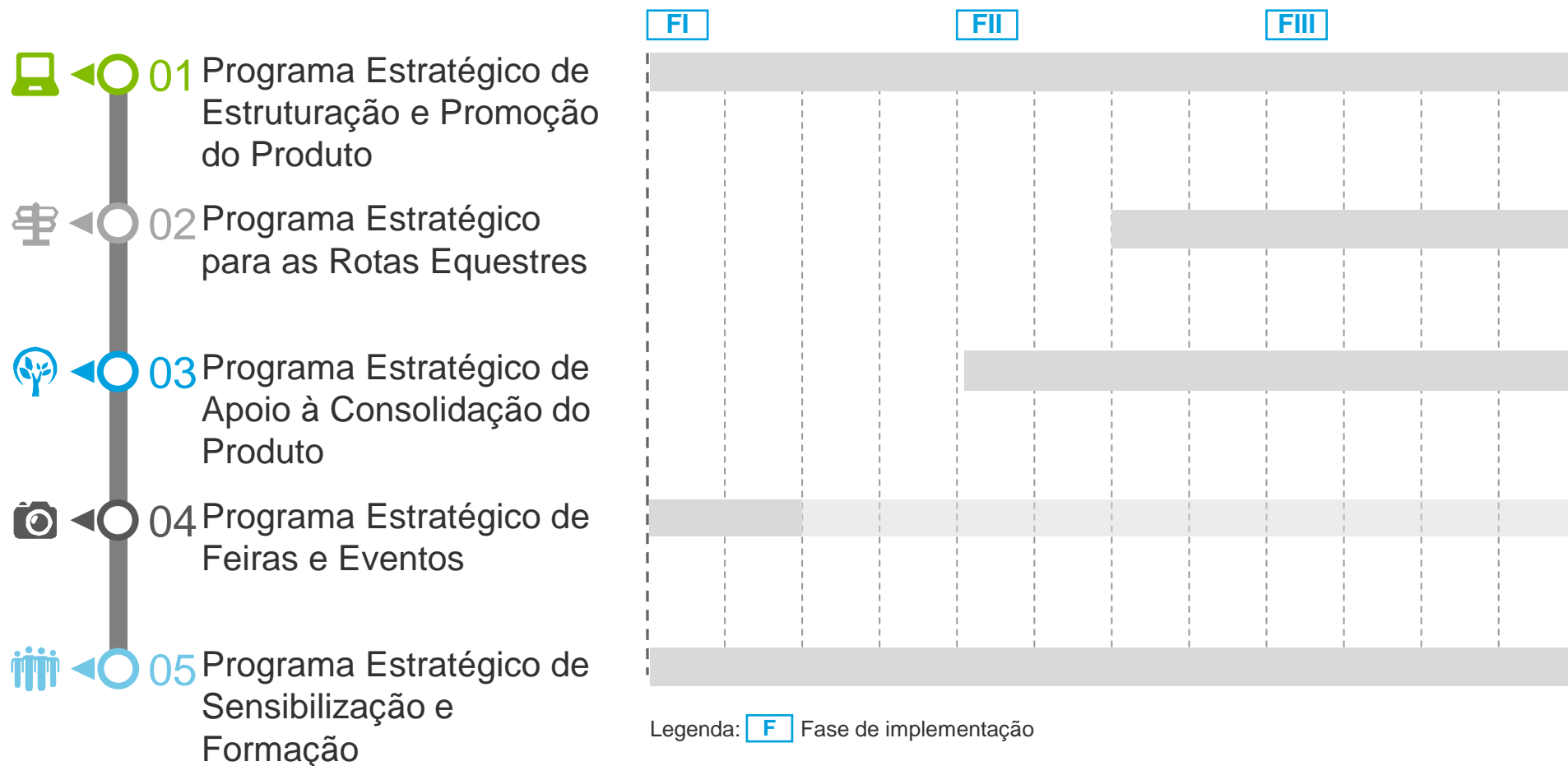
Âmbito territorial



Estratégia de consolidação

Programas estratégicos | Cronograma de implementação

Cronograma de implementação dos programas estratégicos



Deloitte.

“Deloitte” refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e suas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. A DTTL (também referida como “Deloitte Global”) não presta serviços a clientes. Para aceder à descrição detalhada da estrutura legal da DTTL e suas firmas membro consulte <http://www.deloitte.com/about>

A Deloitte presta serviços de auditoria, consultoria fiscal, consultoria de negócios e de gestão e corporate finance a clientes nos mais diversos setores de atividade. Com uma rede globalmente ligada de firmas membro em mais de 150 países e territórios, a Deloitte combina competências de elevado nível com oferta de serviços qualificados conferindo aos clientes o conhecimento que lhes permite abordar os desafios mais complexos dos seus negócios. Os mais de 200.000 profissionais da Deloitte empenham-se continuamente para serem o padrão de excelência.

Esta comunicação apenas contém informação de carácter geral, pelo que não constitui aconselhamento ou prestação de serviços profissionais pela Deloitte Touche Tohmatsu Limited, pelas suas firmas membro ou pelas suas entidades relacionadas (a “Rede Deloitte”). Nenhuma entidade da Rede Deloitte é responsável por quaisquer danos ou perdas sofridos pelos resultados que advenham da tomada de decisões baseada nesta comunicação.