

PLANO OPERACIONAL ESTRATÉGICO PARA O *TURISMO SOL E MAR* NO ALENTEJO LITORAL

POETSMAL



☐ Iniciativa



**Entidade Regional de Turismo do Alentejo/Ribatejo
Comunidade Intermunicipal do Alentejo Litoral**

☐ Elaboração



**Centro de Estudos Geográficos do IGOT-Universidade de Lisboa
(em colaboração com o Centro de Estudos de Turismo da ESHTe)**

☐ Equipa

José Manuel Simões (IGOT-ULisboa) - jmsimoes@igot.ulisboa.pt

Jorge Umbelino (CESTUR-ESHTe) - jorge.umbelino@eshte.pt

Carlos Cardoso Ferreira (IGOT-ULisboa) - carlosferreira@campus.ul.pt

Márilisa Coelho (IGOT-ULisboa) – marilisa.r.coelho@campus.ul.pt

Inês Boavida-Portugal (IGOT-ULisboa) - iboavida-portugal@campus.ul.pt

AMBIÇÃO

1

4 GRANDES OBJECTIVOS

- ❑ Afirmar internacionalmente o Alentejo Litoral como destino turístico, atractivo, de qualidade e de sustentabilidade ambiental e de experiências singulares, inolvidáveis e fidelizantes.

4 GRANDES OBJECTIVOS

- ❑ Afirmar internacionalmente o Alentejo Litoral como destino turístico, atractivo, de qualidade e de sustentabilidade ambiental e de experiências singulares, inolvidáveis e fidelizantes.
- ❑ Consolidar a imagem e a trajectória de desenvolvimento do Alentejo Litoral como destino de Sol e Mar, na imbricação com o Turismo Náutico, o Turismo Activo, o Turismo de Eventos, os percursos na Natureza, a gastronomia regional e a descoberta dos valores patrimoniais do Alentejo.

4 GRANDES OBJECTIVOS

- ❑ Afirmar internacionalmente o Alentejo Litoral como destino turístico, atractivo, de qualidade e de sustentabilidade ambiental e de experiências singulares, inolvidáveis e fidelizantes.
- ❑ Consolidar a imagem e a trajectória de desenvolvimento do Alentejo Litoral como destino de Sol e Mar, na imbricação com o Turismo Náutico, o Turismo Activo, o Turismo de Eventos, os percursos na Natureza, a gastronomia regional e a descoberta dos valores patrimoniais do Alentejo.
- ❑ **Promover e aprofundar complementaridades e sinergias do destino turístico Alentejo Litoral com produtos e territórios de proximidade.**

4 GRANDES OBJECTIVOS

- ❑ Afirmar internacionalmente o Alentejo Litoral como destino turístico, atractivo, de qualidade e de sustentabilidade ambiental e de experiências singulares, inolvidáveis e fidelizantes.
- ❑ Consolidar a imagem e a trajectória de desenvolvimento do Alentejo Litoral como destino de Sol e Mar, na imbricação com o Turismo Náutico, o Turismo Activo, o Turismo de Eventos, os percursos na Natureza, a gastronomia regional e a descoberta dos valores patrimoniais do Alentejo.
- ❑ Promover e aprofundar complementaridades e sinergias do destino turístico Alentejo Litoral com produtos e territórios de proximidade.
- ❑ **Assumir o desenvolvimento do turismo no Alentejo Litoral como uma forte alavanca do desenvolvimento económico e social regional e como um grande pilar em robustecimento do turismo nacional.**

2

ROTEIRO METODOLÓGICO

ROTEIRO METODOLÓGICO

Faseamento



ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do trabalho de campo

TRÓIA - SINES	
POTENCIALIDADES	PROBLEMAS
<ul style="list-style-type: none">◆ Extensão e magnitude dos areais;◆ Excelentes planos de água (mar e estuário do Sado), com boas condições para a prática de desportos e lazeres náuticos◆ Proximidade e acessibilidade aos centros urbanos de Lisboa e Setúbal;◆ Bons apoios e acessos rodoviários às praias.	<ul style="list-style-type: none">◆ Grande sazonalidade da actividade com impactes significativos nas infraestruturas e equipamentos existentes.◆ Escassez de estacionamento próximo das praias;◆ Limitações da sinalética;◆ Insuficiência de vias cicláveis e trilhos de pedestrianismo na orla costeira.



ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do trabalho de campo (apoio da Capitania do Porto de Sines)

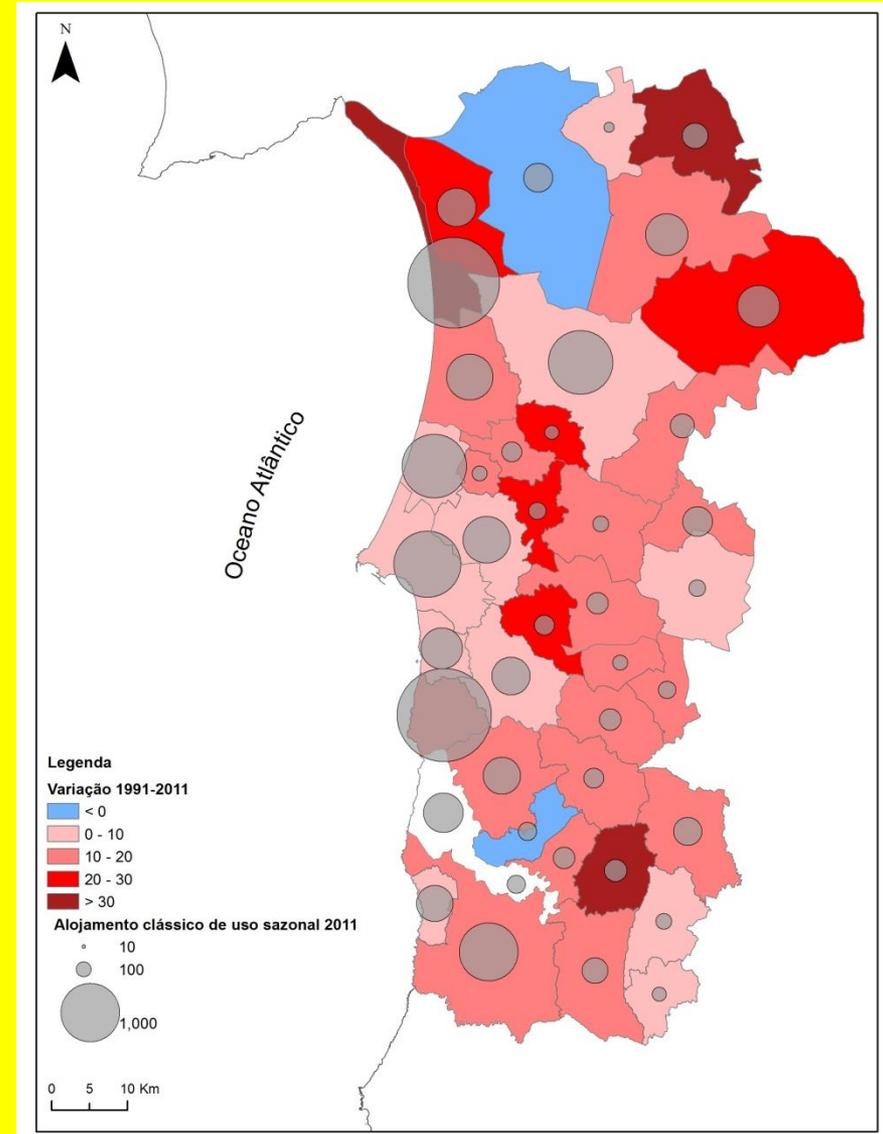
SINES - ODECEIXE	
POTENCIALIDADES	PROBLEMAS
<ul style="list-style-type: none">Costa recortada com praias de pequena dimensão mas com elevada beleza cénica;Boas condições para a prática de percursos na Natureza na orla costeira;Baixa densidade da ocupação turística servindo de atrativo a turistas que procuram ambientes turísticos menos massificados.Gastronomia rica e diversificada;	<ul style="list-style-type: none">Fracas acessibilidades às praias ou mau estado dos acessos; Ausência de vias cicláveis próprias na orla costeira.Oferta limitada de alojamento.Insuficiente sinalética útil ao turista.Falta de apoios balneares em várias praias.Estabilidade e perigosidade das arribas em algumas praias.Ocupação abusiva e descaracterizadora do sistema costeiro por caravanistas.



ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras das fontes documentais e estatísticas

Alojamentos clássicos de uso sazonal no Alentejo Litoral



ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do processo colaborativo com os actores locais

- ❑ Reunião de lançamento (22 actores)
- ❑ *Workshops* dinâmicos (18 actores)
- ❑ Reuniões de desenvolvimento e debate (15 reuniões)



ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do processo colaborativo com os actores locais



ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do processo colaborativo com os actores locais

OPORTUNIDADES	DIFICULDADES
<ul style="list-style-type: none">◆ Aumento sustentado da procura turística e do destino turístico;◆ Qualidade destino turístico com crescendo de visibilidade internacional;◆ Extensão da costa e características naturais e cénicas do território litoral, factores indutores de turismo e experiências turísticas singulares, diferenciadoras e gratificantes;◆ Potenciais de conjugação dos produtos turísticos Sol e Mar/ Náutico/ Natureza/ Activo/ Cultural;◆ Posição de charneira e de proximidade a centros geradores de turistas: Lisboa e sua região, Algarve e Espanha;◆ Potencial para aumentar a atratividade no <i>off-season</i>: produtos não sazonais.	<ul style="list-style-type: none">◆ Tendência pesada de sazonalidade;◆ Problemas de concretização dos grandes projectos de resorts turísticos a norte de Sines e insuficiente oferta qualificada a sul de Sines;◆ Escassez e baixa qualificação da mão-de-obra;◆ Reduzida promoção e visibilidade externa;◆ Restrições de uso do solo inerentes aos Instrumentos de Gestão do Território;◆ Limitações nas acessibilidades rodoviárias e aérea;◆ Heterogeneidade da oferta, e alastramento do alojamento local (legal e ilegal), sobretudo a sul da Comporta;◆ Problemas de coesão e articulação territorial, mormente com o interior patrimonial e turístico do interior do Alentejo.

ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do processo colaborativo com os actores locais

Fatores chave para o sucesso

- ◆ Afirmação da marca Alentejo e da sub-marca Costa Alentejana;
- ◆ Consolidação e projecção internacional do Alentejo Litoral como *Quality Coast*;
- ◆ Articulação do Alentejo Litoral e do produto “Sol e Mar” com outros produtos e territórios turísticos;
- ◆ Concertação da legislação sobreposta e das autoridades com competência sobre o Litoral;
- ◆ Melhoria das acessibilidades e do estacionamento na proximidade das praias, incluindo condições infra-estruturais para o caravanismo;
- ◆ Melhoria da legislação dos concessionários de praias, incluindo a vigilância;
- ◆ Diversificação da oferta através da valorização de mercados de nicho;
- ◆ Qualidade e capacidade atractiva dos eventos para captação de turistas, mormente fora da época alta;
- ◆ Valorização, monitorização e divulgação das iniciativas tipo Rota Vicentina.

ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do *Benchmarking*

LITORAL DA CROÁCIA



MORBIHAN E LOIRE ATLANTIQUE, FRANÇA



ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do *Benchmarking*



LITORAL DA CROÁCIA

- ◆ A relevância de um símbolo forte, que possa ser a marca de um território turístico:

Sul da Croácia → Marco Polo

Alentejo Litoral → Vasco da Gama

- ◆ Imagem turística habilitada com elementos-simbólicos facilmente visíveis e identificáveis:

Dubrovnik → **teleférico** como foco de atração a partir do qual se pode organizar toda a informação e oferta de atividades

- ◆ Centralização e comunicação dos serviços turísticos de uma forma facilmente compreensível pelos turistas que desejam comprar os serviços:

meeting-point facilmente reconhecido

e compreendido pelos turistas

- ◆ Aprofundar a ligação da comunidade local com a oferta turística, não apenas por uma questão de coesão, mas também de autenticidade e genuinidade da oferta:

- *Dubrovnik/Konavale* → **famílias que abrem as portas das suas casas**, para oferecer *shows* ou aulas de cozinha local, que culminam com uma refeição em conjunto; sempre que necessário há recurso a guias; preços competitivos face aos praticados pelas estruturas profissionais

ROTEIRO METODOLÓGICO

Leituras do Benchmarking



LITORAL ATLÂNTICO DA FRANÇA

- ◆ Apresentação do mar e litoral como um recurso multifacetado, ao qual se associa uma cultura, património e tradições ricas e que expressam a autenticidade do destino:
 - **MORBIHAN** → campanha “*La mer se cultive, la mer nous cultive*”, em torno da qual se criou uma parceria alargada entre profissionais do Mar, Turismo, Ambiente e artistas para promover um portfolio amplo de recurso e de atrativos ligados ao mar.
- ◆ **Rede de ciclovias** litoral como uma das apostas de valorização integral do produto turístico Sol e Mar, reforçando as acessibilidades às praias, a itinerância entre praias e a facilitação das articulações entre a faixa litoral e o interior:
 - **BRETANHA** → **Rede de vias clicáveis**, com um percurso cénico ao longo do litoral (*La Litoralle*) com diversas vias de penetração para o interior da região, ligando as áreas de mais densa procura turística com os territórios de baixa densidade e rurais da Bretanha .
- ◆ Modelo de articulação de acessibilidades com o sistema duna-praia. Redução do impacte ambiental e visual dos espaços de estacionamento sobre a linha de costa, condiciona o estacionamento irregular ao longo da via e define um espaço-canal de circulação de peões ao mesmo tempo que cria um *buffer* entre o acesso às praias e a rodovia.
- ◆ **Áreas de serviço para autocaravanas** para apoio a este fluxo de visitantes, permitindo estacionamento legal em condições de segurança e apoio às operações de limpeza e manutenção das viaturas.



REFERENCIAIS

REFERENCIAIS

Instrumentos de desenvolvimento territorial

Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território (PNPOT)

Plano Regional de Ordenamento do Território do Alentejo (PROTA)

Plano Regional do Ordenamento do Território do Litoral Alentejano (PROTALI)

Instrumentos de natureza especial

Plano de Ordenamento da Reserva Natural do Estuário do Sado (PORNES)

Plano de Ordenamento do Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina (POPNSACV)

Plano de Ordenamento da Orla Costeira entre Sines e Burgau (POOC Sines-Burgau)

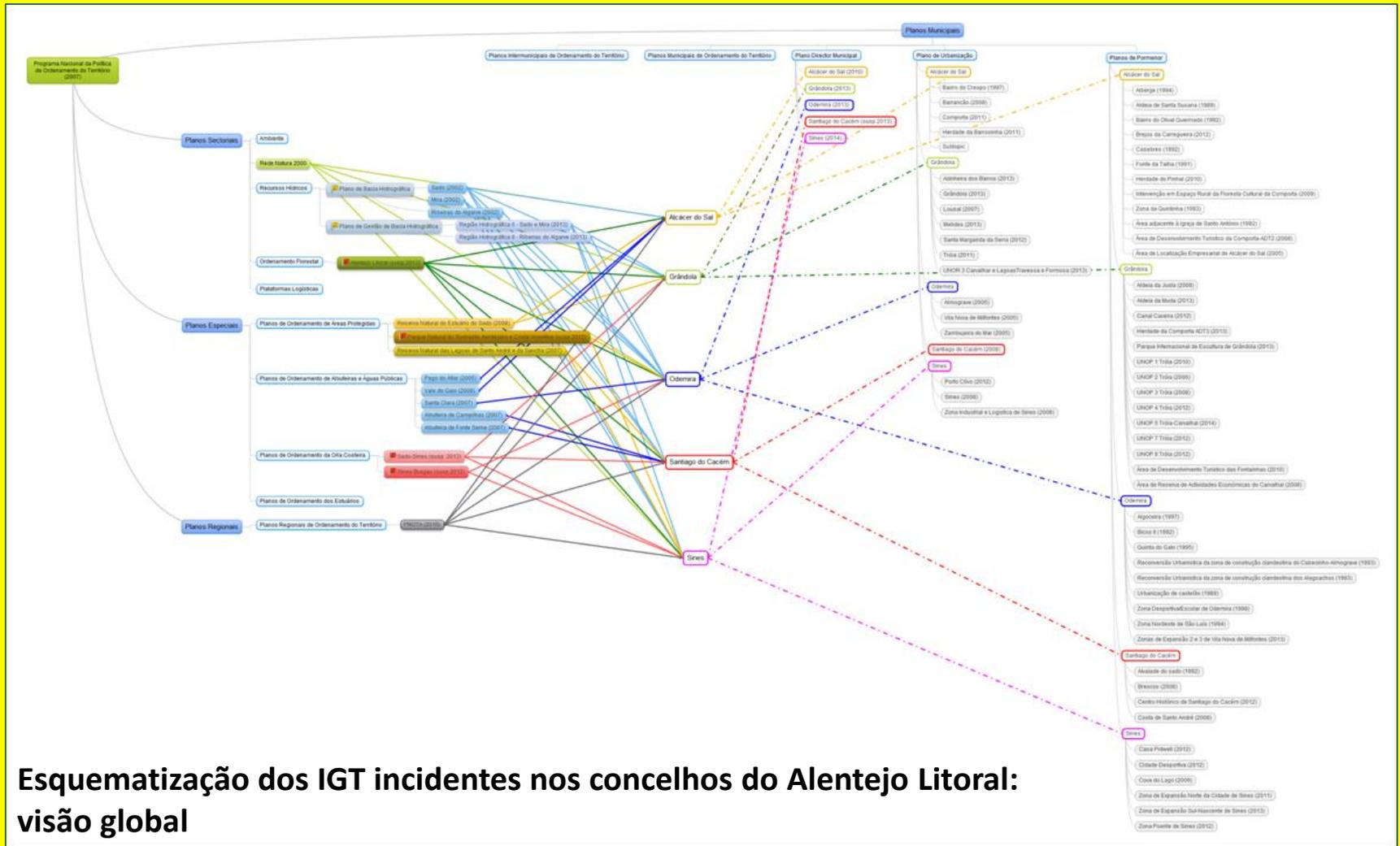
Plano de Ordenamento da Orla Costeira entre Sado e Sines (POOC Sado-Sines)

Instrumentos de política sectorial

Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT)

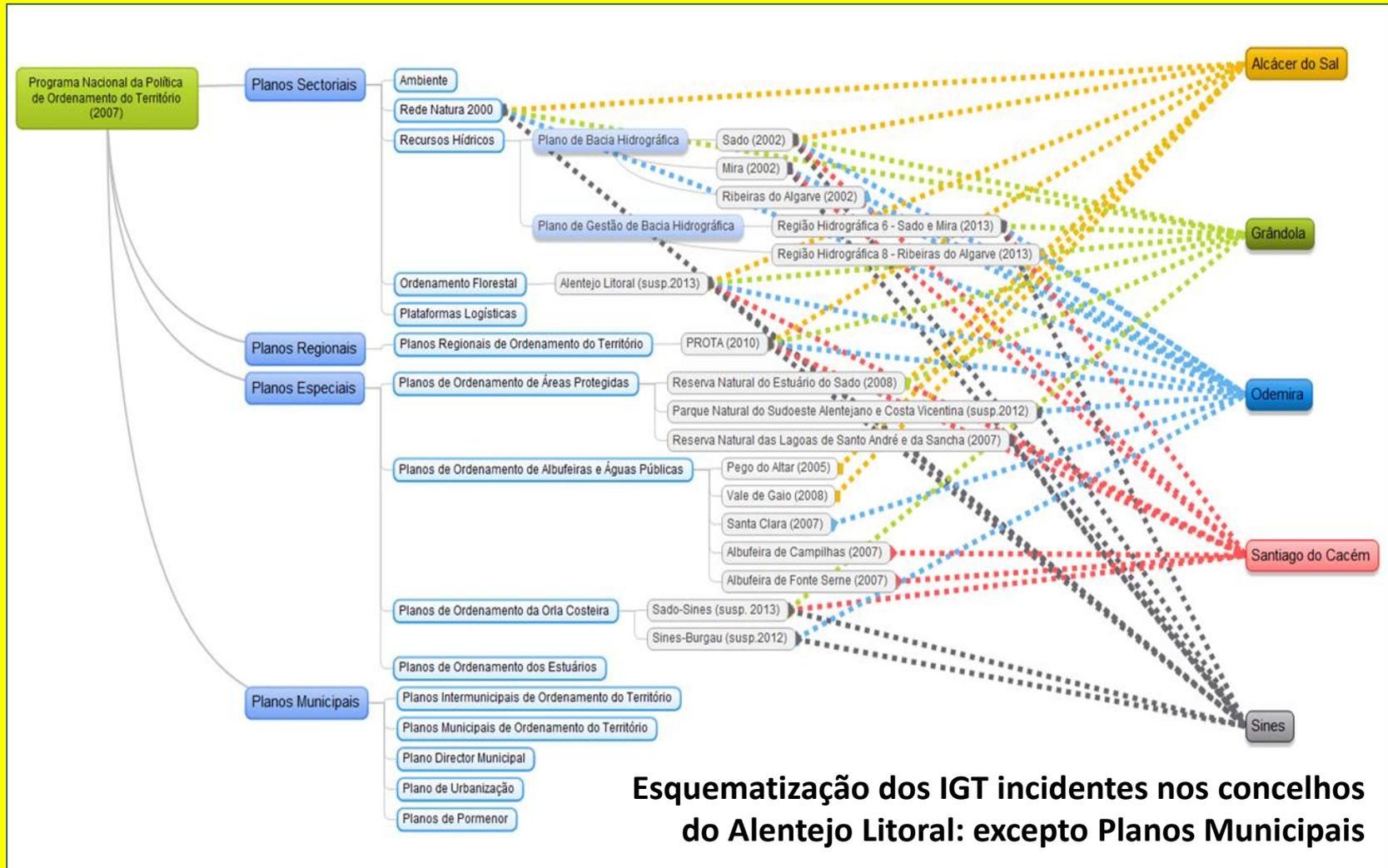
Plano Operacional de Turismo do Alentejo (POTA)

REFERENCIAIS



Esquematização dos IGT incidentes nos concelhos do Alentejo Litoral: visão global

REFERENCIAIS



DIAGNÓSTICO

4

DIAGNÓSTICO

Análise SWOT

PONTOS FORTES	
CONTEXTO TERRITORIAL	<p>Recursos patrimoniais</p> <ul style="list-style-type: none">◆ Valor natural e paisagístico do Alentejo Litoral◆ Extensão e diversidade da costa alentejana◆ Quantidade, diversidade e qualidade das praias◆ Valores patrimoniais histórico-culturais <hr/> <ul style="list-style-type: none">◆ Conforto climático◆ Imagem territorial atrativa e diferenciadora
DINÂMICAS DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none">◆ Sustentabilidade da procura◆ Protagonismo dos agentes turísticos◆ Valor dos eventos◆ Qualidade gastronómica e da restauração

DIAGNÓSTICO

Análise SWOT

PONTOS FRACOS	
CONTEXTO TERRITORIAL	<ul style="list-style-type: none">◆ Regionais e sub-regionais <p>Acessibilidades</p> <ul style="list-style-type: none">◆ Locais
	<ul style="list-style-type: none">◆ Desqualificação territorial◆ Constrangimentos territoriais
DINÂMICAS DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none">◆ Sazonalidade
	<ul style="list-style-type: none">◆ Tecido empresarial e profissional

DIAGNÓSTICO

Análise SWOT

OPORTUNIDADES	
CONTEXTO TERRITORIAL	<ul style="list-style-type: none">♦ Vantagens locativas♦ Melhoria das acessibilidades♦ Valorização patrimonial♦ Fatores endógenos de alavancagem
DINÂMICAS DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none">♦ Intenções de investimento♦ Crescendo de internacionalização e de ajustamento do destino

DIAGNÓSTICO

Análise SWOT

AMEAÇAS	
CONTEXTO TERRITORIAL	<ul style="list-style-type: none">Restrições legais e regulamentaresLimitações das acessibilidades
DINÂMICAS DE MERCADO	<ul style="list-style-type: none">Indecisão do investimentoLimitações do mercado do turismo de sol, mar e praiaDesqualificação da oferta de equipamentos e serviços

DIAGNÓSTICO

Potencial dos recursos turísticos

Síntese do potencial dos recursos patrimoniais do Alentejo Litoral.

RECURSOS PATRIMONIAIS		CONCELHOS					ALENTEJO-LITORAL	ARTICULAÇÃO-COM-O-PRODUTO-SOL-E-MAR	
		Alcácer-do-Sal	Grândola	Santiago-do-Cacém	Sines	Odemira			
PATRIMÓNIO-NATURAL-AMBIENTAL-E-PAISAGÍSTICO	Áreas Naturais Protegidas	◆	◆	◆	◆	◆	◆	ELEVADA	
	Espelhos de Água	Mar	□	◆	◆	◆	◆	◆	MUITO-ELEVADA
		Rios	◆	◆	□	□	◆	◆	ELEVADA
		Lagoas	□	◆	◆	□	□	◆	ELEVADA
		Albufeiras(Barragens)	◆	□	◆	◆	◆	◆	FRACA
	Praias	Marítimas	□	◆	◆	◆	◆	◆	MUITO-ELEVADA
		Fluviais	◆	◆	◆	◆	◆	◆	ELEVADA
	Flora e Fauna	◆	◆	◆	◆	◆	◆	MEDIA	
	Recursos Cinagéticos	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
	Recursos Piscícolas	◆	◆	◆	◆	◆	◆	MUITO-ELEVADA	
	Curiosidades Naturais	◆	◆	◆	◆	◆	◆	ELEVADA	
	Manchas Florestais/ Tapadas	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
	Serras	□	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
Trechos Paisagísticos	◆	◆	◆	◆	◆	◆	MUITO-ELEVADA		
PATRIMÓNIO-CONSTRUIDO-E-MONUMENTAL	Arqueologia	Pré-História / Megalitismo	□	□	□	◆	□	◆	FRACA
		Romana e Árabe	◆	◆	◆	◆	□	◆	MEDIA
		Industrial	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA
	Igrejas / Conventos / Mosteiros	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
	Palácios / Casas Senhoriais / Palacetes	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
	Castelos / Fortalezas / Muralhas	◆	□	◆	◆	□	◆	MEDIA	
	Conjuntos Urbanísticos	Montes / Herdades / Quintas	◆	◆	◆	□	◆	◆	FRACA
		Aldeias	◆	◆	◆	◆	◆	◆	MEDIA
		Vilas	◆	◆	□	□	◆	◆	MEDIA
		Cidades	◆	□	◆	◆	□	◆	ELEVADA
PATRIMÓNIO-ETNOLOGICO-E-CULTURAL	Museus / Centros de Arte	◆	◆	◆	◆	◆	◆	MEDIA	
	Artesanato	◆	◆	◆	◆	◆	◆	MEDIA	
	Gastronomia e Vinhos	◆	◆	◆	◆	◆	◆	MUITO-ELEVADA	
	Cantares / Música	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
	Festividades Religiosas e Populares	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
	Tradições Piscatórias	◆	◆	◆	◆	◆	◆	ELEVADA	
	Feiras	◆	◆	◆	◆	◆	◆	FRACA	
Grandes Eventos Culturais e Turísticos	◆	◆	◆	◆	◆	◆	ELEVADA		

DIAGNÓSTICO

Potencial dos recursos turísticos

		Equipamentos e Serviços Turísticos		Alentejo Litoral	Produto Sol e Mar	Equipamentos e Serviços Complementares		Alentejo Litoral	Produto Sol e Mar
EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS	Alojamento	Resorts				Marinas e Centros Náuticos			
		Pousadas				Escolas de Surf			
		Hotelaria e similares				Salas de Congressos e Reuniões			
		TER				Cinemas e Salas de Espetáculos			
		Campismo e Caravanismo				Centros Culturais / Salas de Exposições			
	Restauração				Praças de Touros / Estádios				
	Golfe				Centros Hípicos				
	Zonas de Caça Turística				Complexos de Ténis				
	Serviços de Animação				Centros de Estágios				
							Kartódromo		
						Aeródromo			

Legenda:

Potencial

reduzido médio elevado

Relação

muito fraca fraca média elevada muito elevada

DIAGNÓSTICO

Potencial dos recursos turísticos

		Atributos	Alentejo Litoral	Produto Sol e Mar
		ATRIBUTOS CONTEXTUAIS	Acessibilidades	Rodoviárias
Ferroviárias				--
Aéreas				
Ciclovias / Pedovias / Trilhos				
Saúde	Cuidados Primários			
	Cuidados Hospitalares			
	Serviços Bancários			
Telecomunicações				
Comércio				

Legenda:

Potencial

reduzido médio elevado

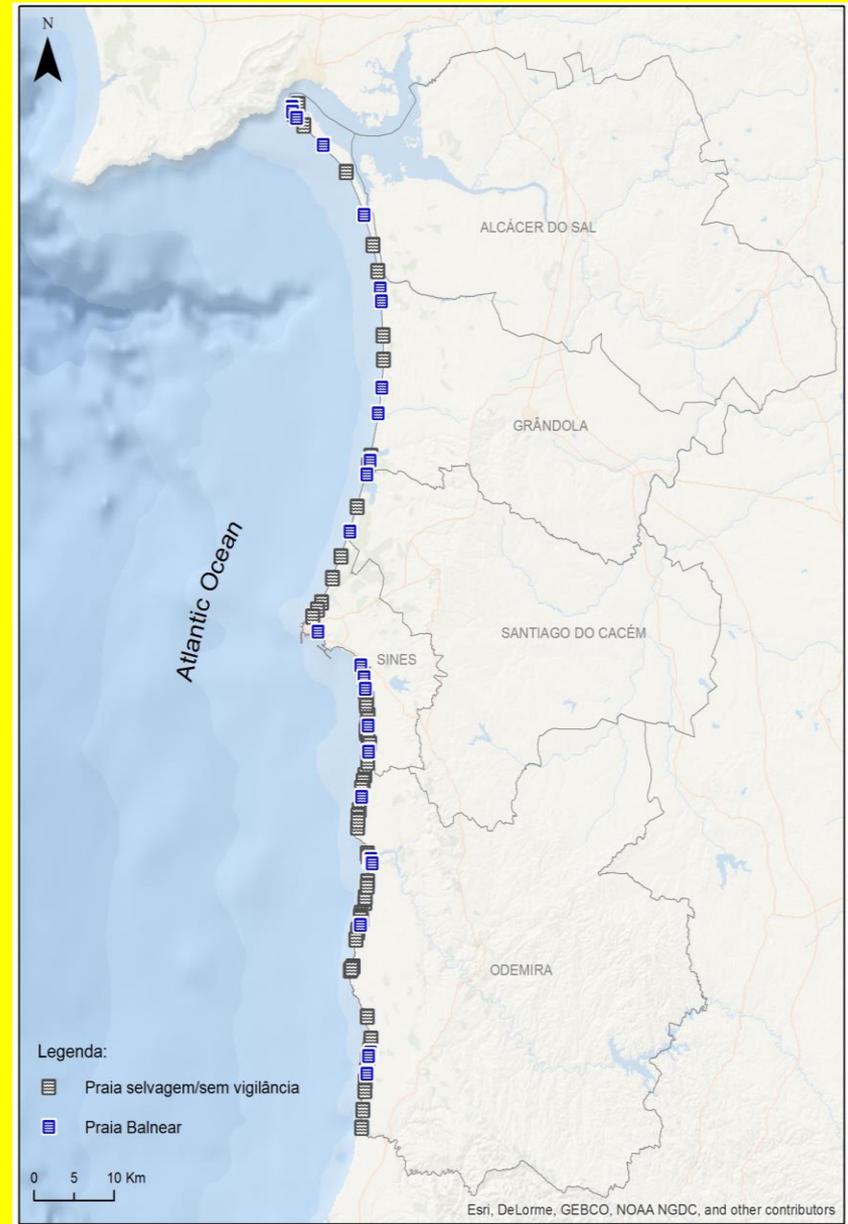
Relação

muito fraca fraca média elevada muito elevada

DIAGNÓSTICO

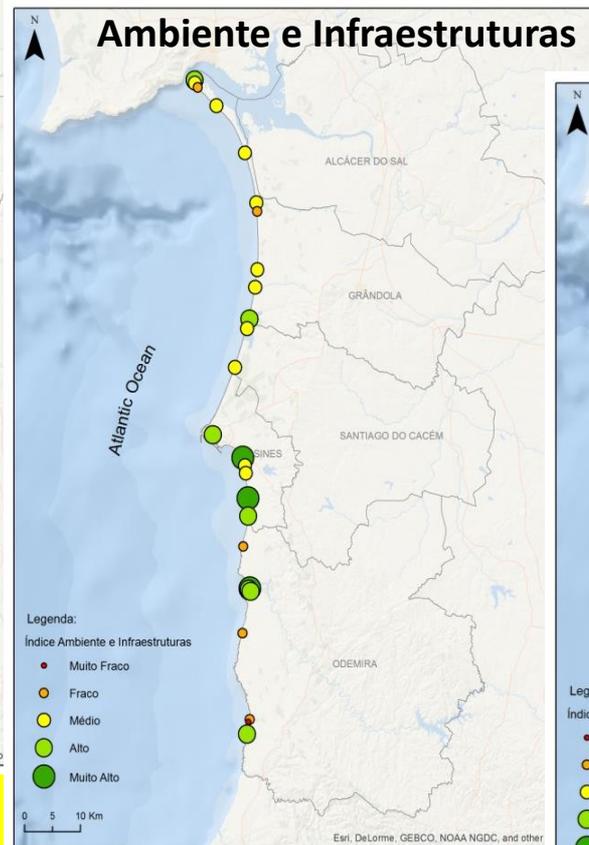
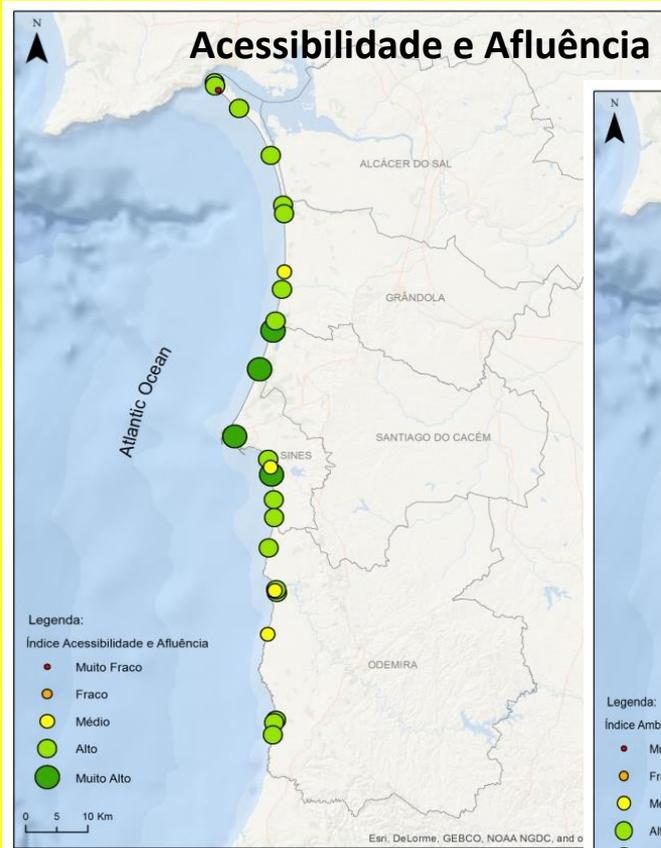
Avaliação das Praias

- ❑ 26 praias classificadas como águas balneares
- ❑ 71 praias consideradas selvagens e/ou sem vigilância



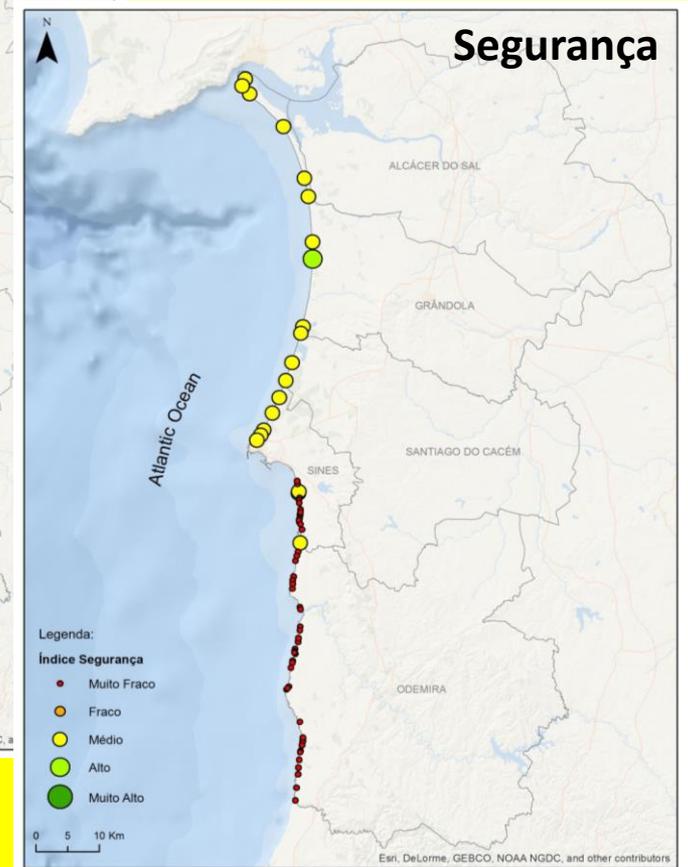
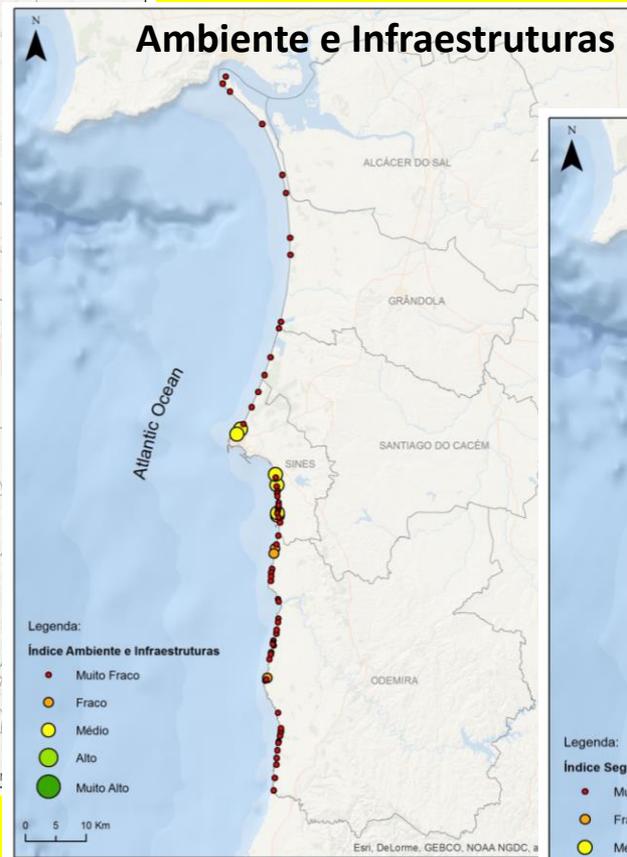
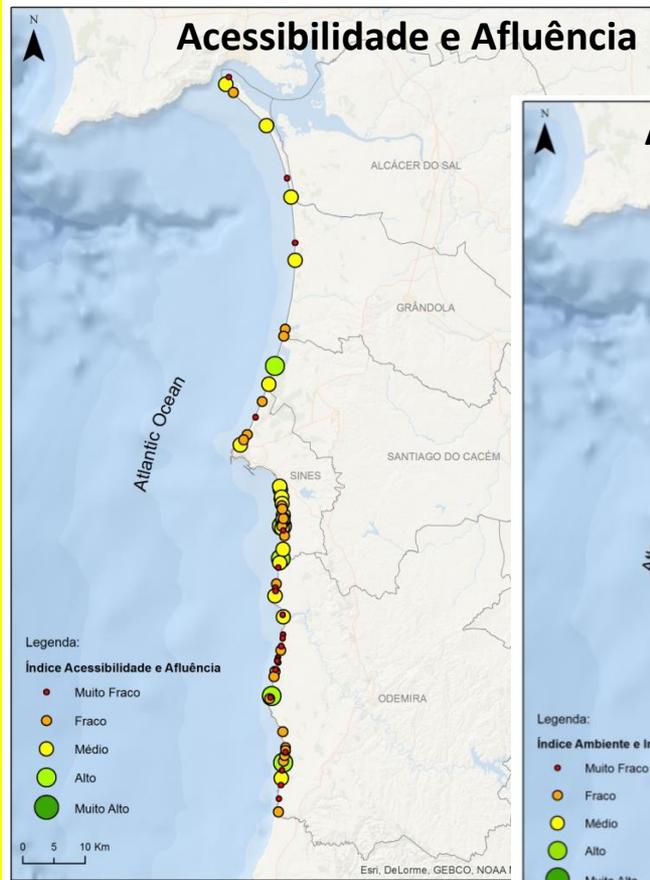
DIAGNÓSTICO

Atractividade das 26 praias classificadas como águas balneares no Alentejo Litoral



DIAGNÓSTICO

Atractividade das 71 selvagens e/ou sem vigilância do Alentejo Litoral



5

ESTRATÉGIA

ESTRATÉGIA

GOLDEN CARD

Afirmar o Alentejo Litoral como um destino turístico de projecção internacional, compósito de experiências singulares e inolvidáveis, na imbricação do sol, mar e praia, com desportos e lazeres activos em contacto com a natureza e o mar e na fruição dos valores patrimoniais materiais e imateriais identitários da região Alentejo, social, económica e territorialmente materializado de modo sustentável e sustentado e com envolvimento activo, concertado e frutuoso dos actores públicos e privados.

ESTRATÉGIA

20 Objectivos Estratégicos

- 1** Afirmar o Alentejo Litoral como um destino turístico reconhecido, com uma imagem e características de produto identificáveis e suportadas numa procura com dimensão economicamente sustentável.
- 2** Conhecer o perfil do turista que visita actualmente o Alentejo Litoral, identificando igualmente as razões associadas à não-procura ou à sua menor expressão.
- 3** Melhorar os níveis de conhecimento mútuo e de uma frutuosa operacionalidade conjunta entre os vários agentes da oferta turística em presentes no Alentejo Litoral.
- 4** Idealizar uma estrutura de oferta turística que seja igualmente útil no convite à visita e aos serviços a ela associados .
- 5** Construir uma oferta de turismo “Sol e Mar” ecologicamente responsável e estruturada de forma alternativa ao modelo massificado.

ESTRATÉGIA

20 Objectivos Estratégicos

6	Conceber uma oferta turística comprometida com os valores de ética, responsabilidade social e sustentabilidade, que seja, designadamente capaz de respeitar o Ambiente Natural; a Cultura e os Modos de Vida das populações residentes e tornar-se acessível ao maior número possível de turistas e visitantes.
7	Conceber uma oferta turística que reconheça e respeite a característica dual do território do Alentejo Litoral, identificada no contraste entre um segmento litoral a Norte com características arenosas e de largos horizontes com um outro, a Sul, que se apresenta entrecortado, agreste, de arribas vigorosas de aspeto selvagem.
8	Reconhecer e aproveitar as virtudes de um modelo de oferta turística ancorado em grandes resorts, designadamente no segmento Norte do território, sem prejuízo de, também neste subsector, se identificar a vantagem de uma oferta turística ambiental e culturalmente sustentável e integrada com o território interior.
9	Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que promova e aproveite sinergias com os territórios turísticos situados a Norte, designadamente o rio Sado e a Península e cidade de Setúbal.
10	Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que promova e aproveite sinergias com os territórios turísticos situados a Sul, designadamente os concelhos do Barlavento Algarvio na sua relação com o litoral Vicentino.

ESTRATÉGIA

20 Objectivos Estratégicos

- | | |
|----|---|
| 11 | Conceber uma oferta turística no Alentejo Litoral que beneficie dos mecanismos de proximidade ao aeroporto de Lisboa ou, melhor ainda, de um aeroporto internacional de maior proximidade, se este vier a ser reconsiderado. |
| 12 | Modelar uma estratégia de concessão, vigilância e equipamento das praias que seja baseada numa lógica de viabilidade económica, nos casos em que tal seja possível, e, nos demais casos, no acautelar por parte das Autarquias de condições mínimas de informação, acessibilidade, segurança e higiene. |
| 13 | Robustecer, sobretudo no segmento Sul do território, uma oferta turística de base “eco-rural”, sustentada em percursos na Natureza com recurso a formas suaves de mobilidade e complementados com momentos de contacto com as comunidades locais, identificados com a sua História e Cultura e materializados no consumo de bens e serviços associados ao produto «Gastronomia e Vinhos» e ao artesanato. |
| 14 | Promover a integração do produto turístico mobilizável no Alentejo Litoral com as referências de produto que caracterizam a imagem da Região, no seu conjunto, numa lógica de integração multiproduto mas também de âmbito territorial. |
| 15 | Aproveitar a atractividade e os mecanismos de oferta turística associados aos rios com maior caudal, navegabilidade e expressão paisagística, designadamente o Sado e o Mira. |

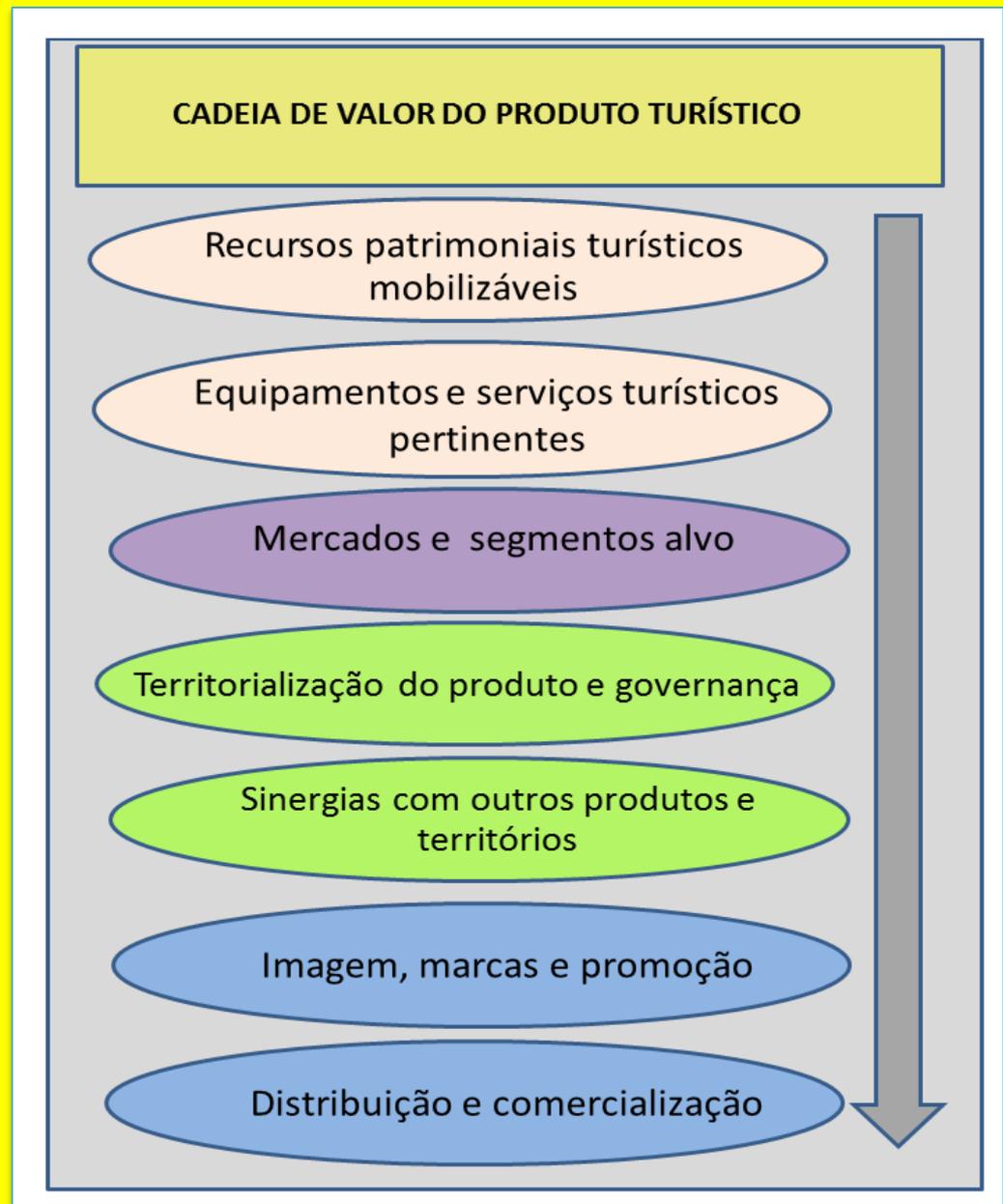
ESTRATÉGIA

20 Objectivos Estratégicos

16	Promover mecanismos de apoio à inovação e ao empreendedorismo, tendo em vista, nomeadamente, o estímulo a uma presença forte e bem-sucedida da população local na estrutura de oferta turística da sub-região.
17	Desenhar uma política de organização e/ou apoio à realização de eventos que permita consolidar a imagem turística da sub-região e dinamizar a sua procura, sobretudo em “época baixa”.
18	Promover a concertação dos múltiplos agentes envolvidos na promoção e organização de eventos e animação turística , de modo a consubstanciar uma calendarização atractiva e equilibrada temporal e territorialmente.
19	Conceber uma política de comunicação da oferta turística que seja útil às diversas realidades presentes na sub-região, no quadro das dimensões dos fluxos atuais e expectáveis e das características da procura desejável.
20	Identificar, valorizar e utilizar personalidades, fatos ou espaços cuja imagem e visibilidade acrescentem valor simbólico e que, por isso, possam funcionar como mecanismos identitários utilizados na promoção turística.

ESTRATÉGIA

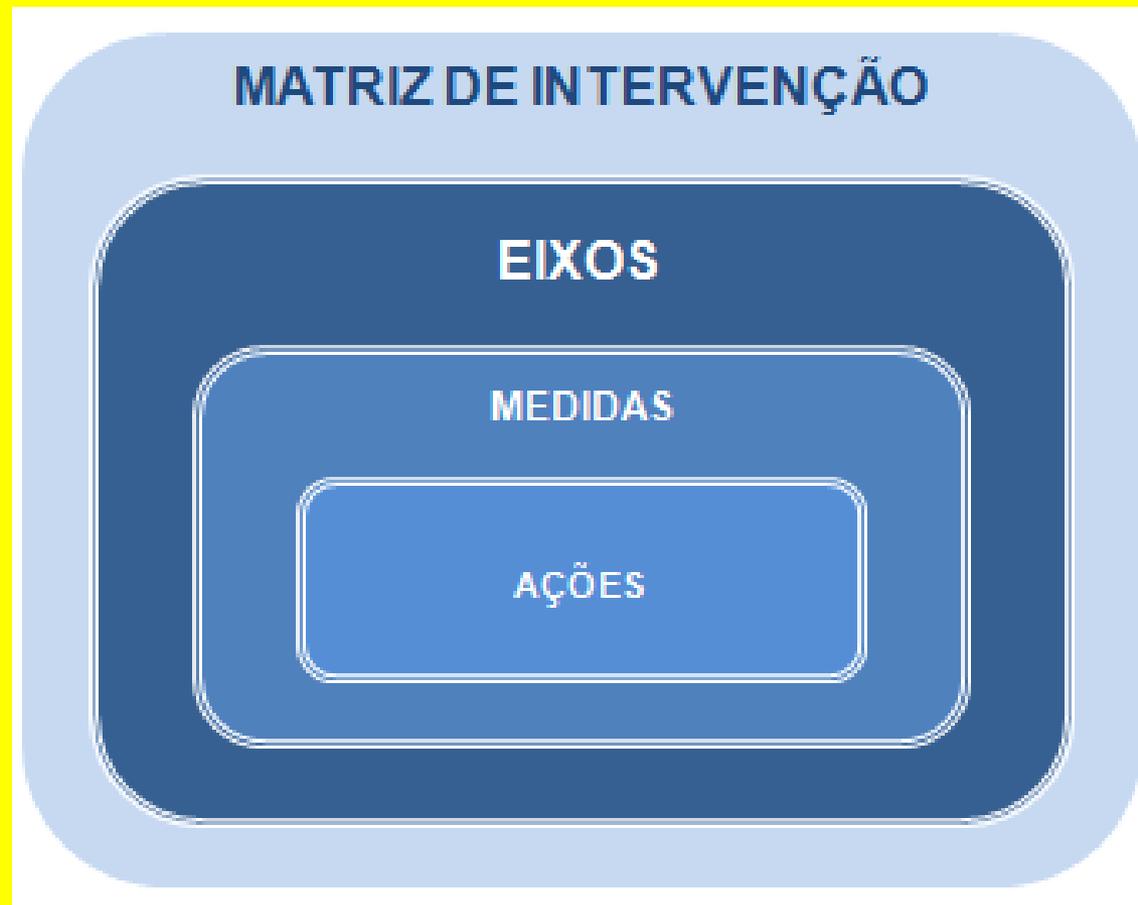
Uma abordagem integradora e relacional para o produto



6

INTERVENÇÃO

INTERVENÇÃO



INTERVENÇÃO

EIXOS DE INTERVENÇÃO

- I Ética, responsabilidade social e governança**
- II Qualificação e sustentabilidade do território**
- III Empresas, negócios e produtos turísticos**
- IV Eventos e animação turística**
- V Comunicação e imagem**

INTERVENÇÃO

EIXO I - Ética, Responsabilidade Social e Governança

MEDIDAS	ACÇÕES
M1.1 Formação e sensibilização ambiental, patrimonial e turística	<i>A1.1.1 Ações de formação e sensibilização das comunidades escolares dinamização de acções de sensibilização ambiental, valorização patrimonial e ética turística com as escolas dos concelhos do Alentejo Litoral.</i>
	<i>A1.1.2 Educação e sensibilização ambiental, patrimonial turística da população residente e dos utilizadores das praias (por exemplo através de actividades de voluntariado encetadas pelas escolas dos cinco concelhos do Alentejo Litoral.</i>

INTERVENÇÃO

EIXO I - Ética, Responsabilidade Social e Governança

MEDIDAS	ACÇÕES
M1.2 Dinamização de uma cultura de responsabilidade social nas organizações e empresas	A1.2.1 <i>Dinamizar uma cultura de responsabilidade social nas empresas relacionada com a acessibilidade e a oferta de «Turismo para Todos», relevando, igualmente, o potencial de mercado desta opção</i>
	A1.2.2 <i>Ações de formação e sensibilização de empresas e organizações locais, designadamente através do “Licenciamento Verde” de empresas de animação turística, incluindo contrapartidas de valorização ambiental das praias (ex.: acções de limpeza por escolas de surf, empresas marítimo-turísticas).</i>
	A1.2.3 <i>Acções de estreitamento relacional com a população residente, tendo em vista, nomeadamente, a valorização do ambiente natural e do património enquanto recurso civilizacional mas também da oferta turística (por ex. acções de voluntariado social e/ou de preço bonificado por boas práticas ambientais).</i>

INTERVENÇÃO

EIXO I - Ética, Responsabilidade Social e Governança

MEDIDAS	ACÇÕES
M1.3 Implementação do conceito de “Praia Acessível”	A1.3.1 Criar condições de acessibilidade das 26 praias do Alentejo Litoral classificadas com o águas balneares às pessoas com mobilidade condicionada de modo a afirmar este território como Destino Turístico Acessível.
	A1.3.2 Sensibilizar todas as pessoas, em especial as que intervenham como agentes e utentes das praias, para a problemática das pessoas com mobilidade condicionada.
M1.4 Incrementação dos indicadores conducentes a obtenção de galardões de destino turístico de excelência	A1.4.1 Levar a cabo acções focadas na obtenção do galardão multicritério “Quality Coast”.
	A1.4.2 Levar a cabo acções focadas na avaliação de excelência implícita na classificação “Cultural Heritage Management” (informação turista; capacidade de conservação; serviços turísticos oferecidos; valor percebido)

INTERVENÇÃO

EIXO II - Qualificação e Sustentabilidade do Território

MEDIDAS	ACÇÕES
M2.1 Adequação das capacidades de carga às procuras locais turísticas	A2.1.1 <i>Desenvolver um estudo sobre as capacidades de carga física e social dos principais locais de atracção turística do Alentejo Litoral .</i>
M2.2 Regulação da acessibilidade e dotação de acessos e parqueamentos de apoio às praias	A2.2.1 <i>Condicionamento por método tarifário do acesso em viatura própria às 26 praias classificadas como águas balneares.</i>
	A2.2.2 <i>Implementação de infra-estruturas promotoras da deslocação em modos suaves e ecológicos de transporte (ex.: ciclovias; passadiços, etc.). (deve também ser estudada a viabilidade de um combóio de praia entre o cais do ferry e a praia do Carvalhal da Comporta)</i>
	A2.2.3 <i>Criação de parques de estacionamento devidamente infra-estruturados para proporcionar melhores condições de recepção do fluxo de turismo balnear e prevenir a degradação ambiental e paisagística.</i>

INTERVENÇÃO

EIXO II - Qualificação e Sustentabilidade do Território

MEDIDAS	ACÇÕES
M2.3 Criação de uma rede “Excellence” de oferta para campistas e caravanistas	A2.3.1 <i>Upgrade dos equipamentos campistas existentes e programação de novos equipamentos .</i>
	A2.3.2 <i>Criação de uma rede densa e qualificada de áreas de serviço para autocaravanas (trecho Comporta-Zambujeira do Mar)</i>
	A2.3.3 <i>Criação de um Portal Único de Informação e Reserva Campista e Caravanista.</i>
M2.3 Melhoria da sinalética turística	A2.4.1 <i>Definição de uma estratégia e dos meios operacionais para melhorar a eficácia da sinalética turística no Alentejo Litoral.</i>

INTERVENÇÃO

EIXO III - Empresas, Negócios e Produtos Turísticos

MEDIDAS	ACÇÕES
M3.1 Dinamização dos produtos turísticos associados à fruição da Natureza e à convivência com a ruralidade	A3.1.1 <i>Preparar guias práticos com recomendações de experiências gastronómicas e associadas à produção de vinhos, identificando restaurantes, adegas e outros espaços que as praticam</i>
	A3.1.2 <i>Preparar guias práticos com recomendações de artesanato local associadas a oficinas e/ou lojas que as praticam e disponibilizam</i>
	A3.1.3 <i>Dinamizar o conhecimento sobre as práticas de birdwatching existentes e potenciais na região, criando articulação entre os vários agentes em presença</i>
	A3.1.4 <i>Dinamizar o conhecimento sobre o potencial existente em relação a produtos turísticos de «nicho» baseados em recursos endógenos</i>

INTERVENÇÃO

EIXO III - Empresas, Negócios e Produtos Turísticos

MEDIDAS	ACÇÕES
M3.2 Interpretação do produto turístico Sol e Mar de forma integrada com as atividades náuticas, marítimas e fluviais	A3.2.1 <i>Explorar as diversas oportunidades em presença relacionadas com o turismo náutico, tanto na hipótese Atlântica como na dimensão fluvial (navegabilidade do rio Sado e do seu estuário, navegabilidade do rio Mira e da sua foz, em Vila Nova de Milfontes)</i>
M3.3 Incremento do envolvimento da população residente na oferta turística e, mais genericamente, no reconhecimento dos seus benefícios	A3.3.1 <i>Promover a inovação e o empreendedorismo de base local, incentivando as famílias para constituírem pequenas empresas tendo em vista a divulgação integrada dos sistemas de produção, dos produtos e dos hábitos culturais</i>

INTERVENÇÃO

EIXO III - Empresas, Negócios e Produtos Turísticos

MEDIDAS	ACÇÕES
M3.4 Promoção de produtos turísticos tendentes ao equilíbrio da forte sazonalidade da procura que actualmente se verifica, sobretudo no segmento litoral Norte	A3.4.1 <i>Dinamizar o conhecimento e promover práticas para a oferta integrada do produto golfe, designadamente junto de mercados de procura que valorizem a interação com os demais produtos de base territorial</i>
	A3.4.2 <i>Dinamizar o conhecimento e promover práticas para a oferta do produto «Turismo de Negócios», aproveitando a qualidade ambiental e cultural no quadro da proximidade à Área Metropolitana e Aeroporto Internacional de Lisboa</i>

INTERVENÇÃO

EIXO IV - Eventos e Animação Turística

MEDIDAS	ACÇÕES
M4.1 Valorização da imagem universal de Vasco da Gama e dos Descobrimentos	A4.1.1 <i>Feira dos Descobrimentos, posicionando-se como um dos principais eventos do género em Portugal (local: Sines), a realizar na época “média” (Maio-Junho; Setembro-Outubro).</i>
	A4.1.2 <i>Evento gastronómico associado “à cozinha do mundo” (replicação do conceito do festival “Músicas do Mundo” mas adaptado à gastronomia “Sabores do Mundo”), evocando a gastronomia dos locais de passagem das expedições de Vasco da Gama.</i>
	A4.1.3 <i>Recriação de uma Nau (designada Nau Vasco da Gama), que poderá funcionar como um polo formativo e cultural itinerante acerca dos Descobrimentos, a fundear em diversos pontos da costa alentejana (Sines, Tróia, Vila Nova de Milfontes, Alcácer do Sal).</i>

INTERVENÇÃO

EIXO IV - Eventos e Animação Turística

MEDIDAS	ACÇÕES
M4.2 Valorização dos eventos desportivos de grande projecção internacional	A4.2.1 <i>Eventos náuticos de vela e remo (Estuário/Rio Sado; Tróia, Sines, Porto Covo, Vila Nova de Mil Fontes/Rio Mira). Realce para o evento Grandes Veleiros Sines 2017 (no âmbito da Canada 150 - Tall Ships Regatta 2017)</i>
	A4.2.2 <i>Provas internacionais de desportos de praia. Ex: Ultimate Frisbee, futebol; voleibol; futevoley; pólo equestre; etc. (Tróia; Comporta; Lagoa de Santo André; Vila Nova de Mil Fontes).</i>
	A4.2.3 <i>Eventos de Atletismo: Alentejo Beach Ultramarathon; Alentejo Iron Man; corridas de orientação; triatlos (sector Sines – Tróia).</i>
	A4.2.4 <i>Evento Equestre (Herdade da Comporta).</i>
	A4.2.5 <i>Provas internacionais de Golfe (Eixo Comporta/Tróia).</i>
	A4.2.6 <i>Centro de Estágios de Futebol e Rugby (Tróia).</i>

INTERVENÇÃO

EIXO IV - Eventos e Animação Turística

MEDIDAS	ACÇÕES
M4.3 Dinamização e/ou renovação de eventos culturais e artísticos diversificadores da oferta turística e promotores da imagem do destino	A4.3.1 <i>Valorização internacional do Festival Trojan Horse was a Unicorn (Tróia).</i>
	A4.3.2 <i>Festival internacional de Cinema Turístico (Tróia);</i>
	A4.3.3 <i>Festivais Internacionais de Design e de Moda (Tróia).</i>
	A4.3.4 <i>Feira internacional de Turismo Natureza (Herdade da Comporta).</i>
	A4.3.5 <i>Realização de Festival anual de fotografia sobre o Litoral Alentejano: “Pescadores de Imagens”.</i>
	A4.3.6 <i>Promoção da “Festa Azul” na Passagem de Ano (Tróia/Setúbal- Estuário do Sado).</i>
	A4.3.7 <i>Feiras temática alusiva ao património do período Romano – Feira Romana (Tróia, Alcácer do Sal e Miróbriga).</i>

INTERVENÇÃO

EIXO IV - Eventos e Animação Turística

MEDIDAS	ACÇÕES
M4.4 Valorização do sector MICE	A4.4.1 <i>Congressos internacionais com figuras singulares (Tróia).</i>
	A4.4.2 <i>Eventos Corporate (Troia/Comporta).</i>
M4.5 Promoção da concertação interinstitucional da agenda de eventos	A4.5.1 <i>Produção de uma agenda de Eventos do Alentejo Litoral (ERT funcionando como “bridging institution”)</i>

INTERVENÇÃO

EIXO V - Comunicação e Imagem

MEDIDAS	ACÇÕES
M5.1 Implementação de processos de avaliação da Comunicação e Imagem do destino turístico	A5.1.1 <i>Reconhecimento e avaliação das estratégias de comunicação e imagem em prática no destino turístico Alentejo litoral</i>
	A5.1.2 <i>Reconhecimento e avaliação das estratégias de comunicação e imagem em prática em destinos turísticos concorrentes do Alentejo Litoral ou considerados como seus similares</i>
	A5.1.3 <i>Monitorização da nova estratégia de comunicação e imagem a implementar no destino turístico Alentejo Litoral</i>
M5.2 Adequação da estrutura organizacional da Comunicação e Imagem	A5.2.1 <i>Identificação e operacionalização da estrutura organizacional responsável pela gestão dos processos de comunicação e imagem em prática no destino turístico Alentejo Litoral</i>

INTERVENÇÃO

EIXO VI - Comunicação e imagem

MEDIDAS	ACÇÕES
M5.3 Definição de estratégias eficazes de Comunicação e Imagem	A5.3.1 <i>Identificação das linhas estratégicas para a produção de uma imagem tendente à comunicação do destino turístico Alentejo Litoral</i>
	A5.3.2 <i>Identificação de personalidades, factos ou espaços cuja imagem e visibilidade possam acrescentem valor simbólico e que, por isso, tenham a capacidade de funcionar como mecanismos identitários utilizados na promoção turística</i>

INTERVENÇÃO

EIXO VI - Comunicação e imagem

MEDIDAS	ACÇÕES
M5.4 Comunicação e Imagem: dimensão operacional	A5.4.1 <i>Identificação de uma linha gráfica a utilizar nos processos de comunicação e imagem do destino turístico Alentejo Litoral</i>
	A5.4.2 <i>Identificação de oportunidades de co-financiamento para campanhas ou outras actividades de promoção do destino turístico Alentejo Litoral</i>
	A5.4.3 <i>Identificação dos meios e dos canais a utilizar nos processos de comunicação do destino turístico Alentejo Litoral</i>
	A5.4.4 <i>Operacionalização de práticas regulares de relacionamento comunicacional com os media setoriais do turismo e outros, à escala nacional e internacional</i>
	A5.4.5 <i>Operacionalização de visitas educacionais e recreativas destinadas a públicos-alvo, nacionais e internacionais, com capacidade para elevar a notoriedade do destino turístico Alentejo Litoral</i>
	A5.4.6 <i>Actividades de voluntariado procurando o envolvimento das comunidades locais</i>

PLANO OPERACIONAL ESTRATÉGICO PARA O *TURISMO SOL E MAR* NO ALENTEJO LITORAL

POETSMAL

