



**TURISMO DOS AÇORES**  
**ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DOS AÇORES**



## INTRODUÇÃO



- A Turismo dos Açores/ATA desenvolveu, desde 2013 até ao presente, um conjunto vasto de acções visando alcançar os objectivos estratégicos propostos para o desenvolvimento e sustentabilidade do Turismo na Região Autónoma dos Açores.
- Pretende-se reforçar a notoriedade do Destino Açores nos mercados, apostando num posicionamento como um dos principais destinos turísticos mundiais de Natureza, alavancando também esta imagem na sustentabilidade ambiental, que se espelha nos importantes prémios internacionais conquistados, prémios esses de extrema importância para a estratégia da promoção, e que resultou no processo de candidatura de certificação do arquipélago como destino sustentável apresentada na conferência “Açores 2017: no rumo do Turismo Sustentável”.
- Paralelamente é reforçada a aposta na identificação do Destino Açores como destino fortemente experiencial, alicerçado nos diferentes produtos turísticos.





## OBJECTIVOS



Espera-se que até 2020 o Turismo nos Açores cumpra os seguintes objetivos:

- Aumentar a notoriedade do destino;
- Melhorar e enriquecer a qualidade da experiência turística do visitante;
- Contribuir para a preservação e conservação dos espaços naturais e culturais;
- Qualificar a oferta;
- Manter o crescimento dos visitantes estrangeiros, melhorando a qualidade das experiências turísticas do visitante;
- Contribuir para o desenvolvimento económico da região;
- Melhorar o desempenho das atividades do turismo.



# ANÁLISE ESTATÍSTICA





A Turismo nos Açores/ATA continua a assistir a um crescimento significativo nos diversos mercados estratégicos. O novo modelo de acessibilidades que permitiu a entrada de novas companhias aéreas na Região deu o ponto de partida a um novo ciclo de crescimento.

Em 2017 o número de dormidas (hotelaria tradicional e alojamento local) foi de **2.384,057**, atingindo um número recorde.

Estes números também se devem ao esforço de todos os intervenientes na atividade turística, desde os residentes à diáspora, passando pelo *trade*. O novo posicionamento dos Açores, apresentado no Plano Estratégico e de Marketing para o Turismo dos Açores (PEMTA) e alicerçado nas suas grandes valências, também contribui para o aumento da sua notoriedade dos mercados. Desta forma, os Açores pretendem proporcionar...

“aos nossos visitantes uma experiência de convidados especiais em ambiente natural, recebendo-os com carinho e cortesia genuínas, para que a experiência dos Açores lhes deixe saudade e os faça voltar.”

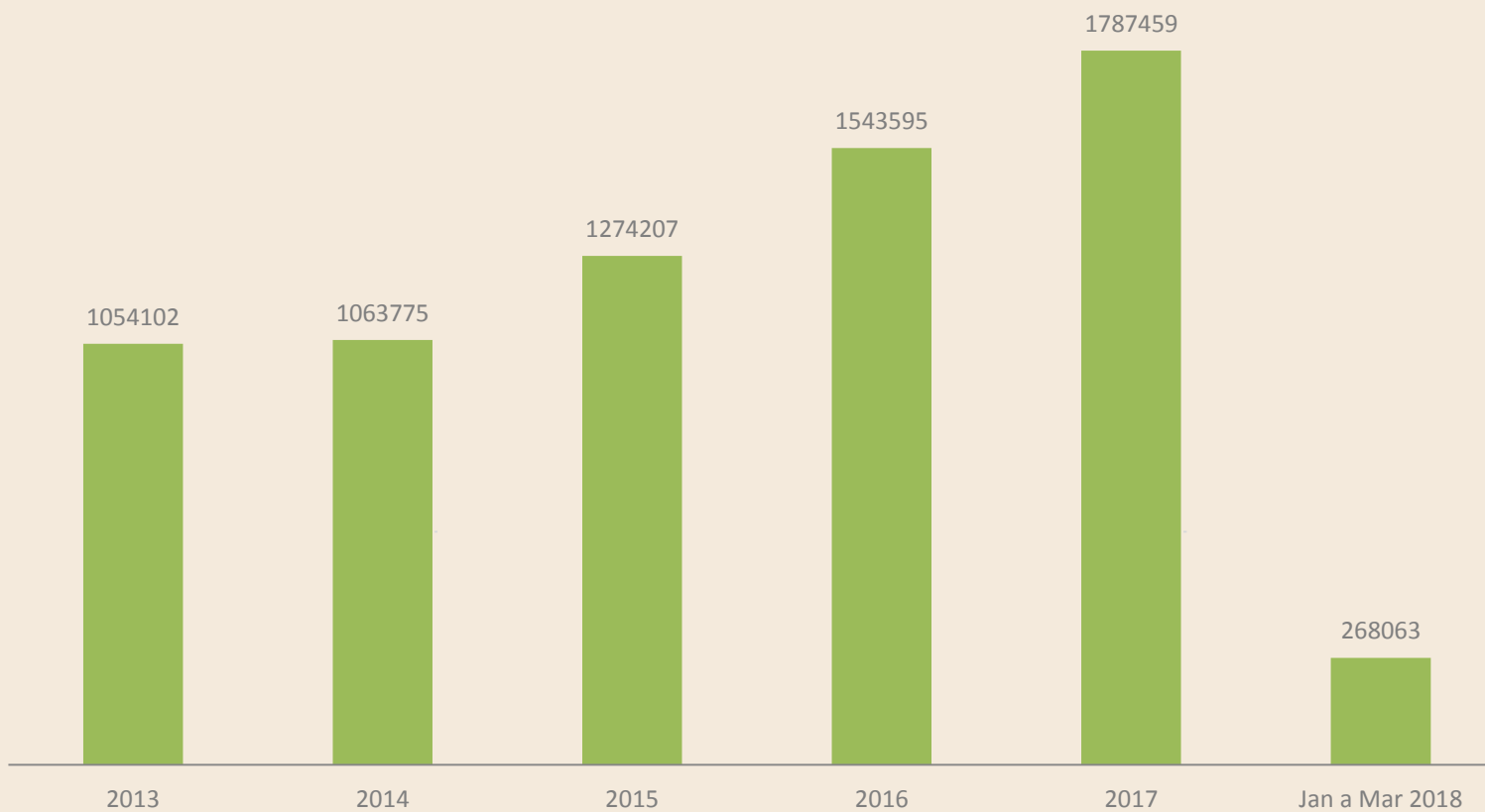
(PEMTA)



Dormidas : (2013 ao acumulado Jan a Mar 2018)



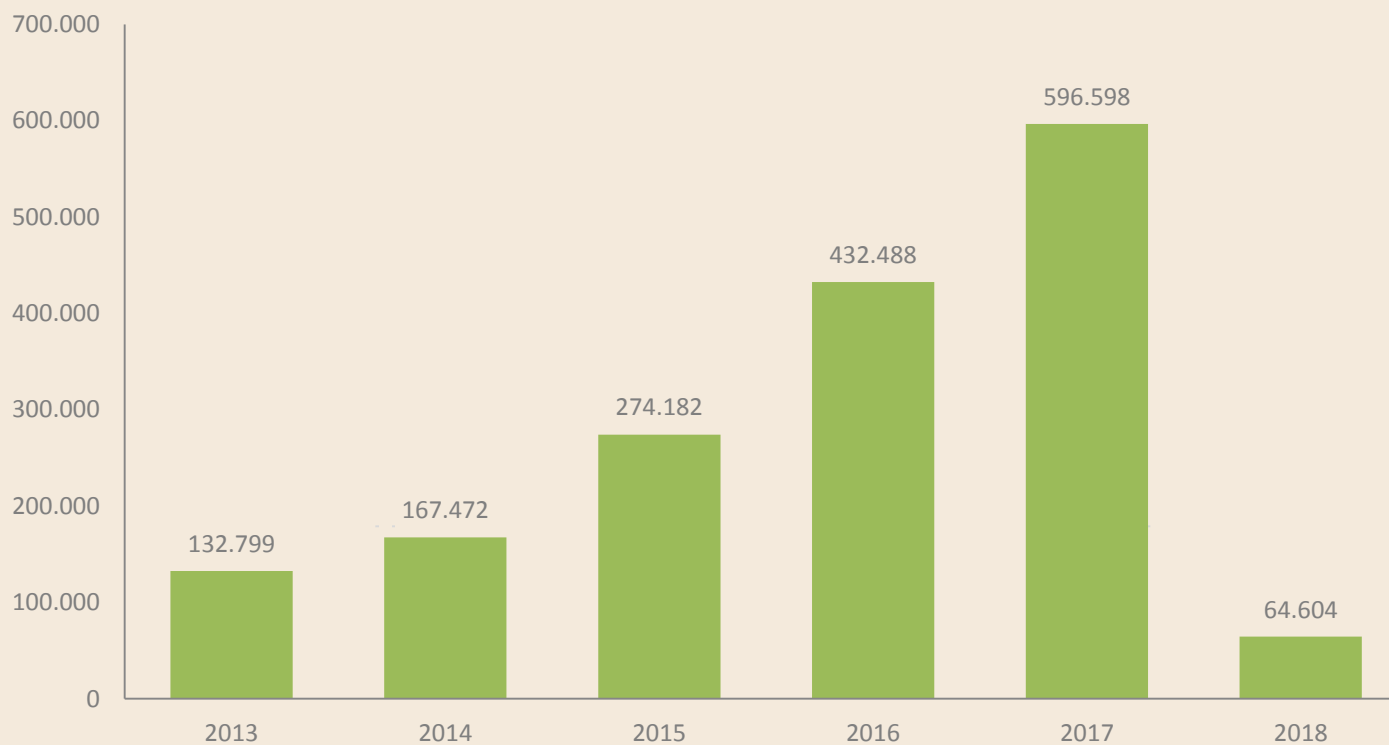
## Hoteleria Tradicional



## Dormidas : (2013 ao acumulado Jan a Mar 2018)

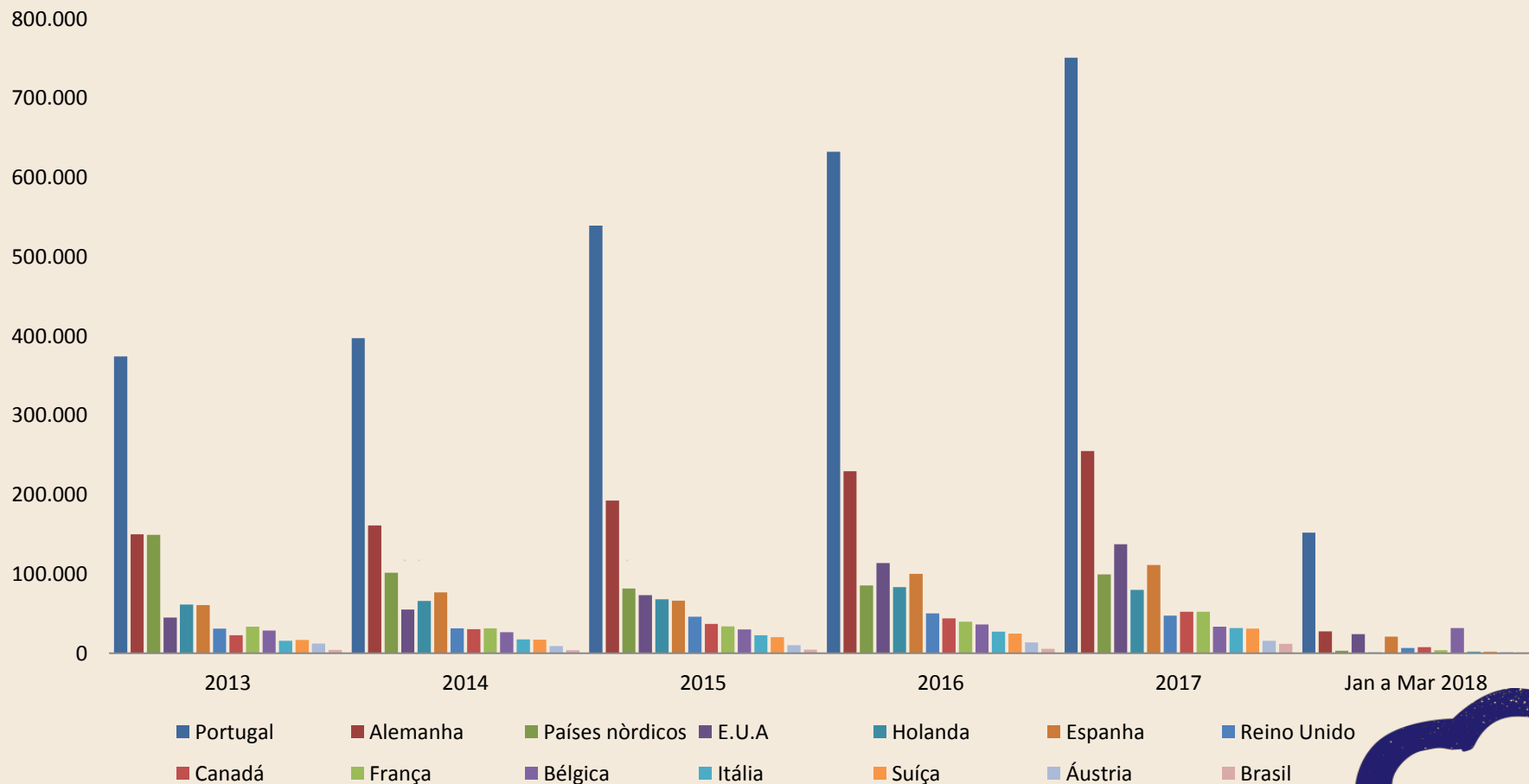


### Alojamento Local



Dormidas por Mercado: (2013 ao acumulado Jan a Mar 2018)

# Hotelaria Tradicional





## Hotelaria Tradicional

| Açores | Anos     | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017   | 2018*  |
|--------|----------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|
|        | Unidades | 90    | 86    | 84    | 87    | 95     | 98     |
|        | Quartos  | 4.552 | 4.355 | 4.342 | 4.385 | 4.753  | 4.888  |
|        | Camas    | 9.579 | 9.315 | 9.313 | 9.506 | 10.340 | 10.626 |

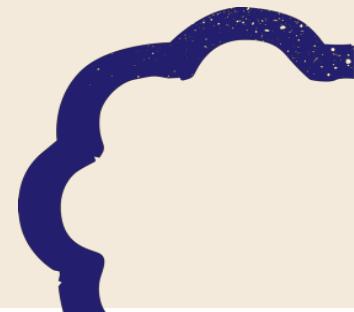
## Turismo em Espaço Rural

| Açores | Anos     | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018* |
|--------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        | Unidades | 149   | 154   | 161   | 170   | 181   | 185   |
|        | Quartos  | 552   | 567   | 591   | 614   | 676   | 691   |
|        | Camas    | 1.092 | 1.124 | 1.171 | 1.215 | 1.342 | 1.371 |

## Alojamento Local

| Açores | Anos     | 2013 | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018*  |
|--------|----------|------|-------|-------|-------|-------|--------|
|        | Unidades | 76   | 358   | 593   | 1.060 | 1.712 | 1.966  |
|        | Quartos  | 237  | 978   | 1.584 | 2.524 | 3.908 | 4.478  |
|        | Camas    | 493  | 2.014 | 3.149 | 5.390 | 8.750 | 10.148 |

DRT 2018 \* Dados a 06/06/2018



# ESTRATÉGIA





## COMUNICAÇÃO



A estratégia de comunicação da Turismo dos Açores/ATA pretende apresentar e promover o destino como um todo, evidenciando a riqueza da sua oferta através das particularidades de cada ilha, numa lógica de alavancar a notoriedade do destino nos mercados internacionais com potencial de crescimento.

O posicionamento como um destino de natureza por excelência, exclusivo, hospitaleiro e seguro que permite uma enorme variedade de atividades relacionadas com o mar e a terra, representa o mote da nossa comunicação, devendo esta ser dirigida essencialmente ao consumidor final, mas sem esquecer os intermediários turísticos.





## MERCADOS TURÍSTICOS



O Plano Estratégico de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA) contempla a estratégia de mercados emissores para o Turismo da Região. Estes são categorizados entre mercados estratégicos e de aposta. No primeiro grupo incluem-se os mercados com uma atual elevada intensidade de consumo (independentemente do seu peso na procura total). Os mercados de aposta são todos aqueles que registam uma baixa intensidade de consumo, mas evidenciam um potencial de crescimento muito elevado.

| MERCADOS ESTRATÉGICOS |              | MERCADOS DE APOSTA |
|-----------------------|--------------|--------------------|
| ELEVADO PESO          | BAIXO PESO   |                    |
| Portugal              | Escandinávia | E.U.A.             |
| Alemanha              | Bélgica      | França             |
| Espanha               | Suíça        | Reino Unido        |
| Holanda               | Áustria      | Canadá             |
|                       |              | Itália             |

Fonte: PEMTA (2015)





## PROMOÇÃO



As atividades da Turismo Açores/ATA focam-se em cinco áreas: Promoção nos Mercados, Promoção pela Via do Produto Turístico, Marketing e Comunicação e Associativismo .

A aposta tem vindo a incidir em feiras, workshops, viagens educacionais focadas em vários produtos turísticos e campanhas de marketing online

Cabe à Turismo Açores/ATA promover o destino Açores nos mercados turísticos através dos seguintes instrumentos de promoção:

| MATERIAIS PROMOCIONAIS                                 | CAMPANHAS DE MARKETING COM OPERADORES TURÍSTICOS | VIAGENS EDUCACIONAIS | PRESSTRIPS | FEIRAS E WORKSHOPS                           |
|--|--|----------------------|------------|--|
| AÇÕES DE CHARME – ROADSHOWS E APRESENTAÇÕES DO DESTINO | RELAÇÕES PÚBLICAS                                | PORTA-A-PORTA        |            | CAMPANHAS DE MARKETING COM COMPANHIAS AÉREAS |



## PRODUTO TURÍSTICO



O Turismo de Natureza é o produto turístico prioritário e central na oferta dos Açores.

Os passeios a pé, o trekking e o birdwatching são algumas das atividades incluídas neste produto e que evidenciam a qualidade do destino na oferta de Natureza, a que se junta o Turismo Náutico que tem na observação de cetáceos uma das suas principais atividades. Ainda assim, o leque diversificado de recursos existentes apresenta um elevado potencial para o desenvolvimento de outros produtos, como a Saúde e Bem-Estar e o Touring, que podem captar nichos de mercado muito específicos e complementar e enriquecer a experiência turística.



A estratégia para o Marketing e Comunicação assenta essencialmente no Digital. Pretende-se beneficiar do *engagement* que esta vertente do marketing proporciona juntos dos vários targets e da rápida disseminação das mensagens, com o objetivo de continuar a o aumentar a notoriedade do Destino, tendo sempre presente o posicionamento definido para o mesmo.



# ÁREA FINANCEIRA



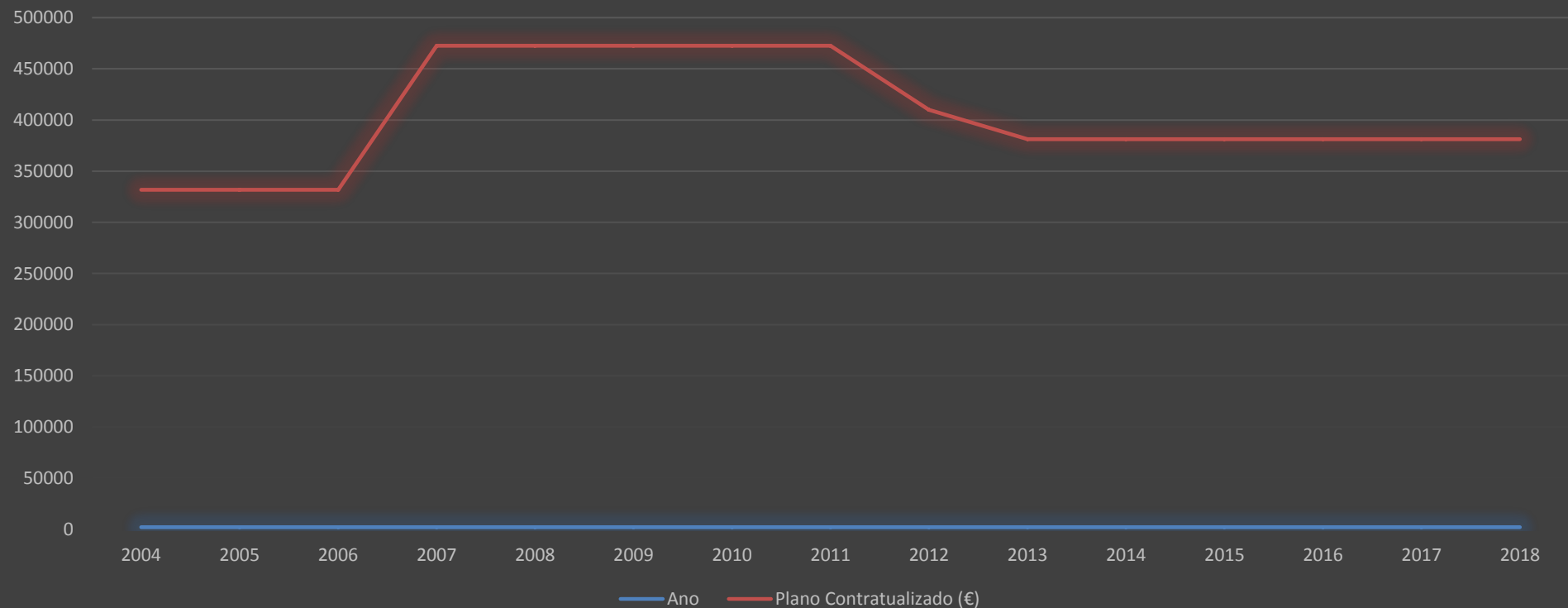


# Plano de Promoção Externa Regional (TdP)



|                     | 2004         | 2005         | 2006         | 2007         | 2008         | 2009         | 2010         | 2011         | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Turismo de Portugal | 331.800,00 € | 331.800,00 € | 331.800,00 € | 472.500,00 € | 472.500,00 € | 472.500,00 € | 472.500,00 € | 472.500,00 € | 410.000,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € |

### Plano de Promoção Externa Regional (TdP)



# Plano de Promoção Externa Regional (TdP)



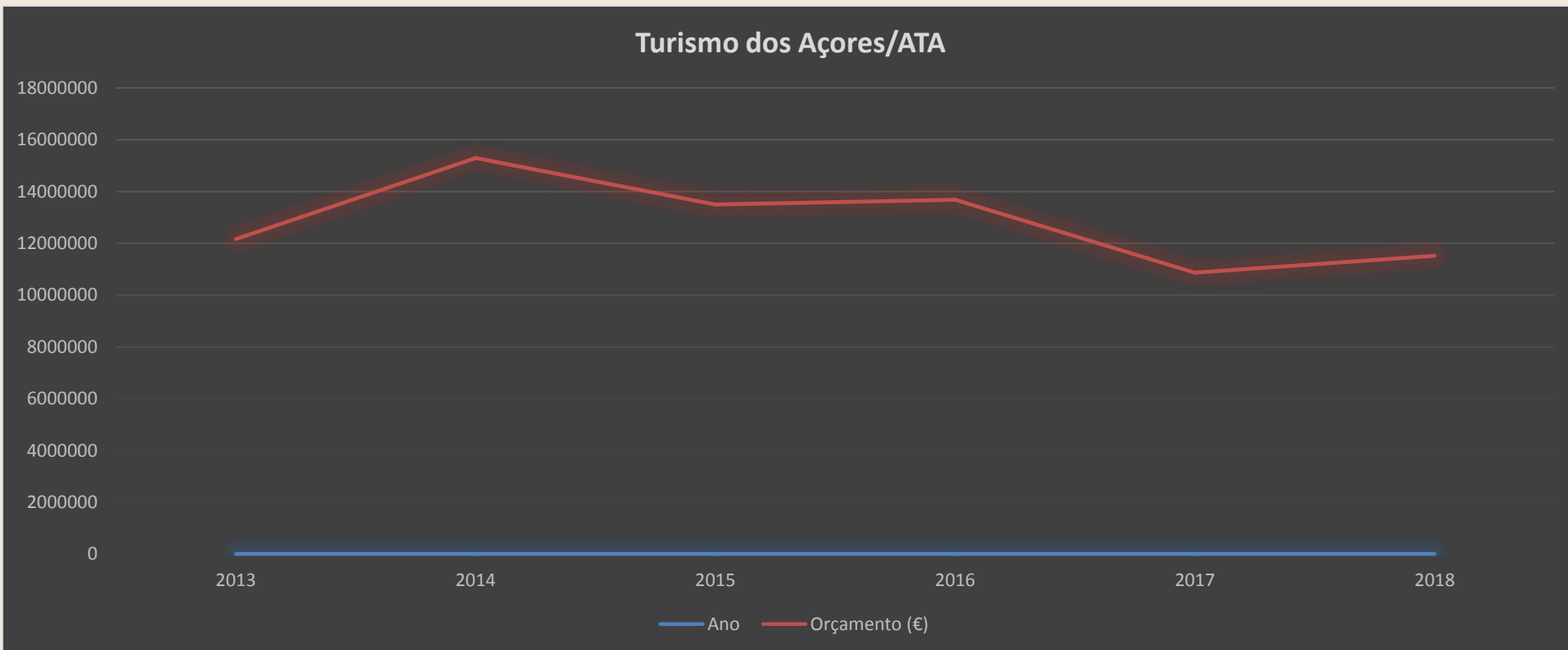
|                            | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018              |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|
| <b>Turismo de Portugal</b> | 410.000,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 € | 381.300,00 €      |
| <b>Camas(HT,TER,AL)</b>    | 11 806       | 11 164       | 12 453       | 13 633       | 16 111       | 20 432       | (JUN-2018) 22 145 |



# Orçamentos - Turismo dos Açores/ATA



| 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 12.159.418 € | 15.291.599 € | 13.500.000 € | 13.682.424 € | 10.864.657 € | 11.516.055 € |



CERTIFIED  
VISITAZORES.COM  
BY NATURE

