

## ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA

## Resolução da Assembleia da República n.º 229/2017

**Recomenda ao Governo que denuncie junto do Secretariado da Convenção de Espoo a violação da referida Convenção por parte de Espanha**

A Assembleia da República resolve, nos termos do n.º 5 do artigo 166.º da Constituição, recomendar ao Governo que denuncie, ao Secretariado da Convenção de Espoo — Convenção sobre Avaliação dos Impactes Ambientais num Contexto Transfronteiriço, adotada em 25 de fevereiro de 1991, em Espoo —, o incumprimento por parte de Espanha pela falta de comunicação ao Estado Português da intenção de prolongar a vida útil da Central Nuclear de Santa Maria de Garoña e, ainda, pela inexistência de um estudo de impacte ambiental (EIA) transfronteiriço, tal como exigido pela referida Convenção.

Aprovada em 7 de abril de 2017.

O Presidente da Assembleia da República, *Eduardo Ferro Rodrigues*.

**Declaração de Retificação n.º 26/2017**

Para os devidos efeitos, observado o disposto no n.º 2 do artigo 115.º do Regimento da Assembleia da República, declara-se que a Lei n.º 64/2017, de 7 de agosto, que «Estabelece as prescrições mínimas em matéria de proteção dos trabalhadores contra os riscos para a segurança e a saúde a que estão ou possam vir a estar sujeitos devido à exposição a campos eletromagnéticos durante o trabalho e transpõe a Diretiva 2013/35/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de junho de 2013», publicada no *Diário da República*, 1.ª série, n.º 151, de 7 de agosto de 2017, saiu com a seguinte incorreção, que assim se retifica:

No quadro B4 (Níveis de ação para densidades do fluxo magnético de campos magnéticos estáticos) do anexo II, onde se lê:

«Perigos	NA(B <sub>0</sub> )
Interferência em implantes médicos ativos, por exemplo, estimuladores cardíacos . . . . .	0,5 μT
Risco de atração e projeção na extremidade alta do campo magnético (> 100 μT) . . . . .	3 μT»

deve ler-se:

«Perigos	NA(B <sub>0</sub> )
Interferência em implantes médicos ativos, por exemplo, estimuladores cardíacos . . . . .	0,5 mT
Risco de atração e projeção na extremidade alta do campo magnético (> 100 μT) . . . . .	3 mT»

Assembleia da República, 21 de setembro de 2017. —  
O Secretário-Geral, *Albino de Azevedo Soares*.

## PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS

## Resolução do Conselho de Ministros n.º 134/2017

O turismo é uma atividade estratégica para Portugal, sendo um instrumento determinante para a promoção da coesão territorial e para a criação de emprego e de riqueza.

Em 2016, o turismo conheceu números recorde na economia nacional, tendo atingido 12,7 mil milhões de euros de receitas, o que representou 16,7 % das exportações de bens e serviços e 49 % das exportações de serviços, contribuindo decisivamente para a criação de emprego.

O saldo da balança turística ascendeu a 8,8 mil milhões de euros, refletindo, a par do crescimento da procura externa, a dinamização do mercado interno com mais portugueses a fazer férias em Portugal.

Apesar dos bons resultados, importa garantir que o turismo se afirme cada vez mais como uma atividade sustentável ao longo do ano e ao longo do território, que valorize os recursos naturais de que Portugal dispõe e que contribua para a criação de emprego e de riqueza e para a promoção da coesão territorial e social.

Por esta razão, o programa do XXI Governo Constitucional identificou como prioridade o planeamento da atividade turística a longo prazo, de forma a assumir opções claras e estáveis que promovam a confiança e garantam a mobilização dos recursos necessários para a implementação de uma estratégia partilhada.

O cariz multissetorial da atividade turística e as diferentes escalas territoriais de atuação do desenvolvimento turístico determinaram a importância de se construir uma estratégia concertada entre agentes públicos e privados.

A presente estratégia visa, assim:

- i) Proporcionar um quadro referencial estratégico a 10 anos para o turismo nacional;
- ii) Assegurar a estabilidade e a assunção de compromissos quanto às opções estratégicas para o turismo nacional;
- iii) Promover uma integração das políticas setoriais;
- iv) Gerar uma contínua articulação entre os vários agentes;
- v) Agir com sentido estratégico no presente e no curto/médio prazo.

Com esta finalidade, e, após ter sido feito um diagnóstico da evolução da atividade turística em Portugal entre 2005 e 2015, foi desencadeado, em 24 de maio de 2016, um processo de participação e discussão pública sobre os grandes desafios, objetivos e metas para o turismo em Portugal nos próximos 10 anos.

A estratégia que o XXI Governo Constitucional adota através desta Resolução, resulta deste processo aberto e participado e afirma o turismo como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.

Para o efeito, identificam-se metas de sustentabilidade social, económica e ambiental e áreas estratégicas de intervenção para as atingir.

Para prossecução das mesmas, é fulcral o empenho e a atuação concertada entre os agentes públicos e privados com competência na matéria, destacando-se, em especial, a nível local e regional, a importância da intervenção das entidades regionais de turismo, das autarquias locais e das entidades intermunicipais no desenvolvimento e promoção do turismo, bem como na coesão territorial e valorização do interior.

A Estratégia para o Turismo 2027 foi apresentada e discutida com os parceiros sociais, em sede de reunião da Comissão Permanente de Concertação Social.

Assim:

Nos termos da alínea g) do artigo 199.º da Constituição, o Conselho de Ministros resolve:

1 — Aprovar a Estratégia para o Turismo 2027 (ET27) anexa à presente resolução e da qual faz parte integrante.

2 — Definir que a implementação das medidas da ET27 é assegurada pelas entidades e serviços da administração direta, indireta e autónoma do Estado, competentes em razão da matéria, sob a coordenação do membro do Governo responsável pela área do turismo.

3 — Determinar que, para efeitos de acompanhamento e monitorização da implementação da ET27, o Turismo de Portugal, I. P., promove a apresentação anual de relatórios de progresso ao membro do Governo responsável pela área do turismo.

4 — Determinar que a avaliação e eventual revisão da Estratégia para o Turismo 2027 (ET27) deve ter lugar até final do ano de 2022.

5 — Estabelecer que a presente resolução entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação.

Presidência do Conselho de Ministros, 21 de setembro de 2017. — Pelo Primeiro-Ministro, *Maria Manuel de Lemos Leitão Marques*, Ministra da Presidência e da Modernização Administrativa.

## ANEXO

(a que se refere o n.º 1)

### Estratégia para o Turismo 2027 (ET27)

#### I. Processo de construção

A construção da Estratégia para o Turismo 2027 (ET27) pautou-se por um processo que envolveu uma ampla participação dos agentes do turismo e da sociedade civil.

O processo de discussão pública da Estratégia para o Turismo 2027 foi lançado a 24 de maio de 2016, em Tomar, numa conferência que reuniu olhares internos, sem perder a oportunidade de pensar o turismo em Portugal para os próximos 10 anos de forma *out-of-the-box*, através de contributos de vários ângulos da sociedade nas suas diferentes valências. Este processo decorreu até 6 de janeiro de 2017 e contemplou diferentes formas de auscultação pública — laboratórios estratégicos de turismo, *focus groups* internacionais, *website* e plataformas tecnológicas, pareceres e contributos escritos por várias entidades públicas, privadas e cidadãos a título individual, envolvendo, no total, mais de 1.700 participantes.

#### I.1. Laboratórios Estratégicos de Turismo

Os laboratórios estratégicos de turismo (LET), que decorreram entre julho e outubro de 2016, consistiram em sessões públicas territoriais e temáticas em todas as regiões do País, com os seguintes objetivos: *i)* obter contributos e recomendações para o turismo nacional, *ii)* analisar os principais indicadores do turismo de cada região, *iii)* debater em torno das prioridades estratégicas para o turismo regional e nacional.

Assim, realizaram-se 10 sessões públicas — 7 LET territoriais/regionais e 3 LET temáticos — que envolveram mais de 1.400 participantes. Os LET Temáticos revestiram

uma natureza mais transversal, tendo incidido sobre os seguintes temas:

- i)* Tendências e agenda internacional (TAI),
- ii)* Competitividade e inovação em turismo (CIT) e,
- iii)* Conhecimento, emprego e formação (CEF).

De forma global, salientam-se os seguintes aspetos conclusivos dos LET:

- Estratégia 2027: oportunidade e pertinência do país ter uma Estratégia para o turismo nos próximos 10 anos;
- Coordenação e ação em rede: reforçar a coordenação de atuações entre os vários atores e maior trabalho de parceria;
- Financiamento: assegurar coerência entre estratégia e financiamento;
- Notoriedade: aumentar a notoriedade de Portugal e das suas regiões nos mercados externos;
- Recursos Humanos: escassez de recursos humanos qualificados;
- Formação: atender mais às necessidades das empresas;
- Conhecimento: aprofundar o conhecimento sobre a procura e melhorar a informação estatística.

#### I.2. Focus groups internacionais

Pela primeira vez, uma estratégia para o turismo em Portugal auscultou a procura e os mercados internacionais. Decorreram em 5 mercados estratégicos que concentram a maioria da procura turística externa — Espanha, Alemanha, França, Reino Unido e Brasil — *focus groups* e reuniões bilaterais, totalizando 7 *focus groups* e 11 reuniões bilaterais que envolveram mais de 80 participantes — operadores turísticos, agentes de viagem, líderes de opinião, associações setoriais e representantes da imprensa especializada.

Estas reuniões decorreram nos meses de junho, julho e setembro e tiveram como objetivo conhecer a procura internacional, designadamente, auscultar quem comercializa e comunica a oferta turística portuguesa.

Destas reuniões resultaram as principais conclusões que se sintetizam seguidamente:

Aspetos positivos:	Aspetos a melhorar:
<p>Autenticidade com modernidade e preservação do destino;</p> <p>Pessoas/hospitalidade;</p> <p>Segurança;</p> <p>História e Cultura;</p> <p>Surpreende — supera expectativas;</p> <p>Diversidade de oferta — liberdade para viajar;</p> <p>Aumento das acessibilidades aéreas;</p> <p>Relação preço/qualidade de serviço.</p>	<p>Estruturação do produto;</p> <p>Experiência — especialmente em época baixa;</p> <p>Ligações aéreas ao longo de todo o ano;</p> <p>Falta de Recursos Humanos qualificados em áreas específicas (por exemplo, línguas, turismo ativo);</p> <p>Informação sobre o que existe em Portugal;</p> <p>Notoriedade — destino ainda pouco conhecido além da oferta de sol e praia;</p> <p>Promoção mais eficaz e dirigida aos mercados;</p> <p>Coordenação entre regiões turísticas;</p> <p>Informações e condições de mobilidade para visita ao país.</p>

### I.3. Website e plataformas tecnológicas

Em complemento aos LET e *focus groups* internacionais foi criado um *website* específico para a ET27, no qual foi disponibilizado o documento da ET27 para discussão pública e foram sendo facultados documentos e apresentações públicas efetuadas nos LET e *focus groups*. Foi também assegurada a comunicação digital e em redes sociais, bem como o reporte de atividades referentes à ET27.

Decorreu ainda um questionário *on-line* sobre os 5 principais desafios para o Turismo em Portugal nos próximos 10 anos. Foram recebidas 312 respostas válidas e os 5 desafios mais votados foram *i*) combate à sazonalidade, *ii*) valorização do património e cultura, *iii*) desconcentração da procura, *iv*) qualificação e valorização dos recursos humanos, *v*) estímulo à inovação e ao empreendedorismo.

### I.4. Pareceres e contributos escritos

Outra forma de participação no processo de discussão pública da ET27 foi através da apresentação de pareceres e contributos escritos. Assim, foram rececionados pareceres de várias entidades, públicas e privadas, nomeadamente, municípios, entidades eclesiásticas, associações empresariais, confederações, instituições de ensino superior, sindicatos e da sociedade civil no período em que vigorou a discussão pública — 24 de maio de 2016 a 6 de janeiro de 2017.

## II. Estrutura da ET27

### II.1. Diagnóstico

O diagnóstico efetuado, que compreendeu a década 2005-2015, focou-se na análise de indicadores relacionados com a oferta e a procura turística, tendo-se obtido as seguintes conclusões gerais:

Fatores positivos:	Aspetos a melhorar:
Território e recursos turísticos mais qualificados; Infraestruturas de suporte ao desenvolvimento; Crescimento em vários indicadores da procura turística; Oferta de alojamento mais qualificada; Novas formas de alojamento e de animação turística; Reconhecimentos e prémios internacionais em diversas áreas do turismo português; Acréscimo de ligações aéreas.	Capitalização das empresas; Qualificação dos Recursos Humanos; Rendimentos dos trabalhadores no turismo; Burocracia e custos de contexto; Digitalização da oferta turística; Sazonalidade; Assimetrias Regionais; Informação sobre Portugal nos mercados externos; Trabalho em rede e promoção conjunta e cocriação; Sustentabilidade do destino e das empresas.

Efetuiu-se também uma análise das principais tendências do turismo internacional e do respetivo impacto sobre a realidade do destino Portugal.

### II.2. Turismo Hoje — 2016

Em 2016, o turismo atingiu números recorde em Portugal com especial destaque para:

- Alargamento da atividade turística a meses menos tradicionais, tendo dois terços do crescimento acontecido na chamada «época baixa»;
- Diminuição do índice de sazonalidade de 37 para 35 %;

- Aumento de 14,2 % do emprego no turismo;
- Todas as regiões com crescimentos significativos, com destaque para os Açores com crescimento de 21 %, Porto e Norte com 13 % e Alentejo com 11 %;
- Forte crescimento da procura no Algarve no *shoulder period*;
- Ritmo de crescimento das receitas turísticas e dos proveitos hoteleiros mais acelerado do que o aumento de hóspedes;
- Aumento de 1,5 milhões de lugares na capacidade aérea;
- Diversificação de mercados, com crescimentos expressivos do mercado americano, polaco e brasileiro;
- Crescimento de 5 % do mercado interno;
- Aumento significativo de número de prémios internacionais (491 face a 157 obtidos em 2015);
- 1.500 novas empresas ligadas à animação turística;
- Aumento do peso do turismo nas exportações, representando 16,7 % do total das exportações de bens e serviços do país.

Estes resultados demonstraram a capacidade do turismo gerar mais receita, mais emprego e alargar cada vez mais a atividade ao longo do ano e do território.

Em 2016 foram implementados e desenvolvidos vários projetos com estes objetivos:

- Para promover competitividade aérea e diversificação de mercados:
  - Programa de promoção de rotas aéreas e de operações turísticas. Em 2016 surgiram 64 novas operações aéreas, especialmente ligações a novos destinos e alargamento de operações a todo o ano;
  - Ações de promoção e campanhas com operadores turísticos;
  - 1215 *press trips* e 15900 artigos internacionais sobre o turismo em Portugal.
- Para responder às dificuldades financeiras das empresas turísticas e ao baixo nível de autonomia financeira e dinamizar investimento:
  - Instrumentos financeiros específicos para o turismo, com prazos e condições adaptadas ao investimento turístico (nomeadamente linha de qualificação da oferta 2016, com uma dotação de 60 milhões de euros e capital de risco);
  - Programa Capitalizar;
  - Aceleração da execução do PT 2020. Passou-se de 1 projeto pago em 2015 para 74 em 2016;
  - Reposição da competitividade fiscal na restauração, retomando a taxa do IVA de 13 %.

- Para qualificar, capacitar e diversificar a oferta:
  - Programa Valorizar para promoção e dinamização da oferta turística no interior do país, no âmbito do Programa Nacional para a Coesão Territorial;
  - *All For All*, programa de capacitação e adaptação da oferta para tornar Portugal um destino acessível para todos;
  - Portugal *wi-fi*, programa para disponibilizar rede *wi-fi* gratuita nos centros históricos;
  - Revive, programa para valorizar trinta imóveis públicos em todo o país, convertendo-os em ativos económicos geradores de emprego e riqueza nas populações e regiões onde se inserem;

- *Portuguese Trails*;
- Projeto piloto *cycling & walking* no Algarve;
- Implementação de uma estratégia nacional para o Turismo Militar.

### II.3. Definição de desafios

A ET27 identifica 10 desafios para o próximo decénio para o turismo em Portugal que emergiram do diagnóstico e que se elencam seguidamente.

1) Pessoas — promover o emprego, a qualificação e valorização das pessoas e o aumento dos rendimentos dos profissionais do turismo.

2) Coesão — alargar a atividade turística a todo o território e promover o turismo como fator de coesão social;

3) Crescimento em valor — ritmo de crescimento mais acelerado em receitas vs dormidas.

4) Turismo todo o ano — Alargar a atividade turística a todo o ano, de forma a que o turismo seja sustentável.

5) Acessibilidades — garantir a competitividade das acessibilidades ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território.

6) Procura — atingir os mercados que melhor respondem aos desafios de crescer em valor e que permitem alargar o turismo a todo o ano e em todo o território.

7) Inovação — estimular a inovação e empreendedorismo.

8) Sustentabilidade — assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local.

9) Simplificação — simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração pública

10) Investimento — garantir recursos financeiros e dinamizar o investimento.

### II.4. Referencial estratégico

#### II.4.1. Visão

A visão da ET27 espelha o que se pretende alcançar para o turismo em 2027: afirmar o turismo como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.

Liderar o turismo do futuro, fazendo de Portugal:

i) Destino sustentável — onde o desenvolvimento turístico assenta na conservação e na valorização do património natural e cultural identitário e contribui para a permanência e a melhoria da qualidade de vida da comunidade local;

ii) Território coeso — em que a procura turística acontece em todo o território nacional de forma mais homogénea e contribui para a coesão social;

iii) Destino inovador e competitivo — que se posiciona no topo dos *rankings* internacionais;

iv) Destino em que o trabalho é valorizado — investindo nas pessoas, nas suas qualificações, valorizando as profissões e atraindo talentos;

v) Destino para visitar, mas também para investir, viver e estudar — país que capta turistas, mas também investimento, país para viver, estudar, investigar e criar empresas;

vi) País inclusivo, aberto e ligado ao mundo — destino de turismo para todos, tecnológico, aberto ao mundo e com mais ligações a «velhos» e «novos» mundos;

vii) *Hub* internacional especializado para o turismo — país de referência na produção de bens e serviços para a atividade turística à escala mundial.

#### II.4.2. Metas

A ET27 apresenta metas que abrangem as três dimensões da sustentabilidade: económica, social e ambiental.

Metas relativas à dimensão económica:

##### • Dormidas

Objetivo: aumentar a procura turística no país e nas várias regiões.

Meta: 80 milhões de dormidas, aumento de 31 milhões dormidas entre 2017 e 2027, traduzindo-se numa taxa de variação média anual (TVMA) de 4,2 %.

##### • Receitas turísticas

Objetivo: crescer em valor e crescer mais que os nossos principais concorrentes.

Meta: 26 mil milhões € representando um crescimento de 14 mil milhões € de 2017 a 2027, traduzindo-se numa TVMA de 7 %.

Metas relativas à dimensão social:

##### • Qualificações

Objetivo: aumentar as qualificações dos trabalhadores na atividade turística.

Meta: duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo — de 30 % para 60 %.

##### • Turismo todo o ano

Objetivo: alargar o turismo durante todo o ano.

Meta: reduzir o índice de sazonalidade de 37,5 % para 33,5 %.

##### • Satisfação dos residentes

Objetivo: assegurar uma integração positiva do turismo nas populações residentes.

Meta: mais de 90 % da população residente considera positivo o impacto do turismo no seu território\*.

\* A aferir nos territórios/locais com maior densidade turística.

Metas relativas à dimensão ambiental:

##### • Energia

Objetivo: incrementar os níveis de eficiência energética nas empresas do turismo.

Meta: mais de 90 % das empresas do turismo adotam medidas de utilização eficiente da energia.

##### • Água

Objetivo: impulsionar uma gestão racional do recurso água no Turismo.

Meta: mais de 90 % das empresas turísticas promovem uma utilização eficiente da água nas suas operações.

##### • Resíduos

Objetivo: promover uma gestão eficiente dos resíduos na atividade turística nacional.

Meta: mais de 90 % das empresas desenvolvem ações de gestão eficiente dos resíduos.

#### II.4.3. Eixos e linhas estratégicas de atuação

O referencial estratégico apresentado na ET27 foi construído tendo por base o diagnóstico, os desafios atrás identificados e a visão que se pretende alcançar com esta estratégia. Este referencial consubstancia-se em cinco eixos estratégicos, contendo, cada um deles, um conjunto de linhas de atuação, conforme se identifica seguidamente.

##### Eixo 1 — Valorizar o território e as comunidades

###### Linhas de atuação:

- Conservar, valorizar e usufruir do património histórico-cultural e identitário;
- Valorizar e preservar a autenticidade do País e a vivência das comunidades locais;
- Afirmar o turismo na economia do mar;
- Potenciar economicamente o património natural e rural e assegurar a sua conservação;
- Promover a regeneração urbana das cidades e regiões e o desenvolvimento turístico sustentável dos territórios/destinos;
- Estruturar e promover ofertas que respondam à procura turística.

##### Eixo 2 — Impulsionar a economia

###### Linhas de atuação:

- Assegurar a competitividade das empresas de turismo numa perspetiva de curto, médio e longo prazo;
- Reduzir os custos de contexto, simplificar, dar estabilidade jurídico-fiscal e desburocratizar;
- Atrair investimento e qualificar a oferta turística;
- Afirmar Portugal como um polo de referência internacional na inovação, no empreendedorismo e na produção de bens e serviços para o turismo;
- Estimular a economia circular no turismo.

##### Eixo 3 — Potenciar o conhecimento

###### Linhas de atuação:

- Prestigiar as profissões do turismo e formar massa crítica adaptada às necessidades do mercado e promover a igualdade do género e de oportunidades;
- Assegurar a transferência de conhecimento de instituições de ensino e centros de investigação para as empresas;
- Difundir conhecimento e informação estatística;
- Capacitar em contínuo os empresários e gestores para liderar o turismo do futuro — tecnológico, inclusivo e sustentável.
- Afirmar Portugal como *smart destination*.

##### Eixo 4 — Gerar redes e conectividade

###### Linhas de atuação:

- Promover e reforçar rotas aéreas e captar operações de *homeport* e de *turnaround* de cruzeiros;
- Melhorar os sistemas de mobilidade rododiferroviária e de navegabilidade;
- Promover o «turismo para todos» numa ótica inclusiva que acolha os diferentes mercados/segmentos turísticos;

- Envolver ativamente a sociedade no processo de desenvolvimento turístico do país e das regiões;
- Mobilizar o trabalho em rede e a promoção conjunta entre os vários setores.

##### Eixo 5 — Projetar Portugal

###### Linhas de atuação

- Reforçar a internacionalização de Portugal enquanto destino turístico para visitar, investir, viver e estudar;
- Posicionar o turismo interno como fator de competitividade e de alavanca da economia nacional;
- Valorizar a comunidade lusodescendente como ativo estratégico na promoção de Portugal e na captação de investimento;
- Tornar Portugal como um destino de congressos e eventos culturais e desportivos de âmbito internacional;
- Afirmar Portugal nas organizações mundiais e na cooperação internacional.

#### II.4.5. Ativos estratégicos

O referencial estratégico em apreço contempla também 10 ativos estratégicos, que se agrupam em três categorias: *i*) diferenciadores, *ii*) qualificadores e *iii*) emergentes a que se junta um ativo único e transversal — Pessoas.

Os ativos diferenciadores consubstanciam atributos-âncora que constituem a base e a substância da oferta turística nacional, reunindo uma ou mais das seguintes características:

- Endógenos — que refletem características intrínsecas e distintivas do destino/território, que possuem reconhecimento turístico internacional e/ou elevado potencial de desenvolvimento no futuro;
- Não transacionáveis — que são parte de um destino/território concreto, não transferíveis para outro local e não imitáveis;
- Geradores de fluxos — que estimulam a procura.

A ET27 identifica cinco ativos diferenciadores, a saber:

1) Clima e luz — Clima temperado mediterrânico, ameno, com sol e luminosidade intensa durante a maior parte do ano (em média 259 dias/ano);

2) História, cultura e identidade — Mais de 900 anos de História; Património Cultural, Militar e Religioso; Património Mundial material e imaterial ao longo de todo o território reconhecido pela UNESCO; legado de tradições, lendas, usos e costumes; arquitetura e cultura contemporânea (protagonizada por personalidades que se destacam da música ao desporto) e a identidade própria dos territórios e comunidades locais;

3) Mar — Orla costeira de excelência, com potencial para a prática de surf -reconhecido mundialmente — e outros desportos e atividades náuticas; biodiversidade marinha vasta; condições naturais e infraestruturais para cruzeiros turísticos. A combinação sol e mar permite oferecer praias (579) e marinas, portos e docas de recreio em Portugal (52) de reconhecida qualidade;

4) Natureza — Vasto e rico património natural; fauna e flora ímpar, constituída por espécies autóctones únicas; cerca de 23 % do território nacional está incluído na Rede Natura 2000 o que faz de Portugal um dos países mais ambiciosos na proteção da biodiversidade e da paisagem;

5) Água — Rios, lagos, albufeiras e águas termais de reconhecida de qualidade ambiental. Existência de várias

praias fluviais ao longo de todo o país (115). A água constitui o suporte de ativos únicos localizados na sua grande maioria no interior do país e com potencial turístico (ex. Alqueva — maior lago artificial da Europa, rio Douro, Albufeira do Azibo, Lagoas da Serra da Estrela, Portas de Ródão).

Os ativos qualificadores caracterizam-se por enriquecer a experiência turística e/ou acrescentam valor à oferta dos territórios, alavancados pelos ativos diferenciadores do destino e compreendem os seguintes ativos:

1) Gastronomia e vinhos — Enriquecem a experiência turística. A gastronomia tradicional está presente em todo o país. Portugal está entre os países com o melhor peixe do mundo; dispõe de *chefs* internacionalmente reconhecidos e de vários restaurantes agraciados com Estrelas Michelin. Os prémios alcançados pelos vinhos portugueses colocam-nos entre os melhores do mundo, sendo um cartão de visita para potenciar o Enoturismo;

2) Eventos artístico-culturais, desportivos e de negócios — Rede de eventos de expressão artístico-cultural, musicais, desportivos e de negócios que alcançam diferentes públicos, com cobertura ao longo de todo o país, nomeadamente em territórios onde a procura é menos expressiva. Portugal dispõe de eventos que já hoje demonstram um inequívoco contributo para a sua projeção internacional e que, em alguns casos, contribuem, simultaneamente, para dinamizar economias locais em territórios de baixa densidade, concorrendo para alargar o turismo todo o ano e a todo o território.

Os ativos emergentes são ativos que começam a ser reconhecidos internacionalmente e que apresentam elevado potencial de crescimento, podendo no futuro gerar movimentos de elevado valor acrescentado e de potenciar o efeito multiplicador do turismo na economia:

1) Bem-estar — Combina vida saudável, saúde, termalismo, bem-estar e atividades desportivas e de natureza. Abrange ainda realização de tratamentos de saúde específicos efetuados em centros especializados e cujo crescimento se alicerça na qualidade das infraestruturas hospitalares; na relação qualidade/preço; no reconhecimento internacional do Serviço Nacional de Saúde e boa posição do país em importantes indicadores de saúde;

2) *LIVING* — Viver em Portugal — Portugal é cada vez mais procurado para viver pela qualidade de vida que proporciona materializada no clima, na gastronomia, na segurança, na proximidade, na qualidade dos serviços de saúde, na relação qualidade/preço. É notória a crescente procura de investidores, cidadãos de outros países, estudantes estrangeiros e investigadores que escolhem Portugal para residir, contribuindo para um ambiente multicultural e um ecossistema empreendedor, capaz de gerar movimentos de elevado valor acrescentado.

#### IV. Modelo de gestão e monitorização

O modelo de gestão e monitorização da ET27 é composto por:

1) Entidade gestora — o Turismo de Portugal I. P., enquanto autoridade turística nacional sob a superintendência e tutela do membro do Governo responsável pela área do turismo, tem a responsabilidade de: *i*) dinamizar a e promover a implementação da ET27; *ii*) assegurar a coerência

entre os investimentos em turismo e os instrumentos de financiamento comunitário; *iii*) mobilizar atores e monitorizar a estratégia.

2) Laboratórios Estratégicos de Turismo — Constituem plataformas de auscultação *ongoing* dos territórios e mercados para a implementação dos projetos e medidas da ET27. Estas plataformas de concertação e colaboração ativa serão também espaços de discussão de temas propostos pelos parceiros, visando: *i*) criar condições para uma melhor territorialização da política nacional de Turismo; *ii*) debater temas-chave em torno de setores e subsectores cruciais para o Turismo e gerar conhecimento em áreas críticas; *iii*) conhecer dinâmicas, motivações e tendências da procura internacional. Terão lugar em diferentes regiões do país e em mercados externos, por forma a considerar as especificidades de cada território e de cada mercado alvo. Os LET a decorrer no território nacional serão constituídos, nomeadamente, por entidades das áreas do turismo e desenvolvimento regional, da cultura, do Sistema Científico e Tecnológico Nacional e do setor empresarial.

3) Fórum Anual de Turismo — constitui um espaço para: *i*) reflexão e debate sobre o turismo no país e nas regiões; *ii*) partilha de boas práticas (projetos e iniciativas) subjacentes às prioridades estratégicas; *iii*) reporte do grau de implementação da ET27; *iv*) formulação de recomendações para ação no curto/médio prazo.

#### V. Operacionalização 2017-2020

A execução e materialização da ET27 passa pela implementação de projetos assentes nas linhas de atuação dos seus cinco eixos estratégicos que concorrem, naturalmente, para alcançar as metas e a visão da ET27.

Assim, a ET27 comporta um capítulo — operacionalização 2017-2020 — que apresenta tipologias de projetos prioritários para o desenvolvimento turístico do país e das regiões, concretizando assim também a função de referencial estratégico da ET27 para o curto/médio prazo. Estas tipologias materializam de forma mais concreta as opções estratégicas da ET27.

##### V.1. Tipologias de projetos prioritários

###### Eixo 1 — Valorizar o território e as comunidades

Linha de atuação: conservar, valorizar e usufruir o património histórico-cultural e identitário.

###### Tipologias:

- Projetos de conservação e valorização económica do património edificado de reconhecido valor histórico-cultural, tornando-o acessível e aberto à prestação de serviços de interesse público-turístico, designadamente, no âmbito do programa Revive.
- Produção e disponibilização de conteúdos e de elementos info-promocionais, incluindo de natureza tecnológica, sobre o património histórico-cultural.
- Desenvolvimento de suportes digitais e aplicações tecnológicas que permitam densificar a experiência turística nos territórios e nos seus patrimónios.
- Criação de programas de utilização do património público, transformando-o em ativos turísticos.
- Ações de valorização dos produtos endógenos regionais, nomeadamente, no âmbito do ativo estratégico Gastronomia & Vinhos.
- Projetos de valorização e divulgação da identidade local, envolvendo as próprias comunidades.

Linha de atuação: Valorizar e preservar a autenticidade de Portugal e a vivência das comunidades locais

Tipologias:

- Iniciativas de valorização e ativação turística do património cultural imaterial português.
- Dinamização do comércio tradicional e das «lojas com história», promovendo a identidade e autenticidade de Portugal.
- Valorização e promoção do consumo informado, através de uma marca ativa e identitária da produção nacional — «Portugal Sou Eu».
- Projetos de valorização dos espaços de vivência das comunidades locais, estimulando a contribuição do turismo para a melhoria da qualidade de vida e para a fixação de residentes.

Linha de atuação: Afirmar o turismo na economia do mar

Tipologias:

- Reforço do posicionamento de Portugal como destino de atividades náuticas, desportivas e de lazer associadas ao mar, em toda a costa e como destino de surf de referência internacional.
- Dinamização e valorização de infraestruturas, equipamentos e serviços de apoio ao turismo náutico, nomeadamente, portos, marinas e centros náuticos.
- Atividades náuticas de usufruto do mar ligadas ao mergulho, vela, canoagem, observação de cetáceos e aves marinhas, pesca, passeios marítimo-turísticos e atividades de praia que integrem a sustentabilidade na cultura náutica do mar.
- Dinamização de «rotas de experiências» e ofertas turísticas em torno do mar e das atividades náuticas.
- Ações de valorização do litoral, incluindo a requalificação das marginais e valorização das praias.
- Projetos de turismo de saúde e bem-estar associado às propriedades terapêuticas do Mar.
- Valorização dos produtos do mar associados à Dieta Mediterrânica.

Linha de atuação: Potenciar economicamente o património natural e rural e assegurar a sua conservação.

Tipologias:

- Desenvolvimento do turismo de natureza e espaço rural através de projetos de valorização económica e de uma gestão ativa do património natural e rural, onde se inclui a rede de nacional de áreas protegidas, as reservas da biosfera e os Geoparques reconhecidos pela UNESCO, nomeadamente, no contexto da promoção da marca Natural.PT.
- Infraestruturas e serviços de apoio ao turismo de natureza e/ou ao turismo em espaço rural, sinalética e elementos de interpretação turístico-ambiental.
- Operações de revitalização e dinamização económica de aldeias e centros rurais com vocação turística, nomeadamente em torno de redes temáticas e/ou de recursos endógenos dos territórios, como sendo as Aldeias de Xisto, as Aldeias Históricas e as Aldeias Vinhateiras.
- Ações de valorização turística e de promoção dos lagos e águas interiores, rios, albufeiras, nascentes e águas/es-tâncias termais.

Linha de atuação: Promover a regeneração urbana das cidades e regiões e o desenvolvimento turístico sustentável dos territórios/destinos

Tipologias:

- Linha de apoio à sustentabilidade.
- Implementação em todo o território nacional de um sistema de indicadores de sustentabilidade de referência internacional para a gestão sustentável dos destinos, em parceria com a Organização Mundial do Turismo.
- Operações de regeneração urbana de centros históricos/urbanos, a preservação da autenticidade e vivências locais, a promoção de um turismo acessível nas cidades envolvendo, nomeadamente:
  - Reabilitação e qualificação urbanística do edificado;
  - Melhoramento do espaço público e eliminação de barreiras físicas;
  - A funcionalização de equipamentos coletivos e de infraestruturas sem utilização e/ou em degradação para fins turísticos;
  - Promoção da mobilidade sustentável visando melhorar as condições de visitaçao e usufruto das cidades;
  - Promoção do comércio tradicional e das suas lojas com história.
  - Melhoria da qualidade de vida das comunidades locais, incluindo o apoio à reabilitação de espaços e equipamentos comunitários (por ex., associações culturais, associações de bairro, clubes recreativos).
- Elaboração/implementação de estratégias de desenvolvimento turístico para destinos turísticos de âmbito regional/sub-regional/local, tendo em vista a sustentabilidade e competitividade dos territórios.

Linha de atuação: estruturar e promover ofertas que respondam à procura turística

Tipologias:

- Ações de estruturação da oferta turística em torno de roteiros/itinerários temáticos com forte vocação turística de âmbito histórico-cultural e/ou natural, tendo subjacente os ativos turísticos estratégicos nacionais, nomeadamente, através da implementação dos seguintes projetos:
  - *Portuguese Trails* (alargar a todo o país o projeto piloto *Cycling and Walking* da região do Algarve);
  - Caminhos de Fátima;
  - Caminhos de Santiago;
  - Rede de turismo militar.

- Iniciativas de estruturação de produtos ajustados a diferentes segmentos da procura (em que se incluem, produtos específicos, designadamente, para famílias, seniores/*smart age*, jovens, surf, turismo equestre, turismo militar).

Eixo 2 — Impulsionar a economia

Linha de atuação: assegurar a competitividade das empresas de turismo numa perspetiva de curto, médio e longo prazo

Tipologias:

- Ações para a capitalização das empresas no âmbito do Programa Capitalizar, nomeadamente:
  - Dinamização de instrumentos de inovação financeira no turismo como fundos de capital de risco e outros instrumentos financeiros específicos para o turismo;

- Diversificação de fontes de financiamento no turismo, nomeadamente através do *equity crowdfunding* e *peer-to-peer*;

- Dinamização de soluções de financiamento para as empresas;

- Disponibilização de informação agregada sobre as soluções de financiamento e capitalização para PME.

- Alargamento de prazos nos financiamentos atribuídos.

- Programas de financiamento de projetos turísticos articulados entre o Turismo de Portugal, I. P., banca e sistema de garantia mútua — protocolos bancários.

- Sistemas de incentivos e linhas de financiamento para reforçar a competitividade e a internacionalização das empresas do turismo, nomeadamente no que respeita à requalificação e inovação da oferta turística — alojamento, restauração, animação e serviços turísticos — privilegiando-se, entre outros elementos, a diferenciação, a orientação para a procura, o turismo acessível, a eficiência energética, a certificação ambiental, a adoção de normas de qualidade internacionais e resposta a novas dinâmicas de oferta e procura.

Linha de atuação: reduzir os custos de contexto, simplificar, dar estabilidade jurídico-fiscal e desburocratizar

Tipologias:

- Iniciativas que visem reduzir os custos empresariais inerentes a *i*) processos de licenciamento, *ii*) certificação, *iii*) acesso a financiamento e a outros relevantes para o desenvolvimento da atividade turística;

- Ações de apoio proativo e contínuo às empresas, envolvendo atividades que promovam a capacitação das empresas — modelos de negócio, conhecimento da procura, *mentoring*, internacionalização — e iniciativas que proporcionem uma comunicação simples e objetiva por parte da administração pública junto das empresas em diversas áreas — como sendo no licenciamento e no financiamento.

Linha de atuação: atrair investimento e qualificar a oferta turística

Tipologias:

- Operações de captação ativa de investimento direto estrangeiro, envolvendo ações nos mercados externos, como *roadshows*, missões empresariais, *dossiers* e instrumentos de prospeção de mercados e de atração de investimento.

- Ações de suporte e acompanhamento ao investidor e ao empresário — disponibilização de informação completa, acessível e com interfaces que permitam uma comunicação eficaz, permanente e interativa — incluindo a disponibilização de uma plataforma para o investidor.

- Adaptação da legislação turística às novas realidades.
- Agilização dos procedimentos de vistos nos mercados estratégicos.

Linha de atuação: estimular a economia circular no turismo

Tipologias:

- Elaboração de referenciais para a sustentabilidade do turismo em Portugal nas vertentes económica, ambiental,

social e de *governance*, permitindo fluxos circulares de reutilização, restauração e renovação, de forma integrada.

- Iniciativas de promoção da sustentabilidade dos destinos e dos agentes do turismo, bem como a sua comunicação e a inclusão das variáveis não financeiras (ambientais, sociais e de *governance*) nos projetos de investimento em turismo.

- Projetos que estimulem a eficiência energética na cadeia de valor do turismo e a integração da economia circular naquela, designadamente na redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia.

- Inclusão da dimensão sustentabilidade como elemento valorizador no sistema de classificação dos empreendimentos turísticos.

Linha de atuação: afirmar Portugal como um polo de referência internacional na inovação, no empreendedorismo e na produção de bens e serviços para o turismo

Tipologias:

- Projetos de incentivo ao desenvolvimento e crescimento de *startups*, atividades de inovação e de empreendedorismo em turismo.

- Ações de apoio à criação de novos negócios que privilegiem a criatividade, a tecnologia e o conhecimento, sobretudo, nos domínios da especialização inteligente.

- Ações quer promovam sinergias entre as indústrias criativas e o turismo, proporcionando visibilidade ao destino Portugal e a melhoria da experiência turística.

- Constituição e dinamização de *clusters* e redes de produtores de bens e serviços para a indústria do turismo.

- Ações de promoção e internacionalização de Portugal como país de referência no fornecimento de bens e serviços para a «indústria do turismo».

- Iniciativas de interação do turismo com setores produtivos tradicionais, permitindo ganhar escala e alavancar as vantagens comparativas de Portugal.

- Programas de digitalização das empresas turísticas para aumento da competitividade.

- Iniciativas de dinamização do empreendedorismo, incluindo, nomeadamente, as seguintes componentes:

- Incubação e aceleração de empresas;
- Rede Nacional de Incubadoras de Turismo;
- Apoio à internacionalização de empresas — participação em feiras internacionais;
- Programa de Empreendedorismo no Turismo para alunos das Escolas de Hotelaria e Turismo.

Eixo 3 — Potenciar o conhecimento

Linhas de atuação: valorizar as profissões do turismo e formar Recursos Humanos que respondam às necessidades do mercado

Tipologias:

- Programa bianual de levantamento de necessidade de formação no turismo, envolvendo diferentes parceiros, designadamente, instituições de ensino, associações e entidades empresariais, de forma articulada com o Sistema de Antecipação de Necessidades de Qualificações (SANQ).

- Cursos, ações de formação e de capacitação destinados à qualificação de recursos humanos em Turismo, adaptados à procura e em áreas que respondam às necessidades das empresas.

- Ações de reconhecimento, validação e certificação de competências dos profissionais da área do Turismo, em articulação com programas específicos como o Programa Qualifica.

- Projetos de criação de emprego por conta própria e ações de reconversão de competências para o turismo de pessoas em situação de desemprego, em parceria com a rede de ensino e formação profissional (Centros do Instituto do Emprego e da Formação Profissional, I. P., e Escolas Profissionais).

- Iniciativas de promoção e valorização das profissões do turismo, incluindo a promoção da igualdade do género e de oportunidades.

- Dinamização das Escolas de Hotelaria e Turismo do Turismo de Portugal como Centros Especializados de formação em Turismo, Empreendedorismo e com vocação internacional.

- Inclusão da dimensão Recursos Humanos qualificados como elemento valorizador no sistema de classificação dos empreendimentos turísticos.

Linha de atuação: assegurar a transferência de conhecimento de instituições de ensino e centros de investigação para as empresas.

Tipologias:

- Projetos de investigação aplicada ao turismo que promovam a transferência de conhecimento para as empresas, tendo em vista a valorização económica do conhecimento.

- *Open Kitchen Fab Labs* — abertura das Escolas de Hotelaria e Turismo a empresas e *startups* para testes de produtos e fomento da criatividade e inovação na gastronomia e restauração.

- Dinamização de um ecossistema de contínua inovação no turismo e de referência internacional, em que se insere a criação de um Centro de Inovação em Turismo assente numa parceria entre o Turismo de Portugal, estruturas associativas, empresas, entidades do ecossistema empreendedor e das indústrias criativas e parceiros tecnológicos.

Linha de atuação: difundir conhecimento e informação estatística para os agentes do turismo

Tipologias:

- Disponibilização de informação estatística sistematizada e/ou a gestão e disponibilização de conhecimento sobre a atividade turística para os diversos *stakeholders* do turismo, incluindo-se, nomeadamente:

- Implementação da Conta Satélite do Turismo;
- Recolha de informação estatística pertinente e atualizada em indicadores-chave para os agentes do turismo;
- Operacionalização de plataforma/mecanismos de gestão e disponibilização de conhecimento para os agentes do turismo;
- Disponibilização na WEB de informação georreferenciada sobre o Turismo nacional.

- Fornecimento de informação atualizada e *on-line* sobre procura e mercados emissores.

Linha de atuação: capacitar em contínuo os empresários e gestores para liderar o turismo do futuro — tecnológico, inclusivo e sustentável

Tipologias:

- Projetos de desenvolvimento das capacidades estratégicas e de gestão competitiva das PME, incluindo, nomeadamente, adaptação a novos modelos de negócio, acesso aos mercados internacionais e à economia digital;

- Projetos de capacitação da oferta turística para segmentos/mercados turísticos concretos.

Linha de atuação: afirmar Portugal como *smart destination*

Tipologias:

- Projetos de tecnologia, conhecimento e informação que permitam uma gestão integrada e «inteligente» dos destinos regionais e do destino Portugal.

- Programas de «digitalização» da oferta turística.

- Soluções tecnológicas para a oferta turística e para as empresas do turismo, reforçando a sua competitividade e adaptação às tendências da procura e ao(s) perfil(s) do(s) «novo(s) turista(s)», e possibilitem melhorar a experiência turística dos visitantes.

- Disponibilização de rede *WI-FI* gratuita nos centros históricos, por forma a melhorar a experiência de usufruto do património nacional.

- Implementação de projeto de *open data* para o turismo.

Eixo 4 — Gerar redes e conectividade

Linha de atuação: alargar e reforçar rotas aéreas ao longo do ano e captar operações de *homeport* e de *turnaround* de cruzeiros

Tipologias:

- Reforço da competitividade aérea de Portugal enquanto destino turístico, nomeadamente, das suas infraestruturas aeroportuárias;

- Programa *VIP.pt* — promoção e captação de rotas aéreas de operações turísticas.

- Promoção e captação de rotas de cruzeiros e de operações turísticas.

- Fortalecimento da competitividade e da atratividade dos portos de cruzeiros turísticos.

Linha de atuação: melhorar os sistemas de mobilidade rodoferroviária e de navegabilidade.

Tipologias:

- Qualificação de eixos de interesse turístico de âmbito rodoviário ou ferroviário que contribuam para a valorização da oferta turística.

- Assegurar boas condições de mobilidade rodoviária nos destinos turísticos, especialmente naqueles que registam maior tráfego e intensidade turística.

- Implementação de projetos de sinalização turística.

- Projetos de melhoramento da navegação fluvial, incluindo o melhoramento de cais fluviais e a criação de plataformas de acostagem de embarcações de recreio e de outras infraestruturas e serviços de apoio ao turismo nos rios e águas interiores do País.

- Promover a utilização de transportes públicos junto das principais ofertas turísticas.

- Assegurar uma oferta de transportes públicos adequada à intensidade turística existente.

- Ações que promovam a intermodalidade e a interoperabilidade entre diferentes serviços de transporte.

- Desenvolvimento de projetos que promovam a mobilidade sustentável nos destinos turísticos, designadamente, a mobilidade suave.

- Concretização do projeto-piloto «Algarve — Mobilidade Elétrica» e posterior alargamento a outras regiões.

Linha de atuação: promover o «turismo para todos», numa ótica inclusiva, que acolha os diferentes mercados/segmentos turísticos

Tipologias:

- Ações de sensibilização e de capacitação das empresas do turismo e das organizações para o «turismo para todos».

- Projetos que promovam a acessibilidade e o usufruto da oferta turística, nomeadamente, operações de adaptação e melhoria de infraestruturas, equipamentos e de recursos turísticos.

- Promover Portugal como destino *LGBTI*.

Linha de atuação: envolver ativamente a sociedade no processo de desenvolvimento turístico do país e das regiões.

Tipologias:

- Iniciativas para a participação da sociedade em processos de cocriação de projetos/iniciativas para o desenvolvimento turístico de Portugal.

- Projetos de envolvimento da população residente/comunidades locais em iniciativas respeitantes ao acolhimento e bem-estar dos visitantes.

- Implementação de orçamentos participativos para o Turismo, incluindo nas Escolas de Hotelaria e Turismo.

- Desenvolvimento de estudos de monitorização do impacto da atividade turística.

Linha de atuação: mobilizar o trabalho em rede e a promoção conjunta entre os setores

Tipologias:

- Iniciativas de clusterização, de redes colaborativas e de consórcios, que contribuam para a afirmação dos ativos estratégicos turísticos nacionais e/ou concorram para reforçar a competitividade e a internacionalização do Destino Portugal, designadamente, a operacionalização dos *clusters* de competitividade da economia nacional objeto de reconhecimento, onde se inclui o *Cluster Turismo 2020*.

- Cooperação transfronteiriça e transnacional, envolvendo o reforço das relações de cooperação Portugal-Espanha e a participação ativa de Portugal e dos seus territórios em redes internacionais.

Eixo 5 — Projetar Portugal

Linha de atuação: reforçar a internacionalização de Portugal enquanto destino turístico para visitar, investir, viver e estudar

Tipologias:

- Ações de promoção nos mercados internacionais tendo em conta as especificidades de cada mercado, dos segmentos de procura, afirmando Portugal como país para visitar, investir, viver e estudar.

- Desenvolvimento de parcerias de *cross-selling* entre o turismo e outros setores/*clusters* da economia portuguesa, possibilitando a participação cruzada em eventos de diferentes atividades económicas, maximizando sinergias e captando investimento direto estrangeiro.

- Dinamização de ações que permitam alavancar o mérito e reconhecimentos internacionais de Portugal e dos portugueses para projetar internacionalmente o destino Portugal.

- Articulação dos suportes digitais de promoção do destino Portugal, através de uma plataforma digital integrada dos destinos regionais e nacional, proporcionando uma comunicação integrada e coerente do destino — imagem, de complementaridade tecnológica e de conteúdos.

- Projetos de internacionalização de territórios e *clusters* temáticos que potenciem sinergias e ganhos de escala que reforcem a vocação internacional de Portugal enquanto destino turístico.

- Ações que promovam a utilização de ferramentas digitais na promoção, comunicação e estruturação de ofertas, respondendo a uma oferta/*marketing* cada vez mais customizada.

- Projetos que impulsionem a internacionalização das empresas do turismo, nomeadamente, através de ações de prospeção e acesso a novos mercados, de participação em feiras internacionais e de iniciativas de promoção e comercialização nos mercados externos.

- Ações para a afirmação de Portugal como um destino internacional de produção de filmagens.

- Dinamização de uma rede de restaurantes portugueses no mundo.

- Valorização da diáspora enquanto promotores do destino e enquanto promotores de investimento e «embaixadores» de Portugal.

Linha de atuação: posicionar o turismo interno como fator de competitividade e de alavanca da economia nacional

Tipologias:

- Projetos que contribuam para a dinamização do turismo interno, durante todo o ano, envolvendo ações de promoção específicas e campanhas nacionais, nomeadamente, através da criação e desenvolvimento de conteúdos inovadores e do envolvimento dos portugueses.

- Eventos que concorram para a promoção turística dos territórios, a valorização das economias locais, dos seus produtos endógenos e das suas histórias e tradições.

Linha de atuação: tornar Portugal um destino internacional de congressos e eventos culturais e desportivos

Tipologias:

- Ações direcionadas para a captação, realização, apoio e acompanhamento especializado de congressos e eventos internacionais, incluindo, nomeadamente:

- Criação de equipa especializada;

- Dinamização de fundo de apoio à captação de congressos e eventos Internacionais;

- Disponibilização de uma plataforma *meetings and incentives* (M&I) que agregue a informação nacional relevante sobre eventos em Portugal;

- Execução de ações promocionais específicas para este segmento.

- Operações de criação/reforço de infraestruturas e serviços para o acolhimento de grandes eventos internacionais e sua promoção.

Linha de atuação: afirmar Portugal nas organizações mundiais e na cooperação internacional

Tipologias:

- Assumir o turismo como instrumento de afirmação da CPLP, nomeadamente através da promoção do património e da língua portuguesa;
- Atividades que intensifiquem e mantenham o posicionamento de Portugal em organizações internacionais, marcando presença dinâmica nos temas centrais da agenda internacional do turismo;
- Iniciativas que contribuam para afirmar Portugal na cooperação internacional, através de participação em projetos conjuntos de troca de conhecimento e experiências com outros países e organizações internacionais.

## V.2. Mercados prioritários

Os mercados prioritários de atuação no âmbito da promoção e comercialização da oferta turística portuguesa foram identificados tendo por base a procura externa e a capacidade de resposta da oferta nacional face a essa procura e dividem-se em quatro grupos distintos:

Mercados estratégicos — Espanha, Alemanha, Reino Unido, França, Brasil, Holanda, Irlanda, Escandinávia.

Mercados de aposta — Estados Unidos da América, China e Índia.

Mercados de crescimento — Itália, Bélgica, Suíça, Áustria, Polónia, Rússia, Canadá.

Mercados de atuação seletiva — Japão, Austrália, Singapura, Coreia do Sul, Índia, Israel e países da Península Arábica.

Tendo em conta que a procura turística é dinâmica, evolutiva e é influenciada por diversos fatores, os mercados identificados anteriormente podem ser objeto de revisão/ajustamento, nomeadamente, no âmbito do plano de *marketing* turístico nacional e das atividades anualmente planeadas para a promoção turística externa de Portugal e das Regiões.

## NEGÓCIOS ESTRANGEIROS

### Decreto-Lei n.º 124/2017

de 27 de setembro

A projeção de Portugal no mundo, através das suas comunidades residentes no estrangeiro, implica o reconhecimento da importância do papel que estas têm desempenhado, constituindo, entre outros, objetivo do Governo potenciar a representatividade das comunidades e reforçar a solidariedade para com estas.

É atribuição do Ministério dos Negócios Estrangeiros, a prosseguir pela Direção-Geral dos Assuntos Consulares e das Comunidades Portuguesas, o apoio e a valorização das comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo.

Neste contexto, o associativismo constitui uma das mais importantes formas de organização social e um instrumento privilegiado para a satisfação das necessidades do ser humano, nas suas mais diversas manifestações sociais, educativas, políticas, culturais e económicas.

No seio das comunidades portuguesas, a proliferação de iniciativas e de movimentos com carácter associativo tem sido uma característica assaz significativa, que demonstra não só a permanência de um vínculo de pertença cultural, mas sobretudo um sinal de integração nos países de acolhimento. De facto, as mais diferentes associações, com origem na comunidade portuguesa, têm uma vocação que largamente excede a pura relação intracomunitária. São conhecidas as diversas parcerias em vários países entre movimentos associativos das comunidades portuguesas e diferentes poderes locais e, bem assim, a sua própria abertura à participação de e por outras comunidades. Os desafios da passagem do testemunho às novas gerações, no tempo presente, recomendam uma reflexão não só sobre a sustentabilidade das iniciativas e sobre o rigor na atribuição dos diferentes apoios, mas também sobre as suas condições de angariação de meios, dada a complexidade crescente das relações no seio das sociedades marcadas pela globalização.

A espontaneidade do surgimento das associações é uma das suas principais riquezas. Contudo, o apelo à unificação e à construção de sinergias que levem ao reforço das capacidades de intervenção no domínio associativo é também uma das valências que se pretende fazer relevar na disponibilização de apoios públicos.

O reforço das iniciativas das associações portuguesas no estrangeiro, como espaço privilegiado de valorização de Portugal no mundo e de apoio e proteção aos portugueses, no quadro das atribuições consulares, justifica uma disciplina de atribuição de apoios sustentada na avaliação e ponderação por critérios objetivos. Pretende-se, assim, um reforço da organização e do rigor na avaliação e aplicação dos recursos públicos ao serviço do movimento associativo, em consonância com os princípios gerais que regem a concessão de subvenções públicas, estabelecidos pelo Decreto-Lei n.º 167/2008, de 26 de agosto.

Assim:

Nos termos da alínea *a*) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

## CAPÍTULO I

### Disposições gerais

#### Artigo 1.º

##### Objeto e âmbito

1 — O presente decreto-lei estabelece e regula as condições de atribuição de apoios, por parte do Ministério dos Negócios Estrangeiros (MNE), às ações e projetos de movimentos associativos das comunidades portuguesas no estrangeiro, que contribuam para os seguintes objetivos gerais:

*a*) Promover a integração social, nomeadamente em termos linguísticos, culturais e políticos, dos portugueses nos países de acolhimento;

*b*) Reforçar a ligação dos portugueses residentes no estrangeiro à vida social, política, cultural e económica dos países onde residem;

*c*) Promover e divulgar a língua e cultura portuguesas no estrangeiro;

*d*) Consolidar os laços de solidariedade entre os membros de uma determinada comunidade, nomeadamente com os mais idosos e carenciados;