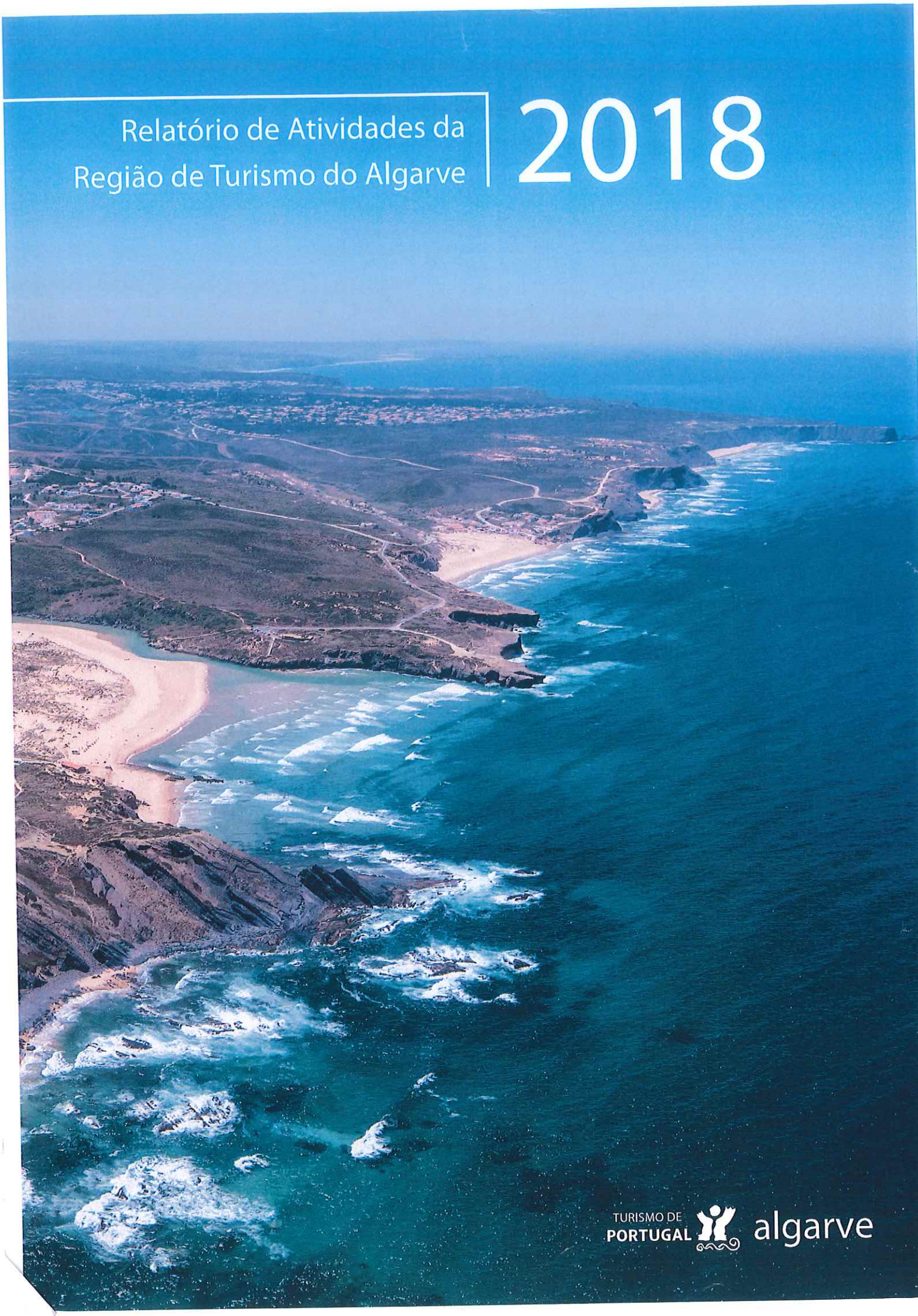
Relatório de Atividades da Região de Turismo do Algarve 2018



TURISMO DE PORTUGAL algarve

Índice geral

Página

1. DESEMPENHO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO ALGARVE - 2018 7

1.1. Principais indicadores da atividade turística no Algarve em 2018 7

1.2. Capacidade de alojamento na hotelaria global 7

1.3. Hóspedes 8

1.3.1. Número total de hóspedes 8

1.3.2. Hóspedes por tipologia de alojamento 8

1.3.3. Hóspedes por país de origem 9

1.4. Dormidas 10

1.4.1. Número total de dormidas 10

1.4.2. Distribuição mensal das dormidas 11

1.4.3. Dormidas por país de origem 12

1.5 Taxa de ocupação 13

1.6. Estada média 14

1.7. Proveitos globais na hotelaria 14

1.8. Revpar 15

1.9. Golfe 16

2. EIXOS DE ATUAÇÃO 17

2.1. PLANEAMENTO 17

2.1.1. Fóruns de discussão 17

2.1.2. Estudos e análises 18

2.1.3. Apoio ao investidor 19

2.1.4. Valorização da oferta 20

2.1.5. Comissões técnicas 29

2.1.6. Pareceres 31

2.2. AÇÕES DE PROMOÇÃO E ANIMAÇÃO 32

2.2.1. Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) 32

2.2.2. FITUR – Feira Internacional de Madrid 33

2.2.3. Mundo Abreu – Feira de verão 34

2.2.4. Mundo Abreu – Feira de inverno 34
2.2.5. *Fam trips* "Redescobrir os segredos do Algarve" 35
2.2.6. Algarve Nature Week 37
2.2.7. Incentivo Algarve 2018 38
2.2.8. Campanha de fim de ano - Sevilha 39
2.2.9. VI Feira da Dieta Mediterrânica 39
2.2.10. Dia Mundial do Turismo 40
2.2.11. Caravela Boa Esperança 41
2.2.12. Programa 365 Algarve 42
2.2.13. Apoio a Eventos / Ações Diversas 43
2.3. COMUNICAÇÃO E IMAGEM DO DESTINO 45
2.3.1. Campanha promocional de fim de ano, em Espanha 45
2.3.2. Campanha de comunicação e produção de materiais de suporte à divulgação da Algarve Nature Week 45
2.3.3. Campanha de sensibilização "Algarve bonito por natureza" 47
2.3.4. Dinamização de eventos – divulgação em meios próprios da RTA 48
2.3.5. Portal promocional do Algarve – www.visitalgarve.pt 48
2.3.6. Guia mensal de eventos «Guia Algarve» 49
2.3.7. Edições 49
2.3.8. Marketing digital 51
2.4. INFORMAÇÃO TURÍSTICA 52
2.4.1. Postos de Turismo 52
2.4.2. Pedidos de Informação Turística 57
2.5 GESTÃO DA QUALIDADE 58
2.5.1. Sistema de Gestão da Qualidade (SGQ) dos Postos de Turismo 58
2.6 RELAÇÕES EXTERNAS 58
2.6.1. Comunicação 58
2.6.2. Relações Públicas 68
2.7. CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO (CDI) 69
2.7.1. Utilizadores 69
2.7.2. Pesquisas 71

2.7.3. Tratamento documental 72
2.7.4. Empréstimo de documentos 73
2.7.5. Aquisição de documentos 73
2.7.6. Inquérito aos utilizadores 73
2.8. OUTROS PROJETOS E ATIVIDADES 73
2.8.1. Tratamento de reclamações e sugestões/opiniões externas 73
2.8.2 Gestão de bases de dados - CRM 74

Índice de gráficos

Página

1.1.1.2. Gráfico 1 – Hóspedes na hotelaria global, no Algarve, 2018 vs 2017..... 8

1.1.1.3. Gráfico 2 – Distribuição dos hóspedes por tipologia de alojamento na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017 9

1.1.1.4. Gráfico 3 – Hóspedes na hotelaria global do Algarve por país de origem, 2018 vs 2017.....10

1.1.1.5. Gráfico 4 – Dormidas totais na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 201711

1.1.1.6. Gráfico 5 – Evolução mensal das dormidas na hotelaria global do Algarve, em 2018.....11

1.1.1.7. Gráfico 6 – Dormidas na hotelaria global do Algarve por país de origem, 2018 vs 2017.....12

1.1.1.8. Gráfico 7 – Taxa de ocupação média – quarto - em Portugal e no Algarve, 2018 vs 2017.....13

1.1.1.9. Gráfico 8 – Evolução mensal da taxa de ocupação – cama - na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017.....13

1.1.1.10. Gráfico 9 – Estada média na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017..14

1.1.1.11. Gráfico 10 – Proveitos globais na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017..... 15

1.1.1.12. Gráfico 11 – RevPar na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017.....15

1.1.1.13. Gráfico 12 – Número de voltas de golfe nos campos do Algarve, 2018 vs 2017..... 16

1.1.1.14. Gráfico 13 – Número de atendimentos por posto de turismo – 2017 e 2018..... 53

1.1.1.15. Gráfico 14 – Número de atendimentos por meses – 2017 e 2018 54

1.1.1.16. Gráfico 15 – Variação mensal do número de atendimentos – 2017 e 2018.....54

1.1.1.17. Gráfico 16 – Pedidos de informação turística por nacionalidade.....57

1.1.1.18. Gráfico 17 – Pedidos de informação turística por tipologia 57

1.1.1.19. Gráfico 18 – Utilizadores presenciais 2010-2018 70

1.1.1.20. Gráfico 19 – Utilizadores externos 2018.....70

1.1.1.21. Gráfico 20 – Utilizadores internos em 2018 71

1.1.1.22. Gráfico 21 – Assuntos pesquisados em 2018 71

Índice de quadros

Página

1.1.1.1.1. Quadro 1 – Principais indicadores da atividade turística do Algarve – 2018..... 7

1.1.1.1.2. Quadro 2 – Capacidade de alojamento no Algarve, 2018 vs 2017 7

1.1.1.13.1. Quadro 3 – Tipo de atendimento prestado ao investidor em 2018.....19

1.1.1.13.2. Quadro 4 – Tipo de atividade dos investidores atendidos em 2018.....19

1.1.1.13.3. Quadro 5 – Tipologia de pedidos de informação realizados em 2018 ...20

1.1.1.13.4. Quadro 7– Pareceres /declaração de conforto.....31

1.1.1.13.5. Quadro 8 – Apoio a eventos – 2018 44

1.1.1.16.1. Quadro 9 – Número de atendimentos por nacionalidades – 2017-2018 (variação e quotas).....55

1.1.1.16.2. Quadro 10 – Intervenções nas instalações dos postos de turismo – 2018.....56

1. DESEMPENHO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO ALGARVE - 2018

1.1. Principais indicadores da atividade turística no Algarve em 2018

1.1.1.1.1. Quadro 1 – Principais indicadores da atividade turística do Algarve – 2018

Indicadores	Movimento no aeroporto	Hóspedes	Dormidas	RevPar	Proveitos Totais	Estada Média	Golfe
Total 2018	8,686,053	4,213,473	18,820,722	47,6	1,081,236,646	4,47	1,330,840
Total 2017	8,727,699	4,151,379	19,016,235	44,8	1,032,452,474	4,58	1,343,531
Var.(%)	**-0,5%**	**1,5%**	**-1,0%**	**6,3%**	**4,7%**	**-2,5%**	**-0,9%**

Fonte: Turismo de Portugal e Associação Algarve Golfe

1.2. Capacidade de alojamento na hotelaria global

Em 2018, o número de estabelecimentos, na hotelaria global do Algarve, diminuiu 0,47% relativamente ao ano anterior, passando de 425 para 422, representando 20,5% do todo nacional.

O nº de quartos aumentou 0,8%, passando de 44.778 para 45.116, com uma quota de 30,7% do total de Portugal.

O número de camas passou de 118.047 para 116.117, correspondendo a uma diminuição de 1,6% e tendo 35,7% de quota nacional.

1.1.1.1.2. Quadro 2 – Capacidade de alojamento no Algarve, 2018 vs 2017

Algarve	2018	2017	Var%	Quota nacional 2018
Nº Estabelecimentos	422	425	-0,7%	20,5%
Nº Quartos	45,116	44778	0,8%	30,7%
Nº de Camas	116,117	118,047	-1,6%	35,1%

Fonte: Turismo de Portugal

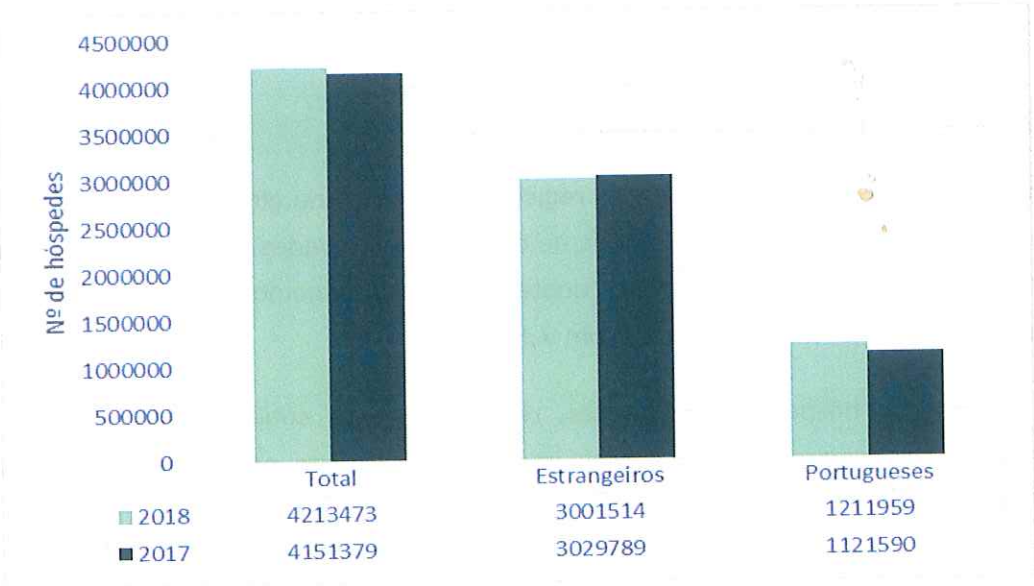
1.3. Hóspedes

1.3.1. Número total de hóspedes

O número total de hóspedes registados, em 2018, na hotelaria global do Algarve foi de cerca de 4,21 milhões, correspondendo a um aumento de 1,5% relativamente a 2017.

Os estrangeiros constituem a maioria dos hóspedes registados, com 3,0 milhões (-0,9%) e quota de 71,2% do total (- 1,8 p.p. que em 2017). Os hóspedes portugueses tiveram uma subida de 8,1%, passando de 1,12 milhões para 1,21 milhões (+ 90.369 hóspedes).

1.1.1.2. *Gráfico 1 – Hóspedes na hotelaria global, no Algarve, 2018 vs 2017*



Fonte: Turismo de Portugal

1.3.2. Hóspedes por tipologia de alojamento

Em 2018 é de realçar o aumento percentual global de 1,5% no conjunto das tipologias de alojamento, com especial ênfase nos aumentos percentuais de 5,6% verificados na tipologia "Hotéis 4*" e 4,2% nas "Pousadas".

1.1.1.3. Gráfico 2 – Distribuição dos hóspedes por tipologia de alojamento na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017

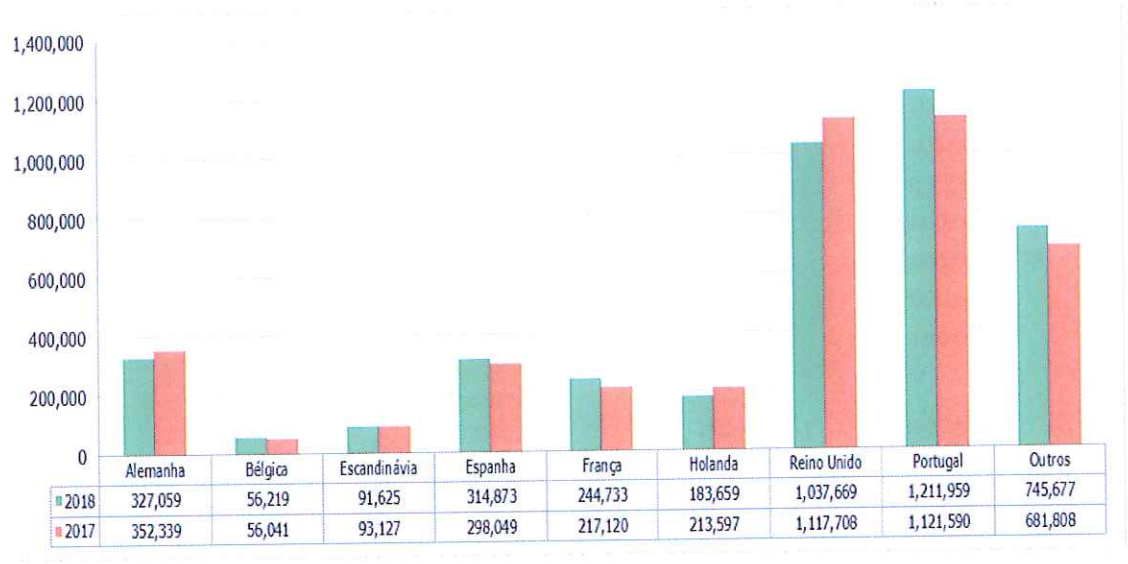
Fonte: Turismo de Portugal

1.3.3. Hóspedes por país de origem

Relativamente à origem dos hóspedes registados na hotelaria global do Algarve, o Reino Unido continuou a ser, em 2018, o país de origem dos hóspedes estrangeiros com maior representação no Algarve, com uma quota de 24,6%, seguido, a muita distância, da Alemanha, com 7,8% e da Espanha com 7,5%.

Em relação aos hóspedes portugueses, registou-se uma subida acentuada (+8,1%) representando o segundo mercado mais importante para este indicador, com uma quota de 28,8%.

1.1.1.4. *Gráfico 3 – Hóspedes na hotelaria global do Algarve por país de origem, 2018 vs 2017*



	Alemanha	Bélgica	Escandinávia	Espanha	França	Holanda	Reino Unido	Portugal	Outros
2018	327,059	56,219	91,625	314,873	244,733	183,659	1,037,669	1,211,959	745,677
2017	352,339	56,041	93,127	298,049	217,120	213,597	1,117,708	1,121,590	681,808

Fonte: Turismo de Portugal

1.4. Dormidas

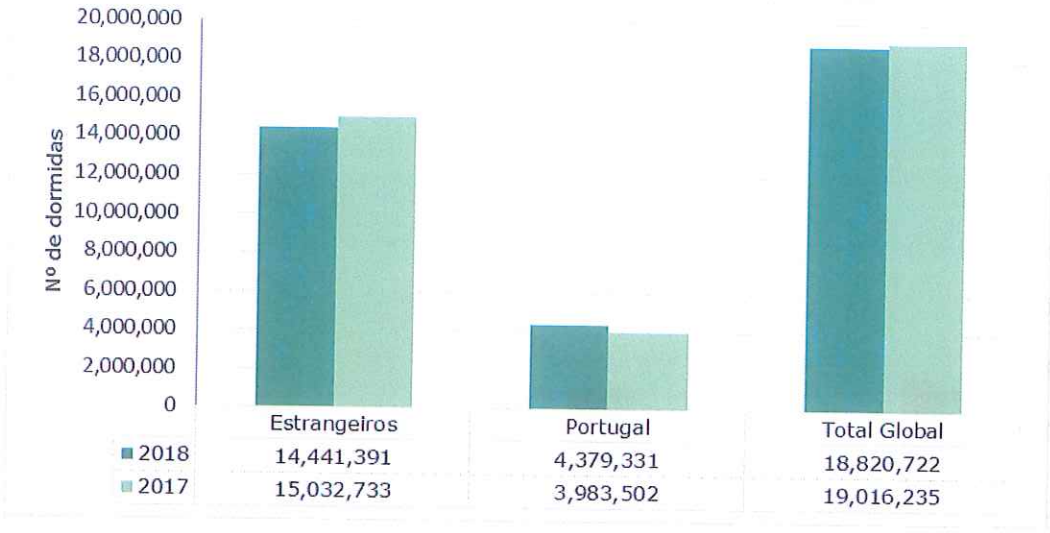
1.4.1. Número total de dormidas

Em 2018, o número total de dormidas na hotelaria global do Algarve (Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos) foi de 19,82 milhões, com um decréscimo percentual de 1,0% face a 2017.

Os estrangeiros representam 14,41 milhões de dormidas e 76,7% de quota, enquanto as dormidas de portugueses alcançaram o valor de 4,4 milhões e 23,3% de quota, significando um aumento percentual de 9,9% e mais 395,8 mil dormidas face ao verificado em 2017.

No conjunto, as dormidas oriundas de hóspedes de Portugal e Espanha representam 5,3 milhões e 28,3% do total geral.

1.1.1.5. Gráfico 4 – Dormidas totais na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017

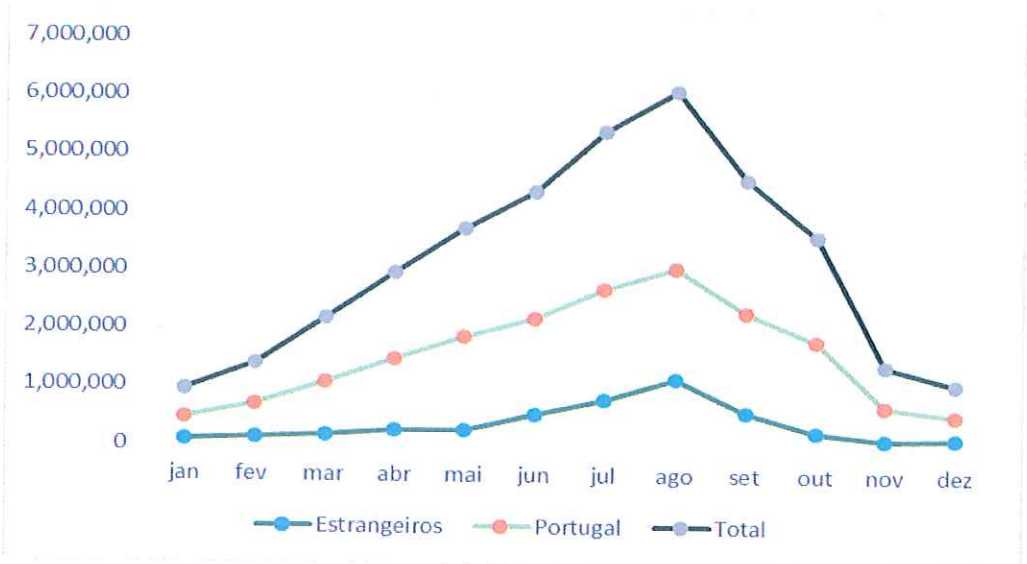


Fonte: Turismo de Portugal

1.4.2. Distribuição mensal das dormidas

A distribuição mensal das dormidas, em 2018, continua a seguir a mesma tendência de anos anteriores, continuando as preferências dos turistas a incidir nos meses de junho a setembro, com o pico a verificar-se em agosto, o que denota o peso do produto "Sol e Mar" na atividade turística da região. Os meses de maio e outubro assumem, cada vez mais, uma maior importância no combate à sazonalidade.

1.1.1.6. Gráfico 5 – Evolução mensal das dormidas na hotelaria global do Algarve, em 2018



Fonte: INE - Instituto Nacional de Estatística

1.4.3. Dormidas por país de origem

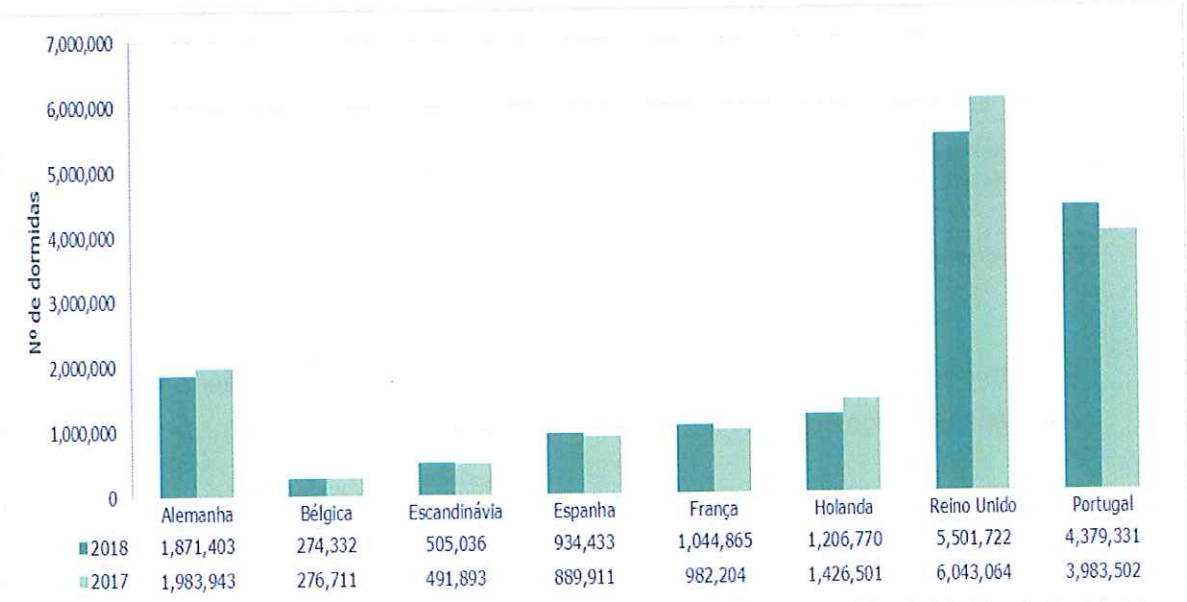
Relativamente à origem dos turistas que pernoitaram no Algarve verificou-se que, em 2018, o mercado mais importante segundo o indicador "dormidas" continuou a ser o Reino Unido com uma quota de 29,2% face ao total e com um decréscimo no número de dormidas de 9,0% face ao ano anterior.

O número de dormidas de portugueses teve um acréscimo de 395.892 dormidas (+9,9% face a 2017) continuando a ocupar o segundo lugar no ranking de países.

O mercado alemão continuou a ocupar a terceira posição com uma descida de 187,1 mil dormidas, o que representa uma quebra de 5,7%, relativamente a 2017.

Salienta-se ainda, pela positiva, o aumento registado no mercado francês, com mais 62,7 mil dormidas (+6,4%) que em 2017.

1.1.1.7. Gráfico 6 – Dormidas na hotelaria global do Algarve por país de origem, 2018 vs 2017

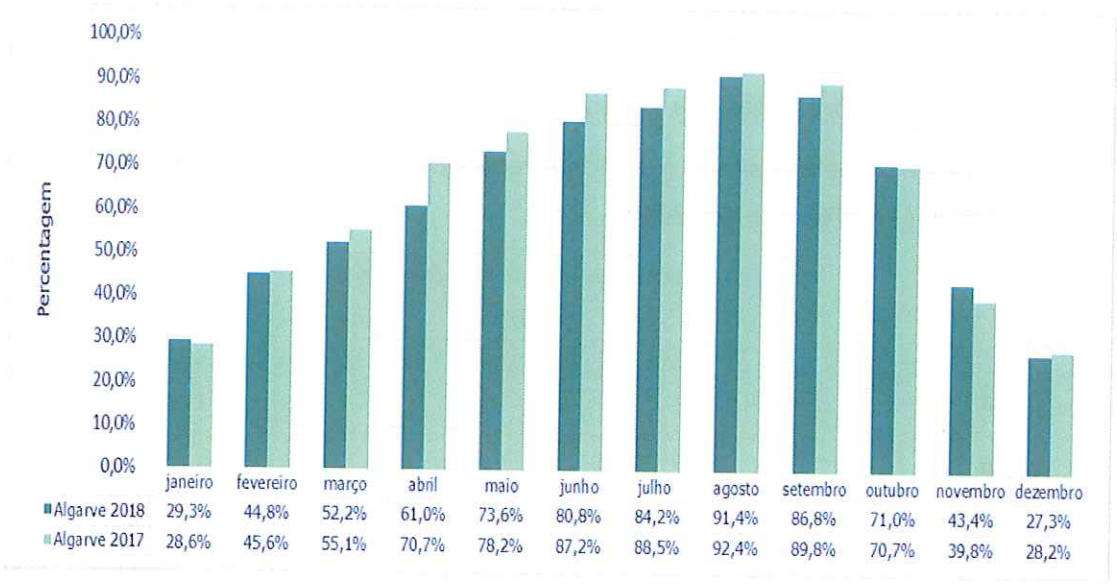


Fonte: Turismo de Portugal

1.5 Taxa de ocupação

Em 2018 a taxa de ocupação – quarto - no Algarve, situou-se nos 64,0%, contra os 66,1% verificados no ano anterior.

1.1.1.8. Gráfico 7 – Taxa de ocupação média – quarto - em Portugal e no Algarve, 2018 vs 2017

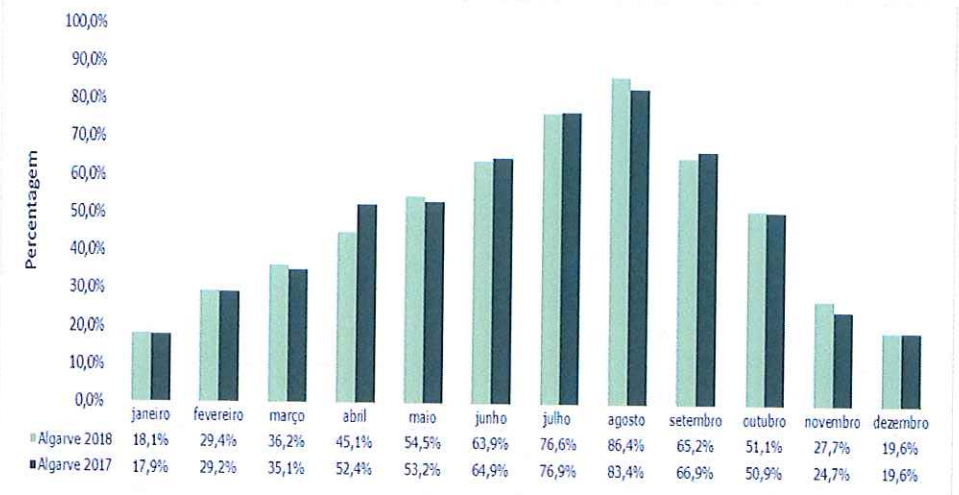


	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
Algarve 2018	29,3%	44,8%	52,2%	61,0%	73,6%	80,8%	84,2%	91,4%	86,8%	71,0%	43,4%	27,3%
Algarve 2017	28,6%	45,6%	55,1%	70,7%	78,2%	87,2%	88,5%	92,4%	89,8%	70,7%	39,8%	28,2%

Fonte: Turismo de Portugal

Mantém-se a importância da época de verão, com especial incidência nas ocupações verificadas em agosto (91,4%), setembro (86,8%) e julho (84,2%).

1.1.1.9. Gráfico 8 – Evolução mensal da taxa de ocupação – cama - na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017



	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
Algarve 2018	18,1%	29,4%	36,2%	45,1%	54,5%	63,9%	76,6%	86,4%	65,2%	51,1%	27,7%	19,6%
Algarve 2017	17,9%	29,2%	35,1%	52,4%	53,2%	64,9%	76,9%	83,4%	66,9%	50,9%	24,7%	19,6%

Fonte: Turismo de Portugal

Em 2018 a taxa de ocupação – cama - no Algarve, situou-se nos 49,3%, contra os 49,5% verificados em 2017, com os meses de agosto (86,4%) e julho (76,6%) a registarem as maiores taxas de ocupação média.

1.6. Estada média

A estada média dos hóspedes na hotelaria global do Algarve situou-se, em 2018, nas 4,47 noites, contra as 4,58 noites registadas em 2017.

Os hóspedes estrangeiros pernoitaram no Algarve, em média, 4,81 noites, enquanto os portugueses registam 3,61 noites de estada média.

Os holandeses continuam a liderar a tabela dos que mais pernoitam no Algarve, com uma média de 6,57 noites, seguidos dos alemães (5,72 noites).

1.1.1.10. Gráfico 9 – Estada média na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017

Fonte: Turismo de Portugal

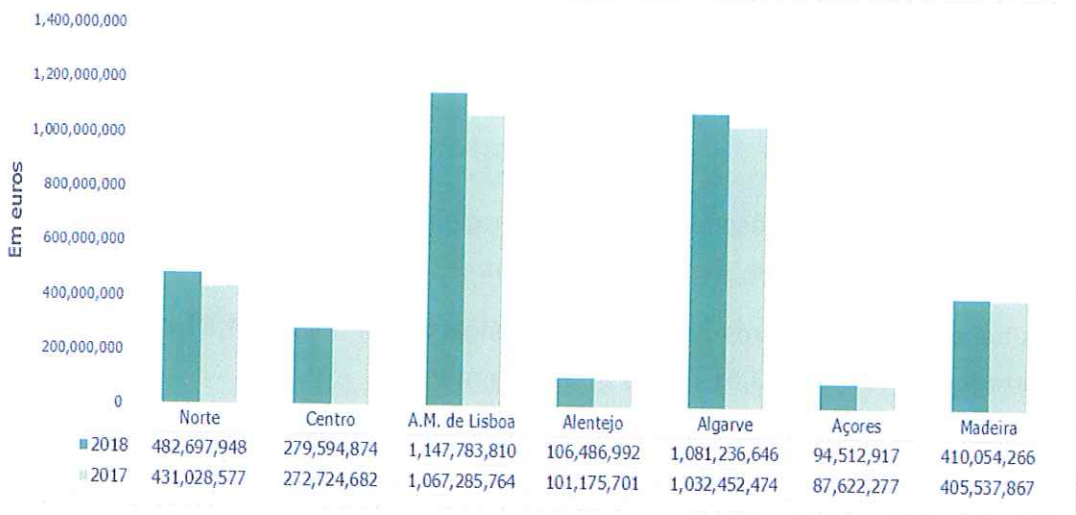
1.7. Proveitos globais na hotelaria

Em 2018, os proveitos globais dos estabelecimentos hoteleiros na região do Algarve foram de 1.081,2 milhões de euros, face aos 1.032,5 milhões de euros registados em 2017, com uma subida de 4,7%.

Verificou-se um aumento nos proveitos globais em todas as regiões com destaque para o Norte (+12,0%) e Lisboa (+7,5%).

Por quotas, Algarve (30,0%) e Lisboa (31,9%) dominam, com 61,9% do total, seguidos a longa distância, pelo Norte, com 13,4% de quota.

1.1.1.11. Gráfico 10 – Proveitos globais na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017



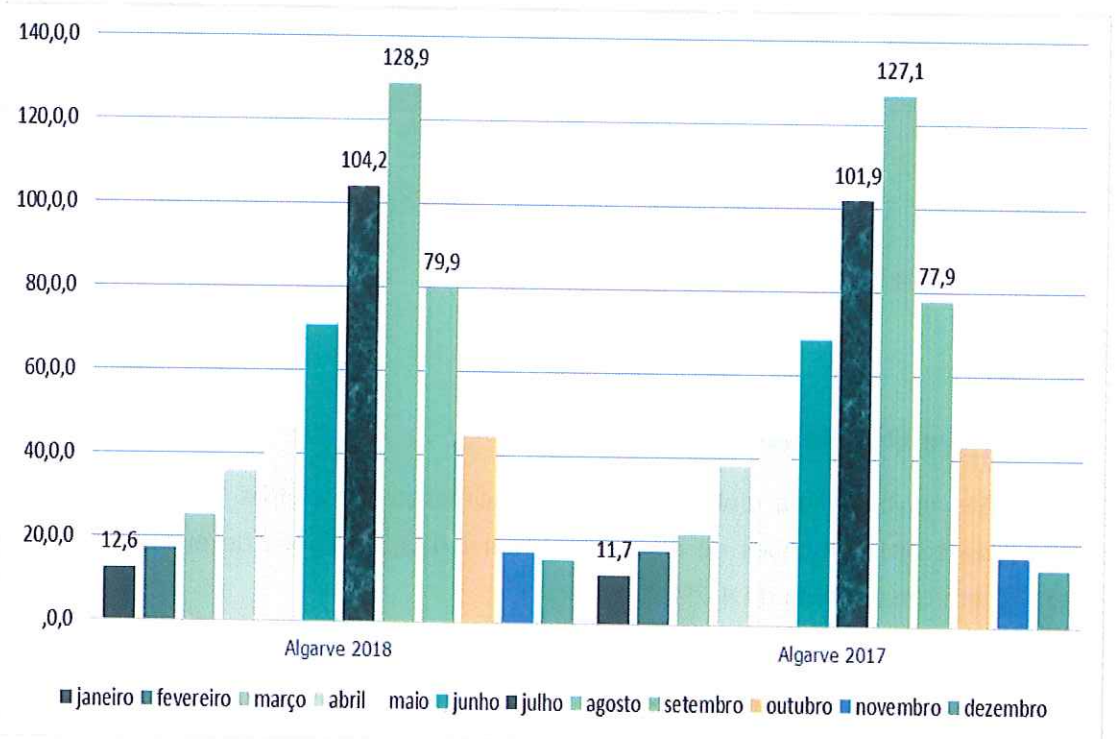
Fonte: Turismo de Portugal

1.8. Revpar

O RevPar registado em 2018 foi de 47,6€, o que representa uma quebra de 12,4% face ao verificado no ano transato.

Agosto, com 128,9€ e julho, com 104,2€ são os meses em que o RevPar é maior.

1.1.1.12. Gráfico 11 – RevPar na hotelaria global do Algarve, 2018 vs 2017



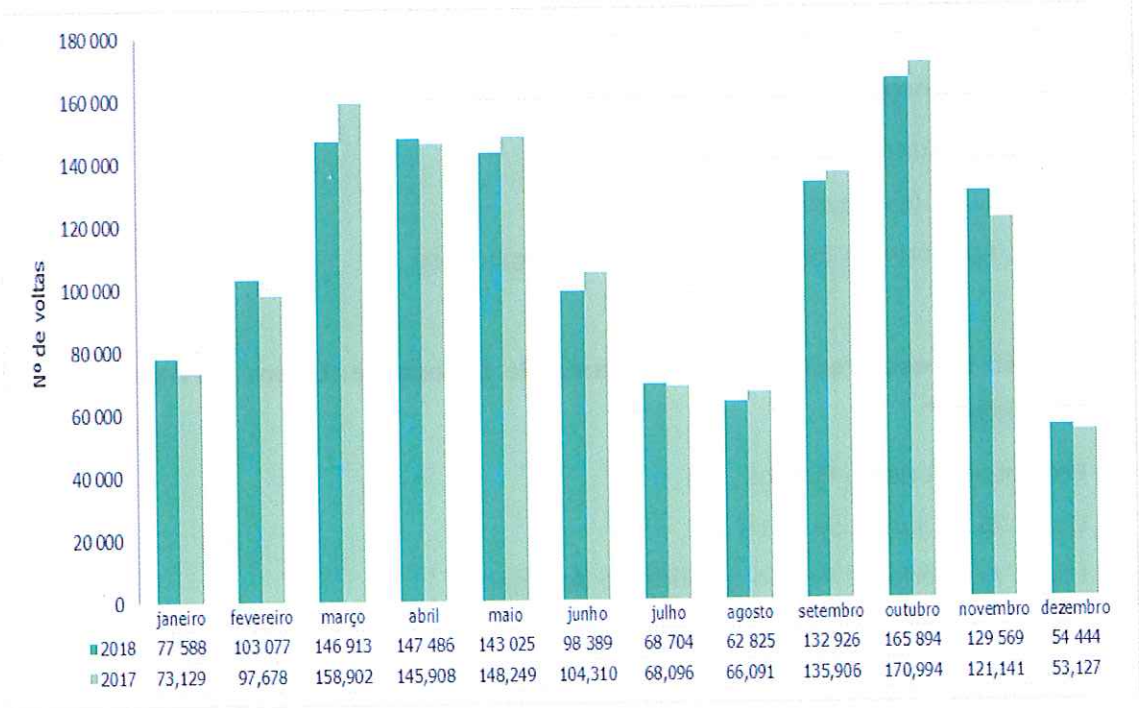
Fonte: Turismo de Portugal

1.9. Golfe

O número total de voltas nos campos de golfe do Algarve teve uma quebra de 0,9%, em 2018, representando menos 12 691 voltas do que o número alcançado em 2017, e consolidando um valor superior ao milhão de voltas (1.330.840).

A distribuição mensal mantém a tendência de anos anteriores, correspondendo a época alta do golfe aos meses de março, abril, maio, setembro, outubro e novembro, atingindo o seu pico no mês de outubro (165 894 voltas). A não coincidência nas épocas altas do "golfe" e o do "sol e mar" continua a ser o maior pilar no combate à redução da sazonalidade da atividade turística do Algarve.

1.1.1.13. Gráfico 12 – Número de voltas de golfe nos campos do Algarve, 2018 vs 2017



Fonte: Associação Algarve Golfe

2. EIXOS DE ATUAÇÃO

2.1. PLANEAMENTO

De forma a apoiar os órgãos de gestão da Região de Turismo do Algarve (RTA) tanto ao nível do investimento turístico como na tomada de decisão sobre as suas atividades, foram prestadas informações aos investidores e entidades que atuam na área do turismo, estudou-se a evolução da atividade turística, realizaram-se projetos para desenvolvimento da oferta turística e elaboraram-se análises de dados e desempenho dos diversos serviços da Região de Turismo do Algarve.

2.1.1. Fóruns de discussão

No decorrer de 2018, a Região de Turismo do Algarve promoveu e coorganizou um conjunto de sessões de esclarecimento:

Sessão Informativa sobre Legislação Turística

Promotor: Turismo de Portugal

Data: 22 de fevereiro de 2018

Local: Auditório da Escola Turismo de Portugal, Faro

Sessão de esclarecimento "Programa de Investimento em Territórios de Baixa Densidade"

Promotor: Turismo Fundos

Data: 25 de junho de 2018

Local: Auditório da Região de Turismo do Algarve

Seminário "Turismo sénior" (Ciclo de Conferências sobre Turismo Acessível)

Promotor: Universidade do Algarve (ISE), CENIE, RTA

Data: 15 de novembro 2018

Local: Auditório da Biblioteca Municipal de Faro

Debate: "Animação noturna, álcool e segurança"

Promotor: Safe Communities Portugal

Data: 29 novembro 2018

Local: Auditório Municipal de Albufeira

2.1.2. Estudos e análises

2.1.2.1. Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve 2015-2018

O Plano de Marketing Estratégico para o Turismo do Algarve constitui-se como um documento orientador das atividades dos diversos intervenientes no turismo da região, em linha com a estratégia nacional para o setor. Por se tratar de um documento dinâmico e estar a terminar a sua vigência, deu-se início aos trabalhos visando a elaboração de novo plano.

2.1.2.2. Monitorização da atividade turística do Algarve

A monitorização da atividade turística constitui uma importante ferramenta para um adequado planeamento estratégico e atuação da Região de Turismo do Algarve, pelo que, a exemplo dos anos anteriores, se realizou, ao longo de 2018, o levantamento, compilação, tratamento e análise dos indicadores turísticos visando a caracterização, avaliação e análise das perspetivas de desenvolvimento do turismo regional.

2.1.2.3. Boletim "Algarve, conjuntura turística"

O boletim trimestral de análise da conjuntura turística, abrange um conjunto de indicadores estatísticos de desempenho do sector e pretende ser uma ferramenta de apoio aos profissionais de turismo, divulgando os dados estatísticos tratados pela área de Planeamento, sobre o comportamento da atividade turística da região.

Em 2018 foram editados e divulgados 4 boletins "Algarve, conjuntura turística".

2.1.3. Apoio ao investidor

A Região de Turismo do Algarve disponibilizou apoio aos investidores através do Núcleo de Planeamento, Comunicação, Imagem e Qualidade, que atendeu, em 2018, 260 utentes. O atendimento registado foi efetuado por telefone (26,5%), presencialmente (38,5%) e por e-mail (35%) (Quadro 3).

1.1.1.13.1. Quadro 3 – Tipo de atendimento prestado ao investidor em 2018

Tipo de atendimento	N.º	%
E-mail	91	35,0%
Presencial	100	38,5%
Telefónico	69	26,5%
Total	**260**	**100%**

Do total de utentes que recorreram a este serviço, 35,8% operam na área do alojamento turístico, 22,7% na área da animação turística (incluindo marítimo-turísticas), 22,3% em agências de viagens, e 19,2% em outras atividades, tal como apresentado no quadro 4.

1.1.1.13.2. Quadro 4 – Tipo de atividade dos investidores atendidos em 2018

Tipo de atividade	N.º	%
Alojamento	93	35,8%
Animação Turística	59	22,7%
Agência de viagem	58	22,3%
Outras	50	19,2%
Total	**260**	**100%**

O Gabinete de apoio investidor prestou informação sobre vários assuntos relacionados com a atividade turística, tal como apresentado no quadro 5.

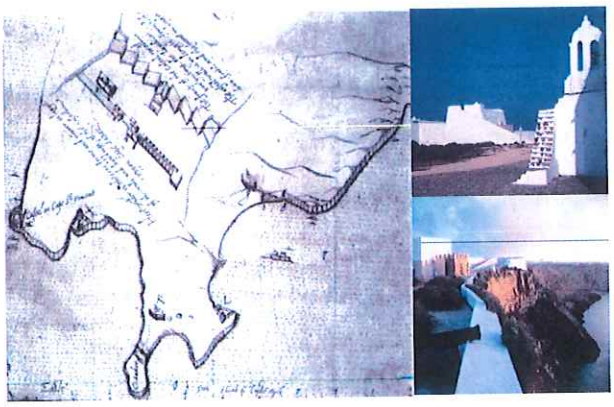
1.1.1.13.3. Quadro 5 – Tipologia de pedidos de informação realizados em 2018

Assunto	Nº	%
Legislação turística	175	67,3%
Apoios financeiros	41	15,8%
Dados estatísticos	21	8,1%
Outros	23	8,8%
Total	**260**	**100%**

2.1.4. Valorização da oferta

2.1.4.1 Candidatura Lugares de Globalização

Semana Cultural
LUGARES DE GLOBALIZAÇÃO



O Bem "Lugares de Globalização" que a Região de Turismo do Algarve, com a Direção Regional de Cultura do Algarve e os municípios de Vila do Bispo, Lagos, Aljezur e Silves propuseram à Comissão Nacional da UNESCO, faz parte, desde 2016, da lista indicativa de Portugal ao Património Mundial.

Os «Lugares de Globalização» prendem-se com o período de abertura da expansão marítima das rotas comerciais e estão na génese de um novo modo de conceção do mundo e de relações entre os povos. Incidem sobre vários locais, símbolos, mitos e personagens fundamentais no âmbito da História de Portugal no mundo, detendo indubitavelmente um valor universal a preservar.

Para além do Algarve, com Sagres e as Terras do Infante, Lagos, Aljezur e Silves, esta candidatura a Património Mundial da Unesco envolve os Açores e a Madeira, Ceuta em

Espanha, Alcácer Céguer em Marrocos, Arguim na Mauritânia (1ª feitoria na costa ocidental que já é Património Mundial) e conta já com a participação da Cidade Velha de Cabo Verde (já reconhecida como Património Mundial).

Relacionado com a temática desta candidatura, decorre no Algarve o projeto, liderado pela Associação Vicentina, "Lugares de Globalização – Semana Cultural" ao qual a RTA se associou, tendo apoiado a sua primeira edição que decorreu em março de 2018.

2.1.4.2 Projeto Odyssea Blue Heritage

Trata-se de um projeto de cooperação transfronteiriço entre a Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, a Diputación de Huelva, a Região de Turismo do Algarve e as Câmaras Municipais de Faro, Lagos, Vila do Bispo e Mértola, desenvolvido ao abrigo do programa INTERREG V – Espanha e Portugal (POCTEP) 2014-2020.

O *Odyssea Blue Heritage* visa implementar um modelo comum de ecoturismo baseado na capitalização das boas práticas europeias para a valorização do potencial económico e o uso sustentável do património cultural e natural dos territórios costeiros, marítimos e rurais.

Pretende-se valorizar as cidades portuárias e costeiras parceiras enquanto destinos de excelência, assentando na identidade do território e do património histórico-cultural, material, imaterial, arqueológico e natural como suporte de base económica, através da marca comum Odyssea.

A RTA, em paralelo à sua associação com as ações dos restantes parceiros e aquelas que são transversais, tem utilizado este projeto como veículo de promoção das vias marítimas históricas do território costeiro e marítimo do Algarve, com a dinamização da caravela e presença em mercados considerados prioritários para o Algarve.

Em 2018 a RTA procedeu à instalação, na caravela, de sinalética informativa destinada à visitação e editou um guia de apoio às visitas.

2.1.4.3 Projeto Cycling & Walking Algarve

O Programa Cycling & Walking Algarve (2016 – 2019) visa assegurar um trabalho de estruturação do produto e de comunicação internacional do turismo de natureza, nomeadamente na vertente de Caminhadas e Bicicleta, assente na articulação entre os atores públicos e privados, liderada por uma parceria institucional constituída pela Região de Turismo do Algarve (RTA), Associação Turismo do Algarve (ATA) o Turismo de Portugal (TdP) e a Comunidade Intermunicipal do Algarve (AMAL).

O programa C&W tem um calendário de ações manutenção e beneficiação de itinerários, estruturação do produto, internacionalização e comercialização para os vários anos de vigência do programa e o investimento realizado nestes segmentos ligados à bicicleta e ao pedestrianismo tem tido bons resultados na prossecução do objetivo de diversificar a oferta turística do destino.

No final de 2018, o grau de execução do programa era de 93% face às 15 ações em que a RTA teve intervenção, estando 7 concluídas e 7 ainda em curso, como previsto. Apenas uma ação ficou sem execução.

2.1.4.4 Cicloturismo, Projeto "Atlantic On Bike" (Eurovelo 1)

Atlantic On Bike

Interreg Atlantic Area

O Atlantic On Bike (2017 – 2020) é um projeto internacional entre 19 parceiros de 6 países que integram a Rota Europeia "Eurovelo1". É apoiado pelo Programa Interreg –

Atlantic Area e tem como objetivo geral desenvolver o cicloturismo tendo por base o património natural e cultural, obtendo retorno económico e social da qualificação da atividade turística associada à rota.

Em 2018, teve lugar em Faro (Portugal) a terceira reunião do comité de parceiros do projeto, organizada de 26 a 28 de outubro pela RTA em parceria com a AMAL. Os trabalhos decorreram durante 3 dias e incluíram uma visita de bicicleta à rota e uma visita técnica a Vilamoura para conhecer o sistema de contagem e monitorização de ciclistas da Inframoura. Esta reunião de parceiros foi a mais participada (50 participantes dos 6 países) e a organização muito bem avaliada.

Durante 2018 foram desenvolvidas ações conjuntas relacionadas com identificação de necessidades de intervenção no âmbito do projeto, nomeadamente ao nível da infraestrutura (Eurovelo 1) e das ferramentas e materiais de comunicação. Foi realizada a estratégia de marketing pela agência internacional Altimax. O seu trabalho estava estruturado em várias fases: levantamento, analise de resultados e proposta de intervenção, estando as duas primeiras concluídas.

Foi também iniciado o trabalho de realização dos filmes nacionais e do filme transnacional para promoção de toda a rota.

A maioria das ações de estruturação de produto e comunicação terão execução durante 2019.

2.1.4.5 Algarve, eventos âncora de turismo de natureza

Em 2018 foi aprovada a candidatura submetida pela RTA ao Programa valorizar – Linha de apoio à valorização turística do interior, do calendário de eventos "Algarve, eventos âncora de turismo de natureza", com um total elegível de 88.650€, cofinanciado a 90%.

O projeto teve como objetivos principais promover nacional e internacionalmente o Algarve na vertente de turismo de natureza, contribuir para a coesão territorial e atenuar a sazonalidade da atividade turística regional. Para tal foi concebido e apoiado um calendário de eventos de turismo de natureza que se realizaram no interior, em áreas de baixa densidade populacional e fora da época balnear.

A novidade em relação ao projeto dos anos anteriores foi a criação da iniciativa Algarve Walking Season (AWS) cujo objetivo é estruturar e potenciar a comunicação e promoção anual da oferta regional de festivais de caminhadas. Neste sentido, foi criado um calendário de festivais que se realizam ao longo de grande parte do ano, marcando a época de caminhadas e potenciando o desenvolvimento das áreas geográficas onde são promovidos.

Os restantes eventos já tinham edições anteriores, no entanto todos eles tentaram inovar nas atividades realizadas.

- 6º Algarve Bike Challenge – 02 a 04 de março de 2018
- 1º Algarve Walking Season – 9 março a 4 de novembro de 2018
- 9º Festival de observação de aves – 04 a 07 de outubro de 2018
- 2ª Algarviana Ultra Trail – 30 novembro a 03 de dezembro de 2018

2.1.4.6 Algarve Cooking Vacations

"Algarve Cooking Vacations" é um projeto de criação e promoção de novas rotas turísticas centradas na gastronomia e vinhos da região, candidatado ao CRESC Algarve 2020, em que a RTA é parceira da Associação Tertúlia Algarvia e da Associação Turismo do Algarve.

O turismo de culinária, nicho do turismo gastronómico, e numa visão mais alargada, do turismo cultural, apresenta um potencial económico e de combate à sazonalidade muito interessante dado que, segundo a World Food Travel Association, se estima em cerca de um milhão os turistas culinários internacionais que viajam por ano.

O turismo gastronómico é um segmento em rápida expansão, também em Portugal, e o turismo culinário, como meio de promoção e preservação da cultura gastronómica, permite que os turistas desfrutem da herança cultural e histórica dos destinos através da aprendizagem e degustação. Entre as várias atividades em que o Turista Culinário gosta de se envolver destacam-se os workshops/aulas sobre gastronomia e vinhos, visitar mercados locais de produtores agroalimentares, participar em festivais gastronómicos e frequentar restaurantes que disponham de receitas locais e utilizem produtos típicos locais.

Este projeto tem por objetivo afirmar o Algarve como destino de excelência para programas de aprendizagem culinária e enológica, através da criação de rotas turísticas para o efeito. Entre as atividades previstas, estão:

- Estudo sobre Oportunidades, Tendências, Perfil do Turista e Análise da Cadeia de Valor, e Benchmarking da Oferta Nacional, Europeia e Mundial ao Nível do Turismo Culinário e Enológico;
- Workshops Temáticos;
- Desenvolvimento de Programas/Rotas de Férias Culinárias e Enológicas 'Algarve Cooking & Wine Vacations';

- Conceção, Edição e Impressão de um Livro de Receitas Características da Gastronomia Regional;
- Conceção, Edição e Impressão de um Livro de Vinhos do Algarve;
- Plano de Marketing Internacional para as novas Rotas/Programas criados;
- Ações de Promoção Internacional;
- FAM TRIPS com Operadores Especializados;
- Campanha de Marketing Digital;

O "Algarve Cooking Vacations" foi galardoado com o prémio de "Melhor Projeto 2018" na categoria *International Brand* dos *Travel Food Awards 2018*, organizados GIST – Asso ciação de Imprensa Italiana de Turismo.

Em 2018, a Região de Turismo do Algarve, levou a cabo e apresentou um estudo sobre turismo culinário e enológico; promoveu a realização de *workshops* temáticos em que participaram especialistas nacionais e internacionais com divulgação de boas práticas neste segmento de oferta; prosseguiu os trabalhos de conceção de um Livro de Vinhos do Algarve, já editado no corrente ano, e de um Livro de Receitas Características da Gastronomia Regional, a editar brevemente.

Para além disso, também realizou, no dia 7 de junho 2018, em Sevilha, uma ação de promoção do Algarve como destino de turismo gastronómico, com um *showcooking* para cerca de 250 convidados (líderes de opinião, jornalistas, *trade*).

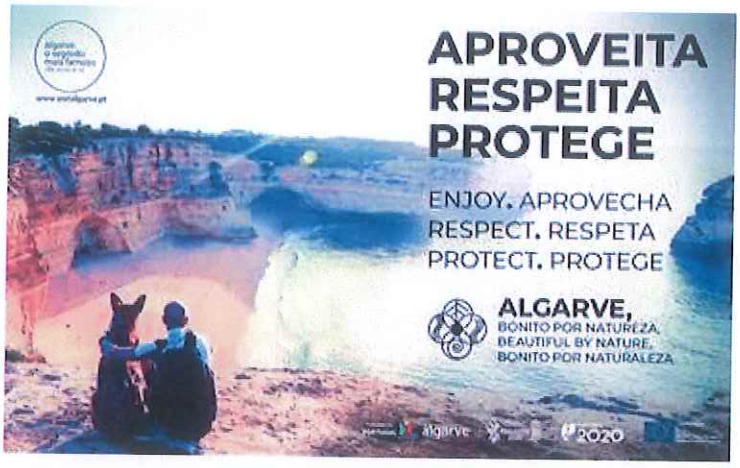
2.1.4.7 Algarve Natural

A operação "Algarve Natural - promoção e valorização do património natural da região do Algarve", projeto candidatado ao Programa Operacional Regional do Algarve, visa contribuir para a afirmação do turismo de natureza e para o combate à sazonalidade, consolidando o Algarve como uma região turística de elevada notoriedade internacional. Para o efeito, foram desenvolvidas ações de promoção e animação turística dos recursos naturais do território, criando experiências, em estreita parceria com atores públicos e privados com o objetivo de aumentar o potencial de atração da região e de acrescentar valor às dormidas turísticas regionais.

No quadro desta operação, em 2018, realizaram-se as seguintes atividades:

- Algarve Nature Week ;

- Campanha de sensibilização para a população local, empresas do setor e turistas, designada "Algarve, bonito por natureza";



- Ação de sensibilização para a população estudantil;

- Materiais de comunicação e artigos de oferta no âmbito do turismo de natureza estando ainda em execução um Guia Turismo de Natureza Júnior e um novo Guia de Percursos Pedestres.

2.1.4.8 Candidaturas apresentadas ao CRESC Algarve 2020 (a aguardar aprovação)

Em 2018, a RTA submeteu candidaturas ao CRESC Algarve 2020, para os seguintes projetos:

a) Algarve By Choice

O objetivo central deste projeto é potenciar a internacionalização do destino turístico Algarve, através da divulgação das oportunidades de investimento no setor turístico, tendo, ainda, em vista a valorização e recuperação do património que se encontra devoluto ou inativo com potencial de desenvolvimento turístico.

Integra a implementação de ações de prospeção e divulgação do potencial de investimento da região, a nível internacional, através da implementação de processos colaborativos de internacionalização, da partilha de conhecimento e desenvolvimento de mecanismos inovadores de prospeção, conhecimento e acesso a novos mercados externos.

Promotor: RTA

Período: 2019 a 2021

b) Internacionalizar + Algarve 2.0 Turismo

O objetivo central do projeto é potenciar o sucesso da internacionalização das PME's da região do Algarve, enquadradas no domínio da RIS3 ALGARVE Turismo, através (1) do estímulo a iniciativas coletivas inovadoras, através do desenvolvimento de processos

colaborativos de internacionalização, da partilha de conhecimento e capacitação das PME para a internacionalização, (2) do desenvolvimento de mecanismos inovadores na prospeção, conhecimento e acesso a novos mercados internacionais.

Este projeto visa criar notoriedade e visibilidade internacional da marca Algarve contribuindo para a valorização de massa critica para promoção internacional conjunta de produtos que permitam atenuar a sazonalidade através da criação, dinamização e capacitando de redes colaborativas com PME do Algarve em setores complementares, de forma a potenciar o aumento das exportações e com isso tornar a região do Algarve mais competitiva.

Promotores: RTA, ATA, NERA

Período: 2019 a 2021

c) Algarve Craft & Food

O projeto tem como objetivo central: estimular o desenvolvimento e a internacionalização das indústrias culturais e criativas baseadas no artesanato e produtos alimentares locais do Algarve.

Especificamente, pretende-se aumentar as competências de internacionalização do artesanato, dos produtos alimentares e do turismo criativo a eles associado; criar programas de turismo cultural e criativo com base nos produtos de artesanato e alimentares locais e levar a efeito ações de internacionalização e promoção dos mesmos.

Promotores: RTA, ATA, Tertúlia Algarve e QRER

Período: 2019 a 2021

2.1.4.9 Participação na Rede Portuguesa de Judiarias

A Região de Turismo do Algarve participa no projeto Rede de Judiarias Portuguesas, através do acompanhamento das ações desenvolvidas pela respetiva Associação e contribui com conteúdos relativos ao património judaico existente no Algarve.

A Associação tem como objetivo conjugar a valorização histórica e patrimonial com a promoção turística, fomentando a descoberta de uma forte componente da identidade portuguesa e peninsular.

2.1.5. Comissões técnicas

2.1.5.1. Subcomissões da Comissão Técnica de Normalização (CT 144 – Serviços turísticos)

A Região de Turismo do Algarve (RTA) integra diversas subcomissões da CT 144 – Serviços Turísticos. Em 2018, desenvolveu atividade, através da participação nas respetivas reuniões de trabalho ou na análise periódica de documentos normativos e emissão de contributos das seguintes Subcomissões Técnicas:

- Subcomissão 1 Mergulho;
- Subcomissão 6 -Turismo de Aventura/Natureza
- Subcomissão 9 -Destinos Turísticos;
- Subcomissão 10 – Alojamento em Empreendimentos Turísticos
- Subcomissão 12 – Portos de recreio
- Subcomissão 14 - Sustentabilidade

2.1.5.2. Comissão de Acompanhamento dos Aterros Sanitários e CVO

A RTA integra as Comissões de Acompanhamento dos Aterros Sanitários do Barlavento e do Sotavento algarvio, bem como da CVO – Central de Valorização Orgânica de S. Brás de Alportel, da responsabilidade do subsistema de gestão de resíduos sólidos ALGAR e, em 2018, participou, à semelhança dos anos anteriores, nas reuniões trimestrais das comissões que consistiram em visitas acompanhadas às instalações da ALGAR, seguidas de discussão sobre os aspetos que, direta ou indiretamente, têm impactes ambientais e operacionais noutras atividades económicas ou sociais junto das populações locais.

2.1.5.3. Júri Nacional do Programa "Chave Verde"

Green Key

O programa Chave Verde é um galardão internacional que visa distinguir unidades de alojamento, parques de campismo e restaurantes que adotem boas práticas ambientais do decurso da sua atividade corrente. Nomeadamente, através do desenvolvimento de ações de melhoria continua com vista à redução do consumo de água e energia e à correta gestão dos resíduos á promoção da economia circular ou implementação de um programa de atividades de sensibilização ambiental dirigido a colaboradores e clientes.

A RTA fez parte do júri nacional do Programa "Chave Verde" de 2018 procedendo à análise das candidaturas, visitas de verificação às unidades de alojamento e elaboração de relatório e proposta de atribuição.

Em 2018 foram distinguidas dez unidades de alojamento do Algarve:

- Hotel Conrad Algarve – Quinta do Lago - Almancil
- Hotel Hilton Vilamoura - Loulé
- Hotel Pine Cliffs - Albufeira
- Hotel Vila Galé Albacora - Tavira
- Hotel Aqua Pedra dos Bicos - Albufeira
- Hotel Vale D'El Rei - Lagoa
- Hotel Velamar - Albufeira
- Casa Vale da Lama - Lagos
- Casa Biota Este - Sagres
- Casa Biota Oeste – Sagres

2.1.5.4 Conselhos estratégicos das áreas protegidas

A RTA integra os Conselhos estratégicos das Áreas Protegidas do Algarve - Parque Natural da Ria Formosa, Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina e Reserva Natural do Sapal de Castro Marim e vila Real de santo António que se configuram legalmente como órgãos do ICNF, IP que integram representantes de várias entidades com intervenção direta ou indireta na área protegida.

O objetivo dos Conselhos é contribuir para a definição da estratégia de gestão, visando o reconhecimento público do património natural.

Em 2018, foram convocados os seguintes Conselhos estratégicos:

Conselho Estratégico do Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina com vista à recondução do plano de Ordenamento do parque a Programa de Ordenamento e um segundo momento para recolha de contributos com vista à elaboração de Plano de Gestão das Áreas Marinhas integradas na área do PNSACV.

Conselho Estratégico do Parque Natural da Ria Formosa reuniu uma vez para discussão, entre outros assuntos, do Programa Especial do Parque Natural da Ria Formosa.

2.1.5.5 Conselho da região hidrográfica do Algarve

A RTA integra o Conselho da Região Hidrográfica do Algarve (CRH do Algarve) que tem como objetivo ser um órgão consultivo e de apoio da Agencia Portuguesa do Ambiente, IP (APA), em matéria de recursos Hídricos para as regiões hidrográficas, com

competências ao nível do acompanhamento e elaboração de planos de gestão da região hidrográfica.

Os conselheiros colaboram na análise de documentos e elaboração de pareceres para prossecução das ações definidas.

Em 2018, foram convocados os conselheiros para apresentação de dados sobre "Riscos de Cheias e Inundações" no Algarve e Ponto de situação da Implementação das medidas do Plano de Gestão da Região Hidrográfica do Algarve

2.1.5.6 Alterações climáticas - Conselho Local de acompanhamento da estratégia municipal de adaptação às alterações climáticas de Loulé

A RTA integra, desde 2017, o Conselho Local de acompanhamento da EMAAC de Loulé e participa no Grupo de trabalho 1 – "Coordenação / dinamização de respostas face a eventos extremos de Alterações Climáticas". Neste âmbito, em 2018, participou-se na 3ª reunião do Conselho, onde foi apresentado o ponto de situação da implementação da estratégia municipal e se discutiram as ações futuras.

2.1.6. Pareceres

No decorrer do ano de 2018 foram emitidos 18 pareceres /declarações de conforto a projetos a desenvolver no Algarve, com impacto na área do turismo (Quadro 7).

1.1.1.13.4. Quadro 7– Pareceres /declaração de conforto

Declarações p/ tipo de atividade - 2018	N.º
Apoio Produções	2
Investigação	3
Turismo de Natureza	1
Eventos / Turismo Desportivo	3
Qualificação da Oferta	5
Turismo Cultural	4
TOTAL	18

2.2. AÇÕES DE PROMOÇÃO E ANIMAÇÃO

2.2.1. Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL)

A Região de Turismo do Algarve esteve presente na Bolsa de Turismo de Lisboa que decorreu de 28 de fevereiro a 04 de março de 2018.

A participação institucional da Região de Turismo do Algarve na BTL insere-se na concretização do seu objeto e atribuições e visa promover a atividade turística no Algarve na maior feira do setor turístico que acontece em território nacional.

A BTL é um evento cheio de desafios e propostas. Para os profissionais ligados ao sector do turismo é uma oportunidade para encontrar compradores profissionais, para conhecer a concorrência, para analisar a tendência dos mercados e posicionar a sua oferta de uma forma inovadora e competitiva.

Para o público, constitui a oportunidade de conhecer melhor a região do Algarve e as várias ofertas de que dispõe, comparar propostas e comprar a preços altamente competitivos, uma vez que, em 2018, a Região de Turismo do Algarve teve no seu espaço 20 empresas do setor para além dos 16 Municípios algarvios.

O *stand* do Algarve registou uma elevada de procura. Os dias de profissionais, segundo o feedback de alguns dos expositores foram muito positivos. Do ponto de vista de público no balcão da Região de Turismo verificou-se uma afluência bastante grande, tendo sido distribuído todo o material promocional disponível para o efeito. Os pedidos de informação no balcão do Algarve foram efetuados, maioritariamente, por visitantes nacionais, tendo havido alguns de falantes da língua inglesa.

Verificou-se um interesse notório em informação sobre turismo de natureza, sendo que a brochura do *Cycling & Walking* despertou uma grande procura.

2.2.2. FITUR – Feira Internacional de Madrid

A Região de Turismo do Algarve participou na edição de 2018 da FITUR (Feira Internacional de Turismo de Madrid), que decorreu de 17 a 21 de janeiro de 2018.

A participação institucional da Região de Turismo do Algarve neste certame insere-se na concretização do seu objeto e atribuições e visa promover o destino turístico Algarve no mercado interno alargado, correspondendo a Portugal e Espanha.

Espanha é considerada, nas orientações do Plano de Marketing Estratégico de 2015 – 18, como um mercado prioritário para a geração de procura para a região, sobretudo no que se refere à diminuição da sazonalidade turística.

A FITUR de 2018 recebeu 251.000 participantes (aumento de 2,5% face a 2017), registando-se 140.120 profissionais (aumento de 3,2%) e aproximadamente 10.000 empresas (aumento de 1,1%) oriundas de 165 países.

Com uma dinâmica muito elevada de participação de público e de profissionais, a procura dos diferentes balcões nos quais a RTA esteve presente foi intensa durante todos os dias do evento, com muitas pessoas que chegavam direcionadas a partir de outros balcões de atendimento, quer do Turismo de Portugal como de outras regiões presentes.

Os pedidos de informação sobre o Algarve foram maioritariamente de espanhóis que tinham já a decisão tomada de viajar a curto prazo e incidiram sobretudo nas praias, na natureza, no património e em rotas que pudessem ser efetuadas. Informações sobre as unidades hoteleiras e serviços existentes foram sempre solicitadas, tendo as pessoas sido encaminhadas para a exploração dos conteúdos do visitalgarve.pt. Como curiosidade, referira-se o interesse na brochura do Autocaravanismo.

2.2.3. Mundo Abreu – Feira de verão

A Região de Turismo do Algarve participou no Mundo Abreu – Feira de verão que decorreu em Lisboa nos dias 10 e 11 de março 2018 visando:

- Promover e vender o destino Algarve;
- Fomentar o *early booking* (vendas antecipadas) a preços competitivos;
- Aumentar o número de reservas e vendas;
- Aumentar o número de visitantes.

Este evento, que habitualmente se realiza no mês de abril, foi antecipado para o mês de março por, segundo a organização, se verificar uma procura cada vez mais antecipada da compra de férias de verão, a preços promocionais.

A presença da RTA no Mundo Abreu 2018 foi muito positiva. Verificou-se que o Algarve foi um dos destinos mais procurados e com mais reservas registadas durante a feira.

De acordo com as Viagens Abreu, organizador do certame, verificou-se na edição de 2018, comparativamente com o ano anterior, um aumento de 15,1% no volume das reservas. No *ranking* dos 10 destinos/produtos mais vendidos, Portugal ficou em 1º lugar, com as regiões do Algarve, Madeira e Açores em grande destaque.

2.2.4. Mundo Abreu – Feira de inverno

A Região de Turismo do Algarve esteve presente na 5.ª edição da Expo Abreu – Mercado de Viagens de Inverno 2018 que decorreu no fim de semana de 27 e 28 de outubro, em Lisboa, com o intuito de mostrar os atrativos únicos da região para férias de inverno, impulsionando as vendas diretas ao consumidor final, sobretudo num período de época baixa e incrementando o *Early Booking* para as épocas de Ano Novo, Carnaval e Páscoa.

Em presença conjunta com o programa cultural «365 Algarve», o *stand* da RTA, com uma área de 18m², apresentou aos visitantes uma seleção de propostas para férias no inverno ilustrativa da diversidade da oferta turística da região.

Foram proporcionados aos visitantes vários momentos de animação, com distribuição de brindes e material promocional, divulgando o programa «365 Algarve» assim como os diversos atrativos da região em época baixa: natureza, caminhadas, passeios de bicicleta, observação de aves, gastronomia e vinhos, festividades.

Nesta edição, comparativamente com edições anteriores, houve um significativo aumento de afluência de visitantes ao *stand* Algarve, que se deveu em boa parte à animação/atração proporcionada pelo Programa Cultural 365 Algarve.

2.2.5. *Fam trips* "Redescobrir os segredos do Algarve"

A Região de Turismo do Algarve promoveu, em 2018, mais uma série de visitas educacionais inseridas no projeto "Redescobrir os Segredos do Algarve" cujo objetivo principal é permitir ao *trade* regional e aos meios de comunicação aprofundarem os conhecimentos sobre os Concelhos do Algarve e experienciarem as emoções sugeridas pelos próprios residentes dos locais visitados.

Foram realizadas cinco *fam trips*, cada uma delas com 20 participantes:

22 de março de 2018 – Castro Marim

19 de abril de 2018 – Loulé

24 de maio de 2018 – Olhão

06 de junho de 2018 – Vila Real de Santo António

2.2.6. Algarve Nature Week

Entre 13 e 22 de abril de 2018, decorreu a 4ª edição da Algarve Nature Week, uma iniciativa de animação e promoção turística que envolve profissionais, turistas e a população local em torno de atividades de turismo de natureza e respetivo negócio. Visa o enriquecimento da oferta e da experiência turística na região com particular incidência na promoção do turismo de natureza e todas as atividades associadas ao mesmo.

Durante esta "semana" foram disponibilizadas por toda a região ofertas especiais de turismo de natureza propostas por agentes de animação turística (passeios de bicicleta, observação de aves, mergulho, percursos pedestres, entre outras) ou alojamento de Turismo no Espaço Rural (TER) e Turismo de Habitação (TH) do Algarve.

Inserido na iniciativa, e como forma de lançamento oficial do evento, foi promovido, nesta 4ª edição, o dia aberto ANW (*Open Day*), celebrado a 13 de abril de 2018, na cidade de Lagos.

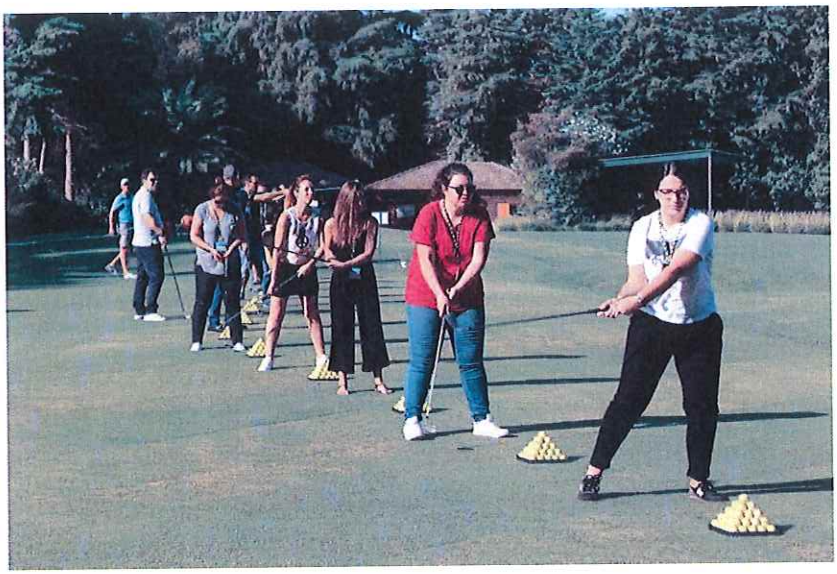
Tal como em edições anteriores, a vertente empresarial foi assegurada através da realização de reuniões B2B, que decorreram no dia 21 de abril no hotel Vila Galé Lagos, envolvendo 34 empresas do *trade* regional e 13 operadores turísticos.

O site www.algarvenatureweek.pt foi o suporte comunicacional de todo o evento e divulgou as experiências e programas propostos pelas empresas aderentes.

No âmbito da ANW foi igualmente desenvolvida uma campanha de comunicação e produção de materiais de suporte à divulgação do evento.

2.2.7. Incentivo Algarve 2018

Entre 26 e 29 de setembro de 2018, a Região de Turismo do Algarve (RTA) voltou a realizar o "Incentivo Algarve", uma iniciativa que visa agradecer às agências de viagens nacionais e espanholas que se destacaram pelo maior número de reservas de alojamento recebidas nos seus balcões durante o ano e ajudar a renovar o seu empenho.



Assim, participaram nesta ação 15 agências de viagens, das quais 3 foram provenientes de Espanha (Madrid, Galiza, Granada) e 12 de Portugal (8 do Norte e 4 da área de Lisboa). Os agentes que as representaram puderam desfrutar de um programa especial, cuidadosamente pensado para lhes dar a conhecer melhor o destino que comercializaram e sobretudo mostrar-lhes muitas das experiências diferenciadoras que enriquecem a oferta tradicional do Algarve e que poderão vender aos seus clientes.

2.2.8. Campanha de fim de ano - Sevilha

No dia 27 de novembro 2018, decorreu em Sevilha uma ação de divulgação do Fim de Ano no Algarve, visando promover este destino junto do público espanhol, para a passagem do ano. Tratou-se de uma ação de rua, em que foram distribuídos *flyers* e brindes com recurso a uma "roda da sorte".

2.2.9. VI Feira da Dieta Mediterrânica

À semelhança de anos anteriores, a RTA voltou a coorganizar e participar na Feira da Dieta Mediterrânica que decorreu entre 6 e 9 de setembro 2018 em Tavira.

O objetivo desta feira é o de dar a conhecer e valorizar a Dieta Mediterrânica, Património Imaterial da Humanidade, enquanto regime alimentar e estilo de vida, com destaque para produtos, culturas e atividades relacionados.

O evento integrou presenças institucionais, mercado de produtores e atividades que se relacionam com estilos de vida saudáveis, sessões preventivas de saúde e nutrição, seminários e exposições, promoção da atividade física, espaço para crianças, oficinas de culinária, espetáculos e visitas guiadas, restaurantes, entre outras iniciativas.

A RTA assegurou a sua presença institucional com um módulo de atendimento para prestação de informação turística, tendo registado grande afluência de visitantes de diversas nacionalidades.

2.2.10. Dia Mundial do Turismo

A Região de Turismo do Algarve celebrou, por mais um ano, o Dia Mundial do Turismo, que se assinala a 27 de setembro e que visa fomentar a reflexão sobre a importância do turismo e do seu valor cultural, económico, político e social.

Neste dia, a RTA brindou os visitantes dos seus postos de turismo, com a distribuição de *giveaways* (bolas de praia) a par de uma nota de boas vindas, afixada naqueles espaços de atendimento.

2.2.11. Caravela Boa Esperança

A Caravela Boa Esperança, propriedade da RTA, representa um meio de potenciar a promoção do destino Algarve, quer através das visitas que proporciona em Lagos, onde está ancorada, quer através da sua presença em eventos de mérito nacional e internacional.

De abril a dezembro 2018, a caravela, ancorada na Marina de Lagos, recebeu 73 visitas.

No que se refere a saídas, esteve presente e aberta para visitas nas comemorações da cidade de Faro, em simultâneo com a presença do Navio-Escola Sagres nesta cidade, entre 5 e 8 de setembro. Esteve também presente no Classic Weekend Marina de Albufeira, de 14 a 16 de setembro, recebendo igualmente visitantes.

2.2.12. Programa 365 Algarve

"365 Algarve" é um programa cultural que visa complementar a oferta tradicional deste destino turístico com apresentações de música, dança, teatro, exposições, animação de património, entre outras.

Trata-se de uma iniciativa conjunta da Secretaria de Estado do Turismo, da Secretaria de Estado da Cultura, Turismo de Portugal e Região de Turismo do Algarve que decorre ao longo de todo o ano, com especial incidência de outubro a maio, na denominada época baixa, envolvendo os agentes culturais regionais e os Municípios.

Em 2018 concluiu-se a segunda edição deste programa e iniciou-se a terceira. A segunda edição (2017-2018) foi concebida com um menor número de apresentações (413) mas com foco numa aposta de qualidade e variedade, seguindo as recomendações do estudo de avaliação à primeira edição realizado pela Universidade do Algarve. Essa opção resultou num significativo aumento da média de público por sessão (203 para 303).

365 Algarve		
Públicos 1.ª e 2.ª edições		
	2016/2017	**2017/2018**
N.º de Projetos/eventos	65	24
N.º de sessões	738	413
Total espetadores	150.000	125.000
Média espetadores/sessão	203	303

Da avaliação feita à segunda edição do programa 365 Algarve, comparativamente com a primeira edição, resulta que cresceu o reconhecimento do programa (77%) e a sua ligação à respetiva marca, tanto entre residentes como turistas. Cresceu igualmente a intenção de participação em mais eventos (75%) bem como a de recomendar a participação (86%). De igual modo cresceu o nível de satisfação do público relativamente à organização dos eventos e dos artistas envolvidos.

O público participante foi maioritariamente residente (88%) e nacional, sendo que 14% foram residentes estrangeiros. Dos turistas que participaram, 64% foram estrangeiros e desses, 10% foram oriundos do reino Unido, 11% da Alemanha e 5% da Holanda.

A par do investimento na contratação dos eventos que integram o programa, deve referir-se toda a componente de comunicação do mesmo que foi levada a cabo: apresentações oficiais, ações de ativação da marca 365 Algarve, edição de materiais promocionais, folhetos, programas, anúncios, encartes mensais no Guia Algarve, produção audiovisual, campanha de marketing digital, website www.365algarve.pt em cinco idiomas, publicidade online, outdoors, presença ativa nas redes sociais (Facebook, Instagram, Youtube) e outdoors.

2.2.13. Apoio a Eventos / Ações Diversas

A RTA deu resposta a pedidos de apoio visando a dinamização de eventos e atividades com reflexo no setor do turismo, de âmbito regional ou nacional. A comparticipação da RTA nessas iniciativas teve por objetivo o reforço promocional do destino Algarve.

1.1.1.13.5. Quadro 8 – Apoio a eventos – 2018

Ent. Org.	Edição	Evento
Clube de Danças João de Deus	1ª	Al tango! - Festival de Tango do Algarve
UVP - Federação Portuguesa de Ciclismo	44ª	Volta ao Algarve em Bicicleta
CM Silves	5º	Sunset Secrets
CM Silves	15ª	Feira Medieval de Silves
Associação de Atletismo do Algarve	41º	Cross Internacional das Amendoeiras
Confraria Bacchus de Albufeira	10ª	Grande Mostra de Vinhos de Portugal
CM SBA	27ª	Feira da Serra de SBA
Federação de Triatlo de Portugal	17º	ETU - European Cup
Clube de Ténis de Tavira	1º	Tavira Tennis Open
Festival do Marisco	XXXIII	Festival do Marisco
CM SBA		Festa das Tochas Floridas
CM Vila do Bispo	19º	Concurso Fado Cerveja Sagres
CM Silves	20ª	Feira do Folar
CM Lagoa	1º	SIA - Salão Imobiliário do Algarve
Associação Nave Os Barões	4º	Festival do Vinho na Nave do Barão
CASANOSTRA - Cooperativa Cultural CRL		CREDO
Clube de Ténis de Loulé	7º	Loulé Open
UFE Algarve - União dos Franceses no Estrangeiro	1º	Hermione Francofono
CIMV - Clube Internacional da Marina de Vilamoura	44º	Torneio Internacional da Marina de Vilamoura
Lagos em Forma	4ª	Impossible Run
Wizardconquest Animação Unipessoal	5ª	Noite de Campeões
CASANOSTRA - Cooperativa Cultural CRL		Bestias
CM Monchique	25ª	Feira dos Enchidos Tradicionais da Serra de Monchique
CM Silves	2ª	Mostra Silves Capital da Laranja
Treasure Melody Unipessoal	1º	DRAMA.PT
União de Freguesias de Moncarapacho e Fuseta	118º	Carnaval de Moncarapacho
AOA - Assoc. Oncológica do Algarve	2º	MOVE.Faro
CM Lagoa	16º	Festival Sons do Fado
CM Lagoa		Humorfest
CM Lagoa		Carvoeiro Black & White
CM Lagoa	4º	Mercado à Luz das Velas
CM Lagoa	16ª	Mostra do Doce Conventual
CM Lagoa	12º	Festival Sons do Altlântico
CM Lagoa	39ª	Fatacil
CM Lagoa	5º	Festival Intern. De Guitarra de Lagoa
CM Lagoa	5º	Estátuas Vivas no Natal
CM Lagoa	6º	Arade Music Fest
Vicentina Associação para o desenvolvimento do Sudoeste	1.ª	Semana Cultural - Lugares de Globalização
CM Monchique	4.ª	Festival das Camélias
CM Aljezue / JF Odeceixe		Feira do Folar e da Doçaria de Odeceixe
CM Loulé		Loulé Criativo
CVA	5.ª	Projeto de promoção divulgação da Região Vitivinícola do Algarve
CM Loulé/JF Salir	51.ª	Festa da Espiga
Sumol/Compal Marcas SA	3.ª	Rota das Tapas Estrella Damm
Lufinha, Unipessoal Lda.	3.ª	Water Kings
CM Silves	21.ª	Festival da Caldeirada e do Mar
Braver Entertianment,Lda.	1.ª	Solaris Sunset Empire
ATP - Assoc. de Turismo de Portimão	NA	Campeonato do Mundo F1H2O em Motonáutica
ATP - Assoc. de Turismo de Portimão	7º / 27º	Taça do Mundo e Torneio Intern. De Ginástica Ritmica
ATP - Assoc. de Turismo de Portimão	24º	Festival da Sardinha
ATP - Assoc. de Turismo de Portimão	1º	Campeonato do Mundo Windsurf
ATP - Assoc. de Turismo de Portimão	5ª	Lota Cool Market
CM Loulé	NA	Santos Populares 2018
CM Loulé	15º	Festival Med
CM Lagoa	4º	Lagos Wine Show
Marina de Albufeira	1º	Classic weekend Marina de Vilamoura
Federação de Patinagem de Portugal e Real Amizade Fare	NA	Campeonato Nacional de Patinagem Livre e Torneio de Benjamins
CM Monchique	21ª	Feira do Presunto de Monchique
Clube de Vela de Lagos	1ª	GC 32 Racing Tour 2018
CAPABLEPLANET - Clube Náutico	NA	Snipe World Masters 2018
Associação Oncológica do Algarve	18ª	Mamamaratona integrada no "Portugal a Correr Portimão"
Câmara Municipal de Faro	5º	Festival F
Câmara Municipal de Faro	16º	FolkFaro
Câmara Municipal de Faro	25º	Festa da Ria Formosa
Câmara Municipal de Faro	4º	Alameda Beer Fest
Câmara Municipal de Faro	8º	Funzone
Associação Escola de Futebol de faro	2.ª	Faro International Cup
Moto Clube de faro	37.ª	Cancentração Internacional de Motos de Faro
Grupo Rodas do Relógio	27ª	Gala Internacional do Acordeão
CAPABLEPLANET - Clube Náutico	NA	49er/49er Fx/nacra Grand Prix
CAPABLEPLANET - Clube Náutico	NA	Algarve Dragon Winter Cup
Argumentum Edições Estudos Realizações, Lda	NA	Edição Livro Platibandas do Algarve
CM Aljezur	NA	Festival da Batata Doce de Aljezur
CM Loulé	NA	Passagem de Ano Loulé
CM Loulé	NA	Aldeia Natal
CM Loulé	4º	Algarve tri Run 4.0
AFPOP	NA	BLIP
Werun	1ª	Shark Race

2.3. COMUNICAÇÃO E IMAGEM DO DESTINO

2.3.1. Campanha promocional de fim de ano, em Espanha

A Região de Turismo do Algarve realizou uma campanha de comunicação multimeios que teve por objetivo a promoção do destino Algarve, em Espanha, em período de época baixa, com vista à redução da sazonalidade. Pretendeu-se reforçar a notoriedade do destino e atrair um maior número de turistas espanhóis no final do ano.

Esta campanha envolveu diversos meios: imprensa; *outdoors* (centros comerciais em Sevilha; centro de Huelva); Rádio (Rádio Cadena Ser); meios *online*...

2.3.2. Campanha de comunicação e produção de materiais de suporte à divulgação da Algarve Nature Week

Visando a adequada divulgação da 4ª edição da Algarve Nature Week, semana dedicada a atividades *outdoor* de contacto com a natureza, que decorreu entre 13 e 22 de abril 2018, foram contratados serviços de planeamento, aquisição e implementação de espaços publicitários em Portugal e Espanha, na região da Andaluzia e dinamização de uma campanha de marketing digital.