



Designação do projeto | Promoção Turística Internacional do Alentejo – Valorização dos Recursos Endógenos Enquanto Ativos Diferenciadores

Código do projeto | ALT20-01-0752-FEDER-000032

Objetivo principal | Aumento da notoriedade da marca Alentejo no seu todo, e da notoriedade dos produtos turísticos que esta oferece, a melhor adequação da promoção às motivações dos principais clientes, conseguindo por essa via o aumento das oportunidades comerciais para as empresas do sector na região.

Região de intervenção | NUT II Alentejo

Entidade beneficiária | Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo – Turismo do Alentejo

Data da aprovação | 23-08-2018

Data de início | 01-09-2018

Data de conclusão | 31-08-2020

Custo total elegível | 1 498 932,85€

Apoio financeiro da União Europeia | 1 274 092,92€

Apoio financeiro público nacional/regional | 0 €

Objetivos, atividades e resultados esperados:

Metas:

- Reforçar a diferenciação e a excelência da marca Alentejo e consolidar a notoriedade da mesma;
- Contribuir para a redução da sazonalidade, combatendo as baixas taxas de ocupação e aumentando os rendimentos do setor;

- Melhorar o conhecimento do mercado potencial sobre o destino, aumentar o seu interesse pelo mesmo e facilitar a decisão de compra;
- Adequar a promoção às motivações e perfis dos turistas/mercados;
- Alcançar um posicionamento adequado no mercado, consistente com a estratégia de desenvolvimento turístico do Alentejo e do País;
- Divulgar o destino e os seus produtos de nicho.

Objetivos:

- Contribuir para o reconhecimento internacional coletivo de serviços turísticos produzidos no Alentejo e nas suas sub-regiões;
- Potenciar, indiretamente, o sucesso da internacionalização das PME;
- Aumentar o conhecimento sobre os mercados, especialmente dos mercados estratégicos e de aposta do Alentejo;
- Contribuir para a dinamização de mais iniciativas coletivas de cooperação empresarial.
- Contribuir para o alcance dos objetivos da EEC Provere InMotion.

Plano de Ação:

- 1 - Comunicação Online;
- 2 - Ações com Comunicação Social – Canal B2c;
- 3 - Ações com Operadores/Agentes Do Setor;
- 4 - Feiras e Outros Eventos;
- 5 - Campanhas Publicitárias;
- 6 - Monitorização e Disseminação dos Resultados;
- 7 - Gestão e Acompanhamento da Operação