

ALENTEJO

Agência de
Promoção
Turística do

memória
2023

 visit Alentejo
Portugal



*Agência de
Promoção
Turística
do Alentejo*

*memória
2023*

 visit Alentejo
Portugal

ÍNDICE

ÍNDICE	03
1. INTRODUÇÃO	04
2. PLANO DE MARKETING ALENTEJO 2022	05
PLANO MARCA	10
PLANOS DE COMERCIALIZAÇÃO E VENDA	51
EXECUÇÃO ORÇAMENTAL	57
3. ALENTEJO: AN INTERNATIONAL TOURIST DESTINATION	59
4. OUTROS	59
5. CONTA DE GERÊNCIA	60
ANEXO: DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS	63

AGÊNCIA REGIONAL DE PROMOÇÃO TURÍSTICA DO ALENTEJO

MEMÓRIA ANUAL ALENTEJO 2023

1. INTRODUÇÃO

Aqui se analisa um ano que foi, uma vez mais, o melhor de sempre no percurso da atividade turística registada na NUT II Alentejo, com um crescimento, face a 2022, de turistas estrangeiros de 20,9%, de dormidas de estrangeiros de 18,5% e de proveito totais de 16,7%, deixando muito para trás os valores registados antes da pandemia.

Isto é sobretudo o espelho do trabalho desenvolvido pelas empresas do sector, que enfrentando constrangimentos verdadeiramente impressionantes, nomeadamente no que concerne à disponibilidade de mão de obra e ao encarecimento dos bens e serviços de que necessitam para o exercício da sua atividade, se souberam reinventar, adotar formas de funcionamento adequadas e brindar o destino com estes resultados.

Um ano que fica igualmente marcado na vida desta Agência, que acaba de completar 20 anos, por ter conseguido captar eventos que muito projetaram este destino nas sete partidas do mundo, culminando um processo que demorou anos, como foram os casos da reunião do Capitulo Ibérico e do Mediterrâneo da ICCA, a Air Canada + United Race, Convenção Anual da Selectair, Convenção Anual da Europamundo, Convenção Anual da ADAC Reisen e ainda um reverse workshop do Canadá, em parceria com a Air Canada e Air Canada Vacations, sendo de toda a justiça reconhecer o papel fundamental do Turismo de Portugal no criar das condições para tudo isto, desde o empenhamento das suas Equipas nos mercados,

até à contribuição financeira.

Eventos cujos efeitos se irão seguramente fazer sentir nos próximos anos, não só porque colocaram o destino em situação de grande visibilidade como provaram que temos recursos qualificados para o acolhimento de eventos de pequena e média dimensão, somando o segmento M&I aos restantes produtos que oferecemos, numa assumida tentativa de combater a sazonalidade.

Ao longo de 12 meses este destino andou nas páginas das mais prestigiadas publicações, sejam meios de primeiro nível, sejam publicações especializadas em turismo, fazendo jus ao objetivo que nos havíamos proposto de procurar ser bem visíveis na mais conceituada comunicação social, de que são exemplo os vários artigos publicados na Condé Nast Traveller de diferentes países, na Forbes, Viajar (Espanha), The Telegraph, Air Canada enRoute, Lonely Planet, Revista 20 Minutos (Espanha), Le Figaro, National Geographic, El Mundo, Travel and Leisure, Hola, Abenteuer Magazine, Elle (Quebec), Sunday Times, Luxury Travel Magazine, Travelution, Die Welt, Vanity Fair, Revista Viagem (Brasil), El Diario, Nurnberger Zeitung, The Independent, revista Libelle, The Guardian, Le Devoir (Canadá), Si Viaggia, Avantages, The Times, Daily Telegraph, Travel Weekly, Travel Courier, La Razon, Vogue e tantos outros.

É, assim, um ano para lembrar.

2. PLANO DE MARKETING ALENTEJO 2022

2.1 ENQUADRAMENTO

Depois de um 2022 que a todos surpreendeu pela capacidade e velocidade na regeneração da atividade turística no destino, provando que os anos da pandemia passaram à dimensão de uma memória infeliz que nem um ano prevaleceu, a entrada em 2023 ocorreu com o entusiasmo de que se faz a superação das dificuldades.

É certo que nem para todos isto é verdade, que muitos não conseguiram sobreviver às dificuldades que a pandemia criou, que os problemas foram maiores e mais difíceis de superar e que as formas de trabalhar em promoção passaram a uma dimensão diferente.

A pandemia trouxe para ficar uma dimensão ainda mais digital em todo o nosso trabalho e 2023 foi já uma confirmação disso, com a parte mais relevante do orçamento a ser utilizada no suporte de intervenções, nomeadamente de campanhas promocionais, em ambiente digital.

Se atentarmos no que nos havíamos proposto para 2023 podemos agora que emprestámos um contributo determinante no prosseguimento da Estratégia Turismo 2027, do “Plano Turismo + Sustentável 20-23” e dos objetivos do “Plano Reativar o Turismo – Construir o Futuro”, tendo conseguido:

- a. Aumentar a procura turística;
- b. Crescer a um ritmo mais acelerado nas receitas do que nas dormidas;
- c. Alargar a atividade turística a quase todo o ano;

- d. Contribuir para a atividade turística tenha um impacto positivo nas populações residentes;

Agora o Alentejo é ainda mais reconhecido pelos seus exemplos de boas práticas em termos de sustentabilidade e comprova-se que esta Agência conseguiu contribuir para a divulgação da oferta turística em todo o território e ao longo de todo o ano, estando cada vez mais próxima do cliente que procura este tipo de destino e de oferta.

Sublinhando esses objetivos, mas com um orçamento que foi o menor da última década, soubemos introduzir alterações consideráveis na nossa forma de trabalhar e no nosso plano de ação, por forma a:

- a. Termos prosseguido um maior foco no que respeita a mercados e canais;
- b. A maior fatia do investimento foi canalizada para os mercados que contribuem para uma maior atenuação da sazonalidade, que optam pelos territórios mais interiores, conferindo assumida prioridade à promoção de produtos com maior incidência ao longo de todo o ano, ou fora da época alta;
- c. Não obstante o antes referido, colocámos em evidência a faixa litoral, associada a mensagens positivas e capazes de comunicar este território através dos seus produtos turísticos sem acentuar a sazonalidade que tradicionalmente o caracteriza,

focando no produto que designamos “sol e mar ativo”;

- d. Procurámos minimizar a ausência de financiamentos comunitários com a utilização do saldo transitado, tendo o final do ano sido aproveitado para elaborar todas as candidaturas que o aviso entretanto publicado nos permitiu, isto é uma como promotores e duas em co promoção;
- e. Passámos a ter uma comunicação nas redes sociais qualitativamente muito superior, concentrada que passou a ser em Inglês e Português do Brasil, com a consequente perda de seguidores, mas que apenas se verificou no início do ano, estando agora refeito o seu número e aumentada a fidelização;
- f. Concentrámos as assessorias de RP em Espanha, não só por ser o mercado externo mais importante para o Alentejo, como também por ser aquele onde importa mais impactar o consumidor final, bem como uma outra no Brasil, associada à produção de conteúdos e gestão de redes sociais, por ser o mercado que revela mais dificuldade a retomar o nível de 2019.
- g. Nos mercados da Bélgica, Alemanha, Itália, Reino Unido e EUA+Canadá, cujo comportamento em 2023 é de assinalar, primamos por uma relação de franca proximidade à operação turística, apostámos na dimensão comercial e de incentivo à venda, através da formação dos Operadores e Agentes e de melhor posicionamento nos canais de comercialização.
- h. Mantivemo-nos fiéis ao princípio de conseguir que conteúdos sobre o destino conhecessem destaque em meios Tier 1 e nos mais conceituados meios de comunicação especializados.

genericamente o ano nos revela são disto o resultado, cabendo aqui o mais que merecido destaque para as Equipas do Turismo de Portugal,

Este foi igualmente o ano em que ficou finalmente instituída a associação que vai suportar toda a dinâmica de Évora 2027 – Capital Europeia da Cultura, da qual somos membros e que é já objeto do nosso trabalho.

2.2 O COMPORTAMENTO DOS MERCADOS

Mantendo o ano de 2019 como referência, os grandes números dizem-nos que tivemos em 2023 mais 0,9% hóspedes estrangeiros nos alojamentos que prestam informação INE, mas que dormiram mais 11,3% noites e que no conjunto dos mercados nacional e internacional a receita gerada ficou 48,6% acima.

Neste espaço temporal continuou a ser o mercado nacional o principal influenciador dos resultados alcançados neste destino, sendo um terço do valor total registado o resultado da atividade declarada pelas unidades de AL, TH e TER com mais de 10 unidades de alojamento, o que deixa de fora centenas de alojamentos.

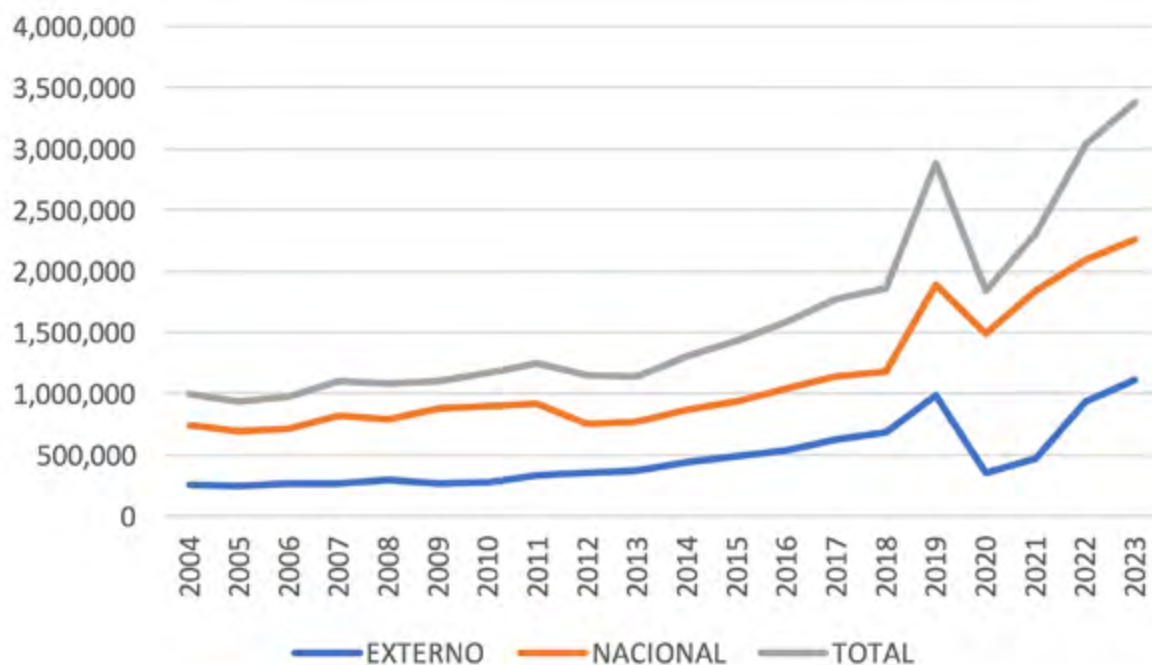
Retomando o ciclo iniciado com a constituição da Agência, a expressão gráfica da evolução das dormidas é a seguinte:

Estamos em crer que os bons resultados que

Quadro 1

Evolução do número de dormidas 2004-2023

Mercado Externo e Interno (com TR, TH e AL a partir de 2017)



Como o demonstra o gráfico em cima, se 22 estava ao nível do tempo pré pandemia, 2023 foi mais além e somámos melhores resultados em todos os indicadores, notando-se mesmo que numa dimensão percentual o crescimento do mercado externo está a ser ligeiramente mais significativo do registado no mercado nacional.

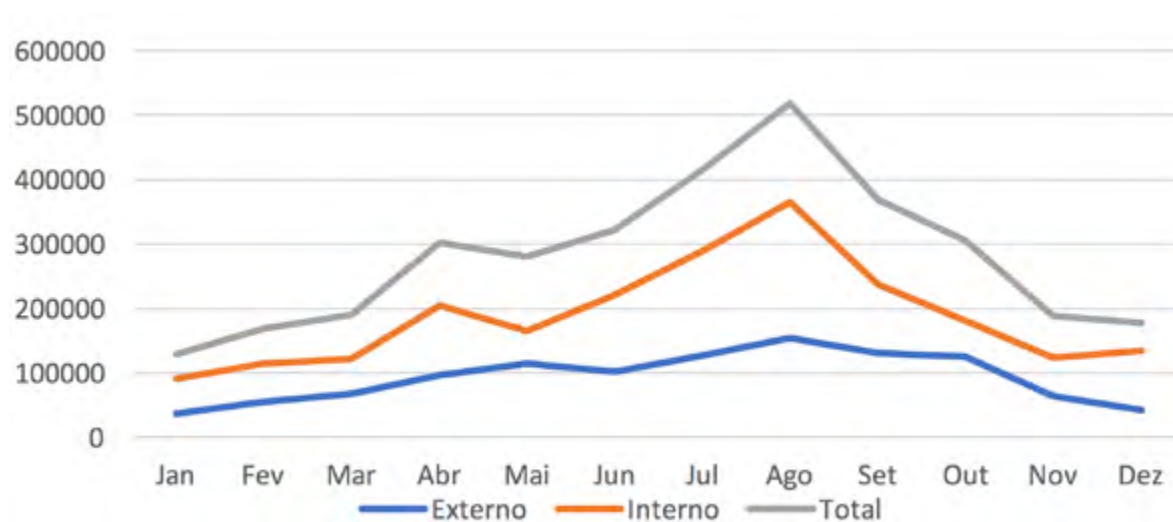
Por outro lado e tomando agora em atenção o quadro seguinte, em termos de dormidas to-

tais nos meses de Abril a Outubro, inclusive, os valores registados estão superiores à média do ano e olhando apenas para as dormidas de estrangeiros iremos constatar que apenas o mês de Janeiro é inferior à média de todo o ano no que respeita apenas a estas.

Consideramos que assim fica evidente o resultado conseguido na busca da atenuação da sazonalidade e do contributo que o mercado externo tem dado.

Quadro 2

Dormidas 2023 por meses



Ou seja, nas dormidas de estrangeiros e ainda que entres estes avulsem o Espanhóis cujo comportamento é muito similar aos dos Portugueses, constataremos que apresentam uma certa regularidade praticamente ao longo de todo o ano, sendo Agosto e muito em resultado do mercado de Espanha, o mês que regista o mais elevado número de dormidas.

Aquando da apresentação das atividades por mercado apresentaremos o histórico estatístico de cada um.

2.3 CAMPANHAS COM OTA'S E TO'S

Em 2023, no âmbito da estratégia de promoção com OTA's e TO's, apostámos em dar continuidade ao desenvolvimento de campanhas de co-branding com algum dos Tour Operadores e OTA's mais relevantes para o destino nos principais mercados externos do Alentejo, apostando maioritariamente na utilização de

ferramentas digitais, para proporcionar um direcionamento mais imediato para a venda e uma melhor medição de resultados.

Na programação dessas campanhas, continuámos a dar um enfoque especial ao crescimento e ao melhoramento da estruturação da oferta e do posicionamento do destino, bem como, no que respeita à definição de indicadores de performance, a privilegiar o compromisso de crescimento em vendas.

Utilizámos nestas ações, maioritariamente, os suportes internos de cada um dos parceiros, de que são exemplo banners de destaque nas homepages, em páginas de destinos concorrentes, em páginas de pesquisa, newsletters dedicadas ou com destaques Alentejo, microsites de destino bem como outros suportes próprios das OTA's, como blogs ou publicações em redes sociais.

Utilizaram-se também meios externos de que são exemplo as campanhas SEA, as publicações patrocinadas em redes sociais bem como outros meios táticos.

As principais campanhas foram as seguintes:

- Espanha – Atrapalo, eDreams, Destinia e Logitravel;
- EUA e Canadá – Hotel Beds (Bedsonline.com – B2B) e Expedia;
- Alemanha - Hotel Beds (Bedsonline.com – B2B), Dertour, Olimar;
- França – Petit Futé (campanha de visibilidade com integração de propostas de venda de OTA's);
- Reino Unido – Hotel Beds (Bedsonline.com – B2B);
- Países Baixos – Adagio Tours, Anders Reizen, Elisa Was Here, Imagine Travel, Misterfly, Zuiderhuis, Style in Travel;

A cada uma delas nos referiremos aquando da apresentação das ações realizadas em cada mercado.

PLANO MARCA ATIVIDADES POR MERCADO

ESPAÑA

Foi em 2015 que o mercado de Espanha pela primeira vez ultrapassou a barreira das 100 mil noites. Agora e apenas 8 anos passados já aumentou quase 2,5 vezes esse valor, sendo várias as razões que suportam esse crescimento, mas sobressaindo aquela que consideramos ser a mais importante e que é o conhecimento que hoje os Espanhóis já possuem sobre este destino.

Acreditamos que tem sido a excelente presença deste destino em diversos meios de comunicação, sejam os de maior referência ou os especializados, que mais tem contribuído para esta evolução.

Também o “passa palavra” real ou digital tem contribuído para acrescentar valor ao destino, já que a qualidade dos recursos naturais, culturais e patrimoniais que aqui se podem fruir tem andado de boca em boca, incitando cada vez mais à descoberta.

A nossa colaboração com a operação turística, nomeadamente com as OTAs de maior im-

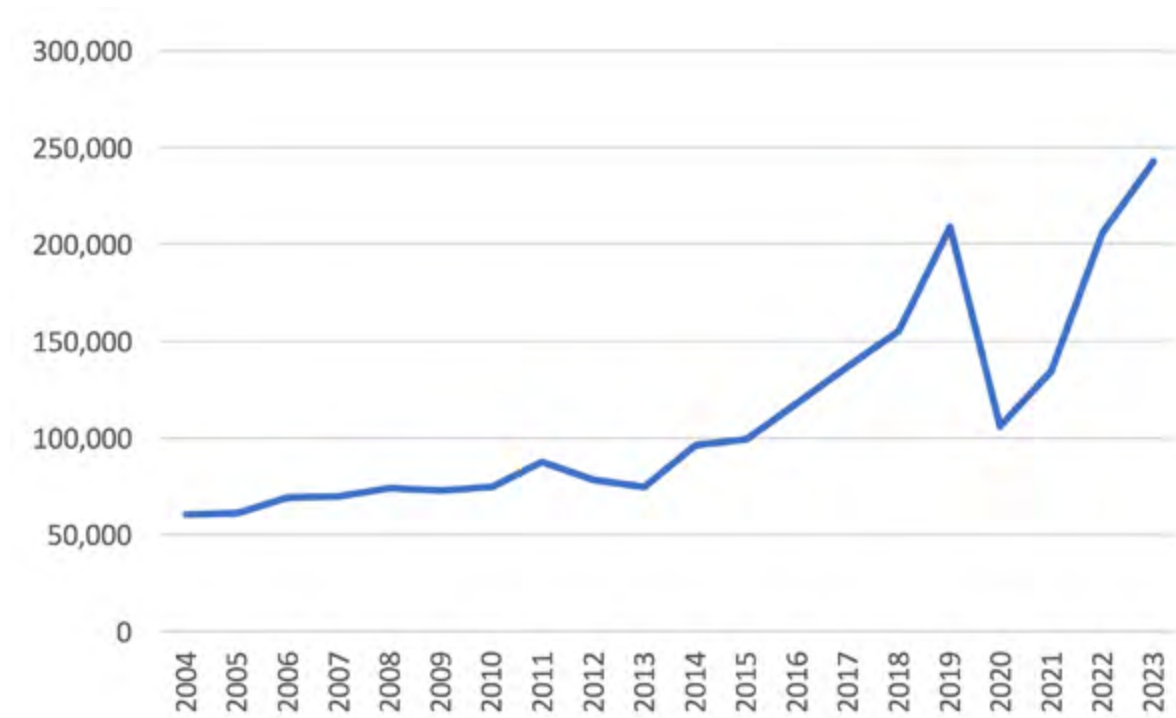
plantação no mercado, permitiu não só contribuir para este aumento, como nos permitiu saber de que regiões de Espanha nos chegam os clientes que compram o alojamento através dessas plataformas, sendo que genericamente todas elas nos confirmam que mais de 60% das vendas ocorrem na Comunidade de Madrid e na Catalunha.

Destaque merece a Convenção do Europamundo, Operador e DMC baseado em Madrid, mas que faz o acolhimento à operação dos principais mercados de long haul, do Brasil e toda a América Latina, China, Japão, Coreia, dando-nos a oportunidade de mostrar este destino a quase duas centenas de Operadores e Agentes de Viagens de todos esses mercados.

Para além do estreitamento de relações com todos, esta convenção foi igualmente um teste à nossa capacidade de organização, tendo nós o grato prazer de ver reconhecido o nosso esforço pelo fundador da empresa e pelo seu CEO, que consideraram a passagem pelo Alentejo como a melhor convenção que alguma vez promoveram.

Quadro 3

Dormidas Espanha 2004/23



1.3. OPERADORES TURÍSTICOS

Março, 28 a 29 | Apresentação do Festival Islâmico em Sevilha

Apresentação do Festival Islâmico no Consulado de Portugal em Sevilha

A produção total em 2023 atingiu 2 202 pax e 6 386 noites, o que significou uma média de 2,9 noites / pax e representou um crescimento, em pessoas, de 46% face a 2019 e 13% face a 2022.

No que respeita a noites o crescimento registado atingiu 57% face a 2019 e 18% face a 2022.

1.3. OTA'S

Atrapalo

Campanha concretizada através de banners, de vários formatos, com enfoque no destino e em produtos, no site da OTA, artigo e Banner na revista Houdinis, artigo na newsletter Houdinis, posts nas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter), microsite Alentejo na área “Los Imperdibles” e campanha de rádio digital.



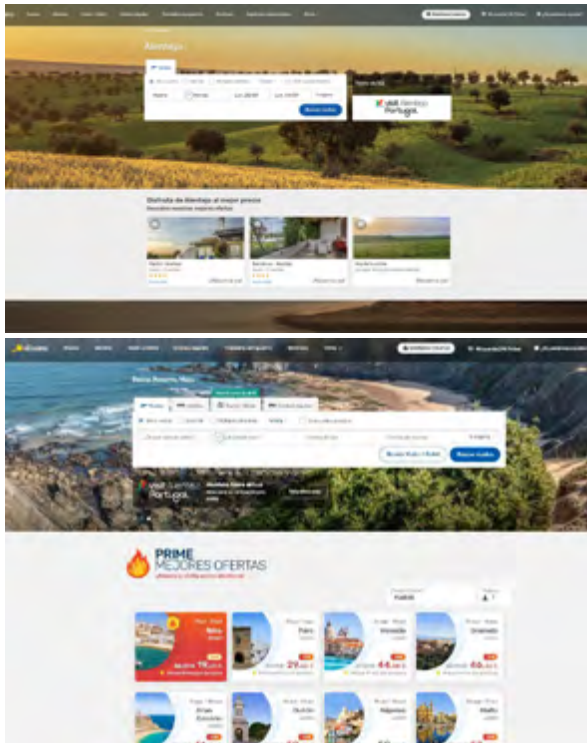


EDREAMS

A campanha desenvolveu-se nos suportes da OTA, através de microsite, native ads e display bundle.

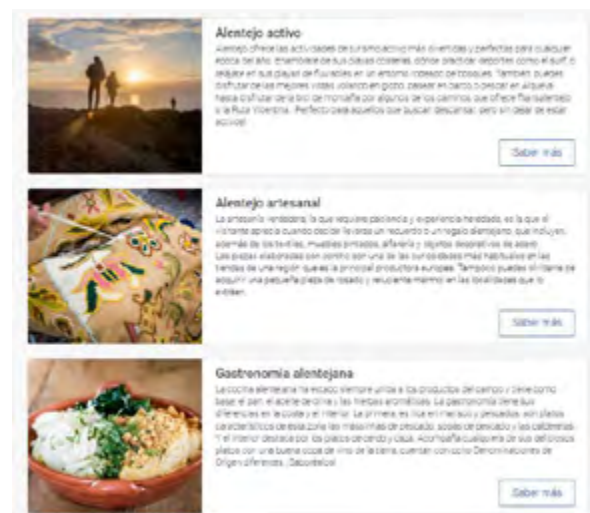
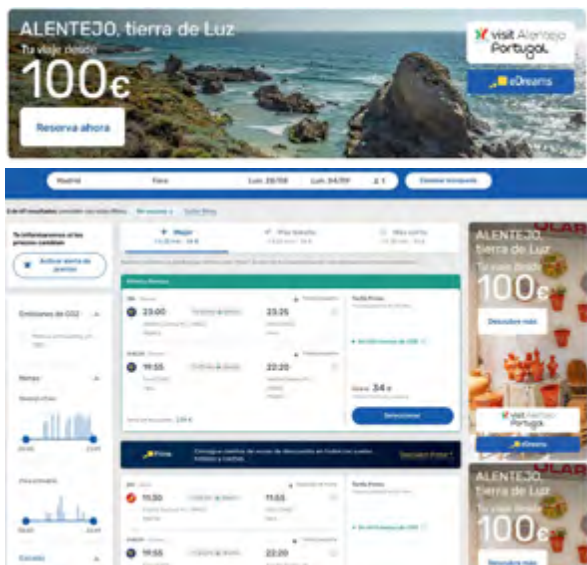
Durante o período da campanha a produção alcançou 2 878 pax e 12 030 noites, o que significou uma estada média de 4,18 noites / pax e um gasto estimado superior a 1.636.000€.

Nesse período as buscas pelos produtos do destino aumentaram 43,2% e as vendas 171%, face a 2022. A campanha totalizou um total de 340.625 impressões e 1.795 cliques.



Durante o período da campanha a produção atingiu 3 989 pax e 8 092 room nights, com um PVP superior a 430 mil euros.

O crescimento registado face a 2022 foi de 21,91% em viajantes, 15,75% em room nights e 12,14% nas receitas.



DESTINIA

A campanha foi desenvolvida nos suportes da OTA, através de microsite exclusivo com oferta Alentejo, Headers, Banners, 2 newsletters exclusivas enviadas a mais de 500.000 utilizadores, posts nas redes sociais Facebook, Instagram e Twitter e posicionamento do destino na homepage da Destinia.

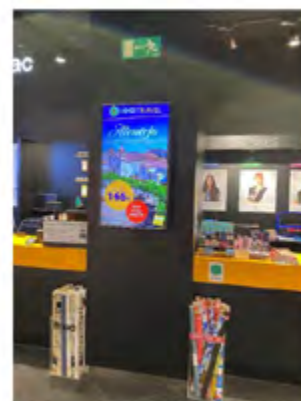


LOGITRAVEL

A campanha desenvolveu-se através de banners na homepage da OTA e nas secções de pacotes, hotéis, voos + hotéis, fly & drive, newsletter, através de posts no Blog, microsite exclusivo, banners em suportes terceiros como a Smytravel, Traveltool, campanhas de online display no El Mundo, posts nas redes sociais (Facebook e Instagram), online vídeo no youtube e Facebook, bem como nas montras digitais da Fnac nas lojas de Madrid e Barcelona.

Foram ainda desenvolvidas, a cargo da OTA, campanhas de display no “Periódico de Cataluña”.

Com todos os suportes da campanha alcançaram-se mais de 62 milhões de impressões, da quais resultaram perto de 100 000 cliques. Na altura da produção do presente relatório aguardavam-se os resultados da produção para avaliação final da campanha e da sua eventual continuação em 2024.



6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Março, 20 a 23 | Fam Trip: Camino de Santiago Badajoz - Caminho Nascente

Visita Educacional que trouxe ao território duas Operadoras especializadas em caminhadas e para fazer parte do Caminho Nascente. Tocou os associados Mármoreis Hotel & SPA, Casa do Gadanha e Vila Galé Collection Elvas.

Abril, 21 a 23 | Pos Pour ICCA Capítulo Ibérico

Fam Trip que acolheu 4 participantes do Capítulo Ibérico. O programa passou por Monsaraz, Elvas, Estremoz, Vila Viçosa e tocou os associados Vila Galé Collection Elvas, J.P.Ramos, Rota do Mármore e Hotel St. Luzia.

Julho, 25 | Visita de Inspeção Europamundo - Preparação Congresso

Visita de Inspeção que trouxe ao território dois elementos da organização da Convenção da Europamundo. Passou por Évora e pela Courelaria de Alter do Chão.

Outubro, 24 | Apresentação do Guia de Aves em Sevilha

Participação na sessão de apresentação do Guia de Aves do baixo Alentejo no Consolado de Sevilha.

Arraiolos, Estremoz, Reguengos de Monsaraz, Vidigueira, Moura, Beja, Comporta e Melides e tocou os associados: Vermelho, Malhadinha, CM Moura, País das Uvas, Gerações de Talha, Herdade do Sobroso, São Lourenço do Barrocal, L'And Vineyards, Mercearia Gadanha

Maior, 8 a 11 | David Moralejo + fotógrafo, National Geographic Traveler

Press Trip trouxe os dois jornalista a conhecer o território e passou por Estremoz, Monsaraz, Moura, Vidigueira, Beja, Melides, Arraiolos.

Maior, 19 a 22 | Turismo Literário - Antonio Iturbe (La Vanguardia) e Roberto Caramelli (La Repubblica)

Visita Educacional que passou por Montemor, Estremoz, Vila Viçosa, Évora e Elvas e tocou os associados Casa das Letras, L'And Vineyards, Dom Joaquim, Convento do Espinheiro, Mercearia Gadanha, Travassos 11.

Outubro, 5 a 8 | Press Trip Juan José Borrero + esposa, ABC Sevilha (vinipax)

No âmbito da Vinipax organizámos uma visita para dar a conhecer o Alentejo enquanto destino de enoturismo, tendo os jornalistas visitado Mértola, Serpa, Beja, Vidigueira e Monsaraz

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS



Março, 26 a 29 | Press Trip Carmelo Jordá, Libertad Digital

Press Trip que trouxe ao jornalista a conhecer Beja, Aljustrel, Ferreira do Alentejo, Montemor, Évora e tocou os associados: CM Beja, CM Montemor, Imani, Casa das Letras, Pousada de Beja, Herdade dos Grous, O Gato, L'And Vineyards, Lago Montargil & Villas, CM Ponte de Sor.

Março, 29 a 30 | Juan Antonio Narro - La Razon

Press Trip que trouxe o jornalista a Vila Viçosa com estadia no Marmóris Hotel

Maior, 8 a 11 | Condé Nast Traveler Espanha

Press Trip que trouxe o jornalista a conhecer

Outubro, 5 a 8 | Press Trip El Mundo Viajes

Organização da visita de Isabel Garcia, do el Mundo Viajes, com passagens por Monforte, Estremoz, Évora, Monsaraz, Vidigueira, Beja

Outubro, 5 a 8 | Press Trip Txema Marin, Viajes National Geographic

No âmbito da Vinipax organizámos a visita do jornalista Txema Marin, que veio escrever um artigo subordinado ao tema do enoturismo

Outubro, 19 a 22 | Press Trip Mundo Desportivo

Organização de visita de jornalista do Mundo Desportivo, Juan Carlos Moran Sellens para dar a conhecer os percursos pedestres do

Transalentejo com passagens por Monsaraz, Évora, Mourão, Estremoz e Moura.

Outubro, 16 a 18 | Press Trip Aquí la Tierra - TVE

Organização da visita de equipa de produção da TVE para o programa Aquí la Tierra e que deu origem a três episódios: um sobre os chovalhos, outro sobre a Carrasqueira e a pesca e outro sobre o Vinho de Talha

10.1. FEIRAS

Janeiro, 18 a 22 | Fitur 2023

Participação com balcão de destino no stand do Turismo de Portugal. Com o Alentejo estiveram presentes com mesa de negócios os associados: Essência do Meio, TH Hotels, Movijovem e Spira.

14.1. EVENTOS TRADE

Abril, 19 a 21 | Capítulo Ibérico

Iberian & Mediterranean Annual Chapter meeting 2023

O evento respeita à reunião anual dos capítulos Ibérico e Mediterrânico da ICCA (International Congress & Convention Association), associação que tem como principal missão a criação de uma comunidade global para a indústria de eventos internacionais, mantendo e gerando vantagens comerciais e competitivas para todos os membros. Nesta reunião participaram os membros do Capítulo Ibérico nacionais e espanhóis (hotéis, venues, destinos, PCO, DMC, Companhias Aéreas e outros fornecedores da indústria de eventos), representantes do Capítulo Mediterrânico, imprensa especializada, clientes e potenciais clientes organizadores de

eventos, convidados e indústria de eventos), representantes do Capítulo Mediterrânico, imprensa especializada, clientes e potenciais clientes organizadores de eventos, convidados e observadores. Foram debatidos assuntos de elevada relevância para o setor dos eventos, nomeadamente questões relacionadas com a sustentabilidade, conhecimento e impactos nas cidades. O programa do evento inclui as seguintes atividades:

- Masterclass na Universidade de Évora, com o board do Capítulo Ibérico;
- Sessão de boas-vindas, com reuniões (de caráter livre) com fornecedores portugueses, no Évora Hotel;
- Jantar de degustação e networking, no Convento do Espinheiro;
- Sessões educativas diversas;
- Visita guiada à cidade de Évora e à Pousada de Estremoz;
- Jantar de Gala na Pousada de Estremoz;
- Assembleia Geral dos Capítulos Ibérico e Mediterrânico, em Monsaraz;
- Almoço de despedida.

Estimou-se a presença de cerca de 100 participantes, alcançando-se por isso o intervalo de dormidas considerado na matriz constante do n.º 4 do art.º 11.º do regulamento do Sistema de Incentivos Portugal Events de 300 a 599. Este escalão correspondeu a um montante de incentivo de 6 500,00€, acrescido da majoração relativa aos territórios de baixa densidade, de 25%, correspondente a 1 625€. Assim, a comparticipação total do evento atingiu os 8.125€, sendo 6 500€ da responsabilidade do Turismo de Portugal e 1 625€ da responsabilidade da ARPTA.

Outubro, 27 a 31 | Convención Anual Europamundo Vacaciones 2023

Apoio à organização da Convenção Anual da Europamundo que trouxe ao Alentejo 260 pessoas de várias nacionalidades. A Convenção tocou o Convento do Espinheiro, Associação de Guias e Interpretes de Évora, Pousada de Estremoz, J.P. Ramos, Quinta do Louredo e Coudelaria de Alter do Chão. Esta ação integrou o Plano Complementar.



BRASIL

Com uma quebra de 12,2% face a 2019, o mercado do Brasil tem revelado uma recuperação muito complexa, como o gráfico em baixo o revela, ainda que ligeiramente mais acelerada da que se regista globalmente para Portugal (-13,1%), avançando a Equipa do Brasil com duas justificações fundamentais para os valores negativos que ainda se identificam:

A escassez de lugares disponíveis nas ligações aéreas, porque a maioria dos assentos são ocupados por passageiros que apenas passam por Lisboa em trânsito para outras cidades da Europa;

Porque parte dos passageiros que desembarcam em Portugal são já portadores de passaporte Português, não sendo por isso contabilizados

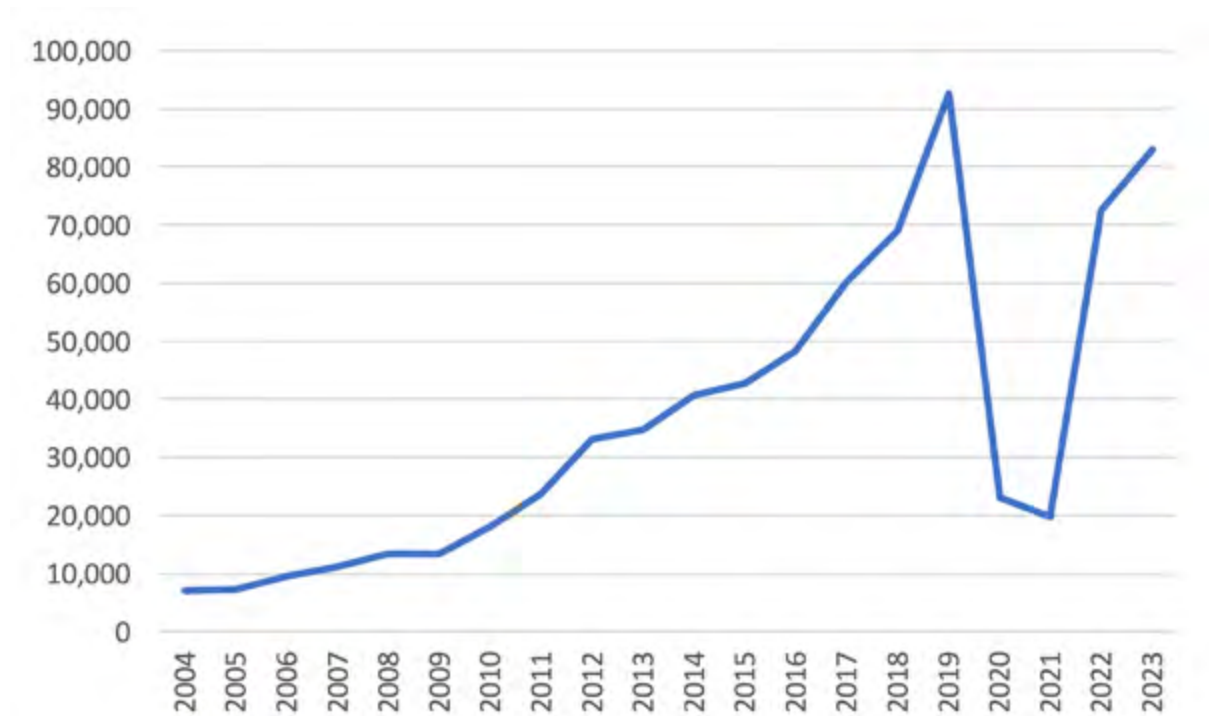
como turistas desembarcados, ou clientes estrangeiros nos hotéis.

Não tendo informações complementares, não conseguimos quantificar os efeitos destes fatores na quebra deste mercado, pelo que importará que se proceda a estudo mais aprofundado junto das 3 companhias aéreas que operam entre o Brasil e Portugal para conseguir ter certezas quanto à bondade destes argumentos.

Devemos acrescentar que nos nossos contactos diretos com as companhias AZUL e LATAM foi possível identificar um outro constrangimento à capacidade aérea dedicada a viagens de lazer, por parte da capacidade de cada voo ser utilizada para tráfico étnico por parte da comunidade Brasileira residente temporariamente em Portugal.

Quadro 4

Dormidas Brasil 2004/23



Não obstante tudo isso, o mercado do Brasil esteve sempre a ser alvo de intervenções nossas, como o confirma o descritivo em baixo.

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS



Abril, 13 e 14 | ETS + Smiles – Famtrip

Visita técnica de três representantes do operador ETS Smiles que veio à região à procura de novos produtos para acrescentar ao seu portfolio. O programa teve foco em Évora e tocou os seguintes associados: Convento do Espinheiro, Dom Joaquim, O Fialho, Turaventur Eagle Travel Tours, Vila Galé e Moura Suits. Realizou-se ainda um workshop com reuniões one to one com empresas associadas de animação Turística e DMC's.

Junho, 6 | Treinamento Portugal x Kangaroo

Participação no Webinar com o objetivo de promover o conhecimento e inspirar as equipas da Kangaroo Tours em São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Goiânia. Participaram também o Centro de Portugal, Porto & Norte e Algarve.

Junho, 26 e 27 | Visita de inspeção AZUL Viagens (BR)

Visita Técnica promovida pelo Associado Top Atlântico e que trouxe duas representantes da

Azul Viagens para conhecer novos produtos na região. Passou pelo Évora Hotel e pela Adega da Cartuxa.

Dezembro, 2 a 5 | Fam Trip Operadores Belo Horizonte TAP

Fam Trip que trouxe até ao Alentejo 11 Agentes de Viagem do segmento Luxury de Belo Horizonte. O programa teve o apoio da TAPA e tocou os seguintes associados: O Fialho, Ervideira, Casa do Gadanha, Marmoris Hotel & SPA, Rota do Marmore, o Alecrim, Pepe Aromas, Museu do Azeite, Pousada do Crato, Coudelaria de Alter e Tapada dos Coelhoiros.



8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Abril, 23 a 27 | Press Trip The Traveller, Alexandre Stazenco - Teresa Perez

Press trip trouxe o jornalista Alexandre Stazenco ao território num programa que passou por Arraiolos, Montemor, Vidigueira, Beja, Évora, Estremoz, Vila Viçosa, Monsaraz e Monforte e tocou os seguintes associados: CM Évora, CM Beja, CM Reguengos de Monsaraz, Eagle Travel Tours, Coelhoiros, L'And Vineyards, Cadeia Quinhentista, Torre de Palma, São Lourenço do Barrocal, Pousada de Beja, Herdade da Malhadinha, País das Uvas, Convento do Espinheiro, Adega Cartuxa.

Setembro, 19 a 24 | Press Trip Fabi Gama, Louco por Viagem

A Fabi Gama, além de Influenciadora e produtora de conteúdos, iniciou-se recentemente como agente de viagens personalizadas. Neste âmbito organizámos uma viagem tendo por base a promoção do produto Luxury. Visitou Montemor, Comporta, Évora, Estremoz, Arraiolos, Monsaraz

Outubro, 29 a Novembro, 3 | Alentejo sobre duas rodas - TV Record

Organização de viagem de equipa de reportagem do programa “Sobre Duas Rodas” da TV Record. O programa consistiu na visita a Arraiolos, Évora, Elvas, Monforte, Monsaraz, Vidigueira, Barrancos, Beja, Castro Verde, Ourique, Odemira, Zambujeira do Mar, Vila Nova de Milfontes, Porto Covo, Melides, Comporta e Troia em moto.



Outubro, 4 a 8 | Press Trip Viagem e Turismo - Adriana Setti

No âmbito da ViniPax, a feira de vinhos do Sul, organizámos a visita da jornalista brasileira Adriana Setti, que veio ao Alentejo fazer um programa dedicado ao ecoturismo. A profissional visitou Évora, Montemor, Arraiolos, Monsaraz, Vidigueira e Beja

Novembro, 1 a 4 | Press Trip Instag: esse-mundoenoss

Organização da viagem de Rafael Carvalho e Adolfo Nomelini, autores do blogue e redes sociais “Este mundo é nosso”, numa parceria com a TAP. Os Influenciadores e produtores de conteúdos visitaram Montemor, Évora, Arraiolos, Estremoz e Vila Viçosa.

10.1. FEIRAS**Novembro, 9 a 12 | Festuris, Gramado**

Participação na Feira no espaço Luxury promovido pelo Turismo de Portugal. Com a Agência foram os associados Argon Travel e Convento do Espinheiro.

11.1. WORKSHOPS**Março, 21 | Evento São Paulo Tá On | Azul Viagens**

Evento promovido pela Azul viagens que aconteceu no Centro de Eventos São Luís em São Paulo e que envolveu mais de 700 agentes de viagens.

Março, 21| Road Show Brasil Azul (São Paulo)

Roadshow coorganizado com a Azul Viagens e com o Porto e Norte e Algarve e que passou por São Paulo. O evento contou com a presen-

ça de cerca de 75 agentes de viagem que puderam assistir a apresentações do destino e degustar a gastronomia e vinhos das regiões.

Março, 22| Road Show Brasil Azul (Campinas)

Roadshow coorganizado com a Azul Viagens e com o Porto e Norte e Algarve e que passou por Campinas. O evento contou com a presença de cerca de 100 agentes de viagem que puderam assistir a apresentações do destino e degustar a gastronomia e vinhos das regiões.

Março, 23| Road Show Brasil Azul (Curitiba)

Roadshow coorganizado com a Azul Viagens e com o Porto e Norte e Algarve e que passou por Curitiba. O evento contou com a presença de cerca de 45 agentes de viagem que puderam assistir a apresentações do destino e degustar a gastronomia e vinhos das regiões.

Março, 24| Road Show Brasil Azul (Rio de Janeiro)

Roadshow coorganizado com a Azul Viagens e com o Porto e Norte e Algarve e que passou pelo Rio de Janeiro. O evento contou com a presença de cerca de 60 agentes de viagem que puderam assistir a apresentações do destino e degustar a gastronomia e vinhos das regiões.

Abril, 13 | ETS + Smiles – Famtrip

Workshop, com reuniões On to One, realizado no Convento do Espinheiro e que deu a oportunidade a 19 empresas associadas, do sector de animação Turística e DMC´s, de reunirem diretamente com o operador.

Outubro, 30 | Workshop TGK Travel (Brasil)

Workshop com reuniões On to One, realizado no Marmoris Hotel & SPA, que que permitiu a 15 empresas reunirem diretamente com o operador. Aconteceram ainda 6 reuniões posteriores.

12.2. PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO

Fevereiro, 28 | Programação de plataforma de E-learning

Lançamento da plataforma e E-learning para o Brasil com o objetivo de capacitar agentes de viagem e expandir o conhecimento sobre a região.

2º semestre | Programas especialista

Programa de formação online desenhado para Agentes de viagem e que atribui o diploma de especialista no Alentejo e que vou divulgado no mercado brasileiro.

14.1. EVENTOS TRADE

Maio, 9 | Wine Garden

Evento realizado nos Jardins do Consulado e que aconteceu paralelo à ILTM. Este evento faz parte da programação da ILTM. Contou com 400 buyers de Luxo que visitaram o espaço exclusivamente dedicado a Portugal. Com o Alentejo esteve Duarte Leal da Costa a apresentar os vinhos do associado Ervideira.

Junho, 9 | Portugal Marketing Meeting - São Paulo

Participação no evento organizado pelo Turismo de Portugal focado no Trade e que teve como foco a capacitação dos agentes bem como a realização de networking com vista ao negócio. Aconteceu na Cinemateca Brasileira em São Paulo e contou com mais de 350 agentes e operadores.

ALEMANHA

No quadro dos mercados Europeus importa destacar a performance do mercado Alemão, que não só recuperou da vertiginosa descida provocada pela pandemia, como conseguiu superar o valor de 2019, o melhor valor alguma vez registado, com uma vantagem muito expressiva, superior a 12,6%.

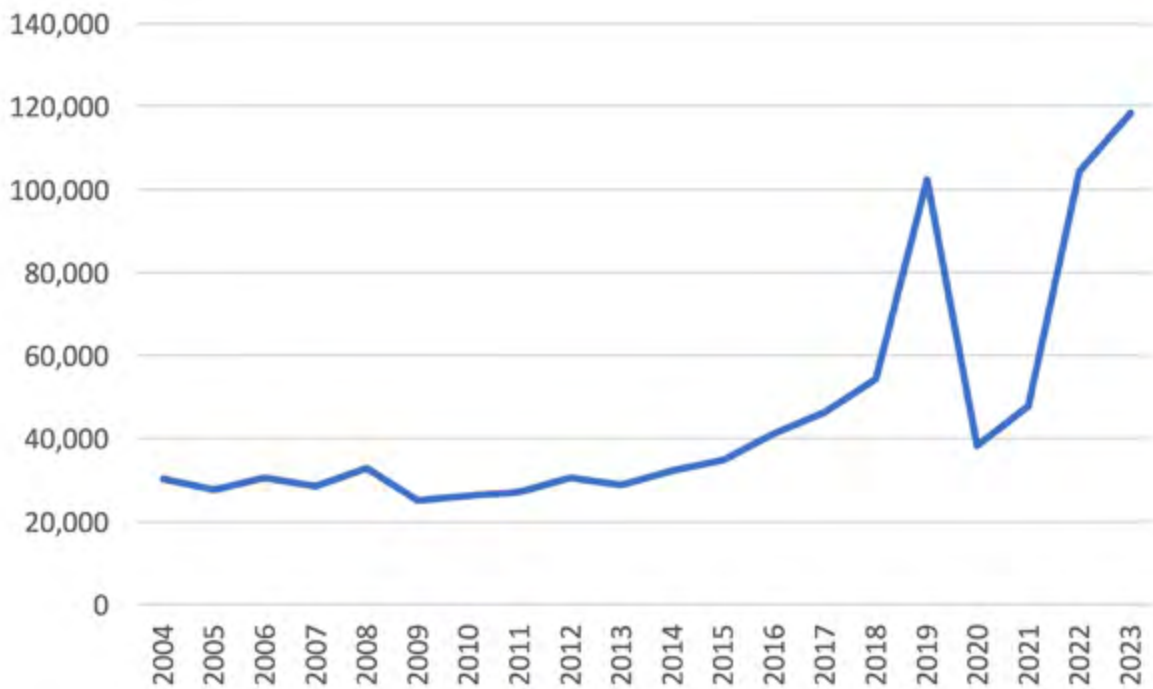
Este comportamento explica-se, em especial, pela atenção à divulgação do produto programado pelos operadores turísticos junto dos vários canais de distribuição, com especial relevo para os agentes de viagens.

Várias viagens de informação à região resultaram também num aumento de programação dos vários produtos do Alentejo, realçando-se neste campo o operador turístico DERTOUR, um dos mais importantes players do mercado para Portugal. Para além disso, intensificaram-se as ações de formação online para agentes de viagens, em parceria com a OLIMAR, permitindo que estes ganhassem um conhecimento mais profundo dos produtos, incentivando-os a mais facilmente poderem propor o Alentejo como etapa ou destino principal numa deslocação a Portugal.

Ponto alto das atividades no mercado, foi a Convenção do Automóvel Clube Alemão, ADAC, realizado em Tróia e que para além de permitir dar a conhecer uma pequena parcela do destino a 247 participantes, dos quais 140 agentes de viagens, nos permitiu em 12 sessões de 20' cada com pequenos de grupos, apresentar o destino na sua globalidade e diversidade.

Quadro 5

Dormidas Alemanha 2004/23



1.2. OPERADORES TURÍSTICOS

Olimar

Campanha cobrandig com Olimar, que incluiu a criação e distribuição da brochura digital “Portugal Country Side”, 5 roadshows (ver mais adiante), 3 webinars B2B - apresentações Alentejo, email newsletters B2B e B2C, facebook posting no olimar-agent group, Facebook e Instagram para consumidores e destaque durante 3 meses no B2B Olimar website, marketing cooperations trave agencies, trade-partner joint marketing actions with trade-partners like BEST, LCC, TUI, edição e distribuição de sales flyers, online blogpost on “Sonnenseiten-Blog” e presença conjunta em feiras.

OLIMAR

ALENTEJO

DIE GANZ GROSSE WEITE

«Slow Travel»: Das geht im Alentejo, Portugal größer, aber nur spärlich besiedelter Region besonders gut. Die schier unendliche Weite und Stille der Landschaften, in der Städte und Dörfer nur in respektvollem Abstand voneinander auftauchen, hat etwas zutiefst Befriedendes, Raum und Ruhe, selbst an der Küste, sind hier noch im Überfluss vorhanden - perfekt für pure Entschleunigung.

CONVENTO DO ESPINHEIRO HISTORIC HOTEL & SPA

in Alentejo:

- 4 Tage
- Doppelzimmer Deluxe/Frühstück
- aufwendig restauriertes Kloster
- First-Class Hotel der «Starwood Luxury Collection»
- luxuriöse Einrichtung
- Swimmingpool
- antike Garageanlage
- Klimatisiert
- gratis Spa-Angebot
- z.B. am 01.09.2023 ab München

ab 1.143€

visit Alentejo Portugal



Esta brochura foi distribuída por correio para mais de 2.000 endereços e tem estado igualmente em distribuição nas feiras B2C onde temos participação conjunta.

Dertour

Foi produzido pelo operador um Magalog de 27 páginas dedicado a Lisboa e ao Alentejo enquanto suporte promocional da programação para as duas regiões.



1.3. OTA'S

Hotel Beds (Bedsonline.com – B2B)

Campanha concretizada através de Landingpage dedicada, conteúdos em newsletters genéricas, banners, publicações nos social media, banco de download de recursos multi-média, banner em motor de busca, newsletter patrocinada.

A produção total nos mercados intervencionados foi de 635pax, o que representou um crescimento de 53% YoY. Na campanha Alemanha +UK+IE crescimento foi de 94,4% para 210 pax. O mercado alemão cresceu 33% YoY.



Helfen Sie Ihren Kunden, dem Alltag im Alentejo zu entfliehen

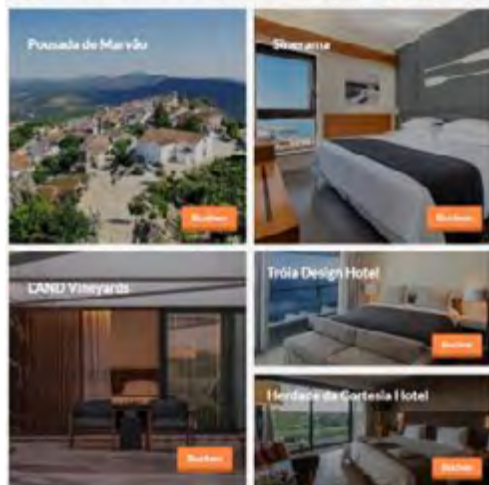
Nur 100 km von Lizabon entfernt liegt Portugal atemberaubende Landschaft: der Alentejo. Die Region nimmt 20 % der Landesfläche ein, besterbt aber nur mit 3 % der Bevölkerung. Sie ist also der perfekte Ort für Ihre Kunden, um sich zu entspannen und ihren schnelhabigen Alltag zu entfliehen.

Der Alentejo ist eine faszinierende Region mit reicher Geschichte (und Weltkulturerbestätten), außergewöhnlicher Küche und Weinen, die es durch Natur und Kultur zu entdecken gilt.

Besuchen Sie unsere [reisen und Unterkünfte](#), um mehr über diese vorläufige portugiesische Insel zu erfahren, und stellen Sie sicher, dass Sie [ihren Blick auf unsere exklusiven, stilvoll luxuriösen Angebote werfen](#).



Unsere Top-Auswahl für einen perfekten Aufenthalt im Alentejo



Other activities



Einzigartige Erlebnisse

Der Alentejo ist ein Land in Land - mit seiner eigenen Sprache, Küche, Lebensweise und Tradition. Die Region hat sich auch zu Portugal neuem Weinbau und Weinbau entwickelt, das Klima, Tradition und Technologie ineinander verbindet und es zu einer der besten Regionen für Weinliebhaber und ausländische Verbraucher macht.

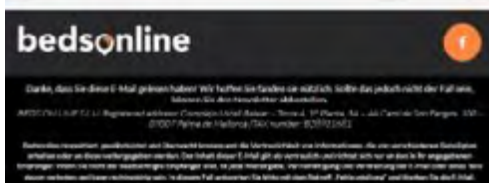
Entdecken Sie die authentischen Erlebnisse, die Ihre Kunden in der Region erwarten, mit [unseren einzigartigen Erlebnissen](#).

Reisziel: Surfen

Der Westen des Alentejo definiert die besten Surferziele in Portugal, mit hervorragenden Wellen, warmen Temperaturen, viel Sonne und viel Platz für alle. Die Küsten sind perfekt für alle Surfer geeignet.

Die charmanten Strandorte bieten eine große Auswahl an Surfspots und Surfshops. Erfahren Sie mehr in [unseren Reiseerlebnissen](#).

Machen Sie sich bereit, Ihren Kunden etwas Neues zu bieten! [Besuchen Sie unsere Reiseerlebnisse](#), um mehr über diese vorläufige portugiesische Insel zu erfahren, und stellen Sie sicher, dass Sie [ihren Blick auf unsere exklusiven, stilvoll luxuriösen Angebote werfen](#).



6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Junho, 5 a 7 | Visita inspeção ADAC

Visita técnica trouxe ao território a representante da ADAC para escolher o local de realização do Congresso a acontecer em novembro. Passou por Troia, Montemor-o-Novo, Évora Estremoz e Monsaraz tocando os associados: Troia Design Hotel, Editory Hotels, Vila Galé Évora, Convento do Espinheiro.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Novembro, 17 a 20 | Manuel Meyer e Juan Pedro Botana, DPA

Press Trip contou com dois jornalistas e passou por Sines, Porto Covo, Vila Nova de Milfontes e Zambujeira do Mar tocando os associados: Herdade do Touril, Herdade da Bemposta, Monte do Zambujeiro, Pousada da Juventude de Almogrove, Tasca do Celso, Arte e Sal, Rota Vicentina.

Maio, 10 a 20 | Gravações programa WDR-Carolin Wagner

Press Trip que contou com 6 participantes que se deslocaram ao território para gravar o programa WDR, passaram por Vila Nova de Milfontes, Évora, Estremoz, Porto Covo, Sines, Monsaraz.

Maio, 21 a 26 | Kiki Baron + photographer / Connoisseur Circle

Press Trip que explorou o segmento do Luxo e que passou por localidades como Melides, Comporta, Arraiolos, Montemor, Évora, Monsaraz, Vidigueira, Mourão.

Março, 26 a 30 | Semana ID - Gunter Kast, freelancer

Press Trip trouxe o jornalista Gunter Kast para participar na Semana ID organizada pela Rota Vicentina. O programa passou por Sines, Santiago do Cacém, Odemira e foi acompanhada pelo associado Tática Ocasional.

Setembro, 8 a 13 | Die Zeit - Sandra Kreft, Elisabeth Raether, Christian Soares

Apoio na visita de reconhecimento de jornalistas de um importante grupo de comunicação social alemão e que, esperamos, dará origem a um conjunto de oportunidades mediáticas. O grupo visitou Vidigueira, Évora, Gerações da Talha.

Janeiro, 14 a 16 | Fahrrad & WanderReisen 2023

Participação na feira com balcão destino no stand partilhado com o Centro, Algarve e Madeira.

Janeiro, 14 a 22 | CMT

Participação na feira com balcão destino no stand partilhado com Porto e Norte, Centro, Algarve, Madeira e Açores.

Fevereiro, 22 a 26 | Free Munique

Participação na feira com balcão destino no stand partilhado com Porto e Norte, Centro, Algarve e Madeira.

Março, 7 a 9 | DRV-Event

Evento paralelo à ITB que contou com o apoio da equipa do Turismo de Portugal no mercado alemão. O evento contou com a participação de cerca de 200 pessoas e foram feitas apresentações do Alentejo, Porto e Norte e Algarve. Houve ainda a degustação de produtos regionais.

Março, 7 a 9 | ITB Berlin

Participação na feira ITB Berlin com balcão no Stand do Turismo de Portugal. Com módulos de negócio estiveram os associados: Essência do Meio e Vila Park Hotel.

Outubro, 18 a 22 | Feira do Livro de Frankfurt

Participação com stand próprio na Feira do Livro.

11.2. ROADSHOWS**Outubro, 24 | Roadshow OLIMAR - DACH – HAM**

Roadshow co-organizado com a Olimar e que contou também com a presença do Turismo de Portugal. A apresentação do destino em Hamburgo esteve a cargo de João castro.

Outubro, 25 | Roadshow OLIMAR - DACH – DUS

Roadshow co-organizado com a Olimar e que contou também com a presença do Turismo de Portugal. A apresentação do destino em Dusseldorf esteve a cargo de João castro.

Outubro, 26 | Roadshow OLIMAR - DACH – FRA

Roadshow co-organizado com a Olimar e que contou também com a presença do Turismo de Portugal. A apresentação do destino em Frankfurt esteve a cargo de João castro.

Outubro, 27 | Roadshow OLIMAR - DACH – MUC

Roadshow co-organizado com a Olimar e que contou também com a presença do Turismo de Portugal. A apresentação do destino em Munique esteve a cargo de João castro.

Outubro, 31 | Roadshow OLIMAR - DACH – ZRH

Roadshow co-organizado com a Olimar e que contou também com a presença do Turismo de Portugal. A apresentação do destino em Zurique esteve a cargo de João castro.

Novembro, 2 | Roadshow OLIMAR - DACH – VIE

Roadshow co-organizado com a Olimar e que contou também com a presença do Turismo de Portugal. A apresentação do destino em Viena esteve a cargo de João castro.

**14.1. EVENTOS TRADE****Novembro, 17 a 20 | Congresso ADAC**

Congresso da ADAC trouxe até Troia cerca de 230 pessoas para participar no Congresso anual da organização. A ação passou pelo Troia Design Hotel, pelo brejinho da Costa, pela Serenada e teve o apoio à organização do programa social da RSI e da Sea Life Lovers. A ação foi financiada pelo Plano Complementar.

ESTADOS UNIDOS E CANADÁ

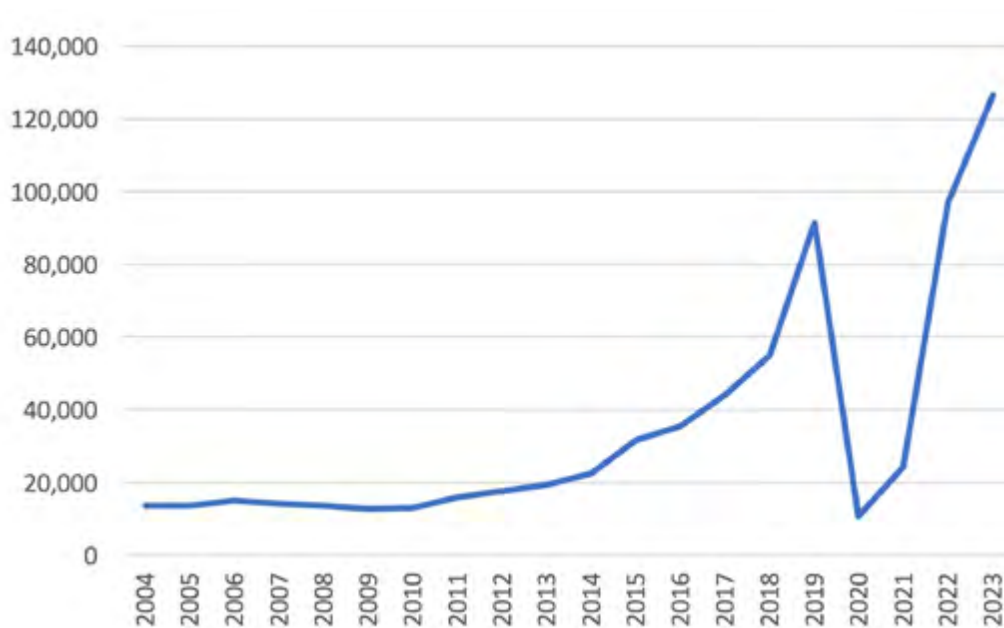
Estados Unidos e também o Canadá destacam-se pelo expressivo crescimento que revelam, no caso do primeiro, que em 2023 atingiu um número de noites superior a 37,1% face a 2019 e a 28,2% relativamente a 2022.

Já quanto ao segundo os resultados de 2023 foram de 29,4% a mais que em 2019 e 38,5% face a 2022.

Para os Estados Unidos poderemos afirmar tratar-se de um crescimento consistente, iniciado na década passada e apenas interrompido nos anos da pandemia, como o revela o quadro em baixo.

Quadro 6

Dormidas EUA 2004/23

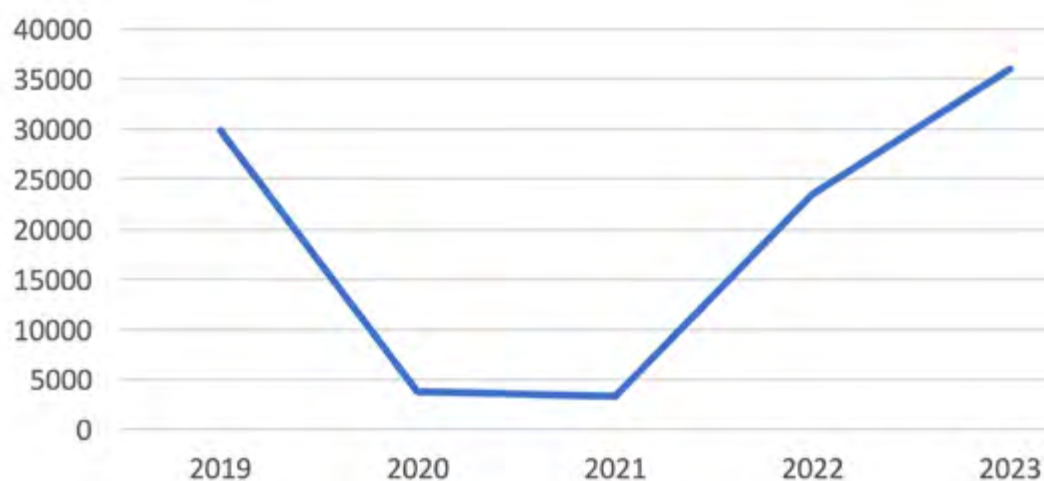


Em ambos os mercados é inegável o ganho que Portugal tem tido em termos de imagem enquanto destino turístico seguro e qualitativamente superior graças à estratégia de comunicação prosseguida pelo Turismo de Portugal, sendo igualmente de destacar o investimento que muitas empresas têm efetuado para conquistar novos clientes nos mais diversos segmentos do mercado.

Para o Canadá e não tendo nós dados que nos permitam construir uma série 2004/2023, fique-mo-nos pelo antes e após pandemia, o que revela os seguintes resultados:

Quadro 7

Dormidas CND 2019/23



No caso específico do nosso destino nota especial merecem as parcerias estabelecidas em 2022 com a Triple AAA e United nos Estados Unidos, bem como com a ACTA e AIR Canada, com resultados já expressivos em 2023, mas que seguramente ainda o serão mais no futuro, a julgar pelos novos programas de diferentes Operadores que passaram a considerar o nosso território.

À semelhança do registado em 2022, também o último ano foi pródigo na visibilidade conseguida em órgãos de comunicação social de referência, como o referimos logo na introdução deste documento.

EUA

Março, 25 a 31 | Fam Trip AAA

Fam trip que trouxe ao território 6 agentes de viagens proveniente das da American Automobile Association, Inc. passou por Alcácer do Sal, Comporta, Melides, Beja, Vila de Frades, Évora, Vila Viçosa, Estremoz, Marvão Castelo de Vide, Crato e Alter do Chão. Tocou os associados: Pousada de Alcácer do Sal, Restaurante A Escola, Vertigem Azul, Go Surf Alentejo, Arte & Sal, Gerações da Talha, Convento do Espinheiro, Dom Joaquim, Portuguese Cooking School, Rota do Mármore, Mercaria do Gadanha, Vila Galé Collection Elvas, Museu do Azeite, Pousada do Crato, Coudelaria de Alter, L'and Vineyards.



Maio, 11 a 15 | Fam Trip Boston Market Promos - WGBH-TV

Programa oferecido a um casal de americanos no decorrer de uma campanha na TV na WGBH na zona de Boston. Tocou o associado Vila Collection Elvas.

Outubro 26 a 29 | Fam Signature Network EUA

Fam Trip organizada em conjunto com a delegação do Turismo de Portugal no mercado e que trouxe ao Alentejo e ao centro de Portugal 10 Agentes de Viagem da Signature Network. O programa focado no luxury tocou os associados: Quinta da Comporta, Sublime, herdade da malhadinha Nova, Pousada de Beja, Gerações da Talha, Convento do Espinheiro e Torre de Palma.



Dezembro, 5 | Fam Trip Avanti Destinations

Apoio à Fam trip do operador Avanti destinations que trouxe ao Alentejo 8 agentes de viagens e que jantou no Café do Alentejo em Évora.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Março, 26 a 30 | Pamela Wright, Porthole Magazine e Boston Globe

Évora, Monsaraz, Beja e tocou os associados CM Beja e Libânio Murteira.

Março, 26 a 30 | Press Trip Rota Vicentina - Kathleen Rellihan, AFAR e National Geographic, e Lana Byal “buyer for Elevate Destinations”

Press Trip com foco na Rota Vicentina que passou pelo Cercal, Sines e Odemira e tocou os associados Herdade da Matinha e Rota Vicentina.

Abril, 17 a 23 | Edward Bruce Parkinson, Travel Pulse

Programa que passou por Évora, Montemor, Elvas, Vila Viçosa, Estremoz e tocou os associados Vila Galé Évora, João Portugal Ramos.

Abril, 17 a 23 | Robert Marshall Silk, Travel Weekly

Press Trip organizada no contexto da Race AC & UA Évora, Montemor, Elvas, Vila Viçosa, Estremoz e tocou os associados Vila Galé Évora, João Portugal Ramos.

Abril, 17 a 23 | Steven Bereznoi, Pax Global Media

Press Trip organizada no contexto da Race AC & UA Évora, Montemor, Elvas, Vila Viçosa, Estremoz e tocou os associados Vila Galé Évora, João Portugal Ramos.

Agosto, 7 a 9 | Press Trip World of Interiors, Pieter Estersohn

Apoio na visita de fotógrafo norte-americano ao Ribatejo, com passagem por Santarém

10.1. FEIRAS

Outubro, 17 a 19 | IMEX AMERICA

Apoia o à participação do associado São Arrábida na feira IMEX América.

EUA E CANADÁ

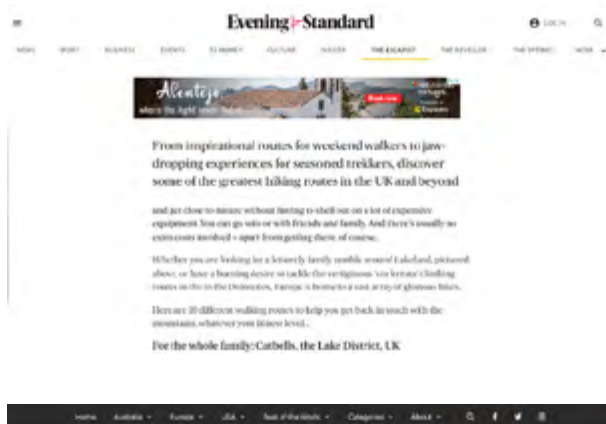
1.3 OTA 'S

Expedia

A campanha desenvolveu-se maioritariamente através de banners dentro das páginas do universo Expedia US e Canadá e Passport Ads. Foi reportado um valor de 1,5M de dólares em Gross Bookings para o Alentejo no período da campanha.

Em termos de resultados diretos (Hotels Onsite Campaign) foi gerada uma receita de 118.000\$, num total de 731 room nights e 956 pax, o que correspondeu a um ROAS de 5,5, tendo a campanha no mercado dos EUA tido o desempenho mais interessante (10,5 vs 2,4 de ROAS no Canadá).





Hotel Beds (Bedsonline.com – B2B)

Campanha concretizada através de Landingpage dedicada, conteúdos em newsletters genéricas, banners, publicações nos social media, banco de download de recursos multimédia, banner em motor de busca, newsletter patrocinada.

A produção total nos mercados intervencionados foi de 635pax, o que representou um crescimento de 53% YoY. Na campanha EUA + Canadá o crescimento atingiu 38,4% para 425 pax.



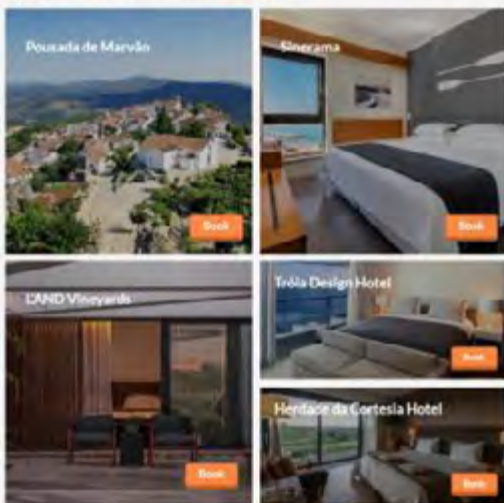
Alentejo: Where Your Clients Will Experience Portugal's Authentic Beauty!

Nestled in the enchanting South of Portugal, merely 117 miles away from Lisbon, lies the captivating region of Alentejo.

As your clients drive along the rural roads, surrounded by cork oaks, olive trees, and vineyards, they'll feel a deep connection with nature. On the coast, they can enjoy thrilling surfing experiences on stunning Atlantic beaches, while ancient fortified towns in the East await their exploration. Alentejo's rich history and UNESCO World Heritage sites will captivate your clients' hearts, and the region's exceptional cuisine and wines promise delightful discoveries through nature and culture.

Discover Alentejo's authentic beauty with the help of our **SPONSORED CAMPAIGN** and make sure to book with our limited-time offers: **up to 30% off** on their stay, **up to 25% off** on their stay, **up to 25% off** on their stay, **up to 25% off** on their stay.

Discover our top hotel picks in Alentejo



View More



Prepare to present a unique experience to your clients! **Explore our sponsored campaign for more information and take our exclusive limited-time offers.**





Collection Alter Real, Coudelaria de Alter, Pátio Real, White Flour Tours, Herdade da Cortesia e Pousada de Arraiolos.

Abril, 20 a 23 | Pos Tour United e Air Canada Active & Nature

Fam Trip que aconteceu no contexto da RACE AC & UA e que levou a conhecer o território 15 agentes de viagens. Passou por Évora, Troia, Alcácer do Sal, Comporta e Porto Covo. Tocou os seguintes associados: Libanio Murteira, Alqueva Cruzeiros, Editory Hotels, Vertigem Azul, A Escola, Alma Lusa e Arte e Sal.

Abril, 20 a 23 | Pos Tour United e Air Canada Cuisine & Wine

Fam Trip que aconteceu no contexto da RACE AC & UA e que levou a conhecer o território 15 agentes de viagens. Passou Évora, Serpa, Vila de Frades, Mértola, Beja e Alcácer do Sal. Tocou os associados Pepe Aromas, Fita Preta, Serpa Hotel, Honrado, C.M. Mértola e Pousada de Alcácer do Sal.

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Fevereiro, 15 a 17 | Pos Tour Workshop TP EUA e Canada

Fam trip que decorreu na sequência da ação inversa organizada pelo Turismo de Portugal no Porto. Trouxe ao território 15 agentes de viagem e passou por Troia, Évora, Monsaraz, Vila Viçosa e Montemor-o-Novo. Tocou os seguintes associados: Sado Arrábida, RSI, Convento do Espinheiro, Ervideira, Rota do Mármore, L'and Vineyards.

Abril, 20 a 23 | Pos Tour United e Air Canada History & Culture

Fam Trip que aconteceu no contexto da RACE AC & UA e que levou a conhecer o território 15 agentes de viagens. Passou por Évora, Arraiolos, Alter do Chão, Castelo de Vide, Marvão e Avis. Tocou os associados Mainova, Vila Galé

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Abril, 18 a 19 | Press Trip Air Canada e United Race

Press trip no contexto da RACE AC & UA que passou por Estremoz e Vila Viçosa e tocou os associados João Portugal Ramos, Mercearia Gadanha.

11.1. WORKSHOPS

Fevereiro, 13 e 14 | Workshop TP EUA e Canadá

Ação inversa organizada pelo Turismo de Por-

tugal com foco no mercado dos EUA e Canadá e que permitiu a realização de reuniões one to one com 40 agentes e operadores.

14.1 EVENTOS TRADE AIR CANADA & UNITED AIRLINES RACE 2023

Teve lugar em Évora, entre os dias 17 e 23 de abril de 2023, a Air Canada & United Airlines Race 2023.

O evento contou com 36 participantes em seis equipas, incluindo seis membros do trade media. Durante a prova, os participantes completaram tarefas relacionadas com a cultura, atrações, gastronomia, vinhos, natureza e história da região.

Realizaram-se posteriormente pós-tours para mostrar a diversidade do destino. O evento incluiu ainda um workshop, onde foi promovido o contato de 49 empresas associadas com os agentes/participantes do evento.

A base do evento que contou com a presença de 55 participantes foi o Hotel Vila Galé Évora, alcançando o intervalo de dormidas considerado na matriz constante do n.º 4 do art.º 11.º do regulamento do Sistema de Incentivos Portugal Events de 300 a 599. Este escalão correspondeu a um montante de incentivo de 6 500,00€, acrescido da majoração relativa aos territórios de baixa densidade, de 25%, correspondente a 1 625€. Assim, a comparticipação total do evento atingiu os 8.125€, sendo 6 500€ da responsabilidade do Turismo de Portugal e 1 625€ da responsabilidade da ARPTA.

Na data de produção do presente relatório ainda se aguardava a transferência da comparticipação do Turismo de Portugal ao promotor.



CANADÁ

1.2. OPERADORES TURÍSTICOS

Novembro, 16 | Assessoria Comercial nos EUA e Canadá

Assessoria comercial no mercado.

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Março, 27 | Fam Trip Osiris GC Journeys Canadá

Fam trip promovida pelo Associado Osiris e que trouxe 12 agentes de Viagens do operador GC Journeys Canadá. Passou por Évora e tocou os associados M'ar de Ar Aqueduto, Vila Galé e Adega da Cartuxa.

Setembro, 30 a Outubro, 2 | Prémio Race AC e UA Amanda Carter

Oferta de estadia no Alentejo para duas pessoas, cm alojamento em Évora oferecido à data da RACE AC e UA.

Novembro 13 a 19 | Fam Trip ACTA

Fam Trip que trouxe ao território 22 Agentes de Viagem e que contou com a realização de sessão de workshop que envolveu 25 associados. O programa tocou os seguintes associados: Convento do Espinheiro, Évora Hotel, Alqueva Cruzeiros, J.P. ramos, Rota do Mármore, Vila Galé Collection Elvas, Museu do Azeite, A Escola, Pousada de Alcácer do Sal, Olga Miguel e RSI. Esta ação fez parte do Plano Complementar.



8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Todo o ano, produção de conteúdos para Blog;

Abril, 17 a 23 | Frederick (Ted) Davis, Travel Courier

Visita do jornalista Frederick Davis o programa passou por Évora, Montemor, Elvas, Vila Viçosa, Estremoz e tocou os associados: Vila Galé Évora, João Portugal Ramos

Junho, 18 a Julho, 2 | Carolyne Parent, Elle Canadá

Press Trip para a revista Elle Canadá (em fran-

cês) e que se focou no turismo cultural e touring com passagens por Évora, Montemor, Monsaraz, Mourão, Vila Nova de Milfontes, Melides, Comporta

Julho, 20 a 22 | Tim Johnson, freelancer

Apoio na visita a Évora de um jornalista do Canadá que colabora com o Toronto Star, o Globe and Mail, Reader's Digest e o Vancouver Sun



14.1. EVENTOS TRADE

Setembro, 12 | Workshop para agentes de viagem em Richmond

Sessão educacional parte do Road Show Canadá coorganizado com a Air Canadá a ARPT Porto e Norte e ARPT Algarve. Com o Alentejo foram os associados: Hotéis M'ar de Ar, Convento do Espinheiro e Edithory Hotels.

Setembro, 13 | Queijos & Vinhos + apresentação para agentes de viagens Calgary

Sessão educacional parte do Road Show Canadá coorganizado com a Air Canadá a ARPT Porto e Norte e ARPT Algarve. Com o Alentejo foram os associados: Hotéis M'ar de Ar, Convento do Espinheiro e Edithory Hotels.

Setembro, 14 | Pequeno Almoço + apresentação para agentes de viagens Edmonton

Sessão educacional parte do Road Show Ca-

nadá coorganizado com a Air Canadá a ARPT Porto e Norte e ARPT Algarve. Com o Alentejo foram os associados: Hotéis M'ar de Ar, Convento do Espinheiro e Edithory Hotels

Setembro, 14 | ACTA Travel Industry Summit

Participação no evento promovido pela ACTA no Toronto Congress Centre.

FRANÇA

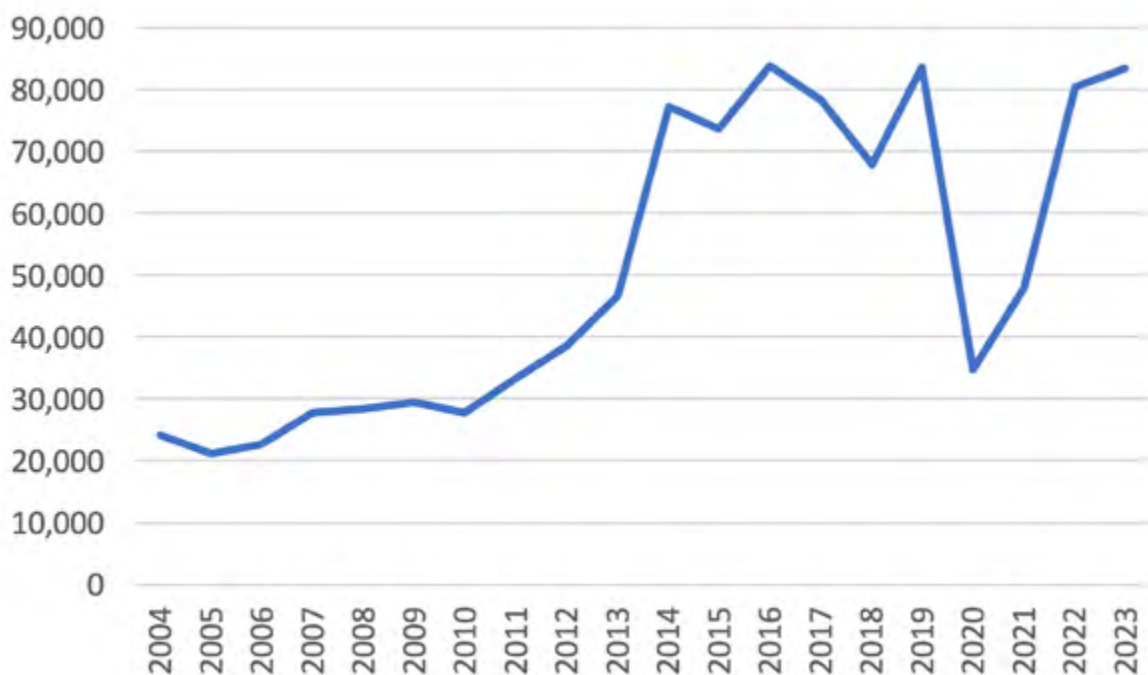
França é um dos três mercados que ainda não voltou aos números de dormidas registado antes da pandemia, estando ainda 2,2% abaixo do melhor ano.

Sublinhemos que entre 2013 e 2023, ainda que com ligeiras flutuações anuais, situou-se em torno das 70.000 dormidas por ano, passando mesmo as 80.000 por três vezes, valor esse que voltou a superar agora em 2023.

Não obstante a demora na recuperação da descida registada durante os dois anos da pandemia, neste mercado acreditamos estar a assistir a uma mudança de perfil do cliente, que vem em menor quantidade, mas que apresente maior capacidade financeira, pelo menos assim o confirmam as declarações dos responsáveis dos alojamentos e restaurantes com os quais temos falado.

Quadro 8

Dormidas França 2004/23



Na procura de clientes para segmentos da oferta mais qualificados, com o alto patrocínio do Embaixador de Portugal em Paris e a ativa colaboração da Equipa do Turismo de Portugal, promovemos um jantar com algumas das

empresas que mais têm contribuído para a valorização deste destino para o qual foram convidados jornalistas de meios Tier 1, que continua a trazer bons resultados em termos de visibilidade junto desses potenciais clientes.

1.3 OTA'S

Petit Futé (campanha de visibilidade com integração de propostas de venda de OTA's);

Campanha desenvolvida através de um passatempo em destaque na homepage, páginas de pesquisa do guia, redes sociais e newsletter, durante 15 dias, com uma expectativa de captação de entre 10 000 e 25 000 participantes.

Adicionalmente foi desenvolvida uma campanha de pack de banners (topo, lateral e mobile) com 300 000 impressões, banner booster no topo da lista "visitas" e página web premium em francês.

Foram ainda inseridas ideias de circuitos, colocadas em destaque na página principal "Portugal" e em "ideias de estadias", acessíveis a partir do menu de topo (<https://www.petitfute.com/idees-de-sejours/>) e publicado um post nas redes sociais do guia.

Também foram integradas, nas páginas de destino, ofertas de vários operadores e OTA's para a região.



6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Março, 5 a 10 | Fam Trip Cycling Rota Vicentina

Visita de inspeção aos trilhos da Rota Vicentina com foco no cycling.

Setembro, 21 a 23 | Fam Trip Multiproduto

Fam Trip organizada em conjunto com a delegação do Turismo de Portugal no mercado e que trouxe ao Alentejo 7 Agentes de Viagem de vários operadores, acompanhados pelo representante da TAP e do TP no mercado. Tocaram os seguintes associados: Tapada dos Coelhoos, Casa Gadanha, Gavião Nature Village e Withe Flour Tours.



Novembro, 28 a 30 | Fam Trip MisterFly Educatours

Fam Trip partilhada com o Algarve e que trouxe ao território 15 Agentes de Viagem da Operador MisterFly. O programa foi acompanhado passou por Hotel M'ar de Ar Aqueduto, café Alentejo, Montimerso e Serpa Hotel.

Abril, 10 a 14 | Mário de Castro, freelance e fotógrafo

Visita do fotografo para construção de portfólio que passou por Santarém e Golegã e tocou os associados C.M. da Golegã e a Casa da Amieira, tendo como tema o museu “Casa Relvas”

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Março, 26 a 30 | Semana ID - Frédéric Millet, Figaro, Cyclospor Magazine e l'Equipe Magazine

Press Trip trouxe o jornalista Frédéric Millet para participar na Semana ID organizada pela Rota Vicentina. O programa passou por Sines, Santiago do Cacém, Odemira e foi acompanhada pelo associado Tática Ocasional.

Abril, 12 a 14 | Mário Castro, World of Interiors

Visita do fotografo em reportagem, para a Worls of Interiors que passou por Santarém e Golegã e tocou os associados Casa da Amieira e Ollem.

Junho, 5 a 9 | TF1- 50'Inside

Press Trio que trouxe equipa de televisão francesa ao território e passou pela Comporta, Melides, Sines, Vila Nova de Milfontes e Évora.

Julho, 3 | Apresentação Embaixada de França Luxury Hotels

Sessão de apresentação do segmento Luxury do Alentejo na Embaixada de Portugal em Paris. Estiveram presentes representantes dos hotéis: Vermelho, L'And Vineyards, Torre de Palma e Malhadinha Nova. Houve ainda degustação de produtos e vinhos regionais e uma atuação de Cante Alentejano.



Julho, 28 a 31 | FIMM - Jean-Pierre Rousseau, Bachtrack

No âmbito do Festival Internacional de Música de Marvão, apoiámos a vinda do jornalista da Bachtrack, com enfoque em Marvão e Castelo de Vide.

Março, 26 a 30 | Semana ID - Patrice Brancheau, Grand Sud mag

Press Trip trouxe o jornalista Patrice Brancheau para participar na Semana ID organizada pela Rota Vicentina. O programa passou por Sines, Santiago do Cacém, Odemira e foi acompanhada pelo associado Tática Ocasional.

Julho, 21 a 24 | FIMM - Thierry Hilleriteau, jornal Le Figaro

No âmbito do Festival Internacional de Música de Marvão, apoiámos a vinda do jornalista do Le Figaro, com enfoque em Marvão e Castelo de Vide.

Julho, 21 a 26 | FIMM - Jany Campello, jornal Res Música

No âmbito do Festival Internacional de Música de Marvão, apoiámos a vinda do jornalista do Res Música, com enfoque em Marvão e Castelo de Vide.

No último ano os Países Baixos perderam 3.600 noites, ou seja -7% face a 2022, ficando-se por uma quota de mercado de 4,2%, enquanto a Bélgica manteve o mesmo resultado de 2022 e passou a representar 3,1% das noites de estrangeiros.

3.6 PAISES BAIXOS E BÉLGICA

Para que se mantenha o histórico das “Memórias Anuais” desde a constituição desta Agência, continuamos a apresentar os mercados dos Países Baixos e Bélgica em conjunto, ainda que as diferenças no peso específico de um e de outro tenham conhecido variações substanciais.

No primeiro ano pós pandemia a recuperação foi interessante e 2022 foi mesmo o melhor ano de sempre para o conjunto destes dois mercados, que totalizaram 81.800 noites, mas a informação que nos foi possível recolher ajuda a compreender a perda que se lhe seguiu e aponta para a quebra de competitividade de Portugal face a destinos concorrentes, com a Operação Turística a apostar em destinos mais fáceis de vender seja pela proximidade ou pelo preço do transporte aéreo.

Durante 20 anos sempre o mercado dos Países Baixos tem sido mais importante para este destino, mas em 2023 devemos reconhecer que o comportamento deste acabou por determinar uma perda global em ambos os mercados.

Quadro 10

Dormidas NL + BE 2004/23



PAÍSES BAIXOS

1.2. OPERADORES TURÍSTICOS

Style in Travel, Com a campanha realizada alcançou-se um total de 755 pax e 6483 noites. O crescimento em número de pessoas ainda não permitiu alcançar, em número de dormidas, as vendas do operador em 2019 (736 pax / 7490 noites) embora represente um grande crescimento face a 2022 (414 pax / 514 noites).

1.3. OTA'S

As campanhas nas OTAs foram desenvolvidas em conjunto para os Países Baixos e para a Bélgica, pelo que aparecem duplicadas em ambos os mercados.

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Março, 18 a 22 | Fam Trip & Olives

Visita Técnica do Operador & Olives com o apoio da Portimar. O programa passou por Estremoz, Vila Viçosa, Elvas, Redondo, Monsaraz, Alqueva, Mourão, Beja, Porto Covo, Vila Nova de Mil Fontes e Zambujeira do mar e tocou os seguintes associados: Pepe Aromas, Pais das Uvas, Mercearia Gadanha, The Noble House, Pousada Convento de Beja e Herdade de Touril.

Abril, 13 a 15 | Fam Trip High Sun

Programa elaborado com o associado Highsun e que trouxe ao território 8 agentes de viagens. O programa passou por Alpiarça, Arraiolos, Évora, Reguengos de Monsaraz, Monsaraz, Al-

queva, Vila de Frades Beja, Porto Covo, Comporta, Alcácer do Sal e tocou os seguintes associados: Pousada de Arraiolos, M'ar de Ar Aqueduto, Évora Hotel, Montimerso, Gin Sharish, Herdade dos Delgados, Alqueva Cruzeiros, Pais das Uvas, Hotel de Serpa, Sublime e Quinta da Comporta.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Março, 26 a 30 | Semana ID - Roman Helinski e David Pesken, Fiets Actief

Press Trip trouxe os jornalistas Roman Helinski e David Pesken para participar na Semana ID organizada pela Rota Vicentina. O programa passou por Sines, Santiago do Cacém, Odemira e foi acompanhada pelo associado Tática Ocasional.

Outubro, 6 a 10 | Perswijn, Ronald Wortel (vinipax)

No âmbito da Vinipax organizámos a press trip do jornalista da revista Perswijn, especializada no segmento dos vinhos, e que veio ao destino para escrever sobre enoturismo. Visitou Évora, Beja, Vidigueira, Monsaraz.



BEJA
Ora, Beja é um lugar com uma história rica e uma paisagem deslumbrante. É um destino perfeito para quem procura autenticidade e beleza natural.

HERDADE DOS DELGADOS
A Herdade dos Delgados é um espaço único onde a natureza encontra a cultura. É um lugar ideal para quem procura relaxamento e contato com a natureza.

MODERNA ENOTURISMO
A enoturismo moderna tem ganhado destaque em Portugal. É uma forma de turismo que combina a apreciação da paisagem com a descoberta da cultura local.

MEER OVER TALHA
Talha é um lugar com uma história rica e uma paisagem deslumbrante. É um destino perfeito para quem procura autenticidade e beleza natural.

10.1. FEIRAS

Janeiro, 12 a 15 | Vakantebeurs 2023

Participação com balcão de destino no stand do Turismo de Portugal. Estiveram presentes os associados TH Hotels e Spira.

Fevereiro, 24 a 25 | Fiets en Wandelbeurs (Utrecht)

Participação com balcão de destino no stand partilhado com o Centro, Algarve, Açores e Madeira. Estiveram presentes os associados Rota Vicentina e Herdade da Matinha.

BÉLGICA

1.2. OPERADORES TURÍSTICOS

Adagio Tours, Campanha concretizada através de 3 newsletters dedicadas, 2 paginas na Op Vakantie Magazine, banners na homepage no mês de outubro e um info evening. Produção: 58pax / 248 noites.



Anders Reizen, Campanha concretizada através de newsletters e banners na homepage. Aguardam-se resultados da produção.

Imagine Travel, Campanha desenvolvida entre setembro e outubro, ligada ao Congresso da Selectair. Produção: 217 pax/ 295 noites.

Zuiderhuis, Campanha concretizada em anúncios em revista de Walking, banners, newsletter e social media. Produção: 74 pax / 404 noites.



1.3. OTAS

Misterfly, A campanha concretizou-se através de um banner de destaque, durante duas semanas, na homepage do operador, 3 newsletters dedicadas, 9 publicações no Facebook, 6 artigos de imprensa e campanha nos ecrãs da rede de agências de viagens. Produção: 157 pax / 347 noites.



Covo envolvendo os associados: CM Reguengos de Monsaraz, CM Moura, Corktrekking, Dark Sly Alqueva, Herdade do Touril, Três Marias, Tasca do Celso.

Setembro, 28 a Outubro, 1 | Pieter Weymans, Travelmedia

Acompanhamento do programa do Congresso da Selectair e realização de pos-tour.

Setembro, 28 a Outubro, 1 | Jan Peeter, TravMag

Acompanhamento do programa do Congresso da Selectair e realização de pos-tour.

Setembro, 28 a Outubro, 1 | Boy Lokhoff e Rajneesh Badal, Travel with Zoey

Acompanhamento do programa do Congresso da Selectair e realização de pos-tour.

Outubro, 6 a 10 | Press Trip June magazine - Eline Vancraeyveldt e Benjamin Berger

No âmbito da Vinipax organizámos a vinda de dois jornalistas da revista June para escrever sobre enoturismo. A press trip inclui visitas a Évora, Beja, Vidigueira, Monsaraz e Estremoz.



Alentejo: Alle hemels voorbij de zevende

"In Alentejo, we take our time. Time to rest, to breathe"
Een regio die zowel natuur als wereldrijken is, het is een plek met een tik magie. Met een geweldige groot van prachtige steden en

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Outubro, 13 a 16 | Fam trip BE Sunny Cars

Fam trip que contou com 9 agentes de viagem da Sunny cars e que se baseou num programa self driven que rocu associados como A Escola, Moita Mar, Quinta do Quetzal, Évora Hotel, Mercearia gadanha, Pousada do Crato, Lago Montargil e Villas.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Março, 20 a 23 | Press Trip Grander Nature (Rádio e TV)

Press Trip que contou com a presença dos jornalistas Francis Hubin, Hélène Bernard, Dirk van overbeke, Alexandre van Meerbeck, Jeremy Vanderlinden e que passou por Mourão, Moura, Reguengos de Monsaraz, Borba, Zambujeira do Mar, Vila Nova de Milfontes e Porto

10.1. FEIRAS

Fevereiro, 18 a 19 | Fiets en Wandelbeurs (Gent)

Participação em feira com balcão de destino em stand partilhado com Centro, Algarve, Açores e Madeira. No espaço Alentejo estiveram ainda dois associados com balcão, TH Hotels e Rota Vicentina.



12.1. ASSESSORIAS DE IMPRENSA/ REPRESENTAÇÃO COMERCIAL

Representação comercial Assessoria no mercado belga (Chinelo.be)

14.1 EVENTOS TRADE

Setembro, 28 a Outubro, 1 | Congresso Selectair

Congresso anual da Selectair que trouxe ao território cerca de 70 agentes de viagem. O programa tocou os associados, J.P.Ramos, Vila Galé Collection Elvas, Alqueva Cruzeiros, Vila Galé Évora, Dom Joaquim, Café alentejo, A cavalaria, Museu do Azeite, Associação de Guias Interpretes e Évora, Évora Hotel, Convento do Espinheiro, e RSI. Esta ação entregou o Plano Complementar.

REINO UNIDO

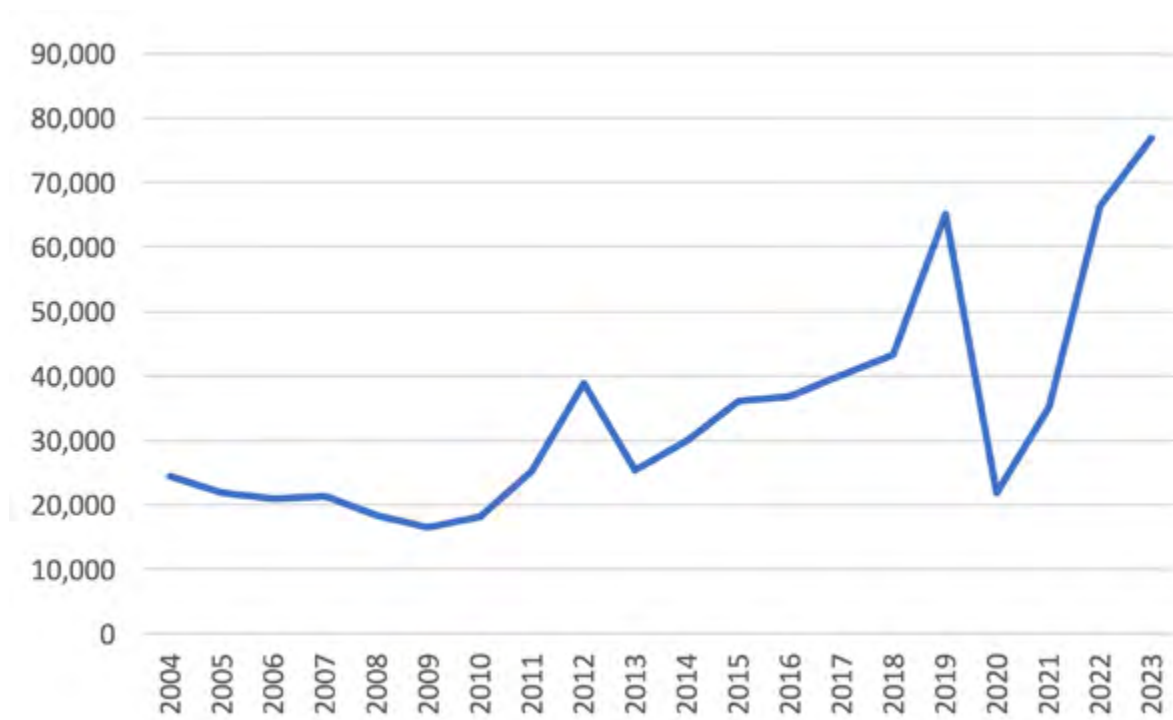
Com mais de 76.800 dormidas o Reino Unido constitui mais uma situação a realçar, tendo alcançado nos dois últimos anos os melhores valores de sempre e estando agora a mais 20,7% acima de 2019 e a mais 15,4% do que em 2022.

aumentar a visibilidade do destino em circuitos mais exclusivos, capazes de motivar clientes que buscam oferta mais qualificada e nesse espírito se fizeram as ações que a seguir se apresentam e se estabeleceram as parcerias indicadas.

Quadro 11

Neste mercado a principal aposta foi procurar

Dormidas RU 2004/2023



1.3. OTAS

Hotel Beds (Bedsonline.com – B2B), Campanha concretizada através de Landingpage dedicada, conteúdos em newsletters genéricas, banners, publicações nos social media, banco de download de recursos multimédia, banner em motor de busca, newsletter patrocinada.

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Fevereiro, 15 a 18 | Visita de Inspeção, operador Sunvil

Visita técnica da representante do Operador Sunvil com vista a nova contratação que passou pelos associados: Sublime Comporta, Spatia Comporta, Moita Mar, Monte da Bemposta, Herdade da Matinha, Octant Santiago do Cacém, Serpa Hotel, Casa dos Lacerdas, Herdade dos Delgados, Monte da Estrela, Montimerso, São Brás do Regedouro, Moura Suites, Travassos 11, Herdade da Rocha, Vila Galé Collection Alter Real, Sleep & Nature.

Março, 16 a 20 | Fam Trip Tales of Portugal, powered by Connections Luxury

Fam Trip surgida no contexto da participação do workshop organizado pelo Turismo de Portugal no Reino Unido. Trouxe ao território 6 agentes de viagem do segmento luxury e passou por Comporta, Alburnoa, Monsaraz, Évora, Monforte e Montemor-o-Novo focado os seguintes associados: Sublime Beach Club e Sublime Comporta, Herdade da Malhadinha Nova, Convento do Espinheiro, Restaurante Dom Joaquim, Pepe Aromas, Restaurante Café Alentejo, Torre de Palma, L'and Vineyards, Pousada de Alcácer do Sal e Eagle Travel Tours.

Outubro, 10 e 11 | Conferencia ATAS Liverpool

Participação com mesa, a convite da Delegação do turismo de Portugal, na Conferencia anual da ATAS que aconteceu em Liverpool.

**Novembro, 9 a 13 | Fam Trip Travel Counsellors**

Fam Trip que trouxe ao Alentejo 8 agentes de viagem da rede dos Travel Counsellors do reino Unido. O programa tocou os seguintes associados: o Alecrim, Octante Évora, Café Alentejo, Alqueva Cruzeiros, Herdade dos Delgados, País das Uvas, Serpa Hotel, C.M Mértola e o Alma Lusa.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS**Maio, 12 a 15 | Orla Thomas, National Geographic Traveller (UK)**

Press Trip que teve como tema o Lago Alqueva e as atividades em seu torno com passagens por Monsaraz, Moura, Mourão.

Setembro, 19 a 23 | Press Trip Food & Travel Magazine

Organização de press trip dos jornalistas Mark Parren Taylor e Estella Shardlow com o foco na gastronomia e com passagens por Arraiolos, Montemor, Évora e Monsaraz.

10.1. FEIRAS**Novembro, 6 a 8 | WTM - World Travel Market**

Participação com balcão no stand de Portugal. Estiveram também presentes com modulo de negócios as empresas associadas: Casa da Amieira e Editory Hotels.

11.1. WORKSHOPS**Fevereiro, 8 | Tales of Portugal, powered by Connections Luxury**

Participação no workshop organizado pelo Turismo de Portugal em Manchester para o segmento de luxury. Com o Alentejo foram os seguintes associados: L'and Vineyards, Herdade da Malhadinha e Convento do Espinheiro.

Novembro, 2 e 3 | Workshop ETOA – GEM

Participação no workshop presencial com operadores de todo o mundo com cerca de 40 reuniões pré-agendadas.

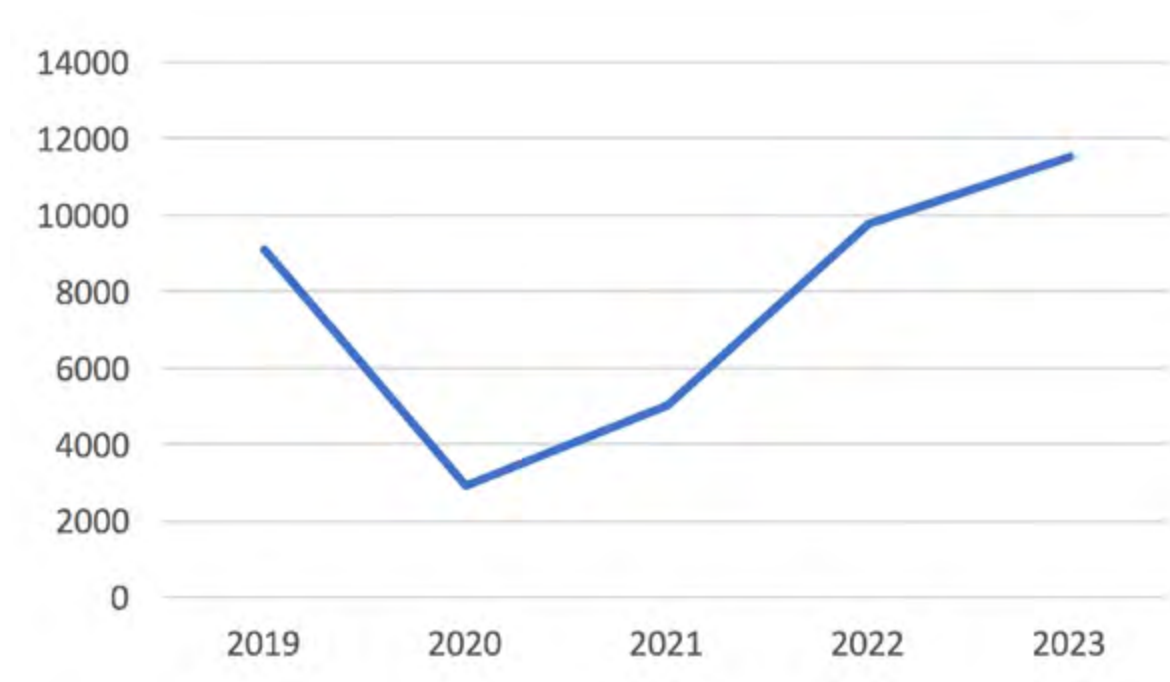
IRLANDA

A nossa maior aposta no mercado da Irlanda foi em 2019, ano em que recebemos no Alentejo a Convenção Anual da ITAA, sendo expectativa nossa que no Alentejo se viesse a passar o mesmo que se havia registado no Porto e Norte de Portugal com a organização do mesmo evento, realizado uns anos antes, do qual resultou um crescimento tremendo deste mercado.

Para azar nosso, nos anos da pandemia a Irlanda prosseguiu uma estratégia de encerramento total, comprometendo o nosso desejo e bem evidente nos dados que a seguir apresentamos.

Quadro 12

Dormidas Irlanda 2019/2023



6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Maio, 11 a 15 | Fam Trip Irlanda

Fam Trip organizada com a equipa do Turismo de Portugal no mercado e que trouxe ao território 8 agentes de viagem. O programa passou por Montemor o novo, Évora, Monsaraz, Vila de Frades, Beja, Santiago do Cacém, Porto Covo e Vila Nova de Mil Fontes. Tocou os seguintes associados: Sleep & Nature Hotel, Café Alentejo, Sharish Gin Destilary, Vila Galé Alentejo Vineyards, Gerações da Talha, Octant Santiago, Alma Nomada e Eagle Travel Tours.



Outubro, 23 a 30 | Semana de Portugal em Outubro – WineTourism

Ação de promoção dos vinhos e enoturismos de Portugal promovida pela Delegação do Turismo de Portugal no Mercado. Inclui ações nos pontos de venda e masterclasses sobre o tema.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Janeiro, 14 a 16 | Press Trip Manchán Megan, The Irish Times, apresenta um podcast na RTÉ

Press trip trouxe ao território o jornalista Manchán Megam num programa que passou por Évora, Arraiolos e Monsaraz tocando os associados Moura Suits, Turaventur, tapada dos Coelhoiros e café Alentejo.



Julho, 16 a 18 | Irish Times, Conor Power

Organização de viista de jornalista do Irish Times, com passagens por Monsaraz, Évora, Sines, Porto Covo, Vila Nova de Milfontes e Zambujeira do Mar.

10.1. FEIRAS

Janeiro, 27 a 29 | Holiday World Show Dublin

Participação com balcão de destino no stand partilhado com Algarve, Madeira e Porto e Norte. Estiveram presente com balcão os associados: Ecork Hotel e casa da Gadanha.

ITÁLIA

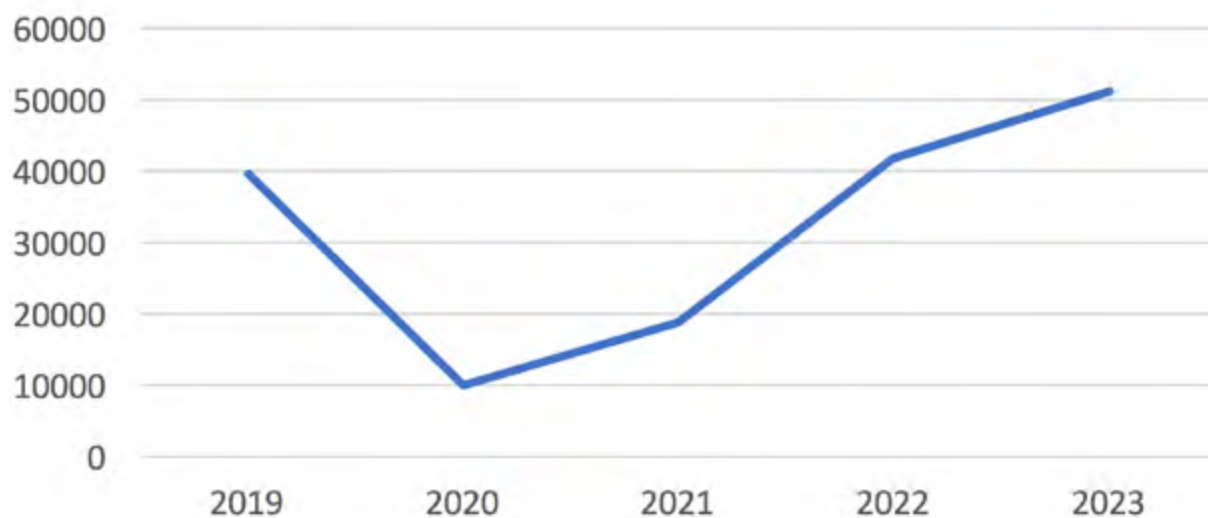
Por diversas vezes temos partilhado o nosso entendimento de que o comportamento do mercado italiano deveria merecer de nós uma outra atenção, pois graças sobretudo ao trabalho das empresas e das dinâmicas prosseguidas pelo Turismo de Portugal, os seus resultados têm vindo a evidenciar-se.

Tomando apenas como exemplo os anos pré e pós pandemia gostaríamos de referir que entre 2019 e 2021 o número de noites baixou -74,5%, para entre 2021 e 2022 crescer 123,2%, e entre 2022 e 2023 aumentar ainda mais 22,4%.

Por essa razão e pela primeira vez, o Alentejo esteve presente na TTG, em Rimini, sendo surpreendente o bom acolhimento que tivemos e a notoriedade que já possuíamos enquanto destino.

Quadro 13

Dormidas Itália 2019/2023



8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Junho, 24 a 27 | RAI - Dreams Road (Italia)

Press Trip que trouxe dois jornalistas ao território cujo programa o passou por Mértola, Moura, Serpa, Évora, Vila Viçosa, Estremoz e tocou os associados: CM Mértola, Alqueva Cruzeiros, Serpa Hotel, Ervideira, Monte da Estrela, Casa do Colégio Velho, Libânio Reis.

10.1. FEIRAS

Outubro, 10 a 13 | TTG Travel Experience – Rimini

Participação com balcão no Stand de Portugal na feira de Rimini. Com o Alentejo estiveram os associados: Argon Travel e High Sun.



Outubro, 4 a 8 | Sal & Pepe/Viaggi del Gusto Magazine - Riccardo Lagorio

No âmbito da Vinipax convidámos o jornalista Riccardo Lagorio para vir ao destino escrever sobre o enoturismo na região. O profissional visitou Montemor, Arraiolos, Évora, Estremoz, Monsaraz, Vidigueira e Beja.

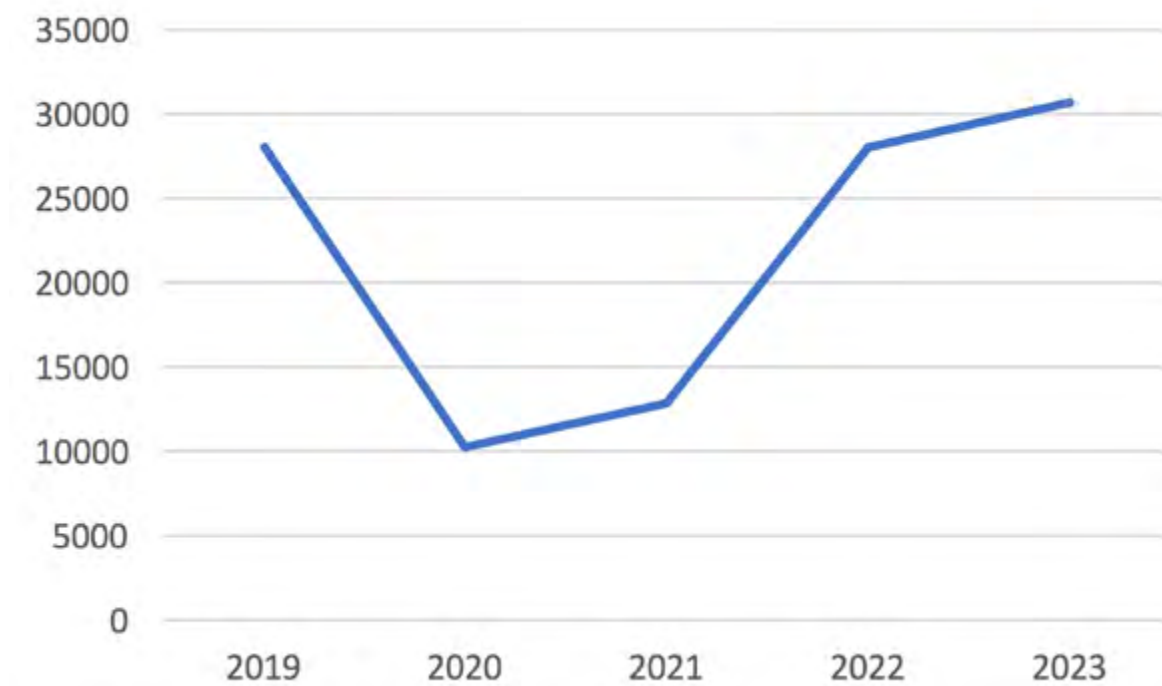
NÓRDICOS

Nos dois anos posteriores à pandemia e no seu conjunto os mercados Nórdicos (Dinamarca, Finlândia, Noruega e Suécia) já conseguiram ultrapassar os valores que registaram em 2019, ano em que somaram 27993 dormidas

no Alentejo, tendo passado em 2022 para 28028 e em 2023 para 30649.

Quadro 14

Dormidas SCAN 2019/2023



6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Março, 5 a 10 | Fam Trip Stjernegaard Rejser

Participação de Tinne Madsen, representante do operador Stjernegaard Rejser no programa de cycling promovido pelo associado Bike Tours Portugal e com foco na Rota Vicentina.

Março, 31 | Almoço Litoral - Operador Dinamarquês

Almoço de networking com o representante do operador dinamarquês Escape Away Mikkel Krohne-Sørensen contacto surgido na sequência da feira Danish Travel Show

Abril, 18 a 20 | Site inspection Hotell Romantik (Suécia)

Visita de Inspeção da equipa de produção do programa sueco Hotell Romantik. Teve foco na zona de Alcácer do Sal e Comporta. Tocou os associados Pousada de Alcácer e Sea Lovers.

Abril, 20 a 23 | PAGES Troia /Comporta Fam Trip

Fam Trip organizada pelo operador PAGES focada no Golf e que passou pelas campos de golf da Península de Troia. Tocou os associados Restaurante a Escola, A Cavaliçã, Troia e Editory Hotels.

Maio, 19 a 25 | Gravação programa Hotell Romantik (Suécia)

Acolhimento da equipa de produção do programa sueco Hotell Romantik. Teve foco na zona de Alcácer do Sal e Comporta. Tocou os associados Pousada de Alcácer e Sea Lovers.

Junho, 10 | Comemoração do 10 de junho na Embaixada da Suécia

Envio de produtos regionais alentejanos para a comemoração do Dia de Portugal na Embaixada da Suécia.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Março, 25 a 3 de abril | Revista Mondo - Maija Astikainen e Anna Pöysä - Press Semana ID

Press Trip trouxe as jornalista finlandesas para participar na Semana ID organizada pela Rota Vicentina. O programa passou por Sines, Santiago do Cacém, Odemira e foi acompanhada pelo associado Tática Ocasional.

Março, 26 a 30 | Semana ID - Jan Aagaard, Berlingske Tidende

Press Trip trouxe o jornalista dinamarquês Jan Aagaard para participar na Semana ID organizada pela Rota Vicentina. O programa passou por Sines, Santiago do Cacém, Odemira e foi acompanhada pelo associado Tática Ocasional.

Maio | Press Trip gravações TV TBS

Visita técnica de equipa de televisão que passou por Estremoz e envolveu a C.M. Estremoz.

Maio, 7 a 13 | Åke Cenneth Sparby + fotógrafo - Dagens Nyheter, Sydsvenska e Expressen (Allt om Resor) (Suécia)

Visita de dois jornalistas suecos de importante grupo editorial sueco e que passou por Com-

porta, Évora, Estremoz, Vila Viçosa, Monsaraz, Mourão, Moura, Vidigueira

Maio, 10 e 11 | Programa “As janelas do Mundo” - Canal de TV BS TBS

Visita da equipa do Canal de Tv por Vila Viçosa.

10.1. FEIRAS

Janeiro, 20 a 22 | Matka Nordic Travel Fair (Finlândia)

Participação com balcão de destino no stand conjunto com o Algarve e a Madeira. Primeiro dia exclusivo para profissionais e os seguintes aberto ao público.

Fevereiro, 24 a 26 | FERIE FOR ALLE – DANISH TRAVEL SHOW (Dinamarca)

Participação com balcão de destino no stand conjunto com Algarve, Madeira e Porto e Norte. A feira aconteceu em Herning e foi maioritariamente um feira de público.

11.2. ROADSHOWS

Novembro, 20 | Road Show Países Nórdicos Copenhaga

Roadshow promovido pela Delegação do Turismo de Portugal no mercado e que levou até aos Países Nórdicos o Alentejo, Madeira e a região Centro para sessões de apresentação do Destino.

Novembro, 21 | Road Show Países Nórdicos Helsínquia

Roadshow promovido pela Delegação do Turismo de Portugal no mercado e que levou até

aos Países Nórdicos o Alentejo, Madeira e a região Centro para sessões de apresentação do Destino. Houve ainda a degustação de gastronomia alentejana pela mão do Chef João Mourato.

Novembro, 22 | Road Show Países Nórdicos Estocolmo

Roadshow promovido pela Delegação do Turismo de Portugal no mercado e que levou até aos Países Nórdicos o Alentejo, Madeira e a região Centro para sessões de apresentação do Destino. Houve ainda a degustação de gastronomia alentejana pela mão do Chef João Mourato.

Novembro, 23 | Road Show Países Nórdicos Oslo

Roadshow promovido pela Delegação do Turismo de Portugal no mercado e que levou até aos Países Nórdicos o Alentejo, Madeira e a região Centro para sessões de apresentação do Destino.

OUTROS MERCADOS E MULTIMERCADOS

CHINA

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Agosto 29 a 1 setembro | Visita e Inspeção Operador Intriq Journey | Elgin Xiao

Apoio a visita de inspeção do Operador Chinês Intriq Journey que passou por Évora.

POLÓNIA

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS

Outubro, 17 a 21 | Press Trip Maciej Rójewski, Nowa Turystyka, Magda Popek, Turystyka.wp.pl, Agnieszka Maciaszek, Interia.pl, Pawel Zapala, Zycie na goraco e TeleTydzień, Krzysztof Stypulkowski, National Geographic Travaleler e Marlena Kaczmarek, Turyści.pl

Organização de visita para dar a conhecer o destino nas vertentes da gastronomia, vinhos, touring e cultura.

JAPÃO

Maió, 22 a 25 | Fam Trip Operadores Japão (EdT Com Centro e Lisboa)

Fam Trip organizada pela Equipa do Turismo de Portugal no mercado e que passou também pelo Centro e Lisboa e trouxe 8 Agentes de Viagem do Segmento luxury. O programa passou por Évora, Vila Viçosa, Monsaraz, Elvas, Crato, Marvão e Castelo de Vide e tocou os associados: Hotel M'ar de Ar Aqueduto, Convento do Espinheiro, Ervideira, Herdade dos Delgados e Pousada do Crato.

ISRAEL

Fevereiro, 14 a 15 | IMTM Israel

Participação com balcão de destino na feira organizada pelo Turismo de Portugal. Participaram ainda Porto e Norte e Centro.

Fevereiro, 13 | Reviva Second floor - Portuguese Tourism Board - Event on February 13th (Israel)

Evento paralelo à IMTM e que contou com a apresentação do destino.

MULTIMERCADOS

1.2. OPERADORES TURÍSTICOS

Março, 1 a 3 | Hosted Buyers BTL

Participação na Hosted Buyers da BTL com a realização de reuniões com Operadores e jornalistas.

Junho, 12 e 19 | Exercício Força Aérea 12 e 19 de junho

Organizações de programas sociais para o eventos da Força Aérea em Beja. Passaram por Vila de Frades e Alqueva e tocaram os associados Alqueva Cruzeiros, Alentejo Break, Amieira Marina e Gerações da Talha.

4.1. APLICAÇÕES DIGITAIS

Todo o ano, Recolha de conteúdos digitais para as redes sociais - Nélsion Carvalheiro

Visita técnica com vista à recolha de conteúdos para uso nas redes sociais. Passou por Alcácer, Grândola, Sines, Vila Nova de Milfontes, Zambujeira do Mar, Marvão, Portalegre, Montargil, Ponte de Sor, Avis, Nisa e Castelo de Vide, Vidigueira, Évora, Monsaraz, Ervideira, Herdade do Sobroso, Évora Hotel, Monsaraz, Moura e Mourão e Monte da Estrela

Maio, 18 a 21 | José Mendes - Fotógrafo fromportugal.org

Visita técnica com vista à recolha de conteúdos e que passou pelo Gavião e Belver e tocou o associado Alamal River Club.

6.1. ORGANIZAÇÃO DE FAM TRIPS

Janeiro, 27 a 29 | Fam trip Portimar (Colaboradores a Portimar)

Reunião de colaboradores da Portimar que trouxe à zona de Beja 25 pessoas e que teve foco no Vila Galé Clube de Campo.

Fevereiro, 23 a 25 | Fam Trip Wine & Travel Week

Fam Trip realizada no contexto da Wine & Travel Week e que trouxe ao Alentejo 10 buyers de várias nacionalidades o programa passou Montemor-o-Novo, Vila de Frades, Monsaraz e Évora e tocou os associados: Companhia das Lezirias, L'and Winerys, Rota dos Vinhos do Alentejo, Quinta do Quetzal, Casa das Talhas, Ervideira, Moura Suits e Restaurante Dom Joaquim.

Março, 3 a 5 | Pos Tour BTL

Fam trip realizada no contexto da BTL e que trouxe ao Alentejo 15 buyers de várias nacionalidades. O programa passou por Évora, Monsaraz, Alqueva, Porto Covo, Vila de Frades e Santiago do Cacém tocando os associados: Restaurante Café Alentejo, Ervideira, Herdade dos Delgados, Alqueva Cruzeiros, Gerações da Talha, Octant Santiago do Cacém.

Novembro, 21 | ETOA | European Travel Marketplace | Asia-Pacific

Participação no Workshop Online com Operadores de Países Asiáticos e que contou com mais de 20 reuniões pré-agendadas.

8.1. ORGANIZAÇÃO DE PRESS TRIPS**Julho, 20 a Agosto, 1 | Apoio ao FIMM**

No âmbito do Festival Internacional de Música de Marvão apoiámos a vinda de uma equipa de vídeo da Hungria.

11.1. WORKSHOPS**Fevereiro, 21 e 22 | Workshop Wine Week Porto**

Participação com balcão de destino no espaço de Workshop da Wine & Travel Week com agenda de reuniões com os buyers.

Fevereiro, 28 | Visit Portugal Conference Lisboa

Participação na Conferencia Visit Portugal Conference Lisboa organizada pelo Turismo de Portugal.

PLANOS DE COMERCIALIZAÇÃO E VENDA

O período para apresentação de candidaturas no âmbito dos PCV's de 2023 decorreu até 31 de dezembro de 2022, tendo sido recebidas 45 candidaturas, 7 das quais em formato de projeto conjunto, envolvendo 68 associados, com um investimento elegível total de 964 758,75€, representando um crescimento de intenções de investimento de cerca de 21% face a 2022.

Das candidaturas inicialmente admitidas, 9 projetos foram cancelados por ausência de investimento ou por incumprimentos regulamentares. Representavam esses projetos os seguintes promotores: Alegretur Agência de Viagens e Turismo Lda, Associação de Produtores de Vinho de Talha, Birds & Nature Tours, Lda, Emviagem, S.A., Avizaqcu Team Center Lda, Great Destination - Sociedade de Turismo e Hotelaria, S.A., J. Portugal Ramos Vinhos S.A., Osiris Travel e Portugalsoul by Xtremewonder Unip, Lda.

Após análise dos relatórios finais, foi apurada uma execução total em rubricas elegíveis, ajustadas aos limites do tipo de projeto e ao investimento aprovado em fase de candidatura, de 638.625,45€, aguardando-se ainda alguns esclarecimentos dos promotores para validação final de elegibilidades. Registou-se ainda, fora das elegibilidades consideradas para efeitos de cofinanciamento, maioritariamente por ultrapassagem dos limites aprovados em fase de candidatura, um investimento adicional dos promotores de 63.164,98€.

Apurou-se assim uma execução de 144,48% da meta de investimento contratualizada com o Turismo de Portugal e 66,20% fase ao investimento inicial candidatado pelos promotores.

O quadro seguinte apresenta o resumo da execução que traduz, à data de produção do relatório, uma percentagem estimada de participação da despesa de investimento dos promotores de 34,61%:

PCV'S 2023

Resumo da análise de elegibilidade de despesas apresentadas nos relatórios finais:

N.º	Líder Operacional	Tipo de Projeto	N.º Associados	Outros promotores / Produto ou mercado diferenciador	TOTAL	Execução elegível + em análise	Não elegível
1	Alegretur Agência de Viagens e Turismo Lda	Individual	1		15 000,00	0,00	0,00
2	Jardim Majestic (Alentejo Marmoris)	Individual	1		15 000,00	15 000,00	5 430,70
3	Associação de Produtores de Vinho de Talha	Individual	1		15 000,00	0,00	0,00
4	Birds & Nature Tours, Lda.	Individual	1		15 000,00	0,00	0,00
5	Hotel de Charme Casa da Amieira Cerimónia Lda	Individual	1		15 000,00	5 416,16	278,60
6	Sociedade Agroturística Vinha do Campo, Lda	Individual	1		14 500,00	3 420,67	0,00
7	Companhia das Lezírias, SA	Individual	1		15 000,00	15 000,00	0,00
8	SPPTH, SA	Conjunto	4	Turaventur, Aventura e Turismo Lda; Pepe Aromas, Lda.; Fita Preta Vinhos, LDA;	80 000,00	80 000,00	10 730,48
9	Stamina Unique Hotels S.A.	Conjunto	4	Quinta de Santo António do Espinheiro, Unipessoal, Lda; Sousa & Tavares S.A.; Luxury on Two Wheels	80 000,00	52 592,25	485,77
11	Emviagem, S.A.	Individual	1		15 000,00	0,00	0,00
12	A Essência do Meio, Lda	Individual	1		1 200,00	975,61	0,00
13	Heaven Inn Suites & Terrace	Individual	1		14 565,00	6 879,49	438,50
14	Avizaqcu Team Center Lda	Individual	1		15 000,00	0,00	0,00
15	Herdade da Malhadinha Nova SA	Individual	1		15 000,00	15 000,00	13 020,09
16	Bica da Matinha - Agroturismo Lda	Individual	1		12 350,00	6 817,06	0,00
17	Herdade do Rocim	Individual	1		11 020,00	1 769,67	0,00
18	Touril Agroturismo, Lda	Individual	1		15 000,00	11 520,00	0,00
19	HIGHSUN Tourism Experiences	Individual	1		15 000,00	8 976,18	545,17
20	Honrado Vineyards LDA	Individual	1		15 000,00	10 270,00	0,00
21	Hotel Pallas, LDA - Hotel Dom Luis Elvas	Individual	1		15 000,00	5 518,33	0,00
22	Great Destination - Sociedade de Turismo e Hotelaria, S.A.	Individual	1		11 250,00	0,00	0,00
23	J. Portugal Ramos Vinhos S.A.	Individual	1		15 000,00	0,00	0,00
24	OAK, Unipessoal, LDA	Individual	1		15 000,00	15 000,00	1 570,02
25	M'Ar de Ar Muralhas	Conjunto	4	Évora Hotel, Hotel Riviera, M'Ar de Ar Aqueduto	80 000,00	67 955,85	2 613,98
26	Wynandus M. Albertus Riemslog	Individual	1		4 300,00	4 051,80	0,00
27	Guipasil - Gestão de Imóveis Lda/Monte do Giestal	Individual	1		10 710,00	5 578,65	3 225,44
28	R. G. Lopes Lda	Individual	1		14 400,00	9 324,84	0,00
29	Movijovem - Pousada de Juventude de Évora	Conjunto	3	Pousada de Juventude de Almogrove, Pousada de Juventude de Beja	11 801,00	7 752,48	0,00
30	OSIRIS TRAVEL	Individual	1		15 000,00	0,00	0,00
31	Grupo Pestana Pousadas/Pousadas de Portugal	Conjunto	7	Pousadas associadas	68 400,00	48 872,92	0,00
32	PORTUGALSOUl by Xtremewonder Unip, Lda	Individual	1		14 800,00	0,00	0,00
33	Sistemas de Ar Livre Lda	Individual	1		15 000,00	3 109,50	0,00
34	Sublime Stay Lda	Individual	1		15 000,00	14 579,88	0,00
35	Surf in Comporta Lda	Individual	1		5 462,75	3 918,37	0,00

36	New TempoVip LDA	Individual	1		15 000,00	14 692,98	0,00
37	Tiger Team Lda	Individual	1		15 000,00	5 218,46	0,00
38	Torre de Palma. Lda	Individual	1		15 000,00	15 000,00	2 649,47
39	CHT - Casino Hotel Tróia	Individual	1		12 500,00	12 500,00	1 716,13
40	Aqualuz Troia - Exploracao Hoteleira e Imobiliaria SA	Conjunto	4	Golf Time - Golfe e Investimentos Turisticos, SA; Troiaresort - Investimentos Turisticos, SA; Marina de Tróia, SA;	80 000,00	79 938,00	0,00
41	Upstream - Valorização do Território, S.A.	Individual	1		15 000,00	1 741,29	0,00
42	Vila Galé Évora Investimentos Turísticos e Imobiliários S.A	Conjunto	4	Vila Galé Évora, Vila Galé Clube de Campo, Vila Galé Collection Elvas, Vila Galé Collection Alter Real	54 500,00	54 500,00	4 029,32
43	Greenarea Investimentos Imobiliários, S.A	Individual	1		15 000,00	15 000,00	10 000,00
44	São Lourenço do Barrocal S.A.	Individual	1		15 000,00	15 000,00	4 903,51
45	Colmo, Lda	Individual	1		15 000,00	3 455,00	1 527,80
			68		964 758,75	638 625,45	63 164,98

Plafond 221 000,00
 % inicial estimada de
 comparticipação 23,27%
 % estimada de comparti-
 cipação após análise de RF 34,61%

INDICADORES DE RESULTADO, AVALIAÇÃO QUALITATIVA E RELATÓRIOS DE PROGRESSO E FINAL

Incremento da representatividade empresarial:

Durante 2023 registou-se a adesão de 34 novas empresas, o que significou que a captação de novos associados neste ano, face ao número total de associados de 2022, representou 12,88%, ultrapassando-se, por isso, o objetivo de conseguir mais 10% de associados definido no Plano de 2023.

Os novos associados distribuíram-se pelas seguintes tipologias:

- 3 Agências de Viagens / DMC's,
- 2 Alojamentos Locais,
- 5 empresas de animação turística,
- 3 enoturismos,
- 2 equipamentos de animação,
- 5 unidades hoteleiras,
- 2 empresas de hotel management,
- 1 organizador de eventos e congressos,

2 restaurantes,

7 unidades de Turismo em Espaço Rural

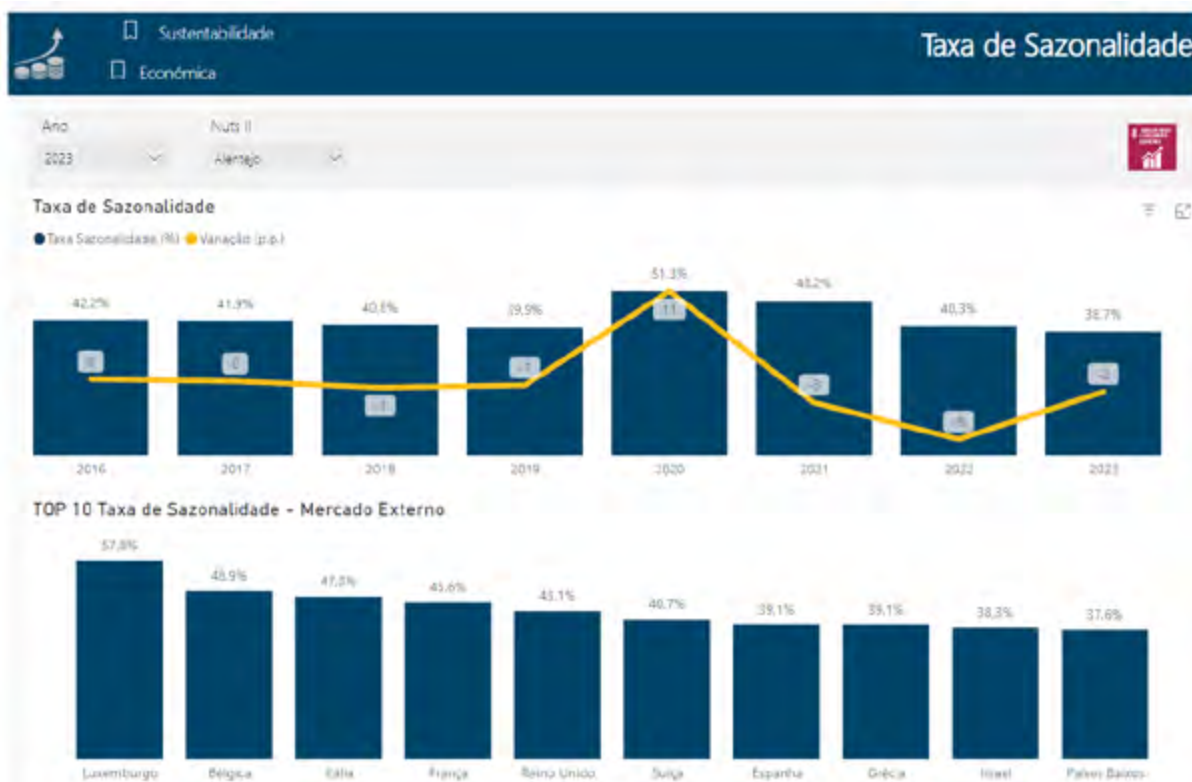
2 unidades de Turismo de Habitação.

Destes novos associados 9 têm sede na NUT III Alentejo Central, 8 no Alentejo Litoral, 5 no Baixo Alentejo, 2 no Alto Alentejo, 3 na Lezíria do Tejo e 7 fora da área promocional Alentejo, ainda que aqui desenvolvam atividade.

Objetivos percentuais / ano de redução da sazonalidade e de crescimento em receitas;

Não sendo possível desagregar os objetivos destes indicadores por mercado nacional e internacional e uma vez que a ARPTA apenas intervém no plano internacional, declaramos que as metas propostas são influenciadas por externalidades sobre as quais não temos competências.

Ainda assim, verificando os resultados do ano, concluímos que essas metas foram claramente ultrapassadas, uma vez que, perante a estimativa de crescimento das receitas em 16%, estas cresceram, globalmente, 16,7% face a 2022. No que respeita à taxa de sazonalidade, face à estimativa de redução para 42%, foi alcançado o valor de 38,7%.



Avaliação crítica da eficácia e do retorno do investimento realizado em cada mercado, face ao desempenho desses mercados na respetiva região.

A avaliação crítica da eficácia e do retorno do investimento realizado encontra-se já plasmada nos capítulos relativos aos respetivos mercados, nos quais efetuamos a avaliação do desempenho face à capacidade de investimento e às ações desenvolvidas em cada um dos mercados.

ACOMPANHAMENTO AOS ASSOCIADOS

Durante o ano 2023 a ARPTA teve a oportunidade no seu trabalho de acompanhamento aos associados de reunir individualmente com 177 empresas, o que nos permitiu compreender melhor as suas necessidades e desafios,

bem como identificar oportunidades de colaboração.

No começo do ano 2023 elaboramos uma agenda clara com os temas a serem discutidos durante cada reunião e estabelecemos objetivos específicos que desejamos alcançar:

Destacar a importância da colaboração entre os associados da ARPTA para promover o desenvolvimento sustentável do turismo no Alentejo.

Incentivar os empresários a partilhar ideias, recursos e boas práticas para impulsionar a indústria turística da região.

Consideramos importante que os empreendedores turísticos de sucesso do Alentejo partilhem as suas experiências e histórias de sucesso num encontro, pois isso irá inspirar outros empresários e dar-lhes ideias sobre como melhorar os seus próprios negócios.

Discutimos com eles os desafios específicos enfrentados pelos empresários do turismo no Alentejo, tais como a sazonalidade turística, a conectividade, a promoção e a concorrência. Procurámos facilitar oportunidades de networking entre empreendedores de turismo para encorajar a colaboração e a criação de redes de apoio.

Após cada reunião, a ARPTA fizemos o acompanhamento com os participantes para consolidar os acordos e ações planeadas durante a sessão. Isto garante que as iniciativas propostas são implementadas e que o impulso gerado durante a reunião é mantido.

Os empresários do setor do turismo no Alentejo enfrentam uma série de desafios e necessidades que devem ser abordados para promover o crescimento sustentável e bem-sucedido da indústria. Algumas dessas necessidades incluem:

Acesso ao financiamento:

Muitos empresários do sector necessitam de acesso ao financiamento para iniciar ou expandir os seus negócios, melhorar as infraestruturas turísticas ou investir em marketing e promoção. É importante que esta informação esteja perto deles.

Formação:

A formação é essencial para melhorar a qualidade do serviço ao cliente, bem como para promover a inovação e a sustentabilidade no sector. Os empresários podem precisar de programas de formação em áreas como gestão hoteleira, marketing digital, línguas estrangeiras e práticas sustentáveis.

Promoção e marketing:

Muitos empresários podem necessitar de apoio para promover os seus negócios e destinos turísticos a nível nacional e internacional. Isto pode incluir assistência no desenvolvimento de estratégias de marketing, participa-

ção em feiras comerciais e eventos turísticos e utilização eficaz de plataformas digitais e redes sociais.

Infraestrutura turística:

Melhorar a infraestrutura turística é essencial para atrair e reter visitantes. Isto pode incluir investimentos em transportes, estradas, aeroportos, portos, sinalização turística, centros de visitantes e outros serviços e instalações turísticas.

Apoio à sustentabilidade:

Muitos empresários do turismo estão interessados em adotar práticas sustentáveis, mas podem precisar de apoio para implementar medidas concretas, como a redução de resíduos, a eficiência energética, a conservação da água e a promoção do turismo responsável.

Adaptação às tendências do mercado:

Os empresários do Alentejo precisam de estar conscientes das tendências dos mercados emergentes, como o turismo sustentável, o turismo de experiência, o turismo gastronómico e o turismo digital, e adaptar os seus negócios em conformidade para se manterem competitivos.

A resposta a estas necessidades pode ajudar a fortalecer o setor do turismo em Portugal, impulsionar a economia e promover o desenvolvimento sustentável em todo o país.

Continuou-se a verificar, tal como tinha acontecido nos anos anteriores, uma dinâmica muito interessante de novas adesões de associados, tendo sido concretizadas 34 novas admissões:

APVT - Associação de Produtores de Vinho de Talha, Adega Cooperativa da Vidigueira, Cuba e Alvito, CRL (Casa das Talhas - Enoturismo), Histórias e Enredos, Turismo e Eventos, Lda (Casa do Forno), Mainova Sociedade Agrícola, Lda, Investaureum, Lda, Sociedade Agrícola Monte da Corça Nova (Monte da Corça Nova),

Vanessa Lima, Unipessoal, Lda (Sea Life Lovers), Dias no Alentejo, Lda (Casa Az-Zagal), Clux Comporta Golf, Unipessoal, Lda (Terras da Comporta, Dunas Golf Course), Urban Safari Lda (The Noble House), Unlock Thoughts, S.A., Influentranquility Unipessoal, Lda (AlmaLusa Comporta), Slowly com Vagar, Lda, Herdade de Montalvo Turismo e Lazer S.A. (por troca com o desvinculado associado 275), Vermelho Mio, Unipessoal, Lda (Hotel Vermelho Melides), In-Gamba, Sociedade Unipessoal, Lda, Dijupatur Lda (À Espera Turismo Rural), Investlux - Investimentos Turísticos Lda (Wabisabi Alentejo), Onivest Land - Investimentos Agrícolas, Lda, Alessandra Eliza Mendes Bueno Wozniak (Let's Go Wine), Destinos Palacianos, Lda (Quinta do Louredo) com as valências de TER e Organização de Eventos e Congressos, Tradições e Sabores Únicos Lda (Manjedoura Restaurante Bar), Salvaterra Country House S.A.(Salvaterra Country House & Spa por desvinculação da Onivest Land - Investimentos Agrícolas), Top Atlântico DMC - Viagens e Turismo, S.A., Lamelas e Moura Lda (Restaurante Lamelas), DESMOR, EM, S.A., SIVA - Sociedade da Várzea da Ourada, S.A. (Hotel Convento de São Paulo), André Tours Viagens e Turismo, Lda, Vale da Rosa - Sociedade Turística Lda, Mercan Property Original S.A.(Hilton Garden Inn Évora), Perspectivaromantica Unipessoal, Lda (Lilases Boutique Hotel & Garden), Prime Emotions Unipessoal, Lda e Boot Alive Unipessoal, Lda (Setúbal Alive).

Aconteceram também algumas desvinculações, fruto das normais dinâmicas de mercado, tendo a composição da massa associativa, no saldo entre novas admissões e desvinculações, aumentado em 24 associados, atingindo o número total de 288 no final do ano.

EXECUÇÃO ORÇAMENTAL

Em 2023 deu-se continuidade à estratégia iniciada em 2020 no que diz respeito ao esforço de regularização de situações transitadas de anos anteriores, sobretudo relacionadas com projetos cofinanciados, mas também no que respeita à relação com os associados.

A tónica não esteve tanto assente na apresentação de pedidos de pagamento, uma vez que apenas foi apresentado o pedido de pagamento final do projeto SIAC – An International Tourist Destination (FEDER 000050), tendo antes havido a expectativa de regularização de todos os projetos com valores pendentes de recebimento, algo que não se veio a concretizar na totalidade.

Apesar do Turismo de Portugal ter, mais uma vez, dado sequência à libertação atempada das transferências da contratualização, a não publicação de avisos no âmbito do Portugal 2030 não permitiu o acesso a financiamentos adicionais fundamentais para a execução da atividade promocional que tinha sido inscrita no Plano de Atividades, tendo por isso, 2023, sido um ano com um dos orçamentos mais baixos do passado recente.

Esta situação foi ainda mais penalizadora se atentarmos ao facto de, na maioria dos projetos recentes cofinanciados por fundos comunitários, ter sido possível imputar custos com pessoal afeto a esses projetos, o que libertava parte da capacidade de autofinanciamento para a realização de mais ações promocionais, algo que não aconteceu em 2023.

Certos de que a inércia não é opção quando se trabalha a notoriedade de marcas, destinos e produtos nos mercados externos, decidiu-se manter uma intervenção promocional tática, prudente mas também exigente, atenta a oportunidades de contexto dos mercados e de maximização do aproveitamento de financiamentos, executando diferimentos e saldos de

exercícios de anos anteriores, para manter uma cadência promocional dentro de níveis aceitáveis para o que é exigido num destino que tem em vindo a demonstrar um comportamento incessante de ascensão, em novas ofertas, em dormidas e em receitas e com isso contribuído de forma muito importante para a economia regional e nacional.

A contratualização de um Plano Extraordinário com o Turismo de Portugal, com uma incidência aproximada de 189.900€ de financiamento em 2023, permitiu colmatar a inexistência de projetos cofinanciados por fundos comunitários e realizar um conjunto de iniciativas de grande importância para o destino e para o país, de que são exemplo os Congressos da Selectair, Europamundo e ADAC e ainda um grande evento com a ACTA no nosso território. Este Plano Extraordinário vigorará ainda em 2024, com um orçamento a executar, diferido de 2023, de cerca de 135.000€.

Este financiamento extraordinário, contratualizado já no último trimestre do ano, permitiu um melhor aproveitamento das verbas da contratualização, nas quais foi possível integrar parte das despesas com assessorias de comunicação e PR nos mercados do Benelux, Brasil, Espanha, EUA e Canadá, aumentando-se assim a dotação, abrangência e intensidade dessas ações, que não foi possível executar cabalmente em 2023 e que, por isso, desde logo planeámos executar em 2024, maioritariamente através de apresentações e workshops direcionadas a esses mercados.

Essa reprogramação resultará no diferimento de 50% do valor que transita do diferimento de 2022 para 2024, num montante aproximado de 52.590€.

Nota ainda merece a recuperação de cerca de 20.000€ de proveitos de quotas já reconhecidas em imparidades, o que permitiu, paralelamente a um aumento da massa associativa superior a 10%, que detalharemos de seguida, e à consequente maior capacidade de ge-

ração de receitas próprias, concluir 2023 com resultado positivo e um reforço importante dos fundos patrimoniais da ARPTA.

Também devemos reforçar que, para além do Plano de Promoção Externa do Alentejo, onde se inscrevem os Planos de Comercialização e Vendas, descritos em capítulo próprio do Relatório de Gerência, o Plano de Marketing Alentejo 2023 integrou dois projetos desenvolvidos no âmbito do Portugal Events: a Air Canada & United Airlines Race 2023 e a ICCA Iberian & Mediterranean Annual Chapter meeting 2023.

Ainda que não tenhamos tido, como já o referimos, em dois mil e vinte e três, projetos em desenvolvimento enquadrados em fundos comunitários, por estarmos em período de transição entre quadros e ainda não terem sido publicados avisos aos quais pudéssemos concorrer, foram recebidas as seguintes transferências correspondentes a projetos desenvolvidos em anos anteriores:

COMPETE 2020 e ALENTEJO 2020 / PORTUGAL 2020 / FEDER

1. PROJETOS CONJUNTOS – Internacionalização POCI-02-0752-FEDER-000042

Deste projeto, desenvolvido entre 2015 e 2016, foi recebido, em fevereiro de 2023, o acerto final de encerramento no montante de 97,68€.

2. PROJETOS CONJUNTOS – Internacionalização POCI-02-0752-FEDER-026512

Deste projeto, desenvolvido entre 2017 e 2018, foi recebido, em outubro de 2023, o acerto final de encerramento no montante de 5.294,09€.

ALENTEJO 2020 / PORTUGAL 2020 / FEDER

3. ALENTEJO – AN INTERNATIONAL TOURIST DESTINATION

Deste projeto, iniciado em 2021 e que se estendeu até dezembro de 2022, foi recebido o reembolso de 51.331,27€ em junho de 2023, correspondente ao 14º pedido de pagamento, apresentado no formato de reembolso final em março de 2023. Aguarda-se o encerramento do projeto por parte do PO e recebimento dos acertos e montantes finais retidos.

4. OUTROS

Transitam também para 2024 os acertos e reembolsos finais dos pedidos de pagamento apresentados no âmbito dos projetos Internacionalização dos Recursos Silvestres 2020 (FEDER 000037), Promoção e Internacionalização dos Equipamentos e Recursos Culturais de Évora e do Alentejo (FEDER 000024), do projeto GO2MÉRTOLA! (FEDER 000071) bem como do projeto Internacionalização do Potencial dos Recursos Naturais do Alentejo e do Sudoeste Alentejano para o Turismo Activo (FEDER 000022). Destes dois últimos, foram registadas já em fevereiro de 2024 transferências do PO que serão reportadas no relatório desse ano.

Conta da Gerência

CONTA DE GERÊNCIA

ANÁLISE ECONÓMICA E FINANCEIRA

O Resultado Líquido Positivo, apurado no final deste ano, é de 51.462,73 € positivos, contribuindo dessa forma para um aumento dos fundos patrimoniais da Agência.

Numa análise comparativa, verificamos que o resultado apresenta valores idênticos aos apresentados no ano anterior.

É fundamental continuar na linha da exigência de gestão económica e financeira, tanto mais necessária para enfrentar o difícil contexto económico e financeiro que enfrentamos.

Dos gastos, destacamos a componente Fornecimentos e Serviços Externos, representando cerca de 76% do total de gastos, praticamente igual ao ano anterior.

Os restantes gastos são compostos pelos gastos com o pessoal, com cerca de 16%, e a rubrica de outros gastos e perdas, representando cerca de 7%.

Apesar de ligeira, com exceção dos gastos com pessoal, salientamos a descida da quase totalidade de gastos e ganhos em 2023, face a 2022.

Nas restantes componentes dos gastos, podemos observar uma semelhança na distribuição dos mesmos em relação ao ano anterior, resultado da continuidade da política de gestão económica imprimida na dinâmica quotidiana.

Ao nível da estrutura dos ganhos, destacamos os subsídios à exploração

representando cerca de 78% do seu total (76% em 2022) e dos outros ganhos, repre-

sentando cerca de 19% do total dos ganhos (23% em 2022).

Os ganhos dos subsídios são valores que resultam das candidaturas aprovadas em instâncias próprias e do reconhecimento contabilístico dos rendimentos associados. Para este ganho, concorre sobretudo o ritmo de apresentação dos respetivos pedidos de pagamento e têm, na sua essência, origem em fundos comunitários no âmbito de candidaturas apresentadas e enquadradas na estratégia de promoção da Agência.

Ao nível dos indicadores financeiros, salientamos a solvabilidade e a autonomia financeira, cujos valores se apresentam praticamente iguais aos valores do ano anterior.

O rácio de solvabilidade, que indica a proporção relativa dos ativos da empresa financiados pelos fundos patrimoniais, apresenta em 2023 o valor de 33,32% contra 33,31% do ano anterior.

A autonomia financeira, que representa a maior ou menor capacidade de uma entidade de fazer face aos seus compromissos financeiros através dos seus fundos patrimoniais, apresenta um valor de 24,99% contra 24,98% do ano anterior.

Os Fundos Patrimoniais são constituídos pelos resultados transitados e por reservas.

FACTOS RELEVANTES OCORRIDOS APÓS O TERMO DO EXERCÍCIO

Não são conhecidos, à data, outros eventos subsequentes com impacto nas demonstrações financeiras a 31 de dezembro de 2023.

PROPOSTA DE APLICAÇÃO DE RESULTADOS

Propõe-se que o Resultado Líquido do Exercício de 2023, no montante de 51.462,73 € positivos, seja transferido para Resultados Transitados.

EVOLUÇÃO PREVISÍVEL DA ENTIDADE

A Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo – Turismo do Alentejo continuará no futuro a desenvolver as iniciativas de promoção da região, quer no âmbito da contratualização da Promoção Externa com o Turismo de Portugal, quer no âmbito de projetos financiados por outros instrumentos de financiamento, de que são exemplo os apoios do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, Alentejo 2030 / Portugal 2030.

O trabalho em conjunto com os associados, e o constante envolvimento destes na execução das ações, são metas permanentes para o futuro e fatores fundamentais para a afirmação do Alentejo enquanto destino turístico nos mercados internacionais.

Demonstrações Financeiras

BALANÇO INDIVIDUAL EM 31 DE DEZEMBRO DE 2023

Activo	Notas	EXERCÍCIOS	
		2023	2022
		31/dez/2023	31/dez/2022
Activo não corrente			
Activos fixos tangíveis	5	346,62	333,25
Outros investimentos financeiros		2.000,00	2.000,00
Total do activo não corrente		2.346,62	2.333,25
Activo corrente			
Créditos a receber	7	248.226,31	130.785,70
Outros activos correntes	7	171.113,52	169.079,14
Caixa e depósitos bancários	4 / 7	1.327.819,69	970.068,48
Total do activo corrente		1.747.159,52	1.269.933,32
Total do activo		1.749.506,14	1.272.266,57
Fundos Patrimoniais e Passivo			
Fundos Patrimoniais			
Reservas legais	7	33.851,24	33.851,24
Resultados transitados	7	351.915,90	250.133,23
Resultado liquido do periodo		51.462,73	33.882,97
Total do fundo patrimonial		437.229,87	317.867,44
Passivo			
Passivo corrente			
Fornecedores	7	154.370,90	109.627,03
Estado e outros entes públicos	7	67.279,57	40.771,08
Diferimentos	7	52.590,00	105.180,00
Outras dívidas a pagar	7	1.038.035,80	698.821,02
Total do passivo		1.312.276,27	954.399,13
Total do capital próprio e do passivo		1.749.506,14	1.272.266,57

Grândola, 12 de Março de 2024

O Contabilista Certificado (Membro da OCC nº 44556)

A Direcção

**DEMONSTRAÇÃO INDIVIDUAL DOS RESULTADOS POR NATUREZAS NO PERÍODO FINDO EM
31 DE DEZEMBRO DE 2023**

	Notas	EXERCÍCIOS	
		2023	2022
Rendimentos e Gastos			
Vendas e serviços prestados	6	44.219,98	5.599,99
Subsídios, doações e legados à exploração	6	1.198.100,16	1.220.311,81
Fornecimentos e serviços externos	9	-1.131.500,08	-1.141.950,85
Gastos com o pessoal	8	-239.846,21	-228.435,30
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	7	0,00	-80.563,80
Outros rendimentos	6	288.348,79	376.777,74
Outros gastos	10	-107.317,81	-117.075,13
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamentos e impostos		52.004,83	34.664,46
Gastos/reversões de depreciação e de amortização	5	-506,63	-600,74
Resultado operacional (antes de financiamento e impostos)		51.498,20	34.063,72
Juros e gastos similares suportados		-35,47	-180,75
Resultado antes de impostos		51.462,73	33.882,97
Imposto sobre o rendimento do período		0,00	0,00
Resultado líquido do período		51.462,73	33.882,97

Grândola, 12 de Março de 2024

O Contabilista Certificado (Membro da OCC nº 44556)

A Direcção

DEMONSTRAÇÃO INDIVIDUAL DE FLUXOS DE CAIXA NO PERÍODO FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2023

		Exercícios	
		2023	2022
FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES OPERACIONAIS - MÉTODO DIRECTO	Notas		
Recebimentos de Clientes e Utentes	7	186.064,81	179.880,84
Pagamentos a Fornecedores	7	-1.164.235,30	-1.304.694,48
Pagamentos ao Pessoal	8	-223.948,58	-207.208,57
Fluxo gerado pelas operações		-1.202.119,07	-1.332.022,21
Recebimento do imposto sobre o rendimento			
Pagamento do imposto sobre o rendimento			
Recebimentos operacionais - subsídios		1.688.763,28	1.595.315,10
Pagamentos operacionais - apoios		-113.885,65	45.039,97
Outros recebimentos/pagamentos relativos à actividade operacional		-15.007,35	-11.033,62
Fluxos de caixa das actividades operacionais (1)		357.751,21	297.299,24
FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES DE INVESTIMENTO			
Pagamentos respeitantes a:			
Activos fixos tangíveis		0,00	0,00
Subtotal		0,00	0,00
Fluxo das actividades de investimento (2)		0,00	0,00
FLUXOS DE CAIXA DAS ACTIVIDADES DE FINANCIAMENTO			
Recebimentos provenientes de:			
Financiamentos obtidos		10.000,00	20.000,00
Subtotal		10.000,00	20.000,00
Pagamentos respeitantes a:			
Financiamentos obtidos		-10.000,00	-20.000,00
Juros e gastos similares		0,00	-760,64
Subtotal		-10.000,00	-20.760,64
Fluxo das actividades de financiamento (3)		0,00	-760,64
Varição de caixa e seus equivalentes (1+2+3)		357.751,21	296.538,60
Efeitos das diferenças de câmbio		0,00	
Caixa e seus equivalentes no início do período	4 / 7	970.068,48	673.529,88
Caixa e seus equivalentes no fim do período	4 / 7	1.327.819,69	970.068,48

Grândola, 12 de Março de 2024

O Contabilista Certificado (Membro da OCC nº 44556)

A Direcção

ARPTA Anexo 2023

1 – IDENTIFICAÇÃO DA ENTIDADE:

1.1 – Designação - **Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo - Turismo do Alentejo**

1.2 - Sede: Rua Dr. Manuel Batista Reis, nº 6, r/ch, Grândola

1.3 - Natureza da atividade: Associação de direito privado sem fins lucrativos

1.4 – Escritura no 22º Cartório Notarial de Lisboa em 18 de Março de 2004. e publicada no Diário de República, III Série, Nº 119 em 21 de Maio de 2004.

1.5 – Capital Social, inicial de 0€

1.6 – Atividade principal com o CAE 94995 – outras atividades associativas.

2 – REFERENCIAL CONTABILÍSTICO DE PREPARAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS:

2.1 – Referencial contabilístico adotado

- a) As demonstrações financeiras anexas foram preparadas no quadro das disposições em vigor em Portugal, vertidas no Decreto-Lei nº 158/2009, de 13 de Julho, com as alterações previstas no DL 98/2015, de 2 de Junho, e de acordo com o modelo contabilístico para as entidades do setor não lucrativo, aprovado pelo Decreto-Lei Nº 26-A/2011 de 9/3.
- b) Instrumentos legais da NCRF-ESNL:
 - Portaria nº 220/2015 de 24/7, modelos de demonstrações financeiras;
 - Portaria nº 218/2015 de 23/7, código das contas;
 - Aviso nº 8259/2015 de 14/3, NCRF-ESNL.

2.2 - Indicação e justificação das disposições do SNC que, em casos excepcionais, tenham sido derogadas e dos respetivos efeitos nas demonstrações financeiras, tendo em vista a necessidade de estas darem uma imagem verdadeira e apropriada do ativo, do passivo e dos resultados da entidade.

- a) No presente exercício não foram derogadas quaisquer disposições do SNC – ESNL.

2.3 - Indicação e comentário das contas do Balanço e da demonstração dos resultados cujos conteúdos não sejam comparáveis com os do exercício anterior.

- a) Os valores constantes das demonstrações financeiras do período findo em 31 de dezembro de 2023 são comparáveis em todos os aspetos significativos com os valores do exercício de 2022.

3 – PRINCIPAIS POLITICAS CONTABILISTICAS:

3.1 - Bases de mensuração usadas na preparação das demonstrações financeiras:

ATIVOS FIXOS TANGÍVEIS (NCRF-7)

Os ativos fixos tangíveis adquiridos encontram-se registados ao custo de aquisição, deduzido das correspondentes depreciações e das perdas por imparidade acumuladas, de acordo com a NCRF-ESNL.

As depreciações são calculadas, após a data em que os bens estejam disponíveis para serem utilizados, pelo método da linha reta em conformidade com o período de vida útil estimado para cada grupo de bens.

As taxas de depreciação utilizadas correspondem aos seguintes períodos de vida útil estimada:

Equipamento básico:	10 Anos
Equipamento administrativo:	3 a 8 Anos
Outros ativos fixos tangíveis:	5 Anos

As despesas de conservação e reparação que não aumentem a vida útil dos ativos nem resultem em melhorias ou melhorias significativas nos elementos dos ativos fixos tangíveis são registadas como gastos do exercício em que ocorrem.

Os ativos fixos tangíveis em curso representam imobilizado ainda em fase de construção, encontrando-se registados ao custo de aquisição deduzido de eventuais perdas de imparidade. Estes ativos fixos tangíveis são depreciados a partir do momento em que os ativos subjacentes estejam disponíveis para uso e nas condições necessárias para operar de acordo com o pretendido pela gestão.

As mais ou menos-valias resultantes da venda ou abate do ativo fixo tangível são determinadas como a diferença entre o preço de venda e o valor líquido contabilístico na data de alienação ou abate, sendo registadas na Demonstração dos resultados nas rubricas Outros rendimentos ou Outros gastos.

IMPARIDADE DE ATIVOS. (NCRF-12)

À data do Balanço é efetuada uma avaliação da existência objetiva de imparidades das quais resulte, nomeadamente, um impacto adverso decorrente de eventos ou alterações de circunstâncias que indiquem que o valor pelo qual os ativos se encontram reconhecidos possa não ser recuperável.

Sempre que a quantia escriturada do ativo for superior à sua quantia recuperável, deve ser reconhecida uma perda por imparidade, registada de imediato na Demonstração dos resultados na rubrica de Perdas por imparidade.

Para efeitos do reconhecimento contabilístico de imparidades referentes a créditos de cobrança duvidosa, de acordo com os normativos da associação, são considerados créditos normais, sem risco de cobrabilidade, os que estiveram em mora até 24 meses. Sem prejuízo de outro tipo de avaliação da cobrabilidade dos créditos detidos, se apenas a mora for considerada para eventual constituição de imparidade, considera-se que apenas serão de cobrança duvidosa os crédito com mora superior a 24 meses.

A reversão de perdas por imparidade, reconhecidas em exercícios anteriores, é registada quando há evidências de que estas perdas já não existem ou diminuíram, sendo reconhecida na Demonstração dos resultados, na rubrica de Reversões de perdas por imparidade, e efetuada até ao limite da quantia que estaria reconhecida, caso a perda não tivesse sido registada.

RÉDITO (NCRF 20)

O rédito é valorizado pelo justo valor da contraprestação recebida ou a receber.

O rédito associado com uma transação que envolva prestação de serviços é reconhecido quando o desfecho dessa transação possa ser fiavelmente estimado.

O rédito proveniente das quotizações é considerado como Outros rendimentos suplementares.

O rédito de juros é reconhecido, utilizando o método do juro efetivo, desde que seja provável que benefícios económicos fluam para a Entidade e o seu montante possa ser valorizado com fiabilidade.

No reconhecimento do rédito dos subsídios e apoios à exploração foi utilizado o princípio de especialização dos exercícios. São reconhecidos na Demonstração dos resultados na proporção dos

gastos suportados e de acordo com a taxa de comparticipação dos mesmos, caso exista, ou com base noutra critério que se considere adequado, no caso de não estar definida uma taxa de comparticipação.

PROVISÕES, PASSIVOS CONTINGENTES E ACTIVOS CONTINGENTES (NCRF 21)

As provisões são reconhecidas quando, e somente quando, a Entidade tem uma obrigação presente (legal ou implícita) resultante de um evento passado, e seja provável que, para a resolução dessa obrigação, ocorra uma saída de recursos e o montante da obrigação possa ser razoavelmente estimado.

As provisões são revistas na data de cada Balanço e são ajustadas de modo a refletir a melhor estimativa a essa data, tendo em consideração os riscos e incertezas inerentes a tais estimativas.

O montante reconhecido de provisões consiste no valor presente da melhor estimativa na data de relato dos recursos necessários para liquidar a obrigação. A estimativa é determinada de acordo com os riscos e incertezas associados à obrigação.

As obrigações presentes que resultam de contratos onerosos são valorizadas e registadas como provisões. Existe um contrato oneroso quando a Entidade é parte integrante das disposições de um contrato ou acordo, cujo cumprimento tem associados gastos que não é possível evitar, os quais excedem os benefícios económicos derivados do mesmo.

Os passivos contingentes não são reconhecidos nas demonstrações financeiras, sendo divulgados sempre que a possibilidade de existir uma saída de recursos englobando benefícios económicos não seja remota. Os ativos contingentes não são reconhecidos nas demonstrações financeiras, sendo divulgados quando for provável a existência de um influxo económico futuro de recursos.

SUBSÍDIOS DO GOVERNO E APOIOS DO GOVERNO (NCRF 22)

Os subsídios governamentais, incluindo os não monetários pelo justo valor, são reconhecidos quando existe segurança de que sejam recebidos e cumpridas as condições exigidas para a sua concessão.

Os subsídios à exploração são reconhecidos na Demonstração dos resultados na parte proporcional dos gastos suportados.

INSTRUMENTOS FINANCEIROS (NCRF 27)

Os instrumentos financeiros encontram-se valorizados de acordo com os seguintes critérios:

Clientes e outras dívidas de terceiros

As dívidas de clientes ou de outros terceiros são registadas pelo seu valor nominal dado que não vencem juros e o efeito do desconto é considerado imaterial.

Fornecedores e outras dívidas a terceiros

As dívidas a fornecedores ou a outros terceiros são registadas pelo seu valor nominal dado que não vencem juros e o efeito do desconto é considerado imaterial.

Periodizações

As transações são contabilisticamente reconhecidas quando são geradas, independentemente do momento em que são recebidas ou pagas. As diferenças entre os montantes recebidos e pagos e os correspondentes rendimentos e gastos são registados nas rubricas Outras contas a receber e a pagar e Diferimentos.

Caixa e Depósitos bancários

Os montantes incluídos na rubrica caixa e seus equivalentes correspondem aos valores em caixa e depósitos bancários, ambos imediatamente realizáveis e sem perda de valor.

BENEFÍCIOS DOS EMPREGADOS (NCRF 28)

A Entidade atribui os seguintes benefícios aos empregados:

- Benefícios a curto prazo: incluem ordenados, salários e contribuições para a segurança social. Estes benefícios são contabilizados no mesmo período temporal em que o empregado prestou o serviço.

3.2 - Juízos de valor (excetuando os que envolvem estimativas) que o órgão de gestão fez no processo de aplicação das políticas contabilísticas e que tiveram maior impacte nas quantias reconhecidas nas demonstrações financeiras:

Na preparação das Demonstrações financeiras, a Direção baseou-se no melhor conhecimento e na experiência de eventos passados e/ou correntes, considerando determinados pressupostos relativos a eventos futuros.

3.3 - Principais fontes de incerteza das estimativas (envolvendo risco significativo de provocar ajustamento material nas quantias escrituradas de ativos e passivos durante o ano financeiro seguinte):

As estimativas são baseadas no melhor conhecimento existente em cada momento e nas ações que se planeiam realizar, sendo periodicamente revistas com base na informação disponível. As alterações nos factos e circunstâncias podem conduzir à revisão das estimativas, pelo que os resultados reais futuros poderão diferir daquelas estimativas.

4 – FLUXOS DE CAIXA:

4.1 - Desagregação dos valores inscritos na rubrica de caixa e em depósitos bancários.

Descrição	Conta	Montante	Observações
Fundo de Maneio	112	0,00	
Total de caixa		0	

Descrição	Conta	Montante	Observações
CGD	1211	69.149,71	
CGD	1212	8.618,32	
CGD	1213	1.033.876,11	
Santander Totta	1214	98.129,40	
C.C.A.	1215	81.856,60	
CGD	1216	12.632,53	
CGD	1217	23.557,02	
Total de depósitos bancários		1.327.819,69	

5 – ATIVOS FIXOS TANGÍVEIS:

Descrição	31/12/2022	Adições	31/12/2023
Equipamento básico	2.329,80		2.329,80
Equipamento administrativo	20.701,73	520,00	21.221,73
Outros activos fixos tangíveis	1.920,00		1.920,00
Ativo fixo tangível bruto	24.951,53	520,00	25.471,53
Depreciações acumuladas	24.618,28	506,63	25.124,91
Perdas por imparidade e reversões acumuladas			
Depreciações acumuladas	24.618,28	506,63	25.124,91
Ativo fixo tangível líquido	333,25	13,37	346,62

6 – RÉDITO:

6.1 - Políticas contabilísticas adotadas para o reconhecimento do rédito incluindo os métodos adotados para determinar a fase de acabamento de transações que envolvem a prestação de serviços.

Ver Nota 3

6.2 - Quantia de cada categoria significativa de rédito reconhecida durante o período incluindo o rédito proveniente de:

- a) Prestações de serviços;
- b) Subsídio à exploração;
- c) Outros rendimentos e ganhos

O rédito reconhecido no exercício findo, a 31 de dezembro de 2023 e 2022, apresenta a seguinte decomposição:

Rubricas	31/12/2023	31/12/2022
Prestações de Serviços	44.219,98	5.599,99
Subsídios à exploração	1.198.100,16	1.220.311,81
Outros rendimentos e ganhos	288.348,79	376.777,74
TOTAL	1.530.668,93	1.602.689,54

O rédito registado na conta de serviços resulta de serviços prestados no âmbito de promoção e prospeção turística nacional e internacional.

O rédito registado na conta de subsídios à exploração resulta de contratualizações para as ações promocionais no estrangeiro, programado com o AICEP, com o Turismo de Portugal e com a CCDRA.

Para além do Plano de Promoção Externa do Alentejo, contratualizado com o Turismo de Portugal, no qual se inscrevem os Planos de Comercialização e Vendas, desenvolvidos pelos associados, o Plano de Marketing Alentejo 2023 integrou também outros subplanos, a saber:

PLANOS DE COMERCIALIZAÇÃO E VENDA 2023

O período para apresentação de candidaturas no âmbito dos PCV's de 2023 decorreu até 31 de dezembro de 2022, tendo sido recebidas 45 candidaturas, 7 das quais em formato de projeto conjunto, envolvendo 68 associados, com um investimento elegível total de 964 758,75€, representando um crescimento de intenções de investimento de cerca de 21% face a 2022.

Após análise dos relatórios finais, foi apurada uma execução total em rubricas elegíveis, ajustadas aos limites do tipo de projeto e ao investimento aprovado em fase de candidatura, de 638.625,45€, aguardando-se ainda alguns esclarecimentos dos promotores para validação final de elegibilidades. Registou-se ainda, fora das elegibilidades consideradas para efeitos de cofinanciamento, maioritariamente por ultrapassagem dos limites aprovados em fase de candidatura, um investimento adicional dos promotores de 63.164,98€.

Apurou-se assim uma execução de 144,48% da meta de investimento contratualizada com o Turismo de Portugal e 66,20% fase ao investimento inicial candidatado pelos promotores.

PORTUGAL EVENTS

Air Canada & United Airlines Race 2023

A base do evento que contou com a presença de 55 participantes foi o Hotel Vila Galé Évora, alcançando o intervalo de dormidas considerado na matriz constante do n.º 4 do art.º 11.º do regulamento do Sistema de Incentivos Portugal Events de 300 a 599. Este escalão correspondeu a um montante de incentivo de 6 500,00€, acrescido da majoração relativa aos territórios de baixa densidade, de 25%, correspondente a 1 625€. Assim, a comparticipação total do evento atingiu os 8.125€, sendo 6 500€ da responsabilidade do Turismo de Portugal e 1 625€ da responsabilidade da ARPTA.

Na data de produção do presente relatório ainda se aguardava a transferência da comparticipação do Turismo de Portugal ao promotor.

ICCA Iberian & Mediterranean Annual Chapter meeting 2023

Estimou-se a presença de cerca de 100 participantes, alcançando-se por isso o intervalo de dormidas considerado na matriz constante do n.º 4 do art.º 11.º do regulamento do Sistema de Incentivos Portugal Events de 300 a 599. Este escalão correspondeu a um montante de incentivo de 6 500,00€, acrescido da majoração relativa aos territórios de baixa densidade, de 25%, correspondente a 1 625€. Assim, a comparticipação total do evento atingiu os 8.125€, sendo 6 500€ da responsabilidade do Turismo de Portugal e 1 625€ da responsabilidade da ARPTA.

Ainda que não tenhamos tido, em dois mil e vinte e três, projetos em desenvolvimento enquadrados em fundos comunitários, por estarmos em período de transição entre quadros e ainda não terem sido publicados avisos aos quais pudéssemos concorrer, foram recebidas as seguintes transferências correspondentes a projetos desenvolvidos em anos anteriores.

COMPETE 2020 e ALENTEJO 2020 / PORTUGAL 2020 / FEDER

1. PROJETOS CONJUNTOS – Internacionalização POCI-02-0752-FEDER-000042

Deste projeto, desenvolvido entre 2015 e 2016, foi recebido, em fevereiro de 2023, o acerto final de encerramento no montante de 97,68€.

2. PROJETOS CONJUNTOS – Internacionalização POCI-02-0752-FEDER-026512

Deste projeto, desenvolvido entre 2017 e 2018, foi recebido, em outubro de 2023, o acerto final de encerramento no montante de 5.294,09€.

ALENTEJO 2020 / PORTUGAL 2020 / FEDER

3. ALENTEJO – AN INTERNATIONAL TOURIST DESTINATION

Deste projeto, iniciado em 2021 e que se estendeu até dezembro de 2022, foi recebido o reembolso de 51.331,27€ em junho de 2023, correspondente ao 14º pedido de pagamento, apresentado no formato de reembolso final em março de 2023. Aguarda-se o encerramento do projeto por parte do PO e recebimento dos acertos e montantes finais retidos.

Transitam também para 2024 os acertos e reembolsos finais dos pedidos de pagamento apresentados no âmbito dos projetos Internacionalização dos Recursos Silvestres 2020 (FEDER 000037), Promoção e Internacionalização dos Equipamentos e Recursos Culturais de Évora e do Alentejo (FEDER 000024), do projeto GO2MÉRTOLA! (FEDER 000071) bem como do projeto Internacionalização do Potencial dos Recursos Naturais do Alentejo e do Sudoeste Alentejano para o Turismo Activo (FEDER 000022). Destes dois últimos, foram registadas já em fevereiro de 2024 transferências do PO que serão reportadas no relatório desse ano.

7- INSTRUMENTOS FINANCEIROS:

Clientes/Fornecedores/Outras contas a receber e a pagar/Pessoal

Em 31 de dezembro de 2023 e 2022, a rubrica de Clientes/Fornecedores/Outras contas a receber e a pagar:

Descrição	31/12/2023			31/12/2022		
	Corrente	Não corrente	Total	Corrente	Não corrente	Total
Ativos:						
Créditos a receber	519.802,92		519.802,92	447.980,82		447.980,82
Outros activos correntes	171.113,52		171.113,52	169.079,14		169.079,14
Imparidades de clientes	-271.576,61		-271.576,61	-317.195,12		-317.195,12
Total	419.339,83	0,00	419.339,83	299.864,84	0,00	299.864,84
Passivos:						
Fornecedores	154.370,90		154.370,90	109.627,03		109.627,03
Diferimentos	52.590,00		52.590,00	105.180,00		105.180,00
Outras dívidas a pagar	1.038.035,80		1.038.035,80	698.821,02		698.821,02
Total	1.244.996,70	0,00	1.244.996,70	913.628,05	0,00	913.628,05
Total liquido	-825.656,87	0,00	-825.656,87	-613.763,21	0,00	-613.763,21

Créditos a receber

De acordo com os valores apurados relativos a saldos em c/c de Clientes Gerais e em c/c de Clientes Entidades Associadas, em cobrança duvidosa, de acordo com o conhecimento da gestão da Direção, da entidade, o montante em Balanço de imparidades do ativo corrente é de 271.576,61 €.

Em 2023, por força do esforço de cobrança que tem sido efetuado, não se registaram imparidades das dívidas dos associados.

Outros ativos correntes

Regista essencialmente os valores a receber decorrente dos contratos associados a candidaturas no âmbito das ações promocionais no estrangeiro, programado com o AICEP, com o Turismo de Portugal e com a CCDRA.

Apresenta os seguintes saldos a 31 de Dezembro de 2023 e 2022:

Identificação do projeto	31/12/2023	31/12/2022
SIAC	160.702,51	132.665,65
RE SEUR	4.583,72	4.583,72
Saldos devedores forn.	813,16	8.466,45
Acréscimos de proveitos	0,00	0,00
Outros devedores	5.014,13	23.363,32
TOTAL	171.113,52	169.079,14

Estado e outros entes públicos

Em 31 de dezembro de 2023 e 2022, a rubrica de Estado e outros entes públicos apresentava a seguinte decomposição:

	31/12/2023			31/12/2022		
	Corrente	Não corrente	Total	Corrente	Não corrente	Total
Estado e outros entes públicos						
Activos						
Retenção de impostos sobre rendimentos	0,00		0,00	0,00		0,00
Passivos						
Retenção de impostos sobre rendimentos	3.580,10		3.580,10	2.724,50		2.724,50
Imposto sobre o valor acrescentado	59.536,05		59.536,05	33.972,84		33.972,84
Outros impostos						
Contribuições para a SS e outras (CGA+ADSE)	4.163,42		4.163,42	4.073,74		4.073,74
Tributos das autarquias locais						
Outras tributações						
Total	67.279,57		67.279,57	40.771,08		40.771,08

A Entidade cumpriu com regularidade os compromissos com o Estado, a Segurança social e a Caixa Geral de aposentações.

Diferimentos

Em 31 de dezembro de 2023 e 2022 a rubrica de Diferimentos apresentava a seguinte decomposição:

	31/12/2023			31/12/2022		
	Corrente	Não corrente	Total	Corrente	Não corrente	Total
Diferimentos						
Ativos						
Gastos a reconhecer	0,00		0,00	0,00		0,00
Total	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Passivos						
Rendimentos a reconhecer	52.590,00		52.590,00	105.180,00		105.180,00
Total	52.590,00	0,00	52.590,00	105.180,00	0,00	105.180,00

Os diferimentos dizem respeito a valores recebidos em 2022 e 2023 no âmbito da contratualização com o Turismo de Portugal para financiar projetos e atividades a implementar no exercício de 2024.

Caixa e Depósitos bancários

Em 31 de dezembro de 2023 e 2022, a rubrica de Caixa e Depósitos bancários apresentava a seguinte decomposição:

	31/12/2023	31/12/2022
Caixa e depósitos bancários	1.327.819,69	970.068,48
Ativos		
Caixa	0,00	0
Depósitos à ordem	1.327.819,69	970.068,48
Outros depósitos bancários		
Total	1.327.819,69	970.068,48

Fundos Patrimoniais

Em 31 de dezembro de 2023 e 2022, a rubrica de fundos patrimoniais apresentava a seguinte decomposição:

	31/12/2023	31/12/2022
Fundos Patrimoniais		
Reservas legais	33.851,24	33.851,24
Outras reservas		
Resultados transitados	351.915,90	250.133,23
Outras variações nos fundos patrimoniais		
Resultado líquido do período	51.462,73	33.882,97
Total	437.229,87	317.867,44

Os resultados transitados de 2023 incorporaram o resultado líquido que transitou de 2022.

8 – BENEFÍCIOS DOS EMPREGADOS:

No decurso dos exercícios findos em 31 de dezembro de 2023 e 2022 foram reconhecidos os seguintes montantes em resultados, na rubrica de Gastos com pessoal:

	31/12/2023	31/12/2022
Remuneração dos Órgãos Sociais e Diretor. Executivo.	55.365,38	53.217,78
Remuneração ao pessoal	141.751,07	136.144,25
Encargos s/ remunerações	37.560,38	35.515,21
Seg. ac. de trabalho	4.834,26	1.702,18
Outros gastos com pessoal	335,12	1.855,88
TOTAL	239.846,21	228.435,30

A estrutura de pessoal, assim como o montante dos vencimentos, têm-se mantido estáveis ao longo dos anos (6 pessoas) pelo que os valores refletem apenas os aumentos relativamente ao ano anterior.

9 – FORNECIMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS

No decurso dos exercícios findos em 31 de dezembro de 2023 e 2022 foram reconhecidos os seguintes montantes em resultados, na rubrica de Fornecimentos e serviços externos:

Descrição	31/12/2023	31/12/2022
Trabalhos especializados	223.643,54	586.587,40
Publicidade e propaganda	182.989,30	141.809,53
Vigilância e segurança	23,42	126,43
Honorários	39.766,50	20.525,30
Conservação e reparação	563,34	634,68
Materiais	6.022,26	4.422,43
Energia e fluidos	6.914,85	5.793,36
Desloc. e estadas - refeições, portagens, etc	443.383,99	250.415,37
Desloc. e estadas - Mapas Km	15.007,35	11.033,62
Rendas e alugueres	192.071,78	99.844,62
Comunicação	3.947,98	4.520,77
Seguros	657,36	449,29
Limpeza, higiene e conforto	368,00	668,32
Outros FSE	16.140,41	15.119,73
TOTAL	1.131.500,08	1.141.950,85

10 – OUTROS GASTOS

No decurso dos exercícios findos em 31 de dezembro de 2023 e 2022 foram reconhecidos os seguintes montantes em resultados, na rubrica de Outros Gastos:

Descrição	31/12/2023	31/12/2022
Impostos	70.436,78	89.678,36
Correcções relativas a períodos anteriores	0,00	17.200,00
Subsídios, donativos, bolsas de estudo	31.323,90	0,00
Outros Gastos	5.557,13	10.196,77
Diferimentos de gastos - Projetos e candidaturas	0,00	0,00
TOTAL	107.317,81	117.075,13

11 – ACONTECIMENTOS SUBSEQUENTES

Não são conhecidos, à data, outros eventos subsequentes com impacto nas demonstrações financeiras a 31 de dezembro de 2023.

Grândola, 20 de Março de 2024

ANEXO I | Contratualização

ANEXO I - EXECUÇÃO CONTRATUALIZAÇÃO 2023

Mercado	Ação	Orçamento (em €)	Executado €	Executado %
ESPAÑA	1.3. OTAs	45 451,00 €	55 145,22 €	121,33%
ESPAÑA	4.1. Aplicações Digitais	0,00 €	0,00 €	0,00%
ESPAÑA	6.1. Organização de Fam Trips	37 817,98 €	37 817,98 €	100,00%
ESPAÑA	8.1. Organização de Press Trips	7 500,00 €	8 142,75 €	108,57%
ESPAÑA	9.1. Feiras - Participação organizada pelo TdP	21 795,00 €	22 942,37 €	105,26%
ESPAÑA	14.1. Eventos Trade ARPT's	27 190,23 €	31 401,91 €	115,49%
ESPAÑA	14.1. Eventos Trade ARPT's	32 400,00 €	35 972,61 €	111,03%
ALEMANHA	1.2. Operadores Turísticos	35 377,90 €	35 377,90 €	100,00%
ALEMANHA	1.3. OTAs	184,30 €	184,30 €	100,00%
ALEMANHA	6.1. Organização de Fam Trips	3 042,16 €	3 042,16 €	100,00%
ALEMANHA	8.1. Organização de Press Trips	2 601,90 €	2 601,90 €	100,00%
ALEMANHA	9.1. Feiras - Participação organizada pelo TdP	28 941,00 €	30 840,72 €	106,56%
ALEMANHA	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	11 945,18 €	11 945,18 €	100,00%
ALEMANHA	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	11 529,00 €	11 528,99 €	100,00%
ALEMANHA	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	13 303,00 €	13 302,81 €	100,00%
ALEMANHA	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	45 000,00 €	54 805,00 €	121,79%
ALEMANHA	11.2. Roadshows	0,00 €	0,00 €	0,00%
ALEMANHA	14.1. Eventos Trade ARPT's	7 462,80 €	7 462,80 €	100,00%
ALEMANHA	14.1. Eventos Trade ARPT's	96 846,37 €	120 333,13 €	124,25%
BRASIL	1.2. Operadores Turísticos	10 512,12 €	10 512,12 €	100,00%
BRASIL	3.1. Online	2 345,12 €	3 251,30 €	138,64%
BRASIL	6.1. Organização de Fam Trips	12 000,00 €	16 569,53 €	138,08%
BRASIL	6.3. Outras ações para agentes	3 562,38 €	3 562,38 €	100,00%
BRASIL	8.1. Organização de Press Trips	5 000,00 €	9 829,47 €	196,59%
BRASIL	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	18 211,59 €	19 577,37 €	107,50%
BRASIL	12.2. Programas de Capacitação AV	15 126,29 €	15 126,29 €	100,00%

EUA	1.3. OTAs	16 896,19 €	16 896,19 €	100,00%
EUA	6.1. Organização de Fam Trips	6 647,70 €	6 647,70 €	100,00%
EUA	8.1. Organização de Press Trips	3 278,00 €	3 278,00 €	100,00%
EUA	12.2. Programas de Capacitação AV	11 999,71 €	11 999,71 €	100,00%
EUA	14.1. Eventos Trade ARPT's	40 169,34 €	40 169,34 €	100,00%
CANADÁ	3.1. Online	19 416,23 €	19 416,23 €	100,00%
CANADÁ	6.1. Organização de Fam Trips	23 853,26 €	23 853,26 €	100,00%
CANADÁ	8.1. Organização de Press Trips	1 768,41 €	2 125,86 €	120,21%
CANADÁ	14.1. Eventos Trade ARPT's	55 000,00 €	73 757,96 €	134,11%
Canadá	14.1. Eventos Trade ARPT's	38 707,47 €	38 707,47 €	100,00%
FRANÇA	1.3. OTAs	9 509,32 €	9 509,32 €	100,00%
FRANÇA	4.1. Aplicações Digitais	0,00 €	0,00 €	0,00%
FRANÇA	6.1. Organização de Fam Trips	19 140,79 €	19 140,79 €	100,00%
FRANÇA	8.1. Organização de Press Trips	2 349,00 €	4 248,24 €	180,85%
FRANÇA	11.1. Workshops	0,00 €	0,00 €	0,00%
BÉLGICA	1.2. Operadores Turísticos	6 469,53 €	6 469,53 €	100,00%
BÉLGICA	6.1. Organização de Fam Trips	763,50 €	763,50 €	100,00%
BÉLGICA	8.1. Organização de Press Trips	16 209,95 €	16 209,95 €	100,00%
BÉLGICA	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	9 849,00 €	11 002,48 €	111,71%
BÉLGICA	14.1. Eventos Trade ARPT's	21 946,16 €	21 946,16 €	100,00%
PAÍSES BAIXOS	1.2. Operadores Turísticos	20 000,00 €	20 000,00 €	100,00%
PAÍSES BAIXOS	6.1. Organização de Fam Trips	7 161,00 €	7 161,10 €	100,00%
PAÍSES BAIXOS	8.1. Organização de Press Trips	1 333,33 €	1 587,34 €	119,05%
PAÍSES BAIXOS	9.1. Feiras - Participação organizada pelo TdP	16 041,00 €	16 040,98 €	100,00%
PAÍSES BAIXOS	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	11 407,32 €	11 407,32 €	100,00%
REINO UNIDO	1.3. OTAs	17 328,69 €	17 328,69 €	100,00%
REINO UNIDO	3.1. Online	1 406,84 €	1 406,84 €	100,00%
REINO UNIDO	6.1. Organização de Fam Trips	22 857,30 €	22 857,30 €	100,00%

REINO UNIDO	6.3. Outras ações para agentes	2 000,00 €	2 163,00 €	108,15%
REINO UNIDO	8.1. Organização de Press Trips	3 852,84 €	6 044,33 €	156,88%
REINO UNIDO	9.1. Feiras - Participação organizada pelo TdP	14 520,37 €	14 520,37 €	100,00%
REINO UNIDO	11.1. Workshops	4 305,41 €	4 305,41 €	100,00%
MÉDIO ORIENTE	9.1. Feiras - Participação organizada pelo TdP	11 320,46 €	11 320,46 €	100,00%
MÉDIO ORIENTE	6.3. Outras ações para agentes	6 360,82 €	6 360,82 €	100,00%
IRLANDA	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	5 560,13 €	5 560,13 €	100,00%
IRLANDA	6.1. Organização de Fam Trips	7 761,23 €	8 155,12 €	105,08%
IRLANDA	8.1. Organização de Press Trips	1 198,02 €	1 198,02 €	100,00%
Itália	9.1. Feiras - Participação organizada pelo TdP	14 295,35 €	14 295,35 €	100,00%
Itália	8.1. Organização de Press Trips	500,00 €	981,53 €	196,31%
NÓRDICOS	1.3. OTAs	0,00 €	0,00 €	0,00%
NÓRDICOS	6.3. Outras ações para agentes	8 594,36 €	8 594,36 €	100,00%
NÓRDICOS	10.1. Feiras de produto/regionais - s/ partic. organiz. pelo TdP	18 863,78 €	25 185,79 €	133,51%
Multimercado	1.2. Operadores Turísticos	9 916,08 €	10 381,08 €	104,69%
Multimercado	3.1. Online	1 506,99 €	1 506,99 €	100,00%
Multimercado	6.1. Organização de Fam Trips	60 502,80 €	60 502,80 €	100,00%
Multimercado	8.1. Organização de Press Trips	5 500,00 €	13 351,39 €	242,75%
		1 073 213,00 €	1 179 634,40 €	109,92%