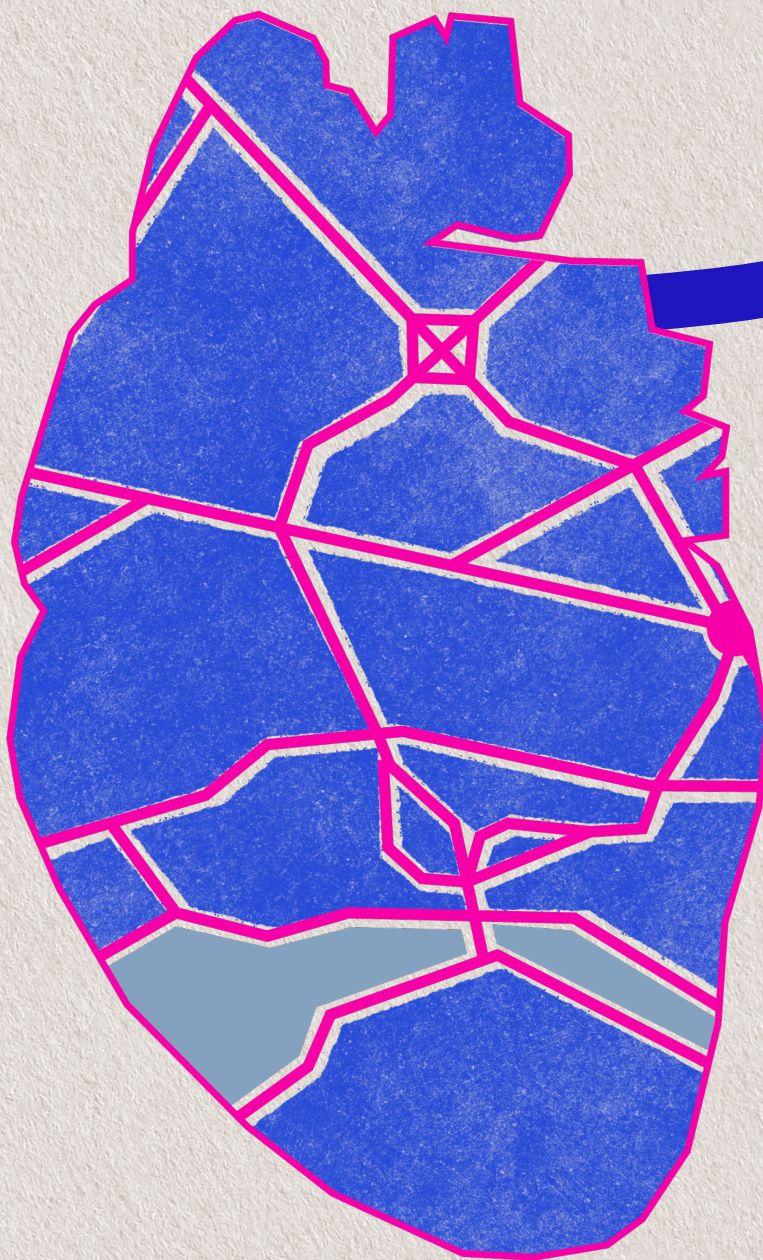


**MAPA DE VISÃO PARA O FUTURO  
SUSTENTÁVEL DO DESTINO PORTO**



**Porto.**

**Yours Truly,  
Porto.**

# Índice

<b>Introdução e metodologia</b>	
Motivações	5
Pressupostos	5
<b>1. O batimento de uma cidade em ascensão</b>	
Um segredo (não tão) bem guardado	8
Crescimento turístico e impacto económico	10
Principais mercados	12
Prémios e distinções	13
<b>2. Uma nova visão: crescer melhor</b>	
Novos desafios, novas oportunidades	16
Tendências internacionais de setor	18
Recomendações e boas práticas internacionais	20
Estratégia de crescimento	21
Objetivos estratégicos	22
<b>3. Porto, uma identidade a preservar</b>	
Visão, missão e valores	24
Princípios orientadores:	
• <i>Autenticamente coesa</i>	26
• <i>Autenticamente diversa</i>	28
• <i>Autenticamente equilibrada</i>	32
<b>4. A estratégia para um futuro sustentável: eixos de atuação</b>	
Eixo 1: Qualificar para gerar valor	35
Eixo 2: Diversificar para crescer	42
Eixo 3: Preservar o futuro	55
<b>5. Uma nova história para contar</b>	
Novas narrativas e estratégia de divulgação	62
Criação de parcerias e redes de cooperação	69
<b>Nota de despedida</b>	

# Editorial

Esta poderia ser a minha própria carta de amor ao Porto. Fui criada nesta bonita cidade, pela qual sou verdadeiramente apaixonada. Por isso, a minha missão enquanto Vereadora do Turismo e Internacionalização da Câmara Municipal do Porto é mais do que um dever. É um compromisso que muito me honra.

Porque “o Porto não é um lugar. É um sentimento.”, nas palavras da saudosa Agustina Bessa-Luís. E esse sentimento está na génese do sucesso que o destino tem merecido dos últimos anos. Um sucesso que gera valor e potencia o dinamismo económico-social da cidade, criando oportunidades e crescimento para toda a região e para o país.

Mas sabemos também que a nossa responsabilidade se eleva à medida do reconhecimento e atração internacional. Sabemos hoje o turismo que queremos atrair para a cidade e os desafios e oportunidades de um mundo em rápida transformação.

Em setembro de 2022, apresentámos a “Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto”, um macroplano que está já em marcha e que envolve um amplo ecossistema de operadores, que nos estão a ajudar a pensar e a construir um novo posicionamento de cidade.

O Porto é uma cidade de braços abertos. Que acolhe, cuida, inspira. É parte do nosso charme “tripeiro”. Das “city breaks” ao turismo de longa duração, dos residentes aos nómadas digitais, das viagens de negócio ao lazer, o Porto é uma cidade de e para todos: para viver, para visitar, para trabalhar, para investir, para estudar. Não importa o motivo de visita – no Porto, toda a gente se sente em casa. Porquê? Porque o Porto é uma cidade com coração. E casa é onde o coração bate, certo?

A nossa estratégia de sustentabilidade para o destino passa por qualificar para gerar valor, diversificar para crescer e preservar o futuro, assegurando que correspondemos às

necessidades e desejos de residentes, visitantes e investidores, num ciclo contínuo, positivo e agregador.

O nosso ADN é feito de autenticidade, inovação, criatividade, excelência de serviço e hospitalidade. Potenciaremos ao máximo a nossa essência e qualidades para ampliar a nossa visão e alargar a nossa esfera de ação e atração.

É este o batimento de uma cidade em constante renovação, que interage, que se conecta, que se diversifica e amplia. Uma cidade que honra o seu passado, enquanto se projeta para o futuro, para (cor)responder às exigências de um mundo em acelerada mudança.

“Yours truly, Porto” pretende ser uma forma de dar a conhecer, de forma aberta e transparente, a nossa estratégia para o futuro sustentável do destino Porto e os projetos que – ativos ou em desenvolvimento – irão concretizar os objetivos a que nos propomos.

Uma missão partilhada entre o Município, em particular o Pelouro de Turismo e Internacionalização, e uma vasta rede de instituições, especialistas e painéis consultivos, que nos apoiam na definição e implementação de cada eixo de atuação.

Este é um documento colaborativo, dinâmico e orgânico, que tenciona ser, acima de tudo, um recurso de todos para todos, aberto a discussão, novas ideias, parcerias e projetos. Em contínua aprendizagem, crescimento e evolução.

Yours, truly.

**Catarina Santos Cunha**

Vereadora do Pelouro do Turismo e Internacionalização

# Introdução

O turismo do Porto registou, na última década, um crescimento sem precedentes. À medida que o destino se ia desvendando aos olhos do mundo, ocupando o lugar cimeiro nos rankings de turismo e colecionando prémios internacionais, entrou num ciclo virtuoso de evolução e desenvolvimento, que permeou todas as esferas da vida da cidade.

Da reabilitação urbana à dinamização da agenda cultural da cidade, do empreendedorismo à criação de emprego, da revitalização do comércio à implementação das indústrias criativas, da efervescência da oferta de hotelaria, restauração e bares aos serviços e experiências da cidade, o Porto foi-se renovando e afirmando nacional e internacionalmente.

**À autenticidade soma criatividade.**

**Ao passado soma futuro.**

**À tradição soma cosmopolitismo.**

**Uma cidade que soma e multiplica oportunidades.**

Nos anos de 2020 e 2021, com as necessárias medidas de contenção da pandemia COVID-19 vimo-nos perante um cenário de quase total estagnação do turismo e da economia que dele depende. Nos anos subsequentes, assistimos a uma instabilidade geopolítica global, com particular foco na Europa, que acentua a necessidade de segurança e proteção ao desenvolvimento económico, ao emprego e ao empreendedorismo.

Emergem, portanto, dois grandes desafios ao desenvolvimento:

- **A importância do turismo para a vitalidade e desenvolvimento económico-social da cidade - manter o pulsar do seu coração;**
- **A necessidade de planear e estruturar o crescimento de forma sustentável, assegurando o equilíbrio - permitir que este pulsar se estenda ao território, ampliando e diversificando oportunidades.**

# Metodologia

O Município do Porto quer assumir um papel ativo na definição do caminho, de uma visão coletiva e de futuro, que agregue e equilibre interesses. O desafio foi assumido estratégica e operacionalmente pelo Pelouro de Turismo e Internacionalização da Câmara do Porto, responsável pela gestão de todo o ecossistema da estratégia de turismo da cidade.

Iniciou-se um profundo processo de criação de uma nova visão para o destino, que partiu de uma análise diagnóstica, que incluiu:

- **Identificação dos desafios de crescimento e levantamento de necessidades**
- **Auscultação de stakeholders**
- **Benchmarking internacional e análise de tendências**
- **Auscultação de especialistas e consultores**

Com base na informação recolhida e analisada, foi traçado um macroplano denominado “**Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto**”, apresentado pela primeira vez em setembro de 2022.

Nesse macroplano foram apresentados os desafios, objetivos e eixos de atuação, que orientam a estratégia de turismo da cidade e norteiam a tomada de decisões e os projetos implementados pela Câmara Municipal do Porto, seja na qualidade de promotor, copromotor ou apoio.

Mas mais do que uma estratégia municipal, este macroplano pretende ser um instrumento orientador de uma visão coletiva, partilhada e retroalimentada por todo o ecossistema de operadores que contribuem para o setor do turismo no destino Porto, gerando um efeito multiplicador, de equilíbrio, cooperação e compromisso mútuo.

# Motivações

## Transparência

Este documento pretende gerar visibilidade e transparência sobre a estratégia de turismo e internacionalização do Porto e os projetos em curso, bem como os stakeholders envolvidos. O objetivo é partilhar orientações e gerar uma visão coletiva, agregadora e inspiradora de princípios-chave, objetivos e formas de atuação.

## Participação ativa

Este documento é um convite aberto à reflexão, discussão e partilha de ideias e projetos, pretendendo alcançar um leque homogéneo de atores e interlocutores para discutir a estratégia de cidade, de forma permanente e construtiva.

## Benchmarking

Pretende-se, também, gerar um diálogo de partilha e liderança pelo exemplo, servindo de benchmarking para parceiros e congéneres nacionais e internacionais.

## Caso de estudo

Sendo o Porto um caso de estudo de turismo a nível global, este documento pretende também servir de base de estudo, reflexão e produção intelectual, direcionada à comunidade escolar, academia e instituições de I&D.

# Pressupostos

## Colaboração

O planeamento estratégico de turismo do Porto é um processo abrangente e participativo, que resulta de uma permanente auscultação, diálogo e articulação com uma ampla rede de parceiros, desde operadores turísticos, consultores, setor público e privado, associações e movimentos de cidadãos, que nos permitem uma permanente monitorização de necessidades e oportunidades para melhorar e evoluir.

## Conetividade

O setor do turismo permeia vários “territórios” geográficos e de intervenção, o que implica que este plano antecipe também uma integração e interação, pretendendo ser inclusivo e abrangente, gerando uma verdadeira rede de atuação municipal, regional, nacional e internacional, em todas as esferas – política, económica, social, cultural e ambiental.

## Continuidade

É importante salientar que este pretende ser um instrumento de trabalho orgânico, aberto e colaborativo. Isso significa que os projetos em curso aqui apresentados estão em diferentes fases de desenvolvimento e têm uma exposição em conformidade com o seu ciclo de vida: estudo, desenvolvimento, implementação ou conclusão.

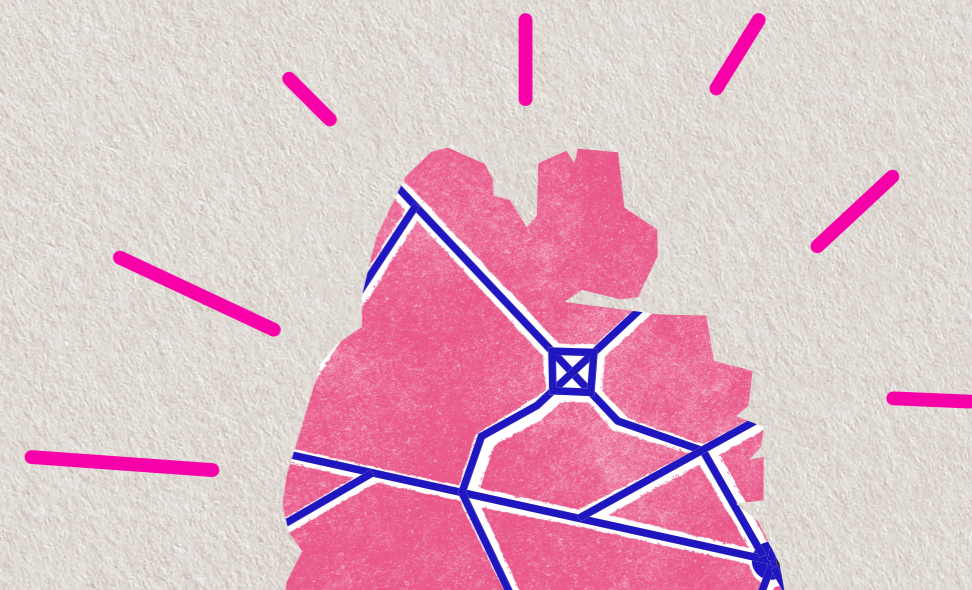
## Flexibilidade

As linhas orientadoras aqui apresentadas têm a elasticidade e adaptabilidade necessárias ao contexto atual de rápida transformação e a eventuais cenários de imprevisibilidade, como o que atravessámos recentemente.



# 1. O BATIMENTO DE UMA CIDADE EM ASCENSÃO

- Um segredo (não tão) bem guardado
- Crescimento turístico e impacto económico
- Principais mercados
- Prémios e distinções



# Um segredo (não tão) bem guardado

A cidade do Porto foi, nos últimos anos, o “segredo mais bem guardado da Europa”. O destino ganhou protagonismo no roteiro internacional de turismo, atraindo visitantes de todo o mundo.

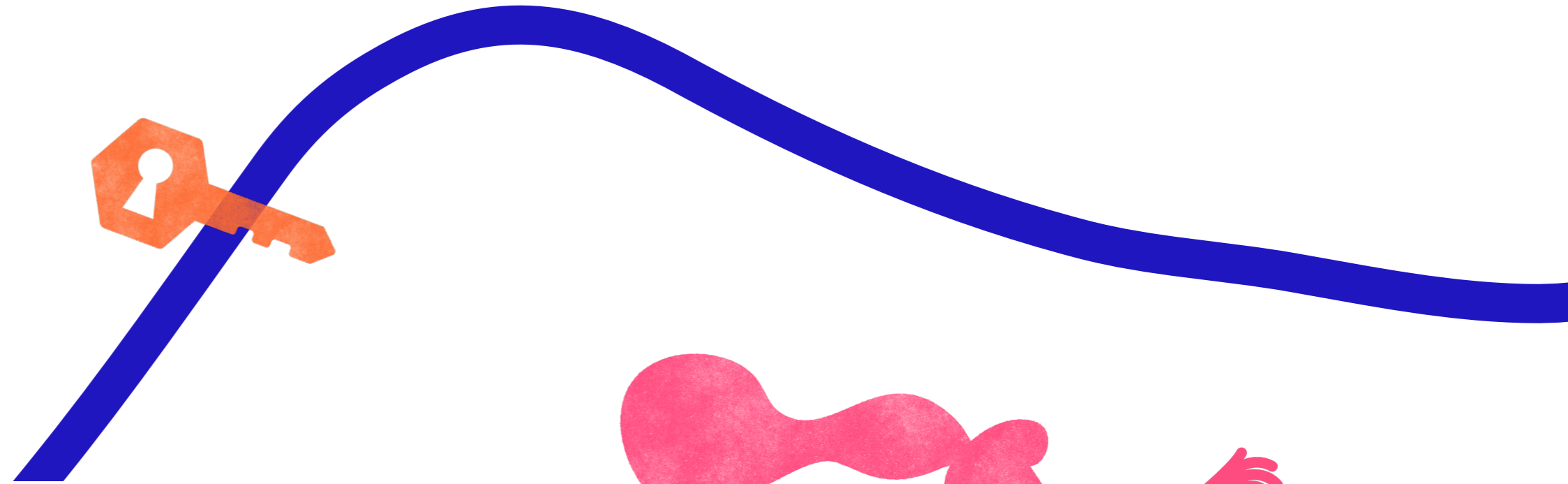
O turismo tem sido um dos clusters que tem ancorado o crescimento económico e promoção nacional e internacional do Município do Porto, tornando a cidade num dos destinos turísticos mais competitivos a nível europeu e mundial.

Os números comprovam-no: de 2017 a 2022, o número de camas disponíveis no Município registou um crescimento de 41,8% e, no período de 2015 a 2022, o número de pessoal ao serviço do turismo aumentou 54,6%.

Em traços gerais, em 2022, foram registadas cerca de 4,8 milhões de dormidas no Porto, superando os valores pré-pandémicos (4,5 milhões de dormidas em 2019). Ao longo dos anos, tem vindo a esbater-se a sazonalidade da procura turística no Porto, verificando-se uma menor flutuação entre os meses de época alta – julho a setembro – e meses de época baixa.

É inegável o contributo do turismo para a dinâmica do Município e da região:

***Estes números são reflexo de um trabalho coletivo – entre a esfera pública, privada e Academia. Entre o Município e todos os operadores que investem e promovem o destino, tornando-o num case-study internacional de destino turístico.***



## Criação de valor

Cluster relevante para o desenvolvimento económico-social do concelho e da região, com impacto direto na geração de valor, criação de emprego e incentivo ao empreendedorismo.

## A afirmação internacional da marca e posicionamento de cidade “Porto”

O estatuto internacional que a marca Porto tem conquistado, por meio do reconhecimento mediático, rankings ou prémios internacionais, contribui para a criação de um posicionamento geopolítico forte para a cidade, não apenas na Europa, mas a nível global.

## Atração de investimento privado

O turismo tem-se afirmado como um dos principais vetores de captação de investimento privado, nacional e estrangeiro na região, posicionando o Porto entre as cidades europeias de média dimensão mais atrativas para investimento.

# Crescimento turístico e impacto económico

## Indicadores-chave

41,4km <sup>2</sup> Área geográfica 2022	238.300 Habitantes 2022	7 Freguesias
2.412.039 Hóspedes Jan-Set 2023	4.539.914 Dormidas Jan-Set 2023	2.12 Média de dias de estadia 2022
231.763 Acolhimentos em postos de turismo 2023	3.5M Visitantes de museus 2022	9,8% Estrangeiros com estatuto legal de residente em comparação com a população total residente 2022

## Chegadas

15.000.000 Chegada de passageiros de avião ao Aeroporto Francisco Sá Carneiro 2022	10.000 Voos(chegadas e partidas) Francisco Sá Carneiro Airport 2022	107 Destinos com rotas regulares 2023
29 Companhias aéreas com rotas regulares 2023	108.626 Chegadas de passageiros de cruzeiro ao Terminal de Leixões 2022	112 Navios de cruzeiro 2022

Fonte: Leme - Plataforma de informação socioeconómica do Porto (leme.porto.pt)

EM AGOSTO DE 2023, VERIFICOU-SE UM CRESCIMENTO DE 24% (FACE AO PERÍODO HOMÓLOGO DE 2022), SEGUNDO OS NÚMEROS APURADOS PELO INE

## Alojamento

154 Empreendimentos turísticos 2022	9.694 Alojamentos turísticos 2022	25.936 Capacidade de alojamento (camas) 2022
+41, 8% Capacidade de alojamento (camas) 2017-2022	50,9 % Taxa média mensal de ocupação-cama 2022	64,45 € RevPar médio mensal 2022

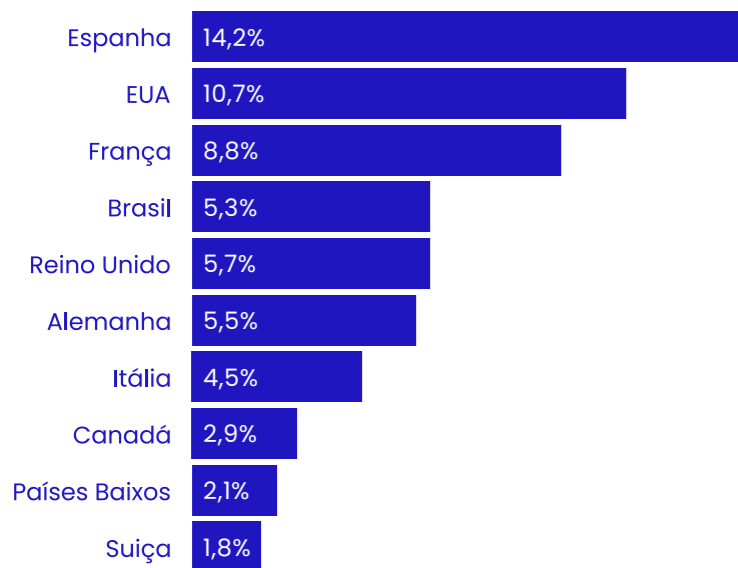
## Indústria e impacto económico do Turismo

19.697 Pessoal ao serviço 2021	+54,6% Pessoal ao serviço 2015-2021	658,7 M€ Volume de negócios no setor do turismo 2021
+11,9% Volume de negócios no setor de turismo 2015-2021	238M VAB Alojamento, Restauração e similares 2022	337 M€ Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico no Porto Jan-Set 2023 (+34% que no período homólogo de 2022)

Fonte: Leme - Plataforma de informação socioeconómica do Porto (leme.porto.pt)

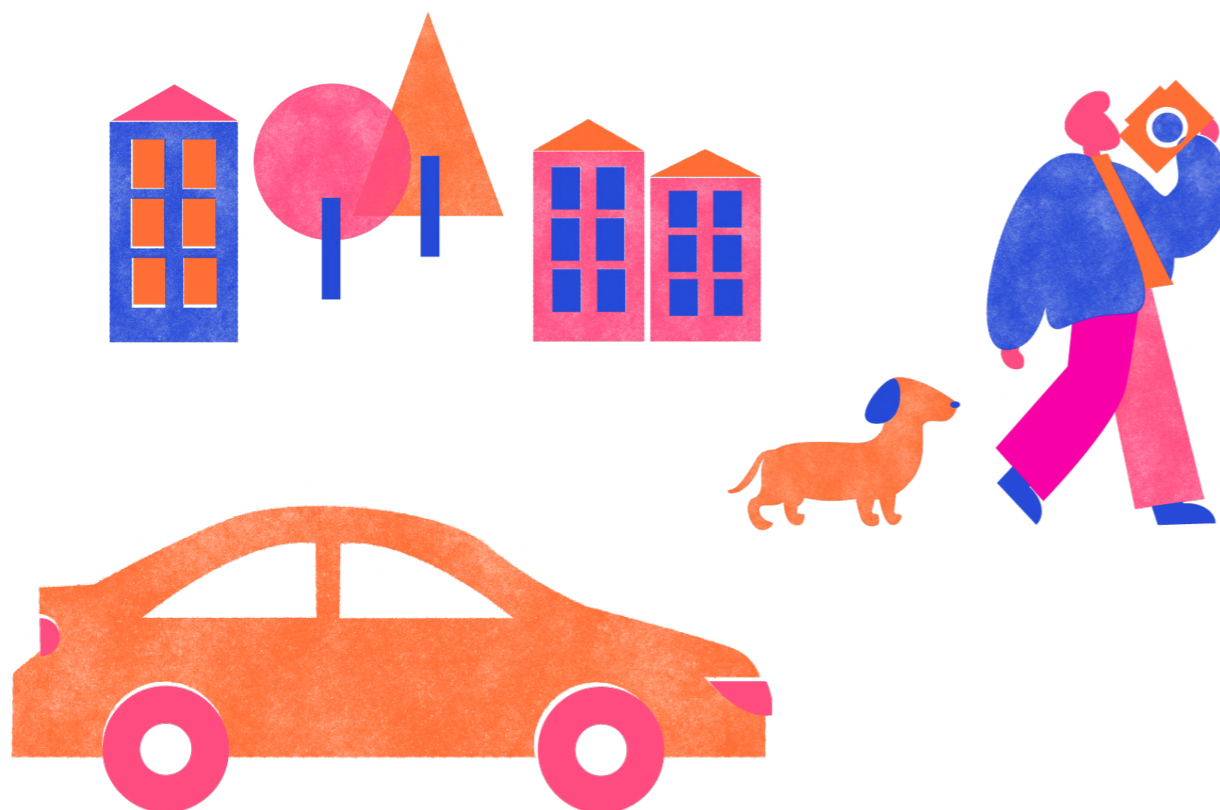
## Principais mercados

A procura turística é maioritariamente internacional – cerca de 80% do total de visitantes. Os principais países de origem dividem-se entre os mercados de proximidade e já consolidados, como Espanha, França, Reino Unido e Alemanha, e os mercados de longa distância em crescimento, como os E.U.A., Canadá e Brasil. Ao nível dos mercados intercontinentais, os E.U.A. são o 2º principal mercado internacional do Porto.



Fonte: INE, Dados provisórios (Jan-Set 2023)

A PROCURA INTERNACIONAL PELO PORTO REGISTA MAIOR PREPONDERÂNCIA DO CONTINENTE EUROPEU (41%) E DO CONTINENTE AMERICANO (18,8%). OS MERCADOS ASIÁTICOS SERÃO UMA APOSTA ESTRATÉGICA PARA OS PRÓXIMOS ANOS.



## Prémios e distinções

A cidade tem sido, nos últimos anos, globalmente reconhecida e premiada como um dos mais atrativos destinos da Europa e do mundo. Tem liderado rankings de avaliação e votação, conquistado os mais reputados painéis de jurados, a opinião pública e os media internacionais, consolidando o seu compromisso e responsabilidade para continuar a gerar valor e prestígio, garantindo ainda a sustentabilidade do destino no futuro.

O Porto é a morada e o mote de inspiração de dois prémios Pritzker, considerados os Nobel da arquitetura: Álvaro Siza Vieira e Eduardo Souto Moura. O Museu de Serralves, um dos exemplos maiores da arquitetura na cidade projetado por Siza Vieira, foi considerado uma das maravilhas modernas do mundo, pelo jornal australiano “The Sidney Morning Herald”, e integra a lista dos 10 melhores museus da Europa, segundo o prestigiado site European Best Destinations.

Também a Livraria Lello, classificada como Monumento de Interesse Público desde 2013, foi considerada a livraria mais bonita do mundo pela plataforma mundial One Thousand Libraries (1000 Libraries), a maior comunidade online de fãs de bibliotecas e livrarias do mundo.

O Aeroporto Francisco Sá Carneiro ocupa neste momento o 4.º lugar, a nível europeu, na qualidade de serviço prestado. É a única infraestrutura aeroportuária nacional a constar da lista, divulgada em 2023, no estudo realizado pela empresa de armazenamento de bagagens Bounce, que, para o efeito, analisou o volume de passageiros, taxas de estacionamento, lojas e restaurantes dos aeroportos europeus mais movimentados.

No que diz respeito à sustentabilidade e aos espaços verdes, o Parque da Cidade, o Jardim do Passeio Alegre e os Jardins do Palácio de Cristal contam atualmente o selo Green Flag Award. Olhando a imprensa internacional, o jornal The New York Times considerou o Porto o “novo eixo criativo” do país. Em 2023, a revista norte-americana Forbes escolheu a cidade como um dos 50 locais obrigatórios para conhecer e o blogue britânico Preply elegeu o Porto como a 3.ª melhor cidade da Europa para explorar a pé.

EUROPEAN BEST DESTINATION



GREEN FLAG AWARD



UNESCO WORLD HERITAGE

Centro Histórico do Porto  
- Património Mundial desde 1996



EUROPE'S LEADING CITY DESTINATION

Porto - Melhor Destino de Cidade da Europa 2022

WORLD'S LEADING CITY DESTINATION

Porto - Melhor Destino de Cidade do Mundo 2022



## 2. UMA NOVA VISÃO: CRESCER MELHOR

- Novos desafios, novas oportunidades
- Tendências internacionais de setor
- Recomendações e boas práticas internacionais
- Estratégia de crescimento
- Objetivos estratégicos





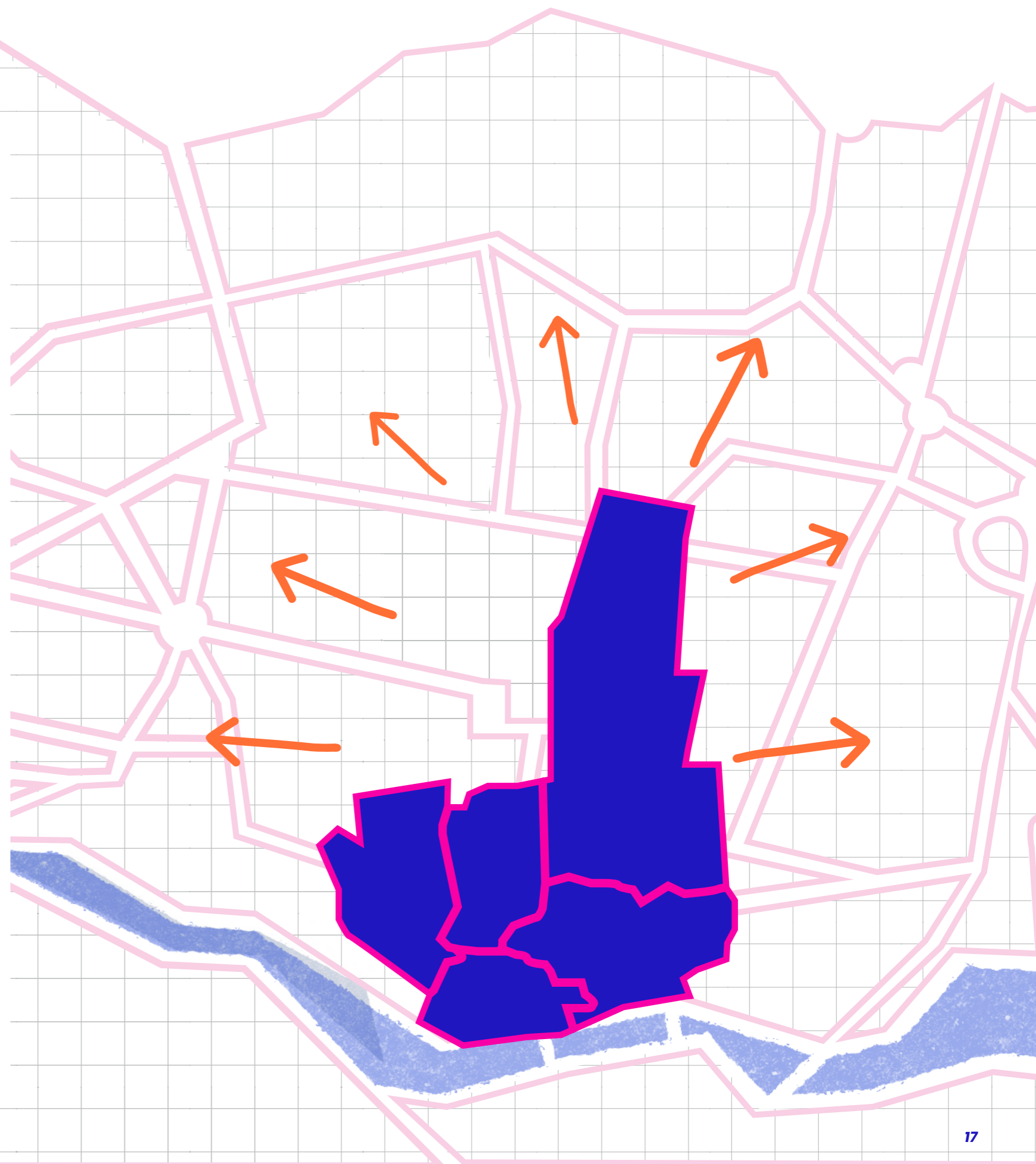
## Novos desafios, novas oportunidades

A elevada procura do turismo teve um efeito de concentração em determinadas zonas da cidade, como Centro Histórico e a Baixa, onde estão localizadas as principais atrações turísticas, nomeadamente serviços e oferta de alojamento, lazer e cultura, criando uma sensação de pressão turística.

Apesar do enorme potencial de atração de outras artérias da cidade, este continua subvalorizado. Estas zonas não estão, na sua maioria, abrangidas pelos principais roteiros e itinerários de visita, o que, por consequência, se reflete numa menor oferta a nível de empreendimentos e recursos turísticos, bem como eventos sociais, culturais e de lazer.

Além da confluência geográfica da oferta turística, também se verificou uma convergência da narrativa turística do destino, ancorada sobretudo na sua história, património, gastronomia e vida noturna, o que se revela

reduzidor face ao potencial de narrativas de cidade. Aliado a este fator, verifica-se uma massificação do perfil de turista, não existindo uma clara segmentação de públicos que permita explorar diferentes produtos e itinerários turísticos noutros locais da cidade, criando polos de atração dispersos pelo território.



# Tendências internacionais de setor

Uma análise das tendências que moldam o panorama do turismo internacional permite um cruzamento entre as potencialidades do destino e as oportunidades de segmentos e comportamentos de consumo emergentes.

De acordo com a investigação realizada, destacam-se as seguintes tendências globais:

## Slow Travel

Uma das tendências mais evidentes nas pesquisas internacionais e que dialoga com a proposta de experiência do Porto é o slow travel, ou seja, um turismo que procura a autenticidade do destino, interação com as comunidades locais e “fuga” aos roteiros de maior procura. Enquanto alternativa ao turismo de massas, preconiza um turismo mais sustentável, consciente e com propósito.

Este perfil de turista procura alojamentos em zonas mais residenciais, com um sentido de “bairro” e prefere uma interação com os negócios locais. Além da duração mais prolongada da estadia, caracteriza-se ainda pela busca de áreas menos conhecidas, frequentadas por locais, e por uma extensão para outros territórios de proximidade. É interessado, curioso e procura ativamente propostas fora do radar dos roteiros tradicionais.

## “Workations” e nómadas digitais

Com a reconfiguração dos modelos laborais, em que o trabalho remoto passou a ser uma realidade cada vez mais presente no mundo das empresas e na vida dos colaboradores, assistimos à tendência de conjugar o turismo com as rotinas de trabalho, permitindo uma estadia mais prolongada e uma vivência mais autêntica dos destinos.

Esta realidade implica um conjunto de condições, como oferta de alojamento temporário, espaços de cowork, bom serviço de internet e, claro, um destino atrativo para viver e visitar, proporcionando um equilíbrio vida-trabalho.

## Bleisure

As viagens de negócio também estão a sofrer uma reconfiguração, que implica uma abordagem mais humana tendo em consideração as necessidades sociais e pessoais dos colaboradores. Assim, aumentam os programas sociais aliados ao segmento MICE, bem como a extensão de viagens pós-eventos. Também a experiência nos eventos MICE – Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions, vai-se alterando à medida que o perfil transita de puro negócio para um formato híbrido entre negócio e lazer. Este cenário abre espaço a uma maior interação com a cidade-destino e à articulação com outro tipo de experiências locais.

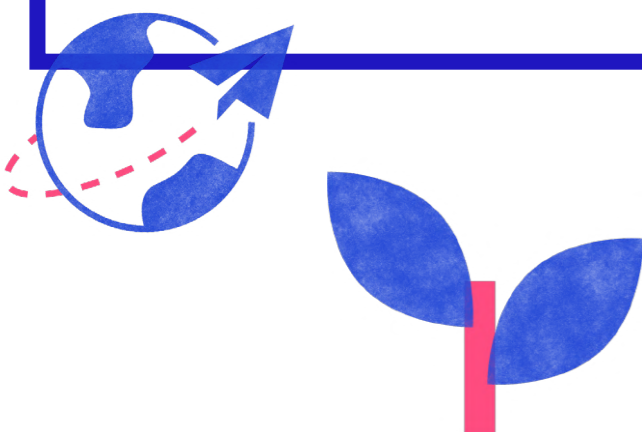
## Transição digital

Poucos setores sofreram uma transformação digital tão rápida como o turismo na última década. Impulsionado por novas tecnologias e plataformas, emergiu um novo paradigma que atravessa toda a indústria e a jornada do visitante, desde a reserva à interação com as experiências e atrações turísticas.

É necessária uma rápida adaptação e modernização das cidades, bem como dos seus canais de interação com o viajante para responder às novas necessidades e – diríamos mesmo – exigências de um mundo cada vez mais digital.

## Turismo inclusivo

A diversidade e inclusão são atualmente valores norteadores de qualquer atividade e o turismo não é exceção, sendo um reflexo dos valores da comunidade acolhedora. Um turismo inclusivo antecipa e responde às necessidades de todos os visitantes, abrangendo diferentes tipos de incapacidades e outras necessidades especiais, incluindo idosos, grávidas, pais com filhos em carrinhos de bebés e pessoas com lesões temporárias.



## Recomendações e boas práticas internacionais

A Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO) emitiu, em 2019, um conjunto de 11 recomendações e boas práticas para a gestão da pressão do turismo, denominado “Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions”.

Entre as principais recomendações que servem de base à estratégia de turismo do Porto estão:

- **Dispersar os visitantes dentro da cidade** e nas suas imediações, através da criação de uma identidade de cidade que abrange todo o seu território e dialoga com os territórios de proximidade
- **Estimular novos roteiros e itinerários**, que convidam a conhecer novas zonas da cidade e explorar novos segmentos de visitantes por temas de interesse.
- **Assegurar que as comunidades locais beneficiam do turismo**, através da criação de emprego e desenvolvimento económico-social da região, bem como incentivar a comunidade a criar produtos turísticos que respondam às necessidades do destino ou tragam valor acrescentado e inovação à oferta existente
- **Criar experiências de cidade que beneficiem residentes e visitantes**, garantindo a integração das necessidades e desejos dos residentes com os interesses dos turistas, entendidos como residentes temporários, bem como criar produtos que promovam a interação de residentes com visitantes
- **Promover um turismo de respeito e compromisso**, promovendo os valores, tradições e regras locais junto dos visitantes

Além disso, a estratégia de turismo foi desenvolvida em estreito compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, nomeadamente no que concerne à neutralidade carbónica, economia circular e crescimento económico sustentável.

## Estratégia de crescimento

Como podemos, então, assegurar um turismo que gera valor a longo prazo, sem prejudicar a qualidade de vida dos residentes e o meio ambiente?

## Ciclo de desenvolvimento do destino



## Objetivos estratégicos

Temos agora a oportunidade de criar o turismo de valor acrescentado para a cidade do Porto. Liderar a construção de uma visão estratégica e implementá-la no terreno, criando as bases para o seu desenvolvimento futuro.

### AUTENTICAMENTE QUALIFICADO:

#### Qualificar para gerar valor

Polivalência e sofisticação do destino, consolidando uma proposta de valor diferenciadora no mercado internacional.

- Valorizar a marca "Porto" e o posicionamento internacional do destino
- Melhorar a qualidade da experiência de cidade (serviço ao turismo)
- Elevar perfil do turista, criando um turismo de valor acrescentado
- Qualificar e valorizar a oferta turística
- Organizar, regular e controlar as atividades turísticas e impacto na dinâmica urbana
- Promover um turismo de responsabilidade e respeito
- Criar condições ao turismo acessível
- Promover a transição digital do setor e da experiência turística

### AUTENTICAMENTE DESCENTRALIZADO:

#### Diversificar para crescer

Aposta na qualidade do turismo em detrimento de um turismo de volume e curta duração, explorando o potencial das várias zonas e espaços públicos do Porto, através da segmentação estratégica dos diferentes perfis de visitantes.

- Descentralizar o fluxo de visitantes, retirando a pressão sobre o Centro Histórico
- Valorizar o potencial de outras áreas da cidade
- Aumentar a estadia média e RevPAR (Receita por Quarto Disponível)
- Dispersar a fixação de alojamento turístico por todo o território
- Criar novos motivos de visita (repeated guests)
- Diversificar os roteiros de visita e segmentos de visitantes
- Atrair o turismo de longa distância e de longa estadia

### AUTENTICAMENTE SUSTENTÁVEL:

#### Preservar o futuro

Perceção de destino agregador entre os interesses do turismo e o bem-estar e qualidade de vida dos residentes. Contribuir para que os turistas se sintam como residentes temporários do Porto e os residentes se tornem participantes ativos e beneficiários do impacto do turismo.

- Equilíbrio de interesses entre residentes e visitantes
- Promover a sustentabilidade do destino
- Reduzir o impacto negativo do turismo na cidade
- Criar sinergias dentro e fora do destino, promovendo uma rede coletiva de partilha, desenvolvimento e cooperação

# 3. PORTO, UMA IDENTIDADE A PRESERVAR

- ➔ Visão, missão e valores
- ➔ Princípios orientadores
  - Autenticamente coesa
  - Autenticamente diversa
  - Autenticamente equilibrada





## Visão

Posicionar o Porto como um destino “dos seus para os seus” – os que vivem, trabalham, estudam, visitam e investem. Um destino que acolhe, que gera um sentimento de pertença (residentes e turistas enquanto residentes temporários), e que cuida, atendendo as necessidades e desejos de todos os seus públicos.



## Missão

Contribuir para um modelo de cidade sustentável e promover o Porto como um destino autêntico e sofisticado, com uma qualidade de vida reconhecida internacionalmente.



## Valores

De coração pulsante e braços abertos, o Porto preserva um ADN de cidade vincado como o seu sotaque e que atravessa as suas gentes, a sua história e a sua forma de estar.

### Histórica

Orgulhoso membro da lista de locais reconhecidos como Património Mundial da UNESCO desde 1996, o Porto é um verdadeiro museu ao ar livre de história, arquitetura e cultura. Entre o seu património edificado destaca-se a Torre dos Clérigos, a Catedral do Porto, o Mercado do Bolhão e a Estação de São Bento.

Além disso, a cidade conta com uma relação especial com o Rio Douro, que a atravessa e sobre a qual edificou seis pontes, também elas representativas de uma cidade conectada com o seu passado.

### Contemporânea e criativa

Uma cidade que tem sido a casa de artistas, escritores e arquitetos, cujo legado dá forma à personalidade do Porto e inspira gerações a experimentar e criar. Da moda à cerâmica, da ilustração à arte urbana, o Porto é atualmente um fervilhante centro de arte.

### Inclusiva e acessível

Uma cidade para todos, aberta, inclusiva e promotora da igualdade e diversidade, que antecipa necessidades, cuida e sensibiliza.

### Autêntica

Uma cidade cheia de caráter, com as pessoas – conhecidas como “tripeiros” – na sua essência, genuína e acolhedora. Cada um dos portuenses encarna os valores e a personalidade da cidade: abertura, autenticidade, determinação e orgulho na sua história e cultura.

### Sensorial

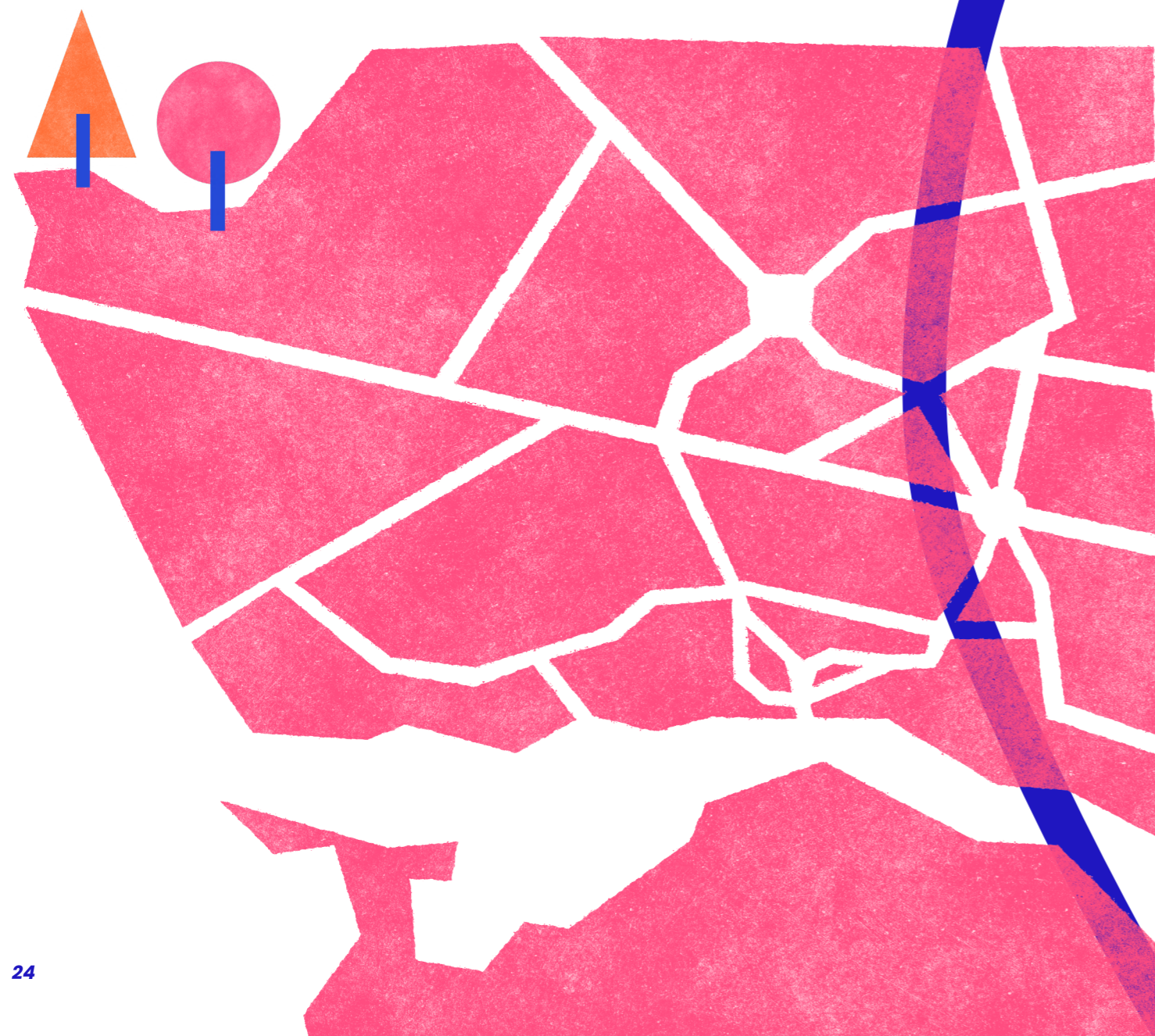
O Porto sente-se nas paisagens sublimes e diversas, nos sabores da comida de conforto, nos aromas do vinho do Porto e no som dos pregões do Mercado do Bolhão. Uma cidade em que os sentidos despertam emoções e memórias que convidam a regressar.

### Sustentável

Uma cidade preocupada com o bem-estar das futuras gerações e empenhada em tornar-se uma referência mundial enquanto destino sustentável, comprometido no combate às alterações climáticas e na promoção da neutralidade carbónica.

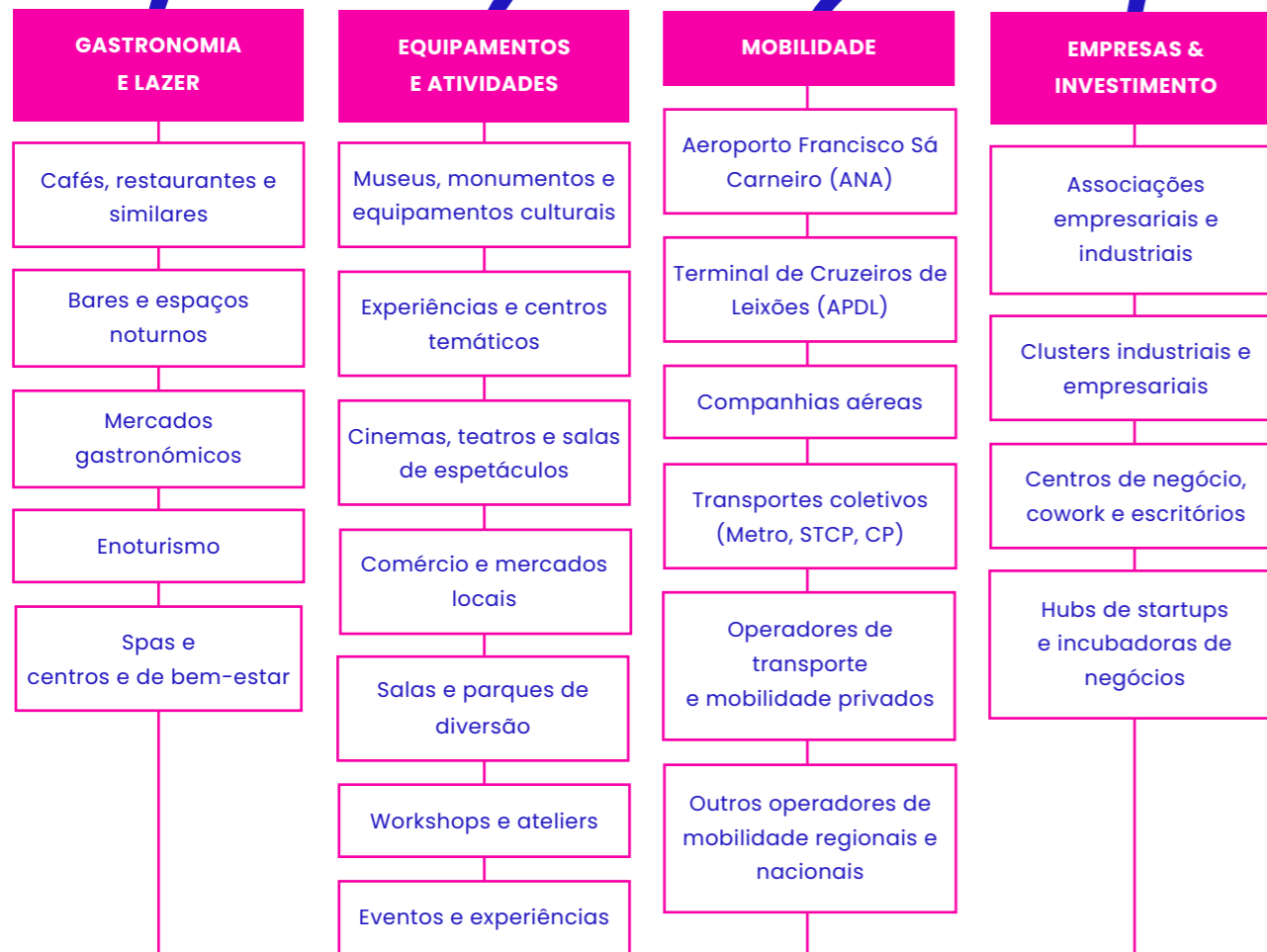
### Inovadora e digital

Uma cidade projetada para o futuro e conectada com o mundo, que aposta na tecnologia como ferramenta de gestão inteligente ao serviço das pessoas, assente no digital humanism (ligação entre digitalização e humanização).

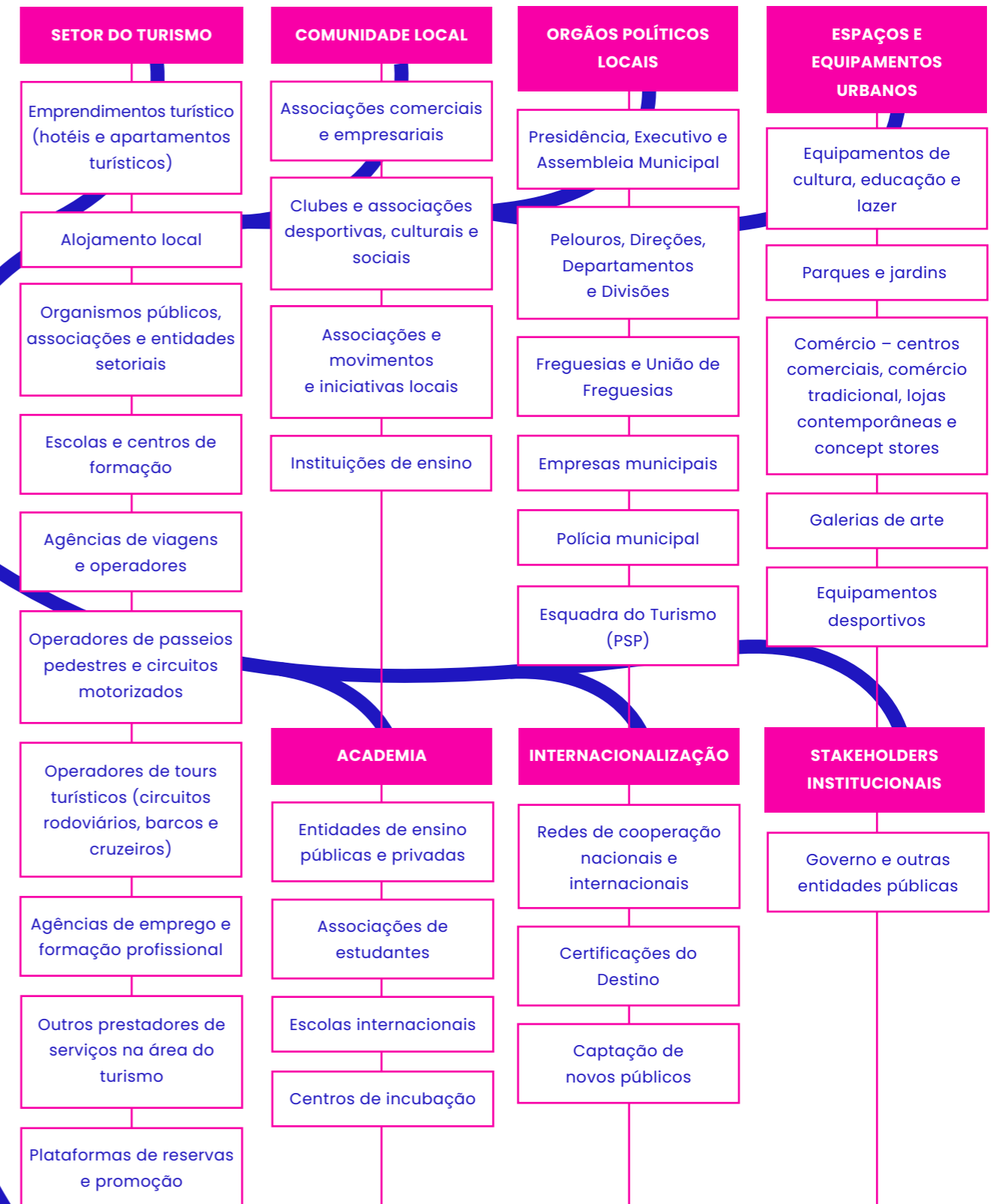


# Autenticamente coesa

O turismo do Porto envolve uma rede coesa e interconectada de entidades, operadores e equipamentos, que contribuem ativamente para a experiência de cidade. Mapeamos os principais players que, de forma direta ou indireta, são parte integrante e ativa do ecossistema de dinamização e promoção turística do destino.



# Ecossistema do turismo do Porto



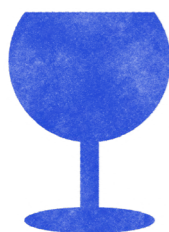
# Autenticamente diversa

Com a ambição de diversificar abordagens e ampliar oportunidades, a estratégia de turismo em implementação compreende uma abordagem segmentada, por públicos-alvo e nichos de mercado. Esta segmentação permitirá uma intervenção mais cirúrgica das ações, parcerias e medidas implementadas, de forma a impactar as necessidades e desejos específicos de cada um.

## Públicos-alvo



## Fatores de atratividade



### City Breaks

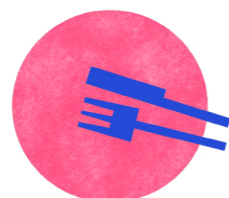
Ostentando orgulhosamente o galardão de “Europe’s Leading City Break Destination 2023”, este é o segmento mais expressivo de turismo na cidade. Com um património secular, gastronomia e vinhos de excelência, comércio vibrante, além de uma diversificada e dinâmica programação de arte e cultura, o Porto oferece uma experiência única de city break, para (re) visitar em estadias curtas.



### Arte, Arquitetura e Cultura

Berço de alguns dos mais reputados arquitetos em Portugal, como Siza Vieira ou Souto Moura, e acolhendo alguns dos mais reconhecidos museus e salas

de espetáculos, nomeadamente o Museu de Serralves ou a Casa da Música, o Porto é um destino privilegiado para amantes de arte, arquitetura e atividades culturais.



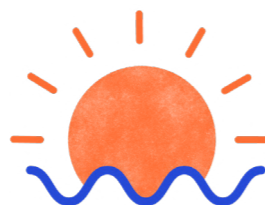
### Gastronomia e Enoturismo

Destino gastronómico de excelência e com uma ligação histórica à produção de Vinho do Porto, um dos mais apreciados vinhos do mundo, o Porto conquista pelos sabores e aromas. Atualmente, uma nova geração de Chefes eleva a gastronomia tradicional ao patamar do fine dining, colocando a cidade no roteiro prestigiado das estrelas Michelin.



### Moda e Design

Hub de ligação com o centro de produção têxtil mais importante do país e um dos mais relevantes da Europa, o Porto é reconhecido como cluster de moda e design. Apresenta hoje uma vibrante dinâmica de marcas de autor e marcas independentes, com abordagens e propostas contemporâneas, que assinam a nova etiqueta da moda “made in Portugal”.



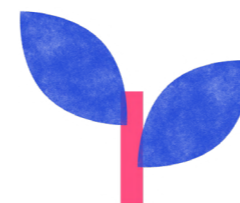
### Rio e Mar

Com uma localização privilegiada, entre rio e mar, o Porto conta com uma ampla frente marítima, que convida a passeios ou a desfrutar das suas praias, premiadas com Bandeira Azul.



### Turismo Náutico

Paragem obrigatória para experiências náuticas, seja ao longo do rio Douro ou em pleno Oceano Atlântico, o Porto apresenta-se como um destino altamente apetecível. Este é um segmento de turismo impulsionado pelo reforço de infraestruturas e operadores nesta área de atividade. Além dos tradicionais e concorridos passeios de barco no rio, ao longo das seis pontes, existe uma renovada oferta turística orientada para passeios e experiências náuticas.



### Parques e Jardins

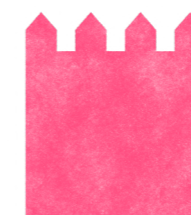
Com o maior parque urbano do país, o Parque da Cidade do Porto, o destino afirma-se cada vez mais pelos atrativos naturais. Entre os parques e jardins espalhados pelo território, destacam-se o Jardim do Passeio Alegre e os Jardins do Palácio de Cristal, bem como a ligação próxima com alguns destinos de natureza privilegiados, como o Parque Nacional da PenedaGerês ou a Reserva Natural do Estuário do Douro, onde é atrativa a prática de observação de aves.



### Turismo de Saúde e Bem-estar

O segmento de saúde e bem-estar é uma das tendências emergentes

do turismo global, em linha com uma consciencialização da sociedade para a importância do cuidado da saúde física e mental. Com isso, emergem novas oportunidades ao nível do turismo médico – procura do destino para serviços e procedimentos médicos –, bem como refúgios e experiências de bem-estar, com uma oferta crescente no destino.



### Centro Histórico Classificado

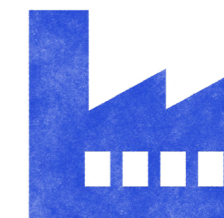
A área classificada como Património Mundial pela UNESCO, em 1996, é resultado de um processo com cerca de três mil anos de história e nele se encontra o testemunho das origens medievais da cidade do Porto. Os elementos arquitetónicos e artísticos e as típicas ruelas desta zona evidenciam o valor incalculável deste monumento.

A panorâmica deslumbrante sobre o casario e o rio Douro, entre outros atrativos, faz do Centro Histórico do Porto visita obrigatória.



### Touring Cultural e Paisagístico

A riqueza do património histórico-cultural aliado à ampla oferta de rotas e circuitos, quer de conteúdo genérico, quer temático, permitem conhecer a cidade sob diferentes perspetivas: a pé, de bicicleta, de barco, de autocarro... são somente algumas das modalidades disponíveis.



### Turismo Industrial

Membro da Rede Portuguesa de Turismo Industrial, coordenada pelo Turismo de Portugal e pela Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte, o Porto tem como vetor estratégico a promoção de turismo industrial. Percorre as indústrias tradicionais da cidade e evidencia as memórias e o seu passado histórico e cultural.



# Autenticamente equilibrada

Uma estratégia eficiente e eficaz a longo prazo pressupõe a garantia de uma gestão equilibrada, inclusiva e consciente, assente em pilares de acessibilidade, responsabilidade e proteção.

Por isso, enumeramos alguns dos pilares transversais a toda a estratégia, responsáveis por preservar os valores de cidade, inspirar comportamentos e liderar pelo exemplo.

## Pilares transversais

### Digitalização

A promoção da transição digital do destino passa pela incorporação de sistemas, soluções e canais que contribuam para a melhoria da qualidade de vida de residentes e visitantes.

Num mundo em acelerada digitalização, é imperativo que o destino adapte as suas estruturas de comunicação, potencie a sua interação com o visitante e produtos turísticos à nova era digital, e contribua para a capacitação de profissionais e empresas do setor para as ferramentas digitais.

### Acessibilidade

Pretende-se criar as condições para tornar o Porto um destino acessível, onde todos, independentemente das suas limitações ou necessidades especiais, possam usufruir de forma independente, autónoma e equitativa dos espaços, públicos, recursos turísticos e experiências de visita. Este é um esforço coletivo que o Município pretende liderar pelo exemplo, criando as condições para a adoção de boas práticas e adaptação da oferta turística.

### Inclusão

A par da acessibilidade, a estratégia pretende, de forma transversal, promover e incentivar a diversidade e inclusão, refletindo o carácter aberto e acolhedor da cidade e das suas gentes. Neste capítulo, inclui-se o turismo LGBTQI+, bem como o respeito pelas minorias étnicas, religiosas ou de outra natureza.

### Tolerância e respeito

Em linha com o objetivo de promover um equilíbrio entre o bem-estar de residentes e visitantes, minimizando o impacto negativo do turismo para a dinâmica da cidade, pretende-se empreender iniciativas de partilha de boas práticas e sensibilização para os princípios de respeito e integração com o destino.

## Sustentabilidade

A estratégia de turismo está totalmente alinhada e comprometida com o **Pacto do Porto para o Clima**, uma iniciativa da Câmara Municipal do Porto que convoca uma ação coletiva de cidadãos e organizações para o alcance de ambiciosas metas de neutralidade carbónica. O Porto foi selecionado pela Comissão Europeia para integrar o grupo das 100 Cidades Inteligentes e com impacto neutro no clima. Como Cidade Missão, a ambição é que o Porto seja líder, a nível nacional e europeu, na ação climática, antecipando a neutralidade carbónica em 2030.

No âmbito do seu compromisso com a sustentabilidade, a cidade do Porto foi reconhecida como entidade certificada ao mais alto nível (nível Platinum), pelo organismo internacional World Council On City Data,

segundo a norma ISO 37120, que promove o desenvolvimento sustentável das cidades.

Esta certificação contou com a colaboração de várias entidades interna e externas (públicas e privadas) à Câmara Municipal do Porto, na recolha de um conjunto de dados de indicadores de desempenho relativos a 19 áreas temáticas, relacionadas com serviços públicos e qualidade de vida da cidade, tais como economia, saúde, educação, energia, ambiente, finanças, governança, desporto e cultura, habitação, segurança, mobilidade e planeamento urbano da cidade do Porto.

Estes dados permitirão monitorizar o progresso do desenvolvimento sustentável da cidade e suportar a política de planeamento de recursos, com vista a alcançar uma sociedade mais responsável e sustentável.



# 4. A ESTRATÉGIA PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL: EIXOS DE ATUAÇÃO

- Eixo 1: Qualificar para gerar valor
- Eixo 2: Diversificar para crescer
- Eixo 3: Preservar o futuro

## Eixo 1 Qualificar para gerar valor

- Confiança Porto
- Meet Up Porto
- Formação + Próxima
- Turismo Imersivo nas Escolas
- Animadores de Rua – Regulamentação para a Ocupação do Espaço Público

Qualificar as experiências de turismo de cidade, através de um trabalho próximo e colaborativo com os operadores e parceiros, que elevem os padrões de hospitalidade e serviço aos turistas, melhorando a percepção de qualidade do destino.

### Objetivos operacionais:

- **Apostar na formação e qualificação profissional:** capacitar recursos humanos do setor de competências técnicas, bem como conhecimento especializado e alinhado com a estratégia de turismo da cidade
- **Atrair talento para o setor:** dinamizar e apoiar iniciativas de apoio ao recrutamento e à melhoria das condições de atratividade das profissões afetas ao turismo
- **Qualificar e certificar a oferta turística:** criar e uniformizar padrões de qualidade dos serviços turísticos
- **Potenciar a transição digital do setor e da experiência turística:** avaliar e propor iniciativas destinadas à digitalização de processos e adoção de tecnologias digitais

# Confiança Porto

O Programa Municipal de Reconhecimento “Confiança Porto” foi implementado em 2021 e pretende distinguir a excelência da prestação de serviços, através da validação e reconhecimento de boas práticas implementadas pelo setor do turismo.

Inicialmente destinado ao Alojamento Turístico, alargou a sua abrangência aos Passeios Turísticos Pedestres e Circuitos Turísticos Motorizados, com o foco na qualificação dos recursos humanos e privilegiando a interação dos visitantes com a cultura, o ambiente e a população local. É também valorizada a difusão de narrativas sobre a história da cidade, que respeitem a sua autenticidade e singularidade.

CONHEÇA O PROGRAMA,  
CONDIÇÕES E REGULAMENTOS EM  
[CONFIANCAPORTO.CM-PORTO.PT](http://CONFIANCAPORTO.CM-PORTO.PT)

## Objetivos

- Contribuir, em articulação com o setor, para a formação e qualidade da oferta de alojamento
- Qualificar e reconhecer os operadores de passeios turísticos, com recurso à promoção de formação de conteúdos e de novas narrativas
- Descentralizar e regular os fluxos turísticos, estimulando a criação de novos polos de atração turística, prolongando as estadias na cidade com uma experiência positiva

## Metodologia

O programa contempla uma **componente de formação totalmente gratuita**, de carácter não obrigatório, assente na partilha de boas práticas e orientações no leque de temáticas identificadas, que auxiliam os gestores na prestação de um serviço de excelência.

Para obterem o selo de reconhecimento “Confiança Porto”, as entidades passam por uma **visita técnica que analisa e verifica** o cumprimento dos requisitos estabelecidos, atribuindo uma pontuação.

Os operadores com licença válida e os alojamentos turísticos que obtiverem uma percentagem **igual ou superior a 85%**, serão propostos a deliberação da Câmara Municipal do Porto para atribuição deste reconhecimento.



## Alojamento Turístico

A iniciativa pretende distinguir os estabelecimentos de alojamento turístico em funcionamento no concelho que cumpram um conjunto de boas práticas e iniciativas ao nível da gestão (organizacional, financeira e de retenção de colaboradores), do acolhimento, da limpeza, dos equipamentos, das infraestruturas, da segurança, da sustentabilidade e da utilização de produtos locais. São valorizadas ações que promovam o desenvolvimento turístico e sustentável da cidade, nomeadamente, nas vertentes social, ambiental e económica. Caso cumpra todos os requisitos, a empresa recebe um selo físico e digital relativo ao programa e integra também a estratégia de comunicação da autarquia.

ATÉ AO MOMENTO, O PROGRAMA “CONFIANÇA PORTO” JÁ RECONHECEU 38 ESTABELECIMENTOS DE ALOJAMENTO TURÍSTICO E REALIZOU 23 AÇÕES DE FORMAÇÃO

## Passeios Turísticos Pedestres

O programa “Confiança Porto” dirige-se a todos os promotores, agências de viagens, operadores turísticos e pessoas singulares que realizam passeios turísticos pedestres guiados pela cidade, qualificando esta atividade. Neste reconhecimento, privilegia-se a preservação da identidade e da memória dos lugares, a diversidade e a singularidade da oferta turística pelo território e a descentralização dos fluxos turísticos, estimulando, assim, a criação de novos polos que promovam o prolongamento da visita e impactem positivamente a experiência turística.

Entre os requisitos de participação estão a apresentação de portefólio de conteúdos, abrangência de pelo menos 3 zonas distintas da cidade na realização de passeios turísticos pedestres, a disponibilização de visitas em dois ou mais idiomas e a reserva de passeios turísticos pedestres em plataformas online.

## Circuitos Turísticos Motorizados

Esta vertente do programa “Confiança Porto” destina-se a operadores turísticos, devidamente licenciados pelo Município do Porto, que organizem e promovam viagens turísticas sustentáveis em veículos motorizados na cidade.

Os objetivos passam por qualificar os prestadores de serviço de Circuitos Turísticos Motorizados, contribuir para promover a singularidade da oferta turística ao nível da qualidade dos conteúdos a transmitir aos turistas e organizar a distribuição espacial pelo território.

## Meet Up Porto

Os Meet Up Porto resultam de uma parceria entre a Câmara Municipal do Porto e a Associação Fórum Turismo – Bolsa da Empregabilidade, entidade fundadora da Bolsa de Empregabilidade, e tem como foco o recrutamento, a valorização e retenção de talento no setor.

Esta iniciativa, criada em 2023 e já com duas edições, promove a partilha de ideias e experiências entre empresas e associações que operam na cidade para a melhoria nos processos de recrutamento, construção de equipas qualificadas e identificação de desafios comuns.

## Formação + Próxima

No âmbito do protocolo de cooperação assinado entre o Município, o Turismo de Portugal e a Escola de Hotelaria e Turismo do Porto, este projeto tem como objetivo promoção de conhecimento e qualificação do setor do turismo e dos setores transversais à atividade turística, promovendo a formação dos agentes de desenvolvimento turístico dos territórios, através da capacitação das pessoas que trabalham nos diferentes setores.

Os programas “Formação + Próxima” são feitos à medida, estando devidamente certificados e dotados de conteúdos programáticos e materiais específicos para cada segmento.

Numa abordagem interativa e multidisciplinar, as ações de formação incluem componente teórica e prática, recorrendo a dinâmicas interativas e experiências. Os destinatários são trabalhadores dos diferentes serviços municipais, que interagem com o setor do turismo ou que, de alguma forma, estão em contacto com os visitantes, entendidos como “anfitriões” e promotores da imagem e valores do destino.



A **primeira fase** foi destinada à Polícia Municipal, responsáveis pela segurança e ordem pública, mas também por uma importante missão de prestar apoio e informação aos cidadãos, residentes ou visitantes na cidade. Com uma adesão massiva – um total de cerca de 200 agentes – o programa dividiu-se em duas ações e formação, uma em informação turística local e uma em inglês, dividida por diferentes níveis de domínio do idioma.

A **segunda fase**, prevista para 2024, irá destinar-se a profissionais de Museus e Bibliotecas Municipais e versa igualmente formação em prestação de serviços e informação turística, como boas práticas de acolhimento e hospitalidade. A ação tem também como objetivo informar sobre as ferramentas disponíveis para o serviço ao turista – canais de comunicação e equipamentos de apoio, como os postos de turismo.

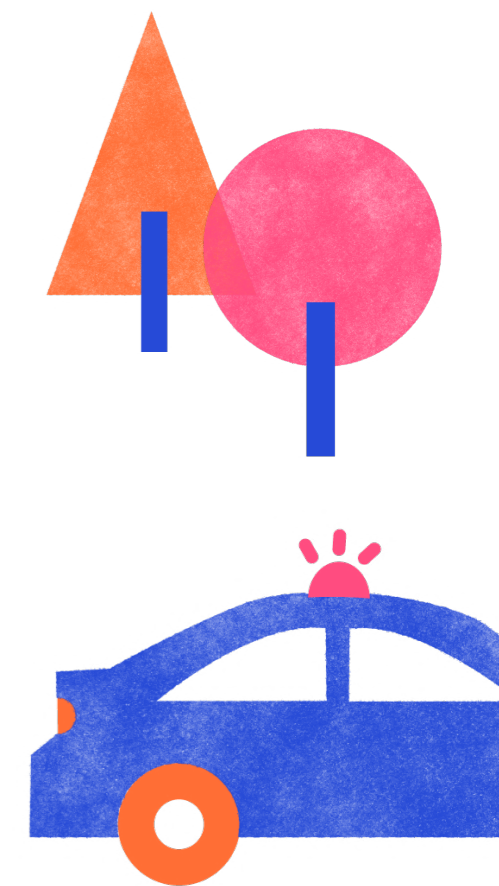
## Aplicação Móvel – Polícia Municipal

Sendo os Polícias Municipais frequentemente abordados com solicitações de informações turísticas pelos visitantes de diferentes nacionalidades, considerou-se necessário dotar estes agentes de uma solução inovadora, através de uma aplicação móvel que facilite a comunicação em diferentes idiomas e permita auxiliar os turistas, contribuindo para uma melhor experiência turística.

Para o desenvolvimento do conceito da aplicação móvel estabeleceu-se uma parceria com a Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (FEUP) – Laboratório de Gestão de Projetos, onde os estudantes de Mestrado da FEUP, da Faculdade de Economia (FEP) e da Faculdade de Belas Artes (FBAUP), em contexto de aprendizagem multidisciplinar, praticam a gestão de projetos e aplicam conhecimentos de diferentes áreas do saber.

A intenção é que esta APP sirva de suporte aos quase 200 agentes da Polícia Municipal, na sua interação com o turista. Para isso, disponibilizará, em tempo real, funcionalidades como tradução de voz, itinerários personalizados e calculados de carro, a pé, de metro

ou autocarro, bem como informação útil que pode ser passada do agente para o turista, através de um código QR.



# Turismo Imersivo nas Escolas

## Zona Oriental

- AE ALEXANDRE HERCULANO
- AE ANTÓNIO NOBRE
- AE CERCO DO PORTO

## Zona Histórica

- AE AURÉLIA DE SOUSA
- AE CAROLINA MICHAELIS
- AE RODRIGUES DE FREITAS

## Zona Ocidental

- AE GARCIA DE HORTA
- AE INFANTE D. HENRIQUE
- AE LEONARDO COIMBRA - FILHO
- AE MANOEL DE OLIVEIRA

Este é um projeto itinerante que, em 2024, passará por 12 escolas EB2/3 do Município, distribuídas pela **zona Oriental, Ocidental e Centro Histórico**. Tem como missão transmitir ao público escolar, entre os 10 e os 12 anos, a importância da atividade e do setor do turismo.

Através de atividades extracurriculares apelativas, que juntam a construção de novas narrativas à utilização de várias ferramentas digitais, pretende-se dar a conhecer o património e a história local, as profissões ligadas ao setor do turismo e as diferentes estratégias implementadas, contribuindo para que os jovens se sintam "embaixadores" de um destino turístico de excelência.

Ao incentivar a partilha de experiências e conhecimentos de uma forma lúdica e divertida, será possível sensibilizar os mais novos para a importância da hospitalidade, da preservação do património material e imaterial ou da aprendizagem de idiomas estrangeiros.



### Fase 1 | Viagem virtual 360°



### Fase 2 | Quiz interativo



### Fase 3 | Jogo didático

A primeira fase do projeto consiste numa viagem virtual 360° num Dome para conhecer o património local e as profissões do turismo através de um pequeno vídeo e de uma mascote (avatar). Na segunda fase, já em contexto de sala de aula, todos participam num quiz interativo e digital, criado especificamente para a recolha e tratamento de informação e consolidação da mensagem. Numa terceira fase, será desenvolvido um jogo didático personalizado para a dinamização em sala de aula ou em contexto familiar, e, por fim, as turmas irão descobrir o património numa visita à cidade.

O Turismo nas Escolas arrancará em janeiro de 2024.

# Animadores de Rua – Regulamento para a Ocupação do Espaço Público

A animação de rua é, atualmente, uma prática instalada nos espaços públicos das cidades, contribuindo para reforçar a atratividade, a identidade e a vivência destes lugares. A cidade do Porto não é uma exceção: as manifestações culturais dos artistas de rua têm proliferado em contexto urbano, em zonas de forte afluência de público, constituindo atrativos para residentes e turistas e afirmando-se como um traço marcante da identidade local e da cultura portuense.

A estratégia do Município do Porto preconiza a coesão territorial e social, através da implementação de medidas sustentáveis, com efeitos multiplicadores sobre todo o território, que privilegiam a acessibilidade e a mobilidade pedonal, a maximização e otimização da utilização do espaço público.

Paralelamente, fomenta-se ainda a criação de novas centralidades em áreas socialmente mais vulneráveis, que visam a coesão e harmonia social, o florescimento de atividades económicas e culturais, a atração do investimento, o aumento da qualidade

de vida dos residentes e, simultaneamente, atribuindo ao espaço urbano novas funcionalidades e vivências. Não obstante, as necessidades atuais exigem uma gestão sustentável do espaço público, que assegure a valorização e a fruição do território na sua globalidade, a acessibilidade, a inclusão e a segurança, promovendo o respeito pelas boas práticas na sua utilização, nomeadamente, em locais e em períodos com elevado potencial de atratividade e de afluência.

Por estes motivos, torna-se importante assegurar que a animação de rua reforce a boa imagem da cidade, contribuindo para a sustentabilidade do território, atuando em diferentes zonas e para públicos diversos, fomentando a mobilidade e acessibilidade nos locais onde intervém, de forma a privilegiar um clima de harmonia entre os diferentes utilizadores do espaço público urbano.

A necessidade de regular a atividade dos animadores de rua no espaço público surgiu em 2022 e, não existindo uma figura legal para o animador de rua,

numa primeira fase, o Município do Porto estudou o que se faz noutras cidades e até noutros países nesta matéria. Após esse processo, desenhou um regulamento que indica, entre outras disposições: necessidade de uma licença da autarquia para atuar na rua; proibição de amplificação de som; atuações permitidas entre as 10h e as 20h.



## Eixo 2

# Diversificar para crescer

- Quarteirões Territoriais
- Great Wine Capitals
- Turismo Criativo
- Roteiros de História
- Turismo de Saúde
- Turismo Literário
- Caminhos de Santiago
- Turismo Industrial

A cidade como um todo - do centro para os bairros. Promover a descentralização dos fluxos turísticos, aliviando a pressão sobre as áreas de maior procura, através da redefinição das narrativas e circuitos turísticos para diversificar públicos e ampliar oportunidades. Um convite a descobrir as múltiplas cidades dentro da cidade, o carácter identitário de cada quarteirão, a diversidade da sua oferta, as histórias e os segredos por desvendar.

### Objetivos operacionais:

- **Criar novas narrativas de cidade:** promover a diversificação de pontos de interesse e atratividade, através da criação de novas narrativas e roteiros, que permitam elevar a identidade de cada quarteirão e a sua oferta integrada e diversa de turismo, lazer, cultura e desporto
- **Segmentar o turismo por áreas de interesse** da arquitetura à natureza, do vinho à moda, da indústria ao craftmanship, criando experiências diferenciadoras atraindo novos públicos, tornando a cidade num hub de ligação com outros destinos da região norte e do país
- **Promover uma maior integração entre o turismo e a agenda social da cidade:** abrir as experiências de cidade – espaços públicos, recursos turísticos, equipamentos e programação cultural, a residentes e visitantes, implementando uma maior interação e sinergias sociais e culturais
- **Criar redes de cooperação territorial** (inter-regional, nacional e internacional) e **intersectorial** (setores de atividade – economia, cultura, ambiente, saúde, etc.): integrar redes de promoção e dinamização turística, colocando o Porto nos roteiros de interesse estratégico para o destino



## Quarteirões Territoriais

O desafio de gerir a pressão turística da cidade e a necessidade de equilibrar a qualidade de vida e bem-estar de residentes com os interesses do turismo, estão na base deste que é um projeto de importância estratégica para o Município e uma das pedras basilares da “Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto”.

Para cumprir esta missão, o Pelouro de Turismo e Internacionalização está a trabalhar com vários stakeholders para a elaboração de um estudo destinado à identificação e desenvolvimento estratégico de unidades territoriais turísticas no Porto, capazes de contribuir para a descentralização da oferta e procura turística.

Este novo olhar sobre a cidade vai permitir individualizar estratégias de promoção e atração de investimento para cada quarteirão, com base na identidade, fatores de competitividade e atratividade e oferta turística de cada um, respondendo às necessidades, potencialidades e idiossincrasias de cada “microdestino” dentro do destino Porto.

Com isto, pretende-se criar novos argumentos de atração ao turismo e ao investimento para o desenvolvimento sustentável de cada quarteirão, diversificando a fixação de dormidas, os roteiros de visita e os polos de dinamização turística, cultural e de lazer.

Esta dispersão do destino Porto afigura-se, assim, fundamental para a continuação do crescimento sustentável do turismo na cidade, evitando o “esgotamento” dos seus fatores de atratividade e promovendo o equilíbrio e desenvolvimento ambiental, urbano, económico e social.

## Eixos de atuação

O projeto compreende três eixos de atuação:

- **Diagnóstico dos atuais fluxos turísticos e a sua concentração na cidade**, identificando as zonas turísticas com eventual cenário de overcrowding turístico
- **Demarcação do território**, definição da identidade dos “quarteirões territoriais” e elaboração de um plano estratégico que consubstancia as novas identidades e narrativas territoriais
- **Mapeamento das novas unidades territoriais de atração turística** e elaboração de planos de ação para a sua ativação e dinamização

- Consolidação dos níveis da afluência turística, do consumo e da duração da estada e da capacidade de acolhimento
- Maior ocupação hoteleira (sazonal) e RevPAR (Receita por Quarto Disponível)
- Aumento da eficiência orçamental em esforços de marketing territorial e turístico
- Melhoria das condições infraestruturais e de sustentabilidade para residentes e visitantes
- Reforço da imagem da marca Porto como destino turístico sustentável
- Melhoria da experiência do visitante pela atenuação do efeito overcrowding
- Aumento do impacto económico global em termos de emprego, despesa e receita fiscal



## Objetivos

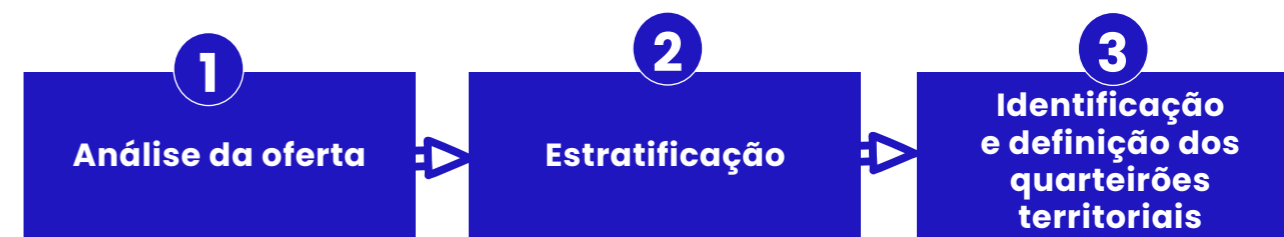
## Metodologia

As diferentes etapas do trabalho desenvolvido basearam-se no uso de ferramentas metodológicas variadas, utilizadas de forma complementar e articulada:

- **Revisão documental:** identificação, seleção e análise de relatórios, estudos, documentos de política e outras informações a recolher
  - **Análise estatística:** recolha, tratamento e análise de dados de fontes oficiais, sendo um instrumento essencial para garantir um diagnóstico objetivo das dimensões relevantes, a análise de forças competitivas externas e uma leitura fundamentada das tendências
  - **Benchmarking:** apresentação e análise de casos de benchmarking
- com similitudes ao nível das condições e/ou problemáticas ligadas à visitação como as verificadas no Porto, potencialmente inspiradores de soluções a adotar
- **Reuniões de trabalho:** reuniões de acompanhamento para a estabilização dos pressupostos de identificação dos quarteirões territoriais e apresentação dos resultados de cada etapa
  - **Realização de entrevistas e focus group:** realização de entrevistas junto de personalidades relevantes e com conhecimento das dinâmicas turísticas da cidade e com os Presidentes das Juntas/ Uniões de Freguesia do Município do Porto.

Foram ainda realizados 3 workshops de recolha de contributos junto de equipas de trabalho do Município do Porto, agentes externos ao Município, maioritariamente do setor privado e personalidades jovens com papel ativo ou conhecimento da realidade turística da cidade

- **Steering Committee:** foi constituída uma comissão de acompanhamento e validação dos critérios para a identificação dos quarteirões territoriais, bem como estabilização das âncoras e narrativas que se lhes deve associar



No processo de identificação e caracterização dos quarteirões territoriais foram diagnosticados diferentes níveis de maturidade de visitação, que determinam, em parte, a exigência do seu processo de operacionalização (potenciação e consolidação).

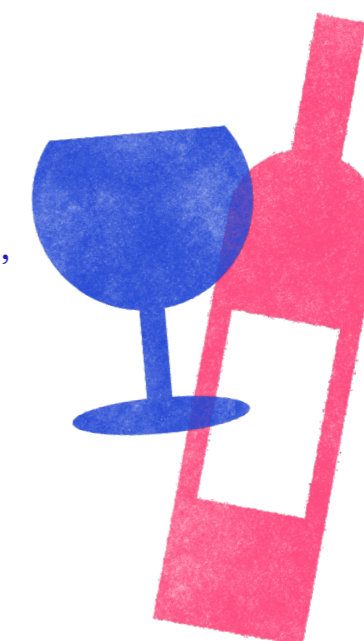


## Great Wine Capitals

O Porto é um dos membros-fundadores da Great Wine Capitals Global Network, representando nesta rede as regiões do Douro e dos Vinhos Verdes. Pretende-se, por isso, fazer a ativação da marca “Great Wine Capitals” (GWC), através de diversas iniciativas, projetando e consolidando o posicionamento do Porto e da região como destino de enoturismo de excelência a nível mundial.

Entre as atividades a realizar destacam-se o concurso anual para atribuição dos prémios “Best Of Wine Tourism”, a participação em eventos e conferências, e a produção de conteúdos para os diferentes canais de comunicação.

A próxima cerimónia de atribuição dos prémios “Best Of Wine Tourism”, a nível nacional, acontecerá no âmbito da Wine and Travel Week, agendada para fevereiro de 2024.



## Best Of Club – Porto

Neste âmbito, por iniciativa do Pelouro de Turismo e Internacionalização, foi criado o Best Of Club – Porto, composto pelos agentes de enoturismo da região do Douro, Porto e Vinhos Verdes, distinguidos com um prémio “Best Of Wine Tourism”, à semelhança da iniciativa já implementada por outras cidades-membro. Este clube tem o propósito de fomentar sinergias e incentivar a partilha de conhecimento e experiências entre os seus membros, contribuindo para o desenvolvimento integrado do enoturismo nesta região.

CONHEÇA MAIS SOBRE A INICIATIVA E OS MEMBROS EM: [BESTOFCLUB.CM-PORTO.PT](https://bestofclub.cm-porto.pt) E PÁGINA DE LINKEDIN DA INICIATIVA



Serão realizadas, pelo menos, 4 reuniões por ano, com um tema, objetivo e formato específicos.

Na primeira reunião de cada ano serão apresentadas as atividades da Great Wine Capitals e do Best Of Club - Porto aos membros. Será também o momento para discutir a estratégia de desenvolvimento do enoturismo, planear atividades conjuntas e identificar eventuais constrangimentos. Estes encontros serão realizados rotativamente entre a cidade e as regiões.

Além das reuniões, serão dinamizadas atividades diversificadas ao longo do ano, nomeadamente:

- Debates temáticos
- Ações de formação e workshops relacionados com a atividade e promoção do enoturismo
- Speed Business Meetings
- Ações de benchmarking com outros projetos de enoturismo (nacionais e internacionais)
- Eventos de networking

O PROJETO "BEST OF CLUB - PORTO" FOI LANÇADO OFICIALMENTE A 28 DE SETEMBRO DE 2023, NA CASA TAIT. UM EVENTO QUE CONTOU COM A PRESENÇA DE RUI MOREIRA, PRESIDENTE DA CÂMARA DO PORTO, CATERINA SANTOS CUNHA, VEREADORA DE TURISMO E INTERNACIONALIZAÇÃO E REPRESENTANTES DOS MEMBROS DO CLUBE.

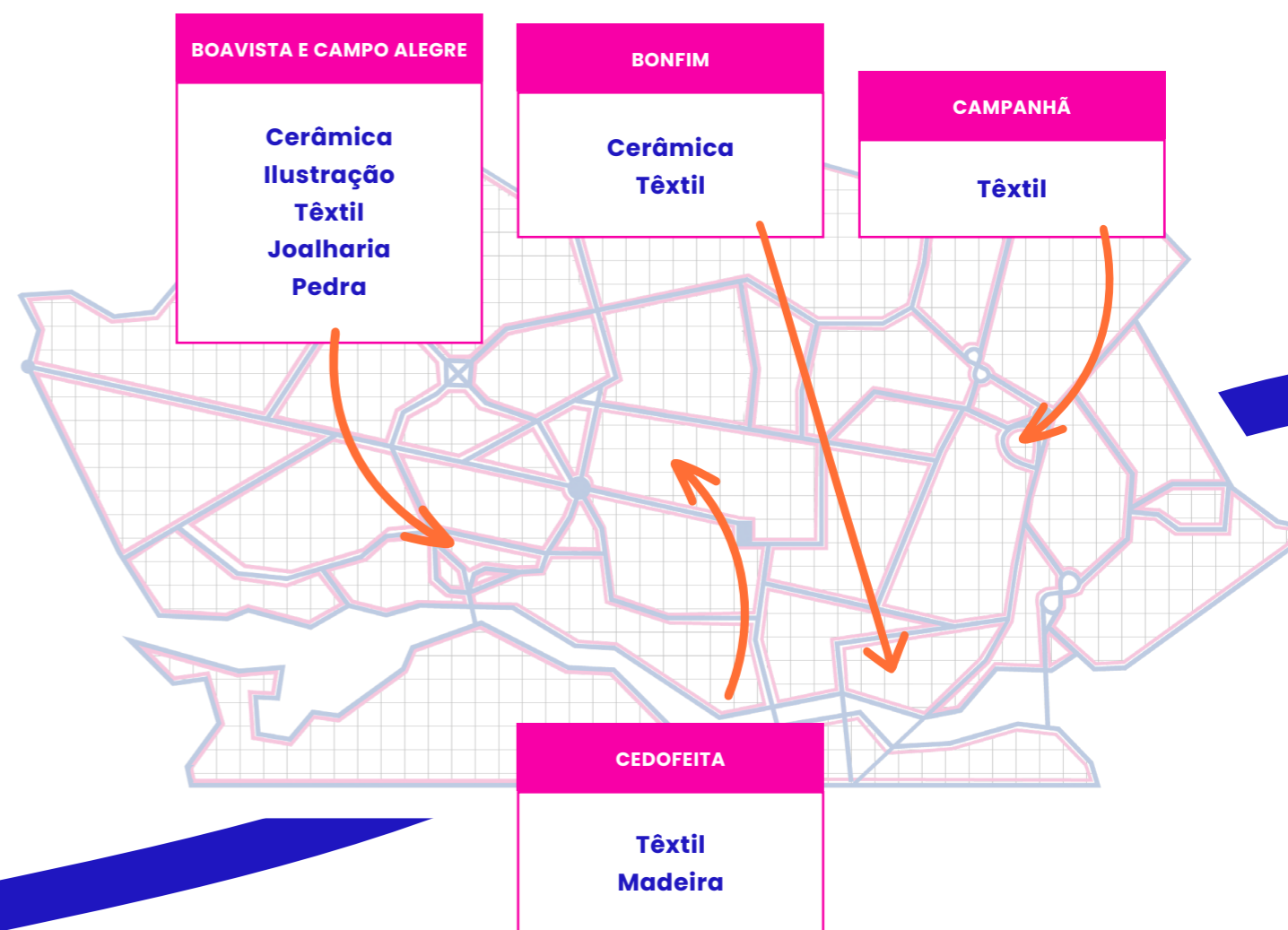


## Turismo Criativo

Para incentivar e promover a descentralização e a criação de novos roteiros turísticos em diferentes zonas da cidade, a criatividade, o talento e o ofício podem ser bons aliados. Foram identificados 13 projetos, nas áreas do artesanato, design, cerâmica, joalheria, têxtil ou ilustração, que servirão de âncoras para conhecer artérias como o Bonfim (4 projetos), Boavista e Campo Alegre (5 projetos), Cedofeita (2 projetos) e Campanhã (2 projetos).

Além da criação dos novos roteiros, serão também desenvolvidos materiais como fotografias, vídeos e entrevistas em formato podcast com os responsáveis de cada marca e projeto. Serão ainda criados uma brochura digital em português e inglês e um website com toda a informação sobre cada interveniente.

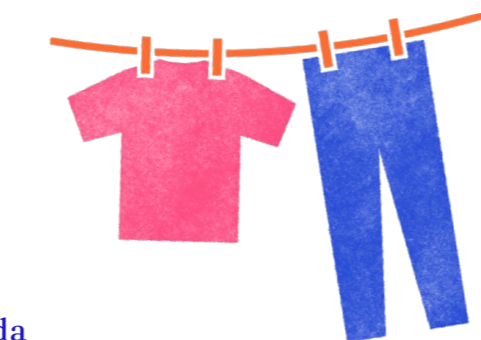
O Turismo Criativo será também o mote para a organização de dois eventos, um nacional e outro internacional, com o intuito de promover a cidade através da ativação deste conceito.



## Roteiros de História

Criar centralidades, narrativas e dinâmicas de vivência da cidade, envolvendo o público turístico e dando a conhecer a história do Porto, é o grande mote deste projeto de storytelling. O professor e investigador Jorge Ricardo Pinto, especialista na geografia do turismo, história urbana e património, será o responsável pela produção de dois roteiros com 20 paragens cada, oferecendo, assim, uma nova forma de olhar e conhecer o território.

Recorrendo a arquivos nacionais e internacionais, fotografias antigas e contemporâneas, plantas e cartografias de edifícios emblemáticos ou até mesmo árvores genealógicas de personalidades marcantes, serão desenvolvidas pequenas narrativas capazes de contar a história, os segredos e as principais características humanas, patrimoniais e arquitetónicas de duas artérias da cidade: Avenida Rodrigues de Freitas e Rua de Cedofeita.



OS DOIS PRIMEIROS ROTEIROS HISTÓRICOS SERÃO FOCADOS NA AVENIDA RODRIGUES DE FREITAS E RUA DE CEDOFEITA.

## Turismo de Saúde

Nos últimos anos, Portugal tem apresentado apostas estratégicas relativas ao Turismo de Saúde. O Health Passport, descrito na Estratégia do Turismo 2027, vem reforçar a prioridade definida de crescimento da procura de tratamentos de saúde em Portugal. A aposta na produção científica, no acesso a tratamentos de vanguarda, acompanhado por tecnologia de ponta em hospitais qualificados, são fatores positivos que posicionam o país na mira do Turismo Médico.

Multiplicam-se as razões para escolher o Porto como um destino de Turismo de Saúde tendo sido mesmo, em setembro de 2023, a cidade eleita para acolher o escritório da Organização Mundial da Saúde para tecnologia da saúde. A boa conectividade por via aérea, terrestre ou marítima, os diversos hospitais e centros de investigação científica e farmacêutica qualificados, a excelente estrutura hoteleira,



o acolhimento com profissionais altamente especializados e um sistema de saúde reconhecido a nível internacional são apenas alguns fatores que colocam a cidade como um dos melhores destinos turísticos do mundo nesta área.

A autarquia pretende, numa primeira fase, reunir os principais players da medicina a operar na cidade e no país, colocando o Porto no mapa do Turismo de Saúde. O objetivo do Município passa ainda por impulsionar os projetos anunciados pelo Turismo de Portugal que se enquadram na Estratégia do Turismo para 2027.

## Turismo Literário

Em 2024 irá ser desenvolvida uma oferta estruturada de roteiros, experiências, produtos e narrativas a partir das obras de autores portugueses que nasceram, viveram ou passaram pelo Porto. O grande objetivo é despertar o interesse dos residentes para a descoberta do património literário da cidade, mas também promovê-la como destino literário junto dos visitantes nacionais e internacionais.

O Porto possui um conjunto de autores, entre poetas (Eugénio de Andrade, Sophia de Mello Breyner Andresen, Manuel António Pina ou Ana Luísa Amaral), romancistas e novelistas (Camilo Castelo Branco, Almeida Garrett, Alexandre Herculano ou Ramalho Ortigão), e outros autores contemporâneos cuja obra é traduzida e publicada em vários países. O seu vasto património literário é indissociável da sua identidade cultural e do papel que assumiu na vida política ao longo dos anos, designadamente, ao nível das ideias e no movimento do liberalismo e do republicanismo.

A tradição literária na cidade transcende os próprios autores e obras, estando também relacionada a locais de culto que assistiram e contribuíram para a efervescência cultural e para a renovação literária, intelectual e social no pós-guerra e especialmente nos anos 60. Após a revolução de 1974, surgiram novas tertúlias em cafés históricos e centrais, e espaços de partilha e de poesia, um contexto que se reformulou e vitalizou no século XXI, com o Porto 2001 – Capital Europeia da Cultura.

SABIA QUE EÇA DE QUEIRÓS TEM A SUA OBRA TRADUZIDA E PUBLICADA EM, PELO MENOS, 30 PAÍSES? EUA, RÚSSIA, URUGUAI, TAILÂNDIA, SUÍÇA, SUÉCIA, ROMÉNIA, REPÚBLICA CHECA, REINO UNIDO, POLÓNIA, PERU, MÉXICO, JAPÃO, ITÁLIA, ISRAEL, ÍNDIA, HUNGRIA, HOLANDA, FRANÇA, ESPANHA, CUBA, CROÁCIA, COLÓMBIA, CHINA, BRASIL, BULGÁRIA, BÉLGICA, ÁUSTRIA, ARGENTINA E ALEMANHA SÃO APENAS ALGUNS EXEMPLOS.



## Caminhos de Santiago

O Município do Porto é parceiro das entidades gestoras dos Caminhos de Santiago e dos Caminhos de Fátima, tendo como principais eixos de atuação assegurar a visibilidade destes percursos na cidade, adotando sinalética comum para orientação dos peregrinos, e salvaguardando a sua segurança e mobilidade.

Depois do Caminho Português da Costa, em 2022, o Governo certificou em dezembro de 2023 o Caminho Português de Santiago Central Porto Norte, que leva todos os anos milhares de peregrinos até Santiago de Compostela. Este reconhecimento destaca o elevado valor patrimonial do traçado histórico do Porto e a importância cultural de um trajeto que atravessa 13 municípios numa extensão de 177,8 quilómetros.

Os Caminhos de Santiago são percorridos desde o início do século IX, quando foi descoberto o sepulcro do apóstolo Santiago Maior em Santiago de Compostela. Em 2022, o Porto foi a segunda cidade do mundo de onde saíram mais peregrinos para Santiago de Compostela, segundo dados estatísticos do Centro de Acolhimento ao Peregrino.



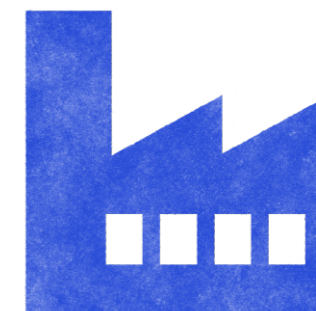
OS DOIS CAMINHOS PORTUGUESES, O DO INTERIOR E O DA COSTA, CONTABILIZARAM, EM 2022, 123.800 PEREGRINOS, DO TOTAL DE 438 MIL QUE CHEGARAM A SANTIAGO DE COMPOSTELA, GERANDO RECEITAS DE 16 MILHÕES DE EUROS. OS NÚMEROS FORAM DIVULGADOS PELO AGRUPAMENTO EUROPEU DE COOPERAÇÃO TERRITORIAL GALIZA-NORTE DE PORTUGAL.

## Turismo Industrial

O Programa de Turismo Industrial pretende desenvolver uma oferta turística diferenciadora, autêntica e genuína, ancorada na indústria viva e no património industrial dos territórios, valorizando aspetos identitários através da produção nacional. O projeto pretende também atrair novos públicos e equilibrar a sazonalidade do destino.

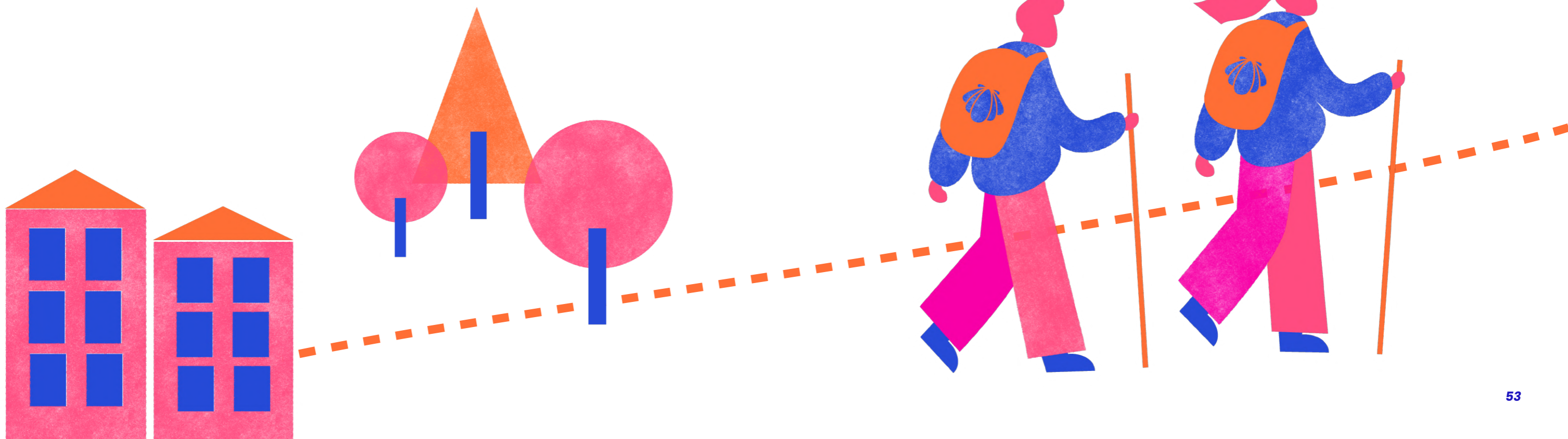
A iniciativa foi criada em 2020 pelo Turismo de Portugal e a sua dinamização tem sido feita numa abordagem em rede, com várias regiões turísticas do país, através de webinars e workshops. Após um levantamento exaustivo, foram identificados no Porto 7 marcas especialistas em áreas como a ourivesaria, os transportes, as comunicações, a cerveja ou a beleza, que reúnem as condições de visita necessárias para serem promovidas ao abrigo deste programa.

Instalações e equipamentos, acessibilidade e sinalética, condições de reservas e de pagamento de visitas guiadas, segurança, sustentabilidade, responsabilidade social, recursos humanos ou idiomas disponíveis são alguns requisitos destacados no Guia de Boas Práticas.



LOCAIS NO PORTO QUE INTEGRAM O GUIA DO TURISMO INDUSTRIAL, EM CONSTANTE EVOLUÇÃO:

1. PENINSULAR - PAPELARIA & ARTES GRÁFICAS
2. MUSEU DOS TRANSPORTES E COMUNICAÇÕES - ALFÂNDEGA DO PORTO
3. MUSEU DO ISEP (INSTITUTO SUPERIOR DE ENGENHARIA DO PORTO)
4. MUSEU DO CARRO ELÉTRICO
5. CERVEJA NORTADA
6. LOJA CLAU PORTO
7. OURIVESARIA ALCINO SILVERSMITH



## Eixo 3

# Preservar o futuro

- Manifesto do Turista
- Turismo Acessível – Porto para Todos
- Conselho Municipal do Turismo
- Global Destination
- Observatório do Turismo do Porto

Para o crescimento sustentável do destino Porto é imperativo desenvolver medidas e programas que salvaguardem os interesses atuais e futuros da cidade, dos seus residentes, do seu património e meio ambiente. Para isso, é necessário gerar um equilíbrio de interesses, que permita preservar a identidade, qualidade de vida e bem-estar de todos os cidadãos, residentes e visitantes, ao mesmo tempo, que potencie os benefícios de uma economia vitalizada por um turismo responsável e consciente.

### Objetivos operacionais:

- **Monitorizar o impacto da atividade turística junto dos vários stakeholders do turismo:** criar fóruns e instrumentos de diálogo permanente e bidirecional entre o Município e os vários públicos, diagnosticando pontos críticos de intervenção, recolhendo feedback e sugestões de melhoria
- **Incentivar o respeito e bom comportamento do visitante** para com o destino: promover boas práticas de responsabilidade social e ambiental, bem como zelo pelo património e espaços públicos
- **Potenciar o envolvimento da comunidade com o turismo da cidade:** criar ações e iniciativas vocacionadas para o envolvimento dos locais com a oferta turística da cidade
- **Adotar medidas de acessibilidade e inclusão:** promover a igualdade no acesso e acolhimento de todas as pessoas com necessidades especiais em toda a jornada do visitante, dos espaços públicos aos recursos turísticos, incluindo canais de comunicação e informação turística
- **Garantir o cumprimento do Pacto do Porto para o Clima:** promover a adoção de medidas e boas práticas com vista às metas de neutralidade carbónica, bem como desenvolver ações de conscientização junto dos operadores do setor
- **Incentivar o consumo dos produtos locais e implementar uma economia circular:** criar iniciativas de apoio à economia local e divulgar boas práticas de circularidade entre o turismo e as atividades económicas, com enfoque nas atividades tradicionais, artesanais e de comércio justo/ético

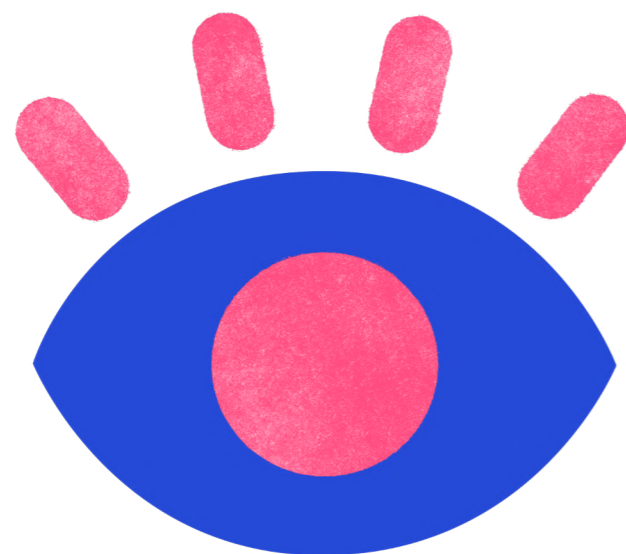
## Manifesto do Turista

A ideia de criar um manual de boas práticas para visitantes surge da necessidade de envolver e incluir o público turístico na manutenção, no cuidado e na vivência da cidade, integrando-o na comunidade residente e partilhando com ele o mesmo sentimento de pertença.

Este manual informativo inclui 40 formas de integração simples, divididas por temas como a sustentabilidade, o alojamento ou a noite. Sugestões para aprender a língua portuguesa ou provar um prato típico, mas também dicas práticas sobre como cuidar e preservar o espaço público e o património, poupar água ou comprar no comércio tradicional são apenas alguns exemplos do que este guia inclui.

Com estas recomendações pretende-se melhorar a experiência de visita e posicionar o Porto como um destino cada vez mais sustentável e de valor acrescentado para todos os stakeholders, proporcionando aos visitantes uma experiência mais genuína e autêntica na cidade.

O conteúdo do Manifesto do Turista segue as recomendações da UNWTO (World Tourism Organization) e dos ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) da Organização das Nações Unidas.



## Turismo Acessível – Porto para Todos

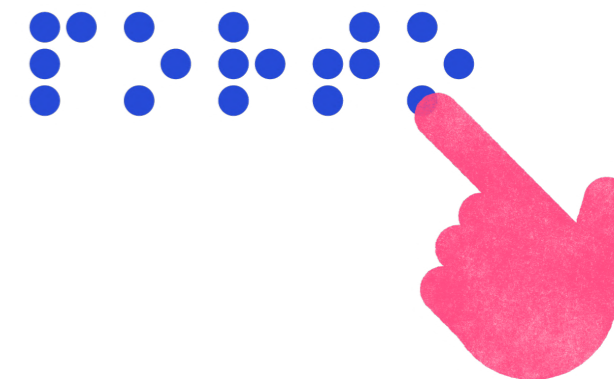
A Divisão Municipal de Turismo almeja desenvolver e promover a cidade como um destino acessível para todos, partindo de um diagnóstico ao nível das acessibilidades do setor turístico para intervir nesta área e, assim, aumentar a produção de conteúdos e percursos acessíveis.

Face à insuficiente informação sobre a oferta turística acessível, surge a necessidade de criar material informativo diversificado, como um guia específico para este segmento, disponível em vários canais online e offline, com conteúdos sobre o nível de acessibilidade a pessoas com dificuldades físicas ou cognitivas.

Entre museus, igrejas, jardins e monumentos históricos, foram identificados mais de 50 locais turísticos na cidade do Porto que, em 2024, serão diagnosticados com intuito de perceber que tipo de acessibilidades têm e que serviços podem ser melhorados. Após essa fase, serão criados materiais como áudio-guias ou percursos em Braille e ainda um guia mais geral, denominado “Porto Para Todos”, com a identificação dos pontos de interesse do turismo acessível, reunidos num único documento. Este guia estará disponível em formato físico, em postos de turismo, hotéis e museus, e também online.

Esta operação terá um impacto positivo na forma como o visitante planeia a sua viagem, na qualificação dos agentes do setor e na forma mais personalizada e inclusiva com que podem gerir os seus recursos e empresas.

O MANIFESTO DO TURISTA FOI LANÇADO NO DIA MUNDIAL DO TURISMO, CELEBRADO A 27 DE SETEMBRO DE 2023, E ESTÁ DISPONÍVEL ONLINE E EM FORMATO FÍSICO, NOS POSTOS DE TURISMO, HOTÉIS E RESTAURANTES. TAMBÉM DISPONÍVEL AQUI:



## Conselho Municipal do Turismo

Criado em 2020, o Conselho Municipal do Turismo é um órgão de natureza colegial, consultiva e de cooperação estável de participação setorial, no domínio das políticas e estratégias para o desenvolvimento do turismo na cidade.

Realiza-se duas vezes por ano, em locais diferentes da cidade, e tem como premissas:

- Promover a participação e envolvimento dos setores público, privado, associativo e sociedade civil no progresso integrado e sustentável da cidade
- Contribuir para a valorização da oferta turística
- Consolidar uma visão estratégica para a inovação, competitividade e desenvolvimento do Porto

Compostos por 40 conselheiros, entre operadores turísticos, autoridades, representantes de sindicatos, ordens religiosas, equipamentos culturais, instituições de ensino, restauração, hotelaria ou transportes, estes encontros periódicos promovem o debate entre os diferentes agentes turísticos sobre temas que marcam a atualidade, como a sustentabilidade, a transição digital ou a crise na contratação de recursos humanos no setor, contribuindo para a reflexão e a partilha de ideias e soluções.

A ordem de trabalhos dos Conselhos Municipais do Turismo é definida pela vereação do Turismo da Câmara Municipal do Porto. Da exposição de projetos, ideias e soluções podem surgir documentos estratégicos ou grupos de trabalho específicos.



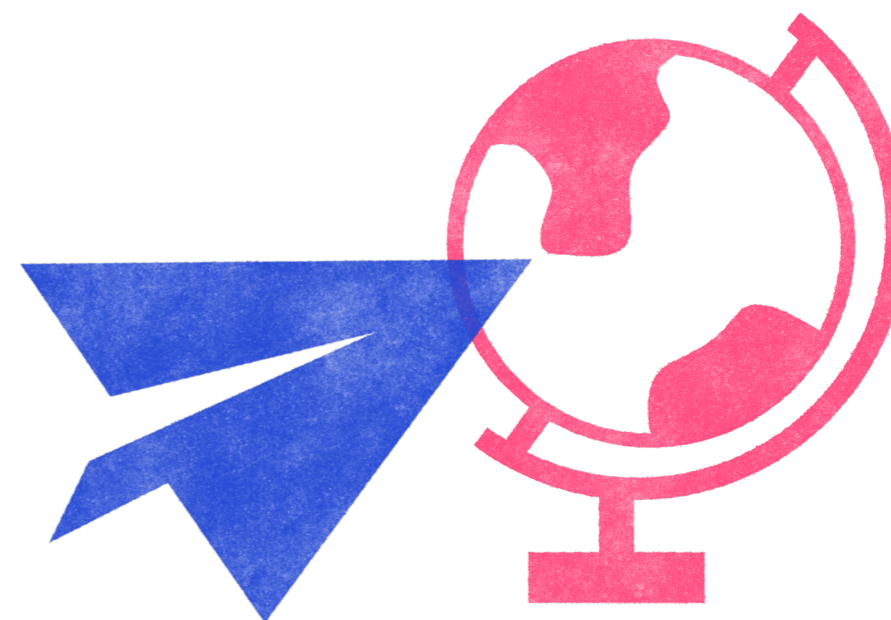
## Global Destination

O GDS – Global Destination Sustainability Index consiste numa plataforma de comparação e análise de desempenho dos destinos, a nível global, através da recolha de dados junto dos diversos stakeholders. Esta ferramenta irá permitir medir e melhorar o desempenho do destino, de forma a posicionar o Porto internacionalmente.

INFORMAÇÃO MAIS  
DETALHADA EM  
[WWW.GDS.EARTH](http://WWW.GDS.EARTH)

### Alinhamento com Standards Internacionais

- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): o GDS-Index age em conformidade com a Agenda 2030 das Nações Unidas e integra os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável na gestão de Destinos
- Conselho Global de Turismo Sustentável: o GDS Index utiliza os critérios definidos pelo GSTC (Global Sustainable Tourism Council), garantindo assim a sua relevância no setor do Turismo
- Organização Mundial de Turismo: o GDS Index é parceiro oficial do Programa de Turismo Sustentável One Planet da UNWTO (United Nations World Tourism Organization) e integra nos seus critérios os principais componentes da One Planet Vision.



## ***Observatório do Turismo do Porto***

O Observatório de Turismo consiste num instrumento de estudo e monitorização da atividade turística, através da recolha e sistematização de informação para apoio à tomada de decisão política e definição da estratégia do setor.

O objetivo é criar um interface de leitura intuitiva e interativa, com os principais indicadores sobre a atividade turística do destino Porto, em articulação com o LEME - plataforma de informação socioeconómica do Porto e com o Gabinete de Informação e Estudos Estratégicos do Município do Porto, responsável pela agregação e tratamento da informação.

Os indicadores são apurados com base em diversas fontes reconhecidas a nível nacional e internacional.



# **5. UMA NOVA HISTÓRIA PARA CONTAR**



- Novas narrativas e estratégia de divulgação
- Criação de parcerias e redes de cooperação

# Novas narrativas e estratégia de divulgação

- Parceria com a ATP – Associação do Turismo do Porto
- Canais de Comunicação Visit Porto
- Concierge
- Acervo fotográfico
- Ações de ativação de marca
- Ativação de marca em eventos terceiros

Nos últimos anos, a marca Porto ganhou protagonismo internacional, afirmando-se como um dos mais proeminentes e procurados destinos da Europa.

Com uma ampla repercussão em meios de comunicação social e nas redes sociais, a cidade na sua globalidade, bem como os seus principais atrativos, tornaram-se verdadeiros fenómenos de interesse e partilha.

Dos prémios internacionais às experiências partilhadas por revistas de prestígio, líderes de opinião e influenciadores nos mais variados quadrantes sociais e turísticos, o Porto tornou-se “trending topic” mundial, elevando os seus níveis de notoriedade e reputação internacional.

Com essa ampla exposição global, emerge a importância e responsabilidade de liderar essa notoriedade na direção do posicionamento de cidade que se pretende consolidar.

Nesse sentido, a estratégia do Pelouro de Turismo e Internacionalização tem como prioridade a implementação de uma estratégia de comunicação, que permita, através da identificação de novos canais de contacto e um renovado storytelling de cidade, alcançar os objetivos de posicionamento e atratividade.

## Objetivos operacionais:

- Renovar os canais de comunicação do destino, criando uma maior dinâmica de conteúdos e ações de ativação digital
- Reforçar e melhorar o serviço de acolhimento do destino e desenvolver ações de interação com os visitantes, que reforcem o posicionamento de cidade próxima e acolhedora
- Potenciar o Porto.CARD, ampliando os seus benefícios e conveniência
- Promover a promoção inversa do destino, através da gestão da visita de meios de comunicação, líderes de opinião e prescritores (operadores turísticos)
- Dinamizar uma estratégia de marketing de influência, através de uma curadoria e segmentação cirúrgicas para os públicos-alvo que se pretende impactar
- Apostar nos novos media e novas ferramentas digitais, com o objetivo de renovar públicos e antecipar tendências

# Parceria com a ATP

## Associação do Turismo do Porto

Desde 2014, o Município do Porto tem vindo a contratualizar com a ATP – Associação do Turismo do Porto, em regime de exclusividade, o acolhimento turístico na cidade, incluindo a gestão do cartão turístico Porto.CARD. Entretanto, em 2020, foi assinado um memorando de entendimento entre a ATP e a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (TPNP), unindo todas as atividades económicas do sistema turístico da região, num modelo de atuação que cobre todas as fases do ciclo de valor do turismo, desde a estruturação, acolhimento, comercialização, até à promoção turística.

### No âmbito deste contrato, a ATP atua em três principais eixos:

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gestão e monitorização do acolhimento turístico</b></li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencial nos pontos de acolhimento nos Postos de Turismo e iPoints em eventos de interesse turístico;</li> <li>• Não presencial através do serviço de Chat e ChatBot do portal VisitPorto, telefone, whatsapp e respostas a pedidos de informação.</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comercialização do “Porto.CARD” – Official City Pass</b></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponíveis em plataformas online, pontos de venda aderentes e postos de turismo.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Promoção do destino Porto</b></li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participação, captação e apoio a eventos considerados estratégicos para a Cidade, para atração do turismo nacional e internacional;</li> <li>• Edição de material de informação, divulgação e promoção turística.</li> </ul>                                    |



## ACOLHIMENTO TURÍSTICO

O Porto presta acolhimento aos visitantes em três postos de turismo localizados na zona da Catedral do Porto (Torre Medieval), na Praça Almeida Garrett – Porto Welcome Center e no Aeroporto Francisco Sá Carneiro

Em 2024, será inaugurado o iPoint Trindade, um posto de turismo temporário situado junto às estações de metro e de autocarros da Trindade, contribuindo, assim, para um atendimento mais próximo e personalizado dos turistas e visitantes.

Em 2023, os serviços de acolhimento registaram uma grande dinâmica, dando continuidade ao que se tinha verificado no ano anterior com a acelerada retoma das atividades turísticas no Porto\*:

- Afluência de **231.763 turistas** aos Postos de Turismo e iPoints
- Foram realizados **20.699 atendimentos** não presenciais (pedidos de informação turística em backoffice, chats, telefonemas e Whatsapp)
- O **nível de satisfação** do cliente aumentou em todos os registos medidos, atingindo a marca (média) dos 99,75% no atendimento presencial, 96,83% no serviço de chat e 96,67% na resposta a pedidos de informação via plataforma CRM
- O atendimento não presencial conta com o serviço automático de ChatBot depois de encerrado o período de funcionamento do chat humano, assegurando **respostas 24h/dia**

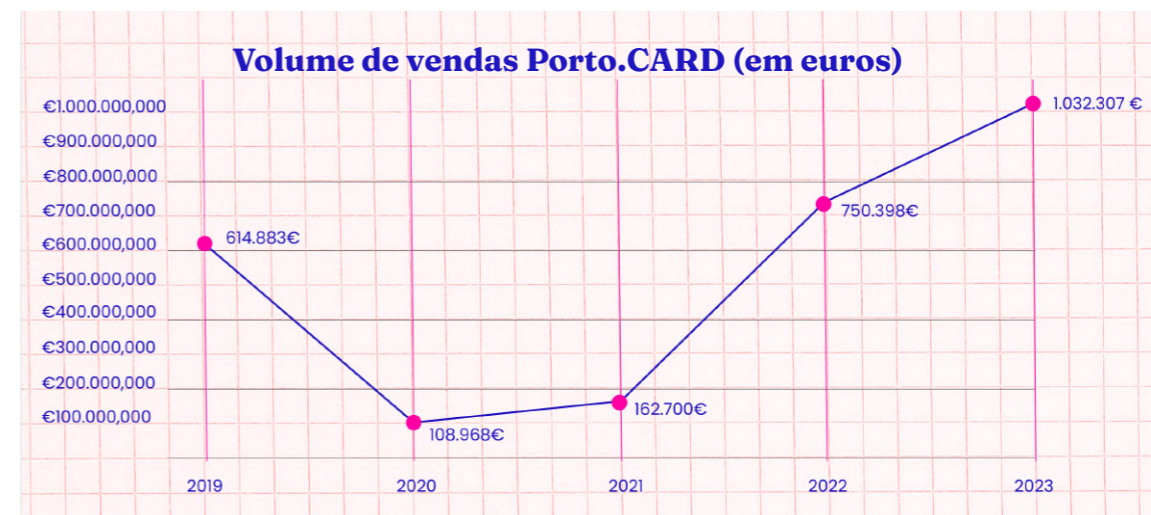
\*Fonte: ATP – Associação de Turismo do Porto



## PORTO.CARD

O Porto.CARD é um cartão direcionado para turistas, permitindo explorar a cidade de forma cómoda e benéfica. Com entradas gratuitas e descontos em mais de 150 pontos de interesse, o cartão está disponível nas modalidades de 1, 2, 3 ou 4 dias, com ou sem acesso gratuito aos transportes públicos.

Em 2023, verifica-se um valor recorde de vendas do Porto.Card, resultado e reflexo da positiva dinâmica de visitantes, mas também do investimento em promoção e comunicação dos benefícios de adesão junto destes.



Com o objetivo de determinar o perfil e satisfação do utilizador do Porto.CARD, a ATP realizou 374 inquéritos entre 15 e 25 de julho de 2022.

As principais conclusões foram:

- Os principais países de origem das adesões são Espanha e França
- O cartão é mais procurado pelas faixas etárias mais jovens, com destaque para a faixa etária dos 17-24 (34%), e em seguida dos 25-34 (25%)
- O grau de satisfação sobre o produto foi considerável, levando a que 92% recomendem a compra do produto
- Numa escala de 1 a 7, em que 1 é terrível e 7 é excelente, a maioria dos utilizadores (37%) deram a classificação de 6, no que concerne a qualidade-preço do Porto.CARD
- A maioria tomou conhecimento da existência do cartão através da internet (80%);
- Os locais onde o Porto.CARD foi mais utilizado foi em Museus e Monumentos (48%) e em Transportes (22%)

**EM 2023, OS MESES COM MAIOR VOLUME DE VENDAS DO PORTO.CARD FORAM OUTUBRO, SETEMBRO E MAIO.**

**OS DADOS DE 2023 SERÃO DIVULGADOS EM BREVE.**

## Canais de Comunicação Visit Porto

A plataforma Visit Porto, gerida pela Câmara Municipal do Porto desde 2022, reúne toda a informação relevante sobre a cidade, sendo uma ferramenta útil e orientadora para quem a visita. Locais de interesse histórico, sugestões gastronómicas, culturais e vínicas, roteiros temáticos de natureza e aventura, em transportes tradicionais ou mais alternativos, eventos pontuais ou atividades disponíveis para toda a família são alguns conteúdos que integram esta plataforma, atualizada permanentemente.

Em 2023, o Visit Porto ganhou um novo posicionamento e uma nova imagem, mais fresca e intuitiva. Sob o mote **“When you stay in Porto. Porto stays in you”**, o Município pretende demonstrar como visitar a cidade pode ser sinónimo de criar memórias que ficam para sempre, através de experiências onde as pessoas, a gastronomia, o vinho, os polos culturais e criativos, os espaços verdes ou a junção única do rio com o mar são verdadeiros protagonistas.

A renovada imagem e estratégia do Visit Porto permite, conseqüentemente, apresentar uma oferta diversificada de experiências turísticas, mais consistentes, coerentes e diversificadas, explorando outras zonas da cidade, como Foz, Bonfim, Campanhã, Boavista e Cedofeita. Ao descentralizar o fluxo turístico, é possível criar roteiros cada vez mais personalizados, capazes de fundir olhares novos e antigos sobre o mesmo território e revelar novos pontos de interesse.

Prolongar as estadias, com um apelo à ligação emocional inspirada pela cidade, atrair nómadas digitais, com um conteúdo fotográfico atraente que coloque o Porto ao nível das suas expectativas, elevar o destino e o perfil do turista, com sugestões mais imersivas e sofisticadas, são também desafios para o futuro.

## Concierge

Promover a cidade na América do Norte (EUA/ Canadá), América do Sul (Brasil/ Argentina) e Ásia (Japão/ China) é uma das premissas do Concierge, projeto que engloba serviços de consultoria, implementação e monitorização de ações promocionais de turismo junto de mercados estratégicos.

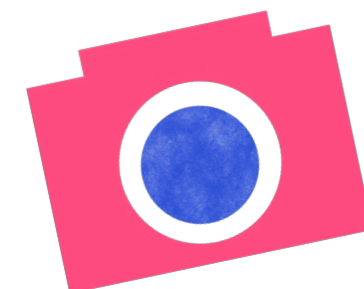
Através de nove experiências temáticas e direcionadas a jornalistas e influenciadores digitais internacionais, distribuídas ao longo de 2024, será possível mostrar o melhor que o Porto tem para oferecer atualmente.

Após identificar diferentes perfis ligados à arte, arquitetura, sustentabilidade, moda ou gastronomia, serão desenhados roteiros de viagem personalizados. A intenção é destacar as novas narrativas e organização territorial por bairros, mas também tendências de consumo ou propostas criativas e culturais, permitindo uma interação próxima com a comunidade local e com os protagonistas da cidade.

## Acervo fotográfico

Partindo da necessidade de atualizar o acervo fotográfico da cidade, em 2024 serão captadas 300 imagens e realizados 30 vídeos capazes de mostrar o Porto além dos edifícios mais emblemáticos, das ruas mais históricas ou das paisagens mais famosas.

A produção de novos materiais de multimédia tem como finalidade partilhar as novas linguagens, as novas dinâmicas e o novo olhar sobre a organização do território por diferentes bairros, através de pontos de interesse que juntem diferentes ofícios e gerações, a modernidade, a tradição, a autenticidade e a inclusão. Dos polos mais criativos ao turismo de luxo, a prioridade será destacar a multiplicidade da cidade, diversificando o perfil de quem a visita.



## Ações de ativação de marca

Um dos pilares de promoção e posicionamento de destino passa por uma agenda de ações de ativação de marca.

O intuito é criar mais interação e envolvimento com os viajantes que chegam à cidade, promover a descentralização territorial, consolidar o posicionamento do Porto e dinamizar a plataforma “Explore Porto”, que permite simular percursos com diferentes pontos de interesse.

Entre as dinâmicas previstas estão as ações de ativação de marca no Aeroporto Francisco Sá Carneiro, em datas festivas como o Dia Mundial do Turismo, Dia de São João, Natal ou fim do ano. Se na zona das chegadas a intenção é distribuir informação útil sobre a cidade, comunicando a sua oferta turística interativa, diversificada e descentralizada, na zona das partidas o objetivo é fazer uma auscultação do que foi a experiência do visitante, numa espécie de balanço e avaliação para o futuro.

Ainda dentro da ativação de marca, está em curso o lançamento de quatro edições impressas, escritas em inglês, da revista Time Out Porto, com curadoria do Município e abordando temas como passeios ao ar livre, vinho ou lojas históricas.

**“WHEN YOU STAY IN PORTO.  
PORTO STAYS IN YOU” É O  
MOTE DA NOVA IMAGEM  
DA PLATAFORMA VISIT PORTO.  
DISPONÍVEL EM  
[VISITPORTO.TRAVEL](https://www.visitporto.travel)**

**MAIS INFORMAÇÕES EM  
[EXPLORE.PORTO.PT](https://www.explore.porto.pt)**



## Ativação de marca em eventos terceiros

Outra forma de ativar a marca Porto passa pela participação em ações de projeção nacional e internacional MI – Meeting Industry (Feiras, Congressos, Mostras, Eventos de relevância e estratégicos). A seleção dos eventos pressupõe uma análise e resposta a pedidos e projetos apresentados por entidades externas, garantindo a implementação dos eventos apoiados.

O principal objetivo é o posicionamento internacional do destino nos eixos considerados estratégicos para a sua promoção turística.

### AGENDA 2023-2024

A seleção e condições de participação são sujeitas a uma criteriosa análise e cruzamento com os objetivos e eixos estratégicos de promoção turística, sendo que cada ativação de marca é personalizada para cada evento, tendo em conta as suas características, públicos-alvo e impacto da ação.

Em 2023, a cidade do Porto promoveu e participou em importantes eventos em diversas áreas como enoturismo e gastronomia, música e arte, inovação e transição digital.

Para 2024, está já em desenvolvimento uma nova agenda de ações que garantam visibilidade e impacto da cidade junto do público nacional e/ou internacional.



## Criação de parcerias e redes de cooperação

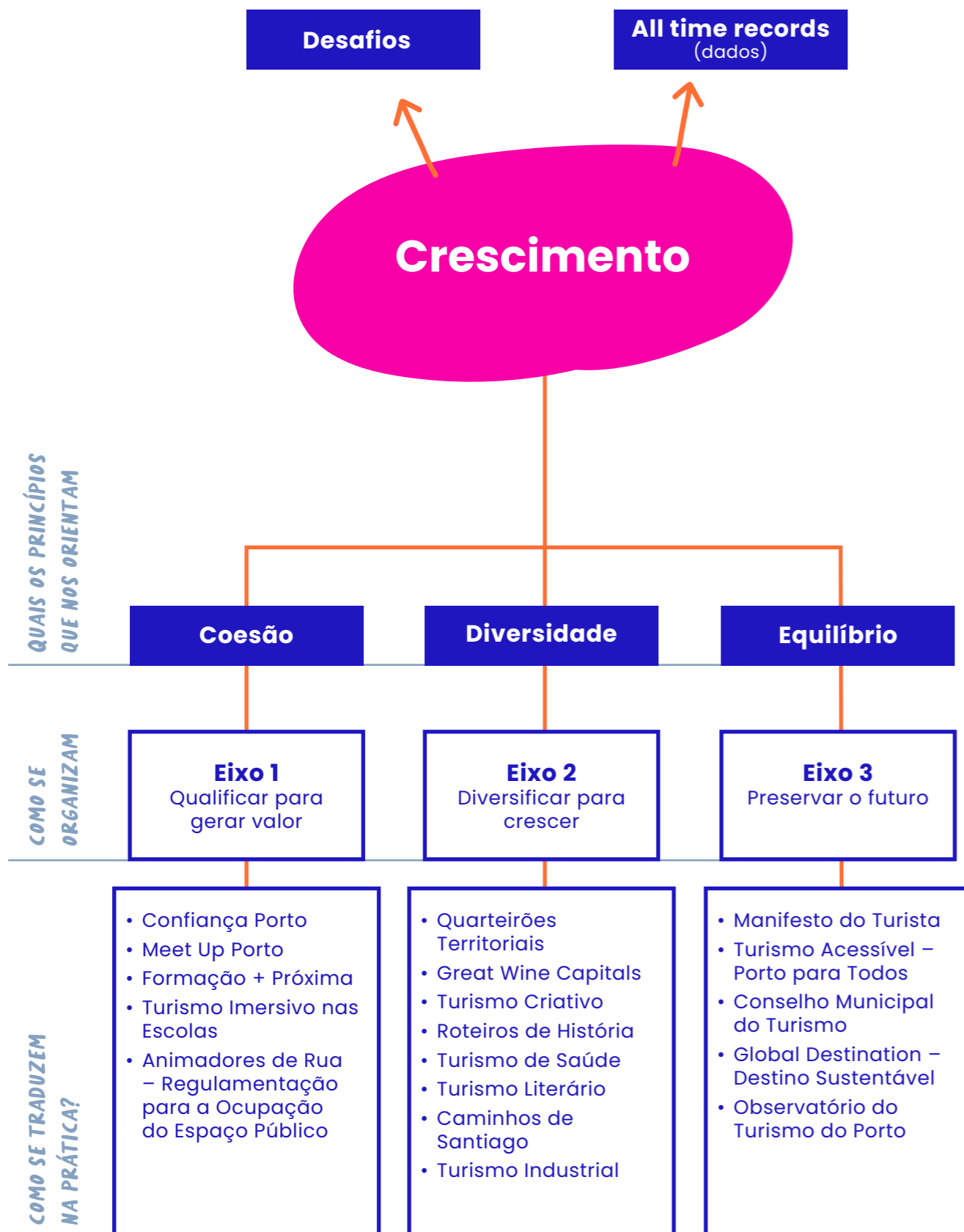
No âmbito da sua estratégia de promoção internacional, o Pelouro, nomeadamente a sua Divisão de Internacionalização, tem também estudado novas formas de colaboração com outras cidades, através de parcerias e da integração em redes de cooperação.

O objetivo é identificar oportunidades para partilha de experiências e boas práticas, bem como ampliar as oportunidades de divulgação do destino, através de ações cruzadas e benefícios mútuos.

Os acordos e parcerias em estudo destinam-se sobretudo aos seguintes setores:

- Enoturismo
- Gastronomia
- Indústrias Criativas
- Turismo
- Economia do Mar
- Inclusão social





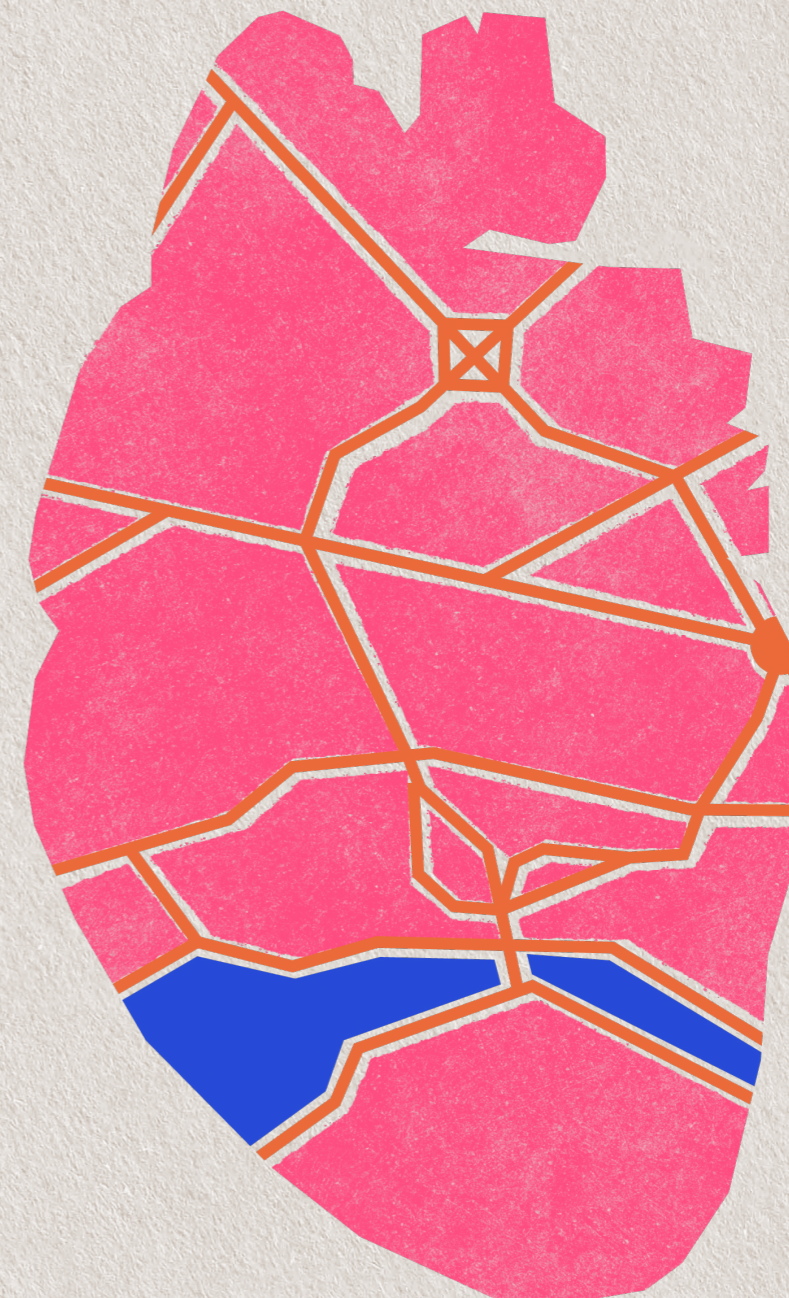
# Nota de despedida

Este documento é uma carta aberta de amor à cidade.  
Um amor que cuida, nutre e faz crescer.

Por isso, convidamos todos aqueles que partilham deste mesmo  
“sentimento”, a ser parte ativa desta visão.

Visite-nos em [www.yourstruly.porto.pt](http://www.yourstruly.porto.pt) e deixe a sua opinião, contributo  
ou projeto. Teremos uma equipa aberta e disponível para que, juntos,  
possamos continuar a trilhar este futuro sustentável para a cidade  
e para os seus.

**Yours Truly,  
Porto.**



Ficha Técnica:

**CÂMARA MUNICIPAL DO PORTO**  
**PELOURO DE TURISMO E INTERNACIONALIZAÇÃO**

**DEPARTAMENTO MUNICIPAL DE TURISMO**  
**E INTERNACIONALIZAÇÃO**

**DIVISÃO MUNICIPAL DE TURISMO | DIVISÃO MUNICIPAL**  
**DE INTERNACIONALIZAÇÃO**

**PORTO, JANEIRO DE 2024**

**Porto.**

