



PLANO DE TURISMO
DA NAZARÉ



Plano de Turismo da Nazaré

Apresentação
27 dezembro 2019

Carlos Medeiros





PARTE I
Diagnóstico e Avaliação
da Competitividade
Turística da
Nazaré

Capacidade de Alojamento (abril 2019)

- 2.650 camas em alojamento local
- 2.300 lugares em parques de campismo / caravanismo
- 895 camas em hotelaria
- 130 camas em apartamentos turísticos
- 32 camas em turismo de habitação

Nos últimos 5 anos, um crescimento médio anual próximo dos 10%

Empresas de Animação Turística (abril 2019)

- 23, maioritariamente com atividades ligadas ao mar e à natureza
- 9 delas com atividade marítimo-turística em exclusivo

Dormidas (crescimento médio anual entre 2007 e 2017)

- +10,1%

No mesmo período, a Região Oeste cresceu 7% e a Região Centro 5,7%

Mercados tradicionais de origem (crescimento médio anual entre 2014 a 2017)

- +14% alemães
- +12,1% espanhóis
- +4% franceses

Mercados não tradicionais como América e Ásia cresceram 25%

Movimento de visitantes e turistas nos postos de turismo (2018)

- +21%, face a 2017
- 43.559 pessoas (representando 102 nacionalidades e 5 continentes)

Brasileiros representam 6% (mercado principal entre os não tradicionais)

Taxa de ocupação cama

- Em 2007, 31,8%
- Em 2014, 42,7%
- Em 2017, 48,8%

Com os proveitos globais a crescer cerca de 10%, em média, por ano, entre 2014 e 2017

Estada média

- Manteve-se nas 1,7 noites entre 2015 e 2017

Principal indicador a necessitar de melhoria

Principais conclusões do Diagnóstico e Avaliação da Competitividade Turística

- Grande poder imagético das ondas grandes
- Diminuição da sazonalidade da procura
- Maior consistência e preponderância económica do produto Sol e Mar
- Importância da gastronomia para a qualificação do destino Nazaré
- Escassa relevância do fator cultural
- Necessidade profunda de repensar e requalificar o Turismo Religioso
- Boa performance na maior parte das dimensões de competitividade
- Escassa ligação dos empresários turísticos do concelho às estruturas regionais
- Potencial para o crescimento do Turismo Residencial
- Importância dos eventos desportivos de praia e de surf
- Reconhecimento geral pelos empresários locais do bom trabalho do Município
- Algumas unidades hoteleiras já estão a diversificar os mercados de captação

Assim, o Modelo de Desenvolvimento Turístico e o Plano de Ação foram desenhados com vista a perseguir 3 objetivos:

1ª Diminuir a sazonalidade

2ª Aumentar a estada média

3ª Melhorar a qualidade do turismo



PARTE II
Modelo de Desenvolvimento Turístico e
Proposta de Valor

Missão do Plano de Turismo

Afirmar, Qualificar e Consolidar o Turismo como o sector de excelência da economia da Nazaré

Afirmar

- Na dimensão interna (cooperação estratégica com os *players* nacionais)
- e externa (promoção nos mercados internacionais)

Qualificar

- Pela melhoria, adaptação e sofisticação dos padrões e níveis de serviço aos visitantes e turistas
- Através da adoção de programas de melhoria do acolhimento
- Pela melhoria da capacitação dos seus agentes
- Pela aposta nos aspetos culturais, a história e seus testemunhos materiais (dos visigóticos às invasões francesas, até às férias da Rainha D. Amélia na Nazaré), as tradições (as antigas artes de pesca, o traje, o folclore...), os equipamentos culturais (museus, teatro,...)

Consolidar

- Posicionando-o numa lógica sustentável de qualificação ambiental
- Pela adoção de princípios e práticas de *slow travel*, destinos *smart*,...

Portfólio de produto turísticos

Estratégicos

- Sol e Mar
- Surf e Náutico
- Religioso

Complementares

- Gastronomia
- Cultura e Tradição
- Saúde e Bem-Estar
- Desporto
- Natureza

Proposta de valor e os *Golden Projects* de suporte

- Aumento das certificações de qualidade e ambientais dos estabelecimentos hoteleiros
- Certificação internacional da Nazaré enquanto destino de surf
- Execução de um Plano de Produto e Mercado para o surf
- Implementação do “*Nazaré, Smart Destination*” e integração no movimento *Smart Cities*
- Implementação do Programa de Ação para a Reengenharia e Comunicação do Turismo Religioso
- Requalificação das instalações do Núcleo do Porto de Recreio

Proposta de valor e os *Golden Projects* de suporte (cont.)

- Candidatura do Culto de Nossa Senhora da Nazaré a Património Cultural Imaterial da UNESCO
- Execução do Programa de Desenvolvimento da Marca da Nazaré
- Organização em rede dos equipamentos culturais
- Realização de calendários de animação específicos e de eventos de ativação da marca
- Implementação dos projetos “Memória, Tradição e Identidade” e “Surf The Inland”
- Implementação de uma “via verde” para o investimento estruturante



PARTE III
Plano de Ação,
Eixos Operacionais de Intervenção
e Fichas de Projeto

Eixos Operacionais de intervenção

Eixo 1 - Atrair investimento e dinamizar o destino

Atrair investimento qualificado para o desenvolvimento do turismo local e fomentar a aquisição de segundas residências, numa lógica de marketing territorial

Eixo 2 - Diversificar a oferta de produtos e criar experiências inovadoras

Apoiar e consolidar a afirmação do portfólio dos produtos turísticos propostos para a Nazaré

Eixos Operacionais de intervenção (cont.)

Eixo 3 - Melhorar a hospitalidade e elevar a qualidade da estada

Atrair segmentos da procura turística mais qualificados, mantendo níveis de satisfação elevados

Eixo 4 - Reforçar o marketing turístico da Nazaré

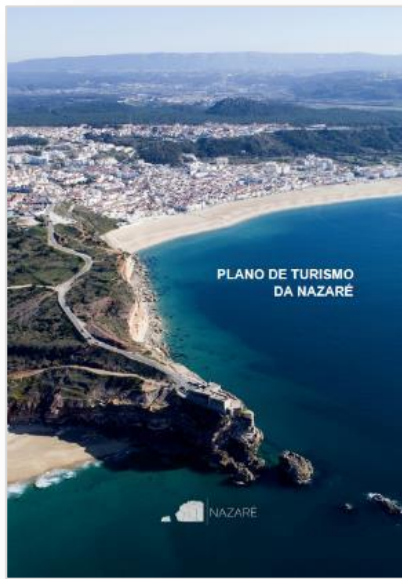
Alargar, reforçar e consolidar a promoção turística nacional e internacional da Nazaré, através do reforço do *branding* associado

Eixos Operacionais de intervenção (cont.)

Eixo 5 - Reforçar a governação local do turismo

Aproximar o setor turístico privado e a comunidade local do nível de governação municipal e o turismo da Nazaré dos centros de decisão regionais em matéria de promoção externa

Orientam um Plano de Ação no qual se propõem 84 ações concretas



Muito Obrigado



email: info@ipiconsultingnetwork.com
website: www.ipiconsultingnetwork.com