



**REPÚBLICA
PORTUGUESA**

GABINETE DO MINISTRO DE ESTADO,
DA ECONOMIA E TRANSIÇÃO DIGITAL

Exma. Senhora
Chefe do Gabinete de S. Exa.
o Secretário de Estado dos Assuntos
Parlamentares
Dra. Catarina Gamboa
Palácio de São Bento
1249-068 Lisboa

SUA REFERÊNCIA	SUA COMUNICAÇÃO DE	NOSSA REFERÊNCIA	E: 1175
Ofº 10	04-01-2021	<i>(ver canto superior direito)</i>	

ASSUNTO: Pergunta n.º 849/XIV/2.ª de 04 janeiro de 2021
Esclarecimentos sobre o fim do Programa 365 Algarve

Em resposta à Pergunta n.º 849XIV/2.ª, formulada pelos senhores Deputados do Grupo Parlamentar do PCP, encarrega-me S. Exa. o Ministro de Estado, da Economia e da Transição Digital de informar V. Exa. o seguinte:

O programa 365 Algarve, iniciado em outubro de 2016, contou com quatro edições anuais, a última das quais terminou em dezembro de 2020, após suspensão, entre março e junho de 2020, e reagendamento dos eventos programados, na sequência das orientações da Direção-Geral da Saúde no contexto da pandemia da Covid-19.

Nas sucessivas avaliações anuais do programa, foi consensual que a sua relevância e interesse para o turismo da região decorre da natureza, abrangência e propósito que lhe está subjacente, uma vez que:

- (i) Tem o mérito de partir dos valores de identidade e unicidade do território e da valorização das manifestações artísticas dos seus agentes, para a construção de uma programação cultural que não só enriquece a oferta turística do destino, como também contribui para a sua diferenciação e diversificação;
- (ii) Esta dinâmica criativa, com incidência na média e baixa estação, vem dar vida à região do Algarve durante todo o ano, animando o comércio e os serviços turísticos, preenchendo um deficit de animação turística que, na opinião generalizada dos agentes turísticos, dificulta a venda do destino nessa época do ano;
- (iii) Ajuda a contrariar um dos maiores problemas estruturais do Algarve, ou seja, a sazonalidade, com repercussões na rentabilidade das empresas turísticas e na estabilidade e qualidade do emprego dos seus trabalhadores.



Após o ciclo de três anos de implementação do programa 365 Algarve, em maio de 2019, foi efetuada uma reflexão sobre o impacto alcançado pelo programa, em particular no que diz respeito ao negócio turístico, tendo por base, entre outros elementos, os resultados da monitorização anual do programa 365 Algarve, realizada pela Universidade do Algarve desde a 1.ª edição, contando com a realização de inquéritos individualizados ao público, aos promotores e aos demais *stakeholders* e agentes turísticos do Algarve¹.

A reflexão incidiu no cumprimento dos cinco objetivos operacionais do programa², tendo-se concluído que:

- (i) Os fundamentos do 365 Algarve, designadamente em termos de programação cultural, que valoriza e enriquece a oferta turística, de abrangência territorial, com cobertura de todo o território do Algarve, e de incidência do reforço da programação cultural na média/baixa estação, foram amplamente conseguidos, com especial relevo para a satisfação

¹ Nos termos da metodologia identificada pela Universidade do Algarve, a “*avaliação do programa 365 ALGARVE foi, ao longo das quatro edições, evoluindo de forma a acompanhar os impactos que este programa confere à região onde se realiza. Nas duas primeiras edições, o objetivo centrava-se em conhecer a notoriedade do programa e a satisfação dos envolvidos. Públicos, turistas da região, residentes e entidades regionais e locais eram os segmentos de análise. Na terceira edição, o projeto de avaliação passa a incluir a identificação dos impactos gerados pela programação 365 ALGARVE, pelo que foi essencial ouvir, além dos públicos dos eventos, os promotores envolvidos. Na quarta edição, por sua vez, a avaliação do 365 ALGARVE pretendeu recuperar a entrevista aos stakeholders, alargando-a aos agentes turísticos da região, incluindo, deste modo, a opinião do setor do alojamento, da restauração e da animação turística da região*”.

² Os cinco objetivos operacionais do programa 365 Algarve, são:

- (i) Melhorar a experiência turística e a atratividade do destino Algarve através da oferta regular de uma programação cultural de qualidade e geograficamente abrangente;
- (ii) Reforçar a oferta cultural da região na média e baixa estação, valorizando, diferenciando e diversificando- a, enquanto complemento aos produtos turísticos já consolidados, potenciando a afluência específica à região e promovendo a sua circulação;
- (iii) Apostar numa programação cultural que valorize a criação artística contemporânea ea capacidade de, a partir da identidade cultural e patrimonial da região, se construir uma oferta cada vez mais qualificada e inovadora;
- (iv) Promover a dinamização da região, com vista a um crescente retorno em termos de valorização, emprego, bem-estar e qualificação da oferta turística, através de um projeto consistente, estruturante esustentável;
- (v) Estabelecer parcerias e enraizar dinâmicas de articulação entre os agentes do turismo, da cultura e outros que, no território, contribuam para a sua dinamização de forma sustentada, de modo a garantir a continuidade, a médio e longo prazo, dos objetivos do 365 Algarve.



manifestada pelo público, pelos promotores e pelos *stakeholders* do programa, com um nível de satisfação superior a 95%, uma superação das expectativas próxima dos 60% e uma intenção de recomendação do programa na casa dos 90%³;

- (ii) No que diz respeito aos impactos alcançados, verifica-se que tanto ao nível da procura como ao nível da economia da região, estes são ainda reduzidos face investimento realizado⁴, sobretudo na perspetiva do turismo.

Com efeito, de acordo com a monitorização efetuada pela Universidade do Algarve:

- (i) A grande maioria dos espectadores dos eventos do programa 365 Algarve⁵ são residentes (mais de 80%, sendo 10% de residentes estrangeiros), e só 1/5 são turistas, o que se traduz numa “cobertura” inferior a 1% dos fluxos turísticos que visitam o Algarve nos meses abrangidos pelo programa;
- (ii) Em termos de afluência específica, os inquéritos revelam que o programa 365 Algarve não é o principal motivo para a visita à região, sendo inferior a 5% o número de turistas que identificam os eventos como o principal motivo da sua deslocação;
- (iii) No que diz respeito aos impactos económicos gerados pela procura, o estudo aponta para uma diminuta utilização das infraestruturas e dos serviços turísticos, uma vez que 2/3 dos inquiridos estão alojados em “casa própria/ segunda residência” ou em “casa de familiares e amigos”, 2/3 refere não consumir refeições em locais próximos da realização dos eventos e 4/5 utiliza do carro próprio, de familiares ou amigos como meio de deslocação para assistir aos espetáculos. No que se refere aos impactos da produção (artistas e colaboradores) nos serviços turísticos, estes estão estimados em cerca de 3000 noites nos oito meses do programa, por edição⁶.

³ O nível de satisfação, superação de expectativas e recomendação identificados reportam-se aos inquéritos ao público, realizados pela Universidade do Algarve da 1.ª à 3.ª edição do programa 365 Algarve.

⁴ O investimento total acumulado, afeto pelo Turismo de Portugal ao programa 365 Algarve, ascende a cerca de 6.000.000€.

⁵ Tendo por base a informação transmitida pela Comissão do programa, este já terá ultrapassado os 377 mil espetadores no conjunto das três primeiras edições. Na 4.ª edição, o número de espetadores ascendeu a 111.000, sendo de assinalar que para este número foram contabilizadas as “visualizações registadas pelos promotores das sessões apresentadas através das redes sociais e/ou plataformas digitais”.

⁶ Os dados mencionados reportam-se à 3.ª edição do programa 365 Algarve.



- (iv) Na perspetiva do empenho, o programa 365 Algarve, na sua 3.^a edição⁷, envolveu a participação de mais de 3000 pessoas, das quais 2000 artistas e 1000 colaboradores, sobretudo da área da cultura, tendo sido recrutados quase 500 novos colaboradores com contratos que variaram entre um dia e vários meses.
- (v) Ao nível da sazonalidade, verificou-se um ganho do peso relativo da média e baixa estação, sobretudo no início da 1.^a edição do programa. Ainda assim, não é possível estabelecer uma relação direta entre o programa 365 Algarve e os resultados da sazonalidade, até porque os públicos dos eventos são pouco expressivos no contexto da procura turística, sendo relevante perceber que, na perspetiva dos agentes do turismo, este objetivo é dos menos pontuados em termos de desempenho do programa.

Por outro lado, também não há evidências de que o investimento efetuado tenha contribuído para alterações estruturais duradouras, quer no que diz respeito aos alicerces para uma programação cultural com continuidade, com quase total dependência do financiamento de um *main sponsor*, quer no que se refere à “revitalização” da perceção do destino nos mercados internacionais, não tendo sido esse o target da comunicação e promoção do programa.

Com base nos relatórios anuais de execução do programa, realizados pela Região de Turismo do Algarve, pode verificar-se que:

- (i) O número de projetos e sessões culturais por edição está mais ou menos estabilizado nos 20 projetos e 400 sessões por edição, no entanto, tem sido dado maior impulso à nova programação em detrimento da respetiva consolidação no contexto do programa, com cerca de 70% das iniciativas a terem lugar numa única edição do programa e apenas 8% a marcaram presença constante na programação do programa 365 Algarve.
- (ii) Apesar de o regulamento do programa 365 Algarve definir que são entidades elegíveis do programa os agentes culturais, as empresas de animação turística e os municípios da região⁸, sendo obrigatório que as candidaturas contemplem, pelo menos, uma parceria intersetorial, apenas na 4.^a edição do programa deram entrada projetos cujos promotores são empresas de animação turística, sendo na sua maioria projetos promovidos pelas entidades privadas e associativas da área da cultura (mais de 80%) e entidades municipais.

⁷ A 3.^a edição do programa 365 Algarve, que decorreu entre outubro de 2018 e maio de 2019, contou com a realização de 140 eventos, os quais proporcionaram cerca de 400 sessões culturais.

⁸ Ao longo das quatro edições do programa 365 Algarve, foram apoiadas cerca de 65 entidades.



- (iii) As ambicionadas parcerias entre os setores da cultura e do turismo, definidas no regulamento, diluíram-se na prática na promoção de preços especiais (ex. oferta de desconto de 25% nos bilhetes para os espetáculos aos clientes dos hotéis), na prestação de serviços (ex. organização das caminhadas que fazem parte do projeto) ou ainda na cedência de espaço ou de equipamento (ex. cedência de espaço para algumas das atividades dos projetos), sendo um fator chave a melhorar na opinião dos agentes do turismo.
- (iv) Ainda nos termos do regulamento do programa 365 Algarve, o apoio financeiro concedido pelo programa dá cobertura a uma parte do investimento global de cada projeto, variando entre os 45% e os 85%, até ao máximo de 180.000€ por projeto, sendo este complementado por outras fontes de financiamento, nomeadamente as receitas de bilheteira. No entanto, em muitos casos, os promotores negociaram ceder as receitas de bilheteira em contrapartida pela cedência de espaços ou outro tipo de apoios da parte dos locais de acolhimento, sendo o financiamento conferido pelo programa 365 Algarve assumidamente crítico para a manutenção dos eventos.
- (v) A comunicação e promoção do programa 365 Algarve privilegiou, como alvos, quem já se encontrava no território, tanto ao nível dos turistas, como ao nível dos residentes, sendo outro dos aspetos críticos assinalados pelos agentes do turismo a ausência de uma maior e melhor comunicação/promoção nos mercados turísticos, tanto em termos internacionais como nacionais.

Para apurar em que medida o reforço da programação cultural foi usado pelos agentes do setor do turismo na promoção das suas ofertas e do destino Algarve como um todo, no âmbito da avaliação da 4.ª edição do programa, foi promovido um inquérito aos agentes e associações dos setores da hotelaria, da restauração e da animação turística do Algarve, que ficou a cargo da Universidade do Algarve, cujos resultados revelam que:

- (i) Cerca de 70% das empresas de alojamento, restauração e animação turística já conhece ou já ouviu falar do programa 365 Algarve, tendo recomendado eventos do programa aos seus clientes e/ou facultado mais informação sobre o programa.
- (ii) No que diz respeito ao desempenho, os agentes do turismo classificam o programa entre “de acordo com as expectativas” e “algo melhor do que esperavam”, sendo o reforço da oferta cultural na média e baixa estação e a oferta de uma programação geograficamente mais abrangente os objetivos com melhor classificação. Em contraponto, atrair e/ou fidelizar mais turistas e promover o estabelecimento de parcerias são os objetivos com menor



pontuação em termos de desempenho. Em acréscimo, os agentes do turismo consideram que o estabelecimento de parcerias ou um maior envolvimento do setor privado e autárquico, são um fator chave para melhorar o desempenho do programa.

- (iii) A nível da comunicação, recomendam: 1) maior envolvimento do setor privado, dando-lhe um papel mais ativo (ex. articulação antecipada com agentes de viagens, DMCs, operadores turísticos nacionais e estrangeiros tradicionais e online, para criarem pacotes de viagens à região que coincidam com a realização dos eventos); 2) melhorar a frequência e antecedência da divulgação dos eventos; e 3) melhorar a comunicação no estrangeiro, envolvendo parceiros chave, bem como a promoção em território nacional. Ao nível da oferta, os agentes do turismo sugerem uma maior diversidade de eventos, acolhendo novos projetos e iniciativas, e ainda, eventos de maior dimensão.

Em face da avaliação do programa 365 Algarve, e da situação pandémica atual, que obriga a uma reavaliação dos projetos financiados pelo Turismo de Portugal, encontra-se em curso a análise da oportunidade da manutenção do programa 365 Algarve.

Ainda assim, e no que diz respeito à política de eventos, o Gabinete da Senhora Secretária de Estado do Turismo, apoiado pelo Turismo de Portugal, tem vindo a trabalhar na criação de um novo mecanismo que visa a concessão de apoios financeiros à organização de eventos de interesse turístico, aplicável a todo o território nacional, em que poderão vir a ser enquadráveis, entre outros, os seguintes:

- (i) Eventos de grande dimensão internacional, nomeadamente de natureza desportiva, artística, cultural, científica ou outra, que se mostrem relevantes para a atração de turistas estrangeiros e para a promoção internacional de Portugal enquanto destino turístico, bem como que se revelem inovadores e precursores de tendências;
- (ii) Eventos, incluindo espetáculos de natureza artística, desportiva, cultural, animação ou de negócios, de dimensão relevante, que contribuam para a projeção da imagem do destino turístico regional onde se realizam, para o aumento da notoriedade dessa região no mercado interno (alargado) e para a melhoria da experiência turística para os turistas nacionais e internacionais não residentes na região.

O novo mecanismo de apoio, cuja dotação e intensidade ainda se encontra por estabilizar, vai estar acessível às micro, pequenas e médias empresas, associações ou organizações não governamentais detentoras dos direitos de organização de eventos ou espetáculos, ou que, a



REPÚBLICA
PORTUGUESA

GABINETE DO MINISTRO DE ESTADO,
DA ECONOMIA E TRANSIÇÃO DIGITAL

título de atividade principal, organizem os eventos e espetáculos, assim como entidades regionais de turismo que apresentem programas integrados, com duração que não ultrapasse um ano civil.

Com os melhores cumprimentos,

A consideração pessoal de,

O Chefe do Gabinete

Pedro Reis

Pedro Reis
Chefe do Gabinete
Ministro de Estado, da Economia
e da Transição Digital