

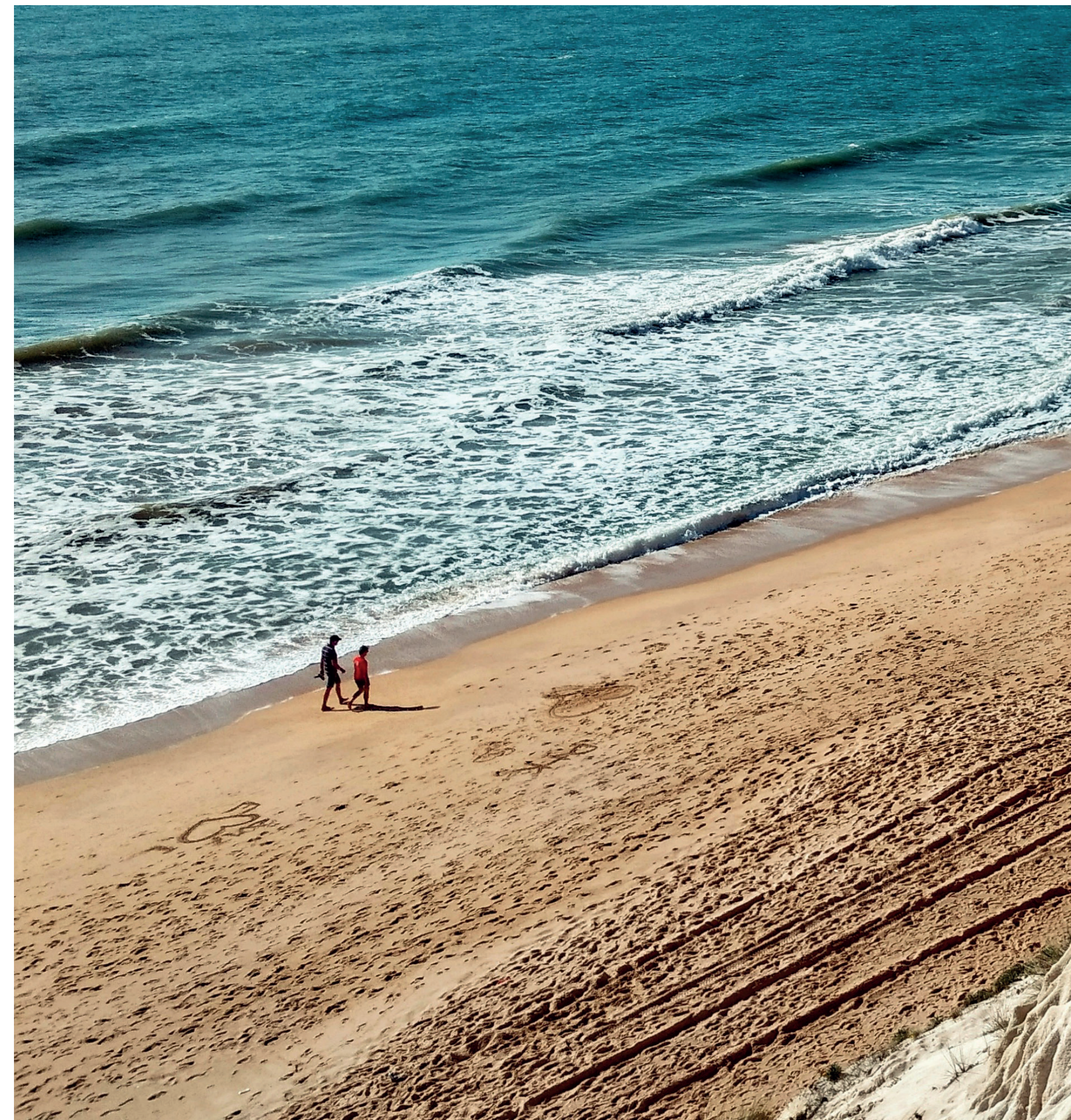
Albufeira, Part of your life!



Versão Executiva

Estratégia de desenvolvimento,
promoção e captação
de novos turistas

2024 – 2030



2030 albufeira

Índice

O processo e o cronograma do projeto	03
O ponto de partida para uma nova fase do turismo de Albufeira	05
O que pretendemos para o futuro de Albufeira	11
O nosso modelo de desenvolvimento turístico	20
Quais serão as nossas apostas	27
Como vamos comunicar	34
Como vamos intervir	40



O processo e o cronograma do projeto

Albufeira faz parte da sua vida! ... o mote que resume o posicionamento estratégico de Albufeira 2030.

A Estratégia de Desenvolvimento, Promoção e Captação de Novos Turistas 2030 é a resposta de Albufeira aos desafios atuais, apresentando as medidas estratégicas e as ações necessárias para que o destino se consolide como o Melhor Destino Turístico de Sol e Mar de Portugal, reconhecido a nível internacional.

Envolvimento com todos os stakeholders

2023

Maio

Planeamento

Junho a Setembro

Análise de Diagnóstico

Outubro a Novembro

Inquéritos e Reuniões
Setoriais

Dezembro a Fevereiro

Estratégia e Modelo
Desenvolvimento Turístico

Fevereiro a Março

Plano de Ação

2024

Abril

Apresentação Pública

A Estratégia dá resposta às necessidades dos visitantes, residentes, agentes económicos locais e operadores turísticos, através de:

- uma visão assente em 7 ambições;
- um modelo de desenvolvimento turístico comprometido com o trabalho integrado, cooperativo e intersectorial;
- uma política de marketing centrada na otimização e segmentação da comunicação, com vista a alcançar públicos de valor acrescentado;
- um plano de ação com medidas de intervenção relevantes, devidamente priorizadas no tempo.

Ao longo do processo de elaboração da Estratégia, que ocorreu entre maio de 2023 a abril de 2024, foram estabelecidos contactos e realizadas diversas reuniões – presenciais e *online* – com os vários atores do destino, públicos e privados, com o objetivo de auscultar as suas perceções sobre o setor no concelho.

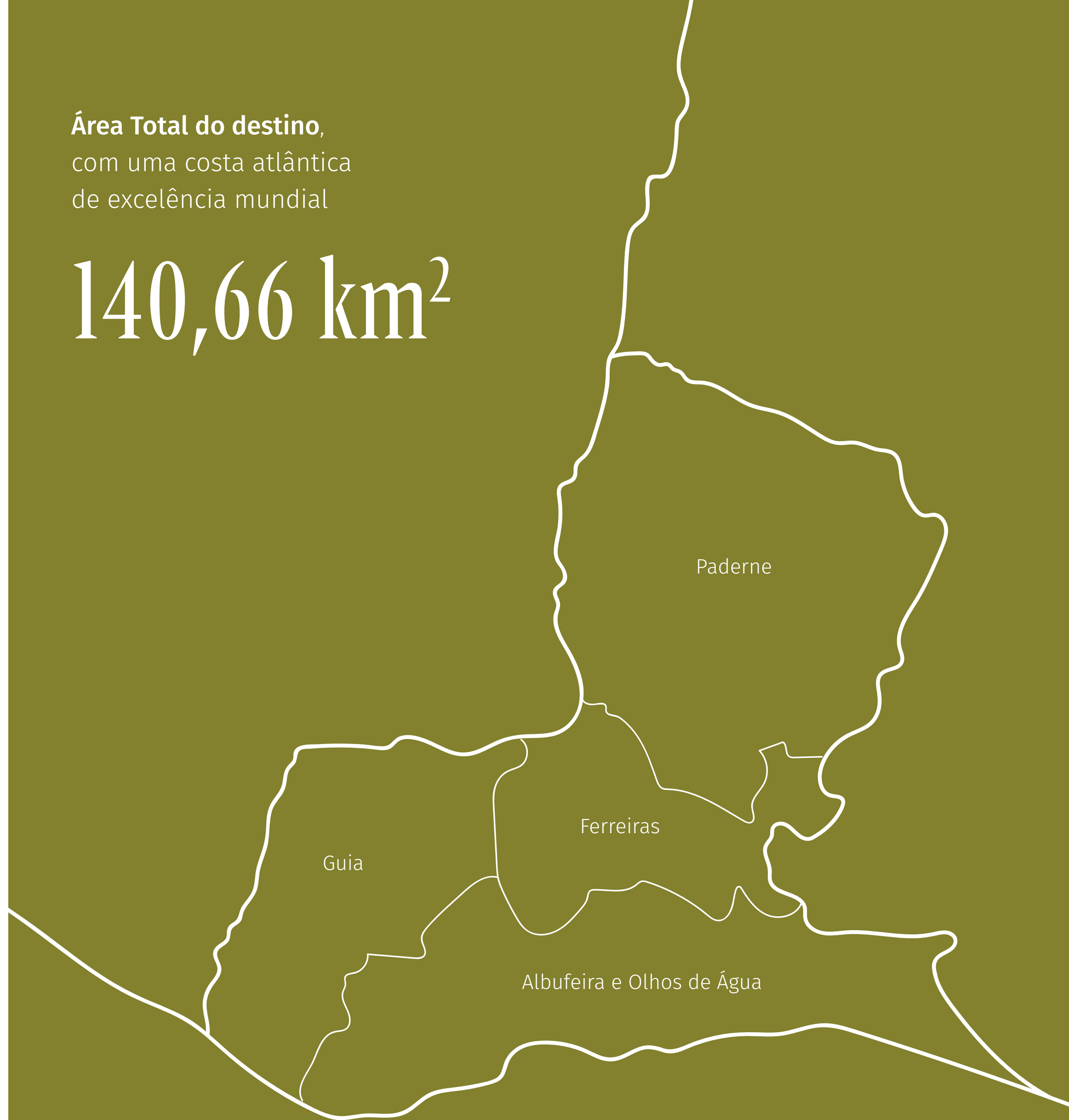
A nova Estratégia dá início a uma nova fase do turismo de Albufeira.

O ponto de partida para
uma nova fase do turismo
de Albufeira



Área Total do destino,
com uma costa atlântica
de excelência mundial

140,66 km²



Fonte: INE | RNT 31/12/2023

Um território ímpar. Uma oferta turística de qualidade superior.

Com 44 mil habitantes e uma localização estratégica no Algarve, a cerca de 30 minutos do Aeroporto de Faro, Albufeira é um destino turístico de Sol e Mar, único, experiente, com mais de 60 anos de história, reconhecido a nível mundial e que concentra a maior oferta *premium* do Algarve, com um serviço de qualidade superior.

158 Empreendimentos Turísticos, dos quais 55% são 4 ou 5 estrelas

9.800 Alojamentos Locais, com capacidade para 38 mil turistas

263 agentes de animação turística, 182 agências de viagens e turismo e 949 empresas de restauração e similares



Uma oferta diversificada, que tem no Sol e Mar e nas suas praias o seu principal produto turístico.

Pela sua proximidade do mar, Albufeira oferece uma grande variedade de restaurantes, sendo o peixe e o marisco os principais ingredientes na cozinha algarvia. O destino possui um restaurante de 2 estrelas Michelin.

Os resultados turísticos que revelam a importância de traçar uma nova fase para o turismo

No período pós-pandemia, Albufeira regista, em alguns indicadores, resultados similares ou inferiores aos verificados no passado recente. Destaca-se, contudo, a evolução positiva nos indicadores que avaliam o desempenho económico do turismo.

A par destes resultados, devem ser ainda considerados os registados nos alojamentos locais com menos de 10 camas.

7.78_M

▼ **Dormidas 2023**
-9% face a 2019

1.71_M

▼ **Hospedes 2023**
-2% face a 2019

4,5noites

▼ **Estada Média (2023)**
-8% face a 2019

51,9%

▼ **Taxa de Ocupação-Cama (2022)**
-3.3p.p face a 2019

41,5%

▲ **Taxa de Sazonalidade (2023)**
-1.1p.p face a 2019

64,7€

▲ **RevPAR (2022)**
+9.8€ face a 2019

486_{M€}

▲ **Proveitos Totais (2022)**
+12% face a 2019

331_{M€}

▲ **Proveitos de Aposento (2022)**
+5% face a 2019

Os atores do nosso território reforçam a oportunidade e a necessidade de se seguir um novo caminho

Após uma auscultação ativa, reconhecemos que, embora sejamos um destino seguro com uma oferta de qualidade e recursos de excelência mundial, onde o turismo é estruturante para dinâmica económica e social, enfrentamos desafios que se refletem na imagem global do destino e na satisfação dos nossos residentes e agentes económicos.

Nota: Inquéritos aplicados entre 17 e 29 de outubro de 2023 (Residentes e Agentes Económicos) e entre 25 de outubro e 6 de novembro de 2023 (Operadores Internacionais)

89%

dos nossos residentes...

consideram que o turismo é determinante para a economia de Albufeira e para a geração de emprego.

Contudo, apenas **20%** concordam que a maioria dos turistas atuais respeitam os residentes e adotam um comportamento cívico quando visitam Albufeira.

76%

dos nossos agentes económicos...

consideram que existiu, nos últimos 10 anos, uma alteração do perfil do turista de Albufeira, que agora se envolve menos na cultura local, gasta menos e tem menor preocupação com a preservação dos recursos naturais.

52% referem estar insatisfeitos com o comportamento cívico da maioria dos turistas que Albufeira recebe.

85%

dos operadores internacionais que comercializam Albufeira...

consideram Albufeira um destino seguro, sendo o segundo elemento melhor avaliado, após a qualidade das praias (90%).

55% consideram, contudo, ser importante o destino encontrar soluções para combater o encerramento sazonal dos negócios.

Os Desafios para a nossa Estratégia

Queremos, uma nova Notoriedade para Albufeira

A imagem atual e a perceção de Albufeira como um destino massificado e de alguns excessos associados à animação noturna, constitui-se como um dos nossos principais desafios.

Neste contexto, a atual estratégia identifica as soluções para reverter e desmitificar a atual situação que não corresponde à realidade do destino, mas prejudica a sua atuação junto de mercados e segmentos estratégicos.

Queremos trabalhar para mitigar a Sazonalidade

A sazonalidade é um dos principais desafios ao desenvolvimento turístico de Albufeira, por este ter como principal produto o sol e mar que tem como época alta os meses de verão.

A solução passa pela estruturação de uma oferta turística que garanta a procura ao longo de todo ano e que permita a estabilização do mercado de trabalho do município, que sofre do turismo sazonal.

Queremos Distribuir Fluxos Turísticos pelo território

A atividade turística no destino tem a sua maior concentração na freguesia de Albufeira e Olhos de Água, sendo desejável que os fluxos turísticos se distribuam de forma mais equitativa pelo território.

A distribuição dos fluxos turísticos garante a sustentabilidade do destino e reduz a pressão turística em zonas com capacidades de carga comprometidas.

Queremos diversificar mercados, consolidando segmentos estratégicos

O destino tem como principal mercado o Reino Unido, verificando-se uma grande dependência deste.

Neste contexto, numa perspetiva de sustentabilidade de longo-prazo é imperioso a implementação de medidas que impliquem o investimento na diversificação de mercados com motivações de procura alinhadas com a oferta alargada de Albufeira, disponível ao longo de todo o ano.

Queremos a sustentabilidade da comunidade e envolve-la na tomada de decisões

Queremos envolver de forma próxima a comunidade local no processo do desenvolvimento turístico.

É necessário garantir que os residentes, além de serem envolvidos no processo da experiência turística, reconhecem os benefícios diretos e indiretos do turismo, sejam estes económicos, sociais e/ou culturais.

O que pretendemos
para o futuro
de Albufeira



Ativos Diferenciadores do Destino.



Somos um Destino Experiente

Somos um destino maduro, com décadas de experiência, com uma notoriedade nacional e internacional muito alargada e com capacidade alta de fidelização de clientes.

Temos uma Animação Diversificada e de Qualidade

Dispomos de uma ampla oferta de atividades náuticas, desportivas e culturais, que contam com o apoio de empresas e profissionais muito experientes, fator essencial de garantia de segurança

O nosso Património Ímpar

Do interior do destino ao Atlântico, temos um património cultural e natural com particularidades únicas que nos distinguem no seio da oferta regional e nacional.

Temos uma Oferta *Premium*

Aqui encontramos a maior concentração de alojamentos 5 estrelas do Algarve, e uma vasta oferta de restaurantes com conceitos de qualidade superior.



Temos uma noite vibrante

A animação noturna faz parte do ADN de Albufeira. Aqui encontram-se os melhores e os mais procurados *spots* da noite Algarvia, com programações para vários gostos - de *sunset* a *after dinner*, até ao amanhecer.

Somos terra de Hospitalidade

Albufeira é feito de movida, mas também é de evasão, relaxamento e convívio. É um destino *'family friendly'* na verdadeira aceção da palavra - os visitantes são muito bem-vindos e bem-acolhidos.

As nossas praias são únicas

Albufeira tem das melhores praias do mundo, que, reconhecidamente, combinam a beleza natural com condições balneares de excelência.

O Sol faz parte da nossa imagem

Independentemente da estação do ano, o Sol e as temperaturas amenas fazem parte da imagem de marca do Algarve e, no caso particular, de Albufeira.

Queremos alcançar
um posicionamento
internacional que faça
jus à nossa vocação.



Albufeira,
Part of your life!

Albufeira,
Faz parte da sua vida!

Porque quem visita Albufeira, regressa (inúmeras vezes)

Albufeira é daqueles destinos que não se esgota com uma visita. Cria com os seus visitantes uma ligação que os faz ir embora com a certeza de que irão regressar muito em breve. Estar em Albufeira torna-se uma parte importante na vida das pessoas que recebemos.



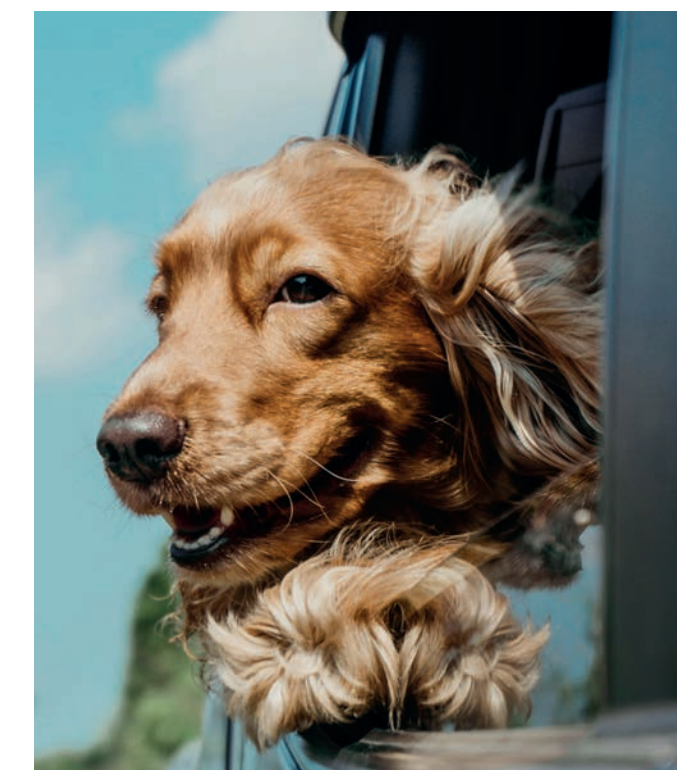
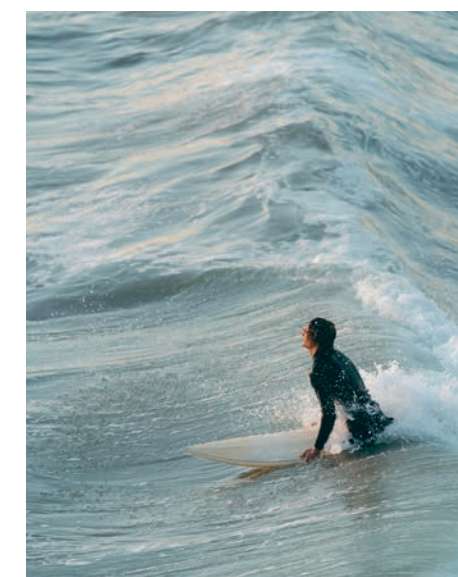
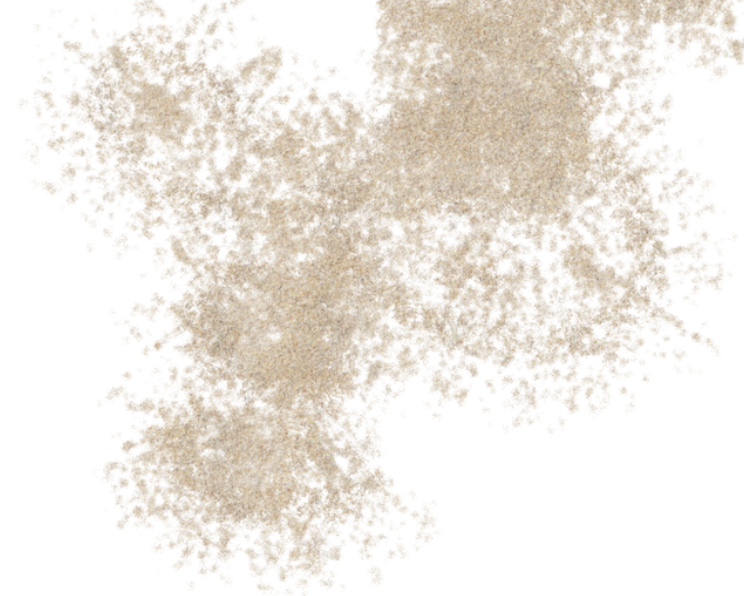
A roadtrip a albufeira



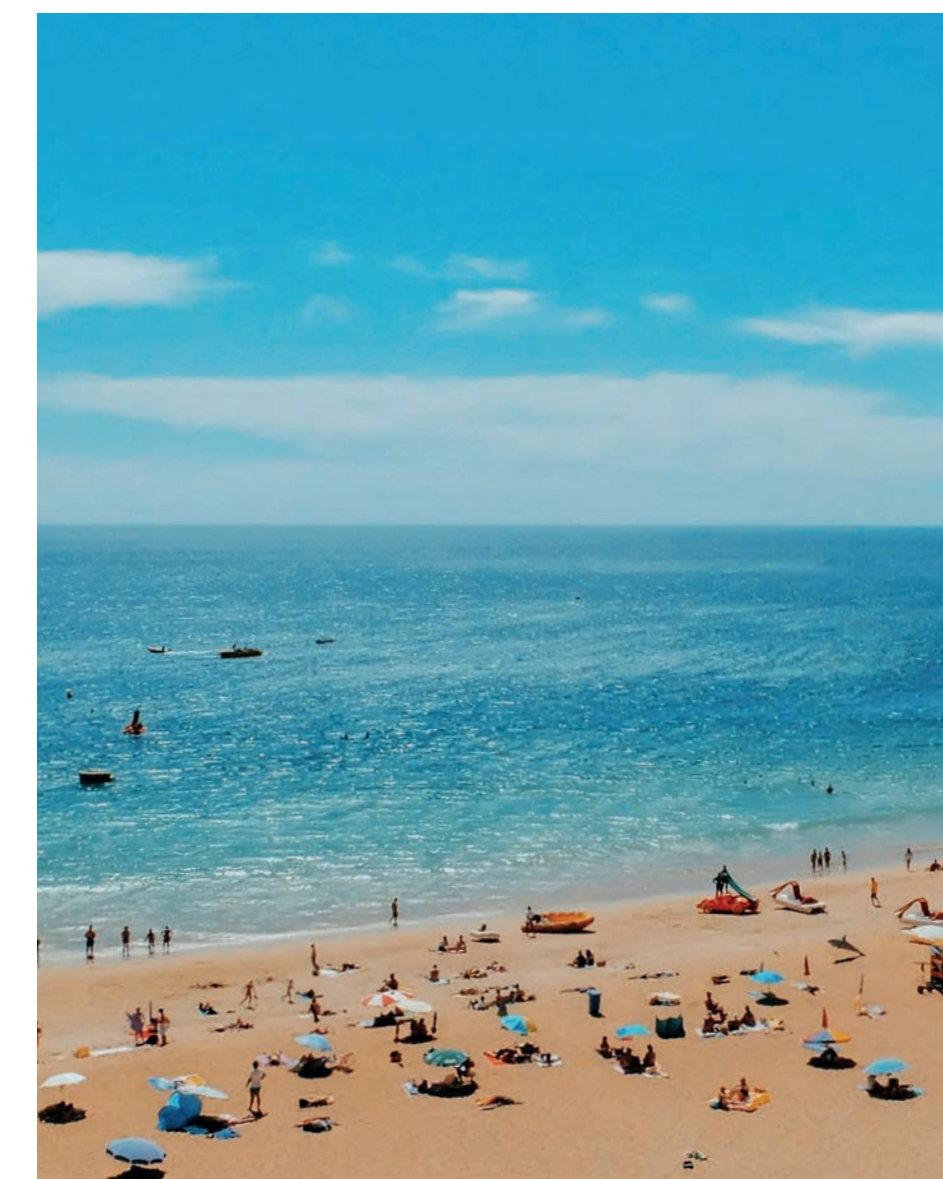
onde nos encontramos

Porque aqui, recarregamos energias

Albufeira é a escolha ideal, em Portugal, para todos os que procuram abstrair-se do *stress* do quotidiano e recarregar energias com inúmeros dias de Sol, qualquer que seja o mês do ano. Quer seja por muitos ou poucos dias, é a pausa que precisamos para voltar à nossa rotina rejuvenescidos!



onde nos sentimos em casa



mais um dia na praia



os almoços em família



Tomás e a mãe na praia



onde nos apaixonamos



o casa de ficar



Porque fazemos parte da história de várias gerações

Desde os anos 60 que somos um destino de eleição para várias famílias e amigos. Por cá já estiveram filhos, que se tornaram pais e hoje são avós. Criamos um vínculo forte com quem nos visita, assente na partilha e na entrega de qualidade. Somos palco de dias inesquecíveis e que queremos que sejam repetidos, vezes sem conta. Albufeira, faz parte das suas memórias mais felizes.


Porque somos segunda casa para os que se apaixonam

É fácil apaixonar-se por Albufeira. Pelo seu clima. Pelas suas praias. Pela atmosfera vibrante que aqui se sente. Por muitas visitas que se façam, quando nos apaixonamos, queremos fazer parte.

Viver aqui. Para sempre.

Assumimos uma Visão assente em 7 ambições para o nosso futuro:

1. Ser o **melhor** destino turístico em Portugal, **com uma oferta de qualidade superior em toda a cadeia de valor do turismo.**
2. Ser o destino turístico de **eleição dos Europeus**, para *short* ou *long-breaks* de **Sol e mar, e temperaturas amenas, para todo o ano.**
3. Ser reconhecido internacionalmente pelas nossas praias **e por uma oferta de atividades turísticas diferenciada.**
4. Ser um destino de **referência na animação noturna em Portugal**, com ambientes diferenciados para responder às motivações dos diferentes segmentos de mercado.
5. Ser o destino nacional com maior capacidade para **formar e reter os melhores profissionais do setor do turismo.**
6. Ser um **agente ativo e mobilizador na implementação de medidas de combate às alterações climáticas** por via da proteção dos recursos naturais.
7. Manter **um fluxo bidirecional de comunicação**/informação/sensibilização, entre município, **residentes, empresários e operadores turísticos**, no processo de desenvolvimento e gestão do destino.



Definimos 6 objetivos estratégicos que vão orientar a nossa atuação até 2030.

01.

Reverter/desmistificar a imagem generalizada de Albufeira enquanto destino turístico massificado.

02.

Organizar a oferta em *clusters* turísticos, indo ao encontro do perfil dos visitantes que cada um tem potencial para atrair.

03.

Criar as condições de mercado que permitam que cada *clusters* turístico, possa manter-se dinâmico durante todo o ano.

04.

Reduzir a dependência do mercado britânico, aumentando a taxa de captação de mercados com potencial de crescimento.

05.

Gerar valor económico e social através do turismo – fixação de residentes e desenvolvimento e retenção de RH qualificados.

06.

Elevar Albufeira a referência internacional enquanto destino turístico sustentável.

Comprometemo-nos com 6 metas estratégicas a alcançar em 2030.

Metas 2030

Alcançar uma taxa de **sazonalidade das dormidas de 38%**

2022¹ – 45%

Alcançar **100€ de RevPAR**

2022¹ – 65€

Aumentar para **8% a quota de dormidas** dos mercados estratégicos de nível 2.

2022¹ – 4%

Atingir uma taxa de **satisfação dos turistas de 90%**.

2022 – não disponível

Garantir que **75% dos residentes** reconhecem que os benefícios do turismo superam os impactos negativos.

2023² – 31%

Certificar Albufeira como ‘Destino Turístico Sustentável’ por norma acreditada pela GSTC e UE.

2024 – destino não certificado

Nota: Para Albufeira alcançar as metas 2030, devem ser assegurados os fatores críticos de sucesso disponíveis na versão completa da Estratégia.

(1) – Valor de Referência 2022, fonte INE; (2) – Valor de Referência 2023, fonte Inquérito aos Residentes (2023) dinamizado no âmbito da Estratégia.



O nosso modelo de desenvolvimento turístico



Definimos um Modelo de Desenvolvimento Turístico, assente em 7 princípios-base que devem ser operacionalizados com o mesmo nível de importância e que pressupõem a melhoria da qualidade de vida da comunidade local.

Segmentação

Adaptar a oferta do destino aos perfis dos visitantes, aos períodos de visita e às motivações das suas viagens, promovendo o destino (e os seus diferentes produtos) de forma estratégica e orientada.

Qualidade

Promover a melhoria da qualidade da oferta e da procura, de forma contínua e transversal, em todo o destino, avaliando, também o sucesso em critérios qualitativos e de desempenho turístico.

Sustentabilidade

Promover a conservação dos recursos naturais e valorizar a cultura local, garantindo que o desenvolvimento turístico não compromete a natureza, a autenticidade e a identidade cultural de Albufeira.

Inovação

Procurar continuamente implementar o processo de inovação no destino, para aprimorar a eficiência dos negócios, a experiência dos turistas e a gestão sustentável de Albufeira.

Cooperação

Estabelecer parcerias sólidas entre os diversos intervenientes, incluindo governo, entidades regionais, setor privado, organizações locais e comunidade, para promover uma abordagem unida e coerente.

Rigor e Transparência

Atuar de forma estratégica, transparente, transversal e equitativa, para garantir a adoção de medidas mobilizadoras no destino que permitam incrementar a qualidade da oferta e da procura.

Monitorização

Acompanhar e avaliar a performance do destino, as alterações no mercado turístico e as mudanças comportamentais, para sustentar e qualificar a tomada de decisão, priorizando medidas.

O Modelo de Desenvolvimento Turístico tem por base duas dimensões interdependentes:

Dimensão I – Qualificação da Infraestrutura do Destino

Dimensão II – Qualificação da Oferta e Promoção Turística

Ambas as dimensões vão ser abordadas de forma integrada, estabelecendo uma articulação estratégica entre os setores público e privado, numa lógica de compromisso colaborativo.



Na Dimensão I, vamos implementar medidas que qualifiquem e impactem positivamente a infraestrutura de Albufeira, fator crucial para o desenvolvimento do turismo.

Compreendemos que a evolução do turismo em Albufeira está diretamente ligada à melhoria da infraestrutura do território do ponto de vista material e de gestão.

Para tal, tem que haver um esforço comum, concertado, entre públicos e privados para assegurar que as infraestruturas e todos os recursos – humanos, financeiros, materiais e técnicos – são assegurados e estão disponíveis ao longo do ano, especialmente durante os períodos de maior afluência turística.

Nota: No documento Estratégico global são apresentadas as Linhas Orientadoras e as Medidas Prioritárias para cada uma das áreas.





Na Dimensão II, vamos trabalhar no sentido da contínua qualificação da oferta do destino, nas suas várias componentes, reconhecendo os agentes económicos locais como os parceiros estratégicos do processo.

Reconhecemos a qualificação e a diversificação da oferta turística como uma medida de vital importância para se alcançarem novos mercados e segmentos com apetência ao consumo das experiências que Albufeira pode oferecer ao longo de todo o ano, que poderão contribuir para a redução da taxa de sazonalidade, para níveis que não comprometam o emprego e o sucesso das empresas locais.

Neste contexto, a inovação das empresas turísticas e a capacidade de captar, formar e reter profissionais de excelência são prioridades que assumimos para uma contínua qualificação do destino.

Nota: No documento Estratégico global são apresentadas as Linhas Orientadoras e as Medidas Prioritárias para cada uma das áreas.



Para a operacionalização do Modelo de Desenvolvimento do Destino, será constituída uma Estrutura de Gestão (DMO – *Destination Management Organization*).

A DMO irá deter uma estrutura profissional dedicada em exclusivo à gestão do destino, reforçada com conhecimentos técnicos e de mercado, capaz de:

- Avaliar e implementar mudanças, sempre que necessário, nas políticas de promoção e estruturação de produto;
- Colaborar e manter uma relação de proximidade com agentes económicos e as principais entidades e associações locais e regionais do turismo.
- Contribuir ativamente para a tomada de decisão em matérias direta e indiretamente relacionadas com o turismo, a nível local e regional.

A DMO estará...

Envolvida na Tomada de Decisão nas Medidas da Dimensão I

Qualificação da Infraestrutura do destino



A DMO será...

Responsável pela Implementação da Dimensão II

Qualificação da Oferta e Promoção turística

Quais serão as
nossas apostas



O “Sol e Mar” continuará a ser o nosso principal produto de aposta, mas queremos evoluir para uma cultura multiproduto.

Nesta linha, definimos 9 produtos turísticos estratégicos que serão trabalhados em função dos seus graus de maturidade, capacidade de atração de turistas qualificados e de competitividade no mercado.

Para atuar de forma organizada, hierarquizamos os Produtos Turísticos em 3 níveis de aposta:

Nível 1 – Produto principal

Nível 2 – Produtos de diversificação, com elevado potencial de desenvolvimento

Nível 3 – Produtos de complementaridade, com moderado potencial de desenvolvimento



Definimos o posicionamento de cada um dos produtos turísticos estratégicos de Albufeira, projetando como queremos que o mercado nos reconheça.

Nota: No documento Estratégico global existe uma ficha de caracterização para Produto Turístico.



Nível 1 Sol e Mar

Praias de beleza ímpar, galardoadas pela sua qualidade, com vários prémios internacionais, de águas cristalinas e areia dourada, de falésias e recantos, de sol abundante e temperaturas excecionais.

Um destino experiente e internacionalmente reconhecido pela sua oferta balnear que une a exclusividade dos seus recursos naturais com a excelência do atendimento e dos serviços de apoio.



Nível 2 Animação Noturna

Noites memoráveis e descontraídas, onde a diversão está sempre garantida e preparada para atender todos os gostos, num ambiente seguro e saudável.

Um destino que aposta na inovação da oferta, procurando trazer novidade aos visitantes, época após época.



Nível 2 Desporto

Um destino de referência para a realização de eventos desportivos e estágios profissionais, ao longo de todo o ano, com condições meteorológicas de excelência e infraestruturas de acolhimento capazes de dar resposta a grupos de grandes dimensões.

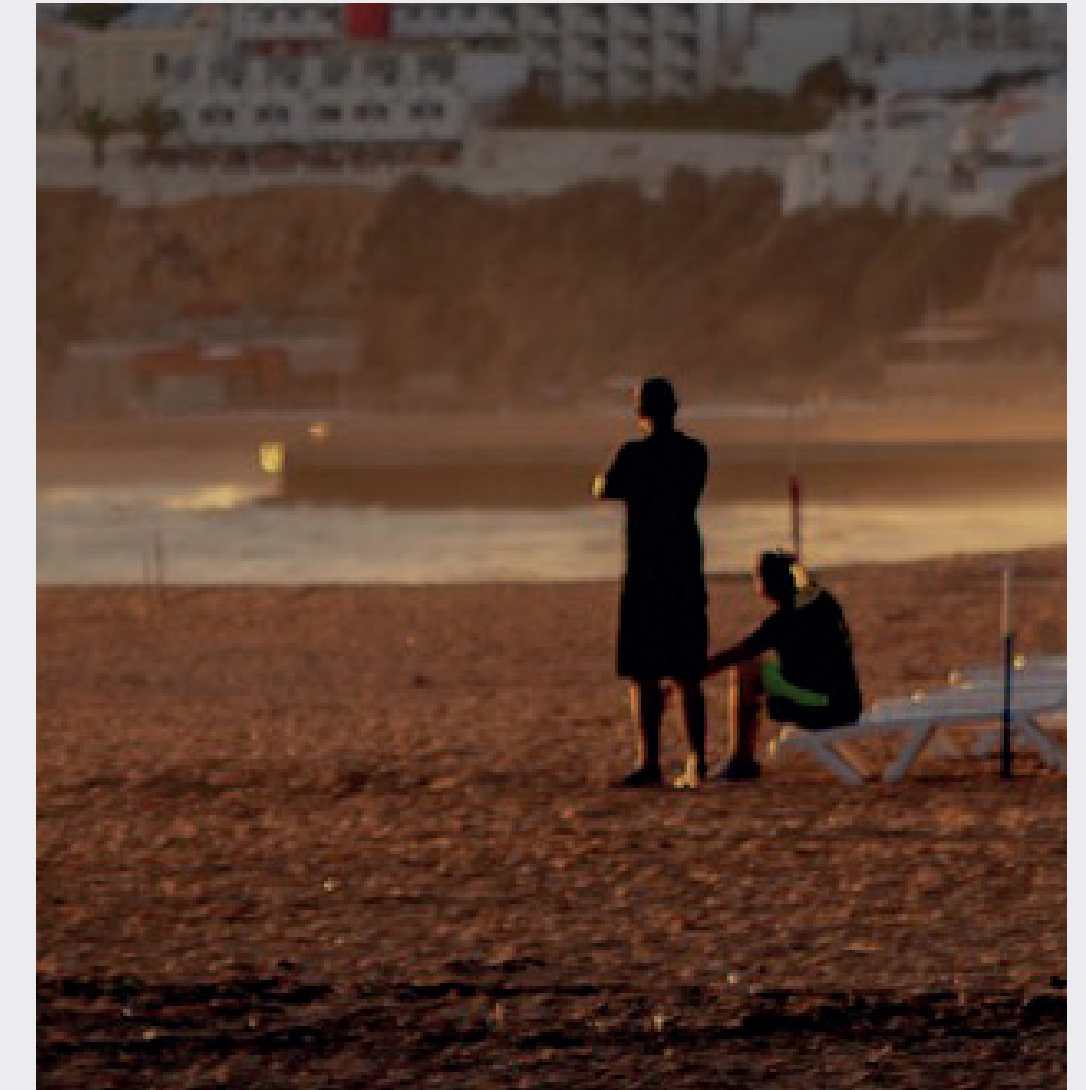
Do golfe ao ciclismo, dos desportos de pavilhão aos *outdoor*, em Albufeira é possível ter acesso a uma oferta de qualidade com infraestruturas de apoio preparadas.



Nível 2 Meeting Industry

Uma referência mundial para a realização de eventos corporativos nacionais e internacionais, com *venues* e infraestruturas de acolhimento *premium*, profissionais e equipas técnicas experientes e com um clima excecional durante todo o ano.

Um destino próximo do Aeroporto de Faro, com excelentes acessibilidades e uma ampla oferta gastronómica, cultural e de lazer.



Nível 2 Wellness

Um destino para relaxar e recuperar física e mentalmente em qualquer altura do ano.

Um destino que concentra os melhores hotéis do Algarve, com equipamentos e profissionais que asseguram tratamentos de qualidade, que juntamente com todo o entorno natural, permitem recuperar toda a plenitude.



Nível 3 Cultura

Um destino com uma oferta cultural vasta, onde é possível interagir com as raízes históricas e as tradições locais da comunidade.

Um destino que promove e acolhe a instalação de conceitos artísticos contemporâneos e inovadores com capacidade para elevar a qualidade da experiência.

Um destino com uma variada oferta de eventos lúdico- culturais ao longo de todo o ano.



Nível 3 Gastronomia e Vinhos

Um destino com uma rica gastronomia de mar e terra, que combina a frescura dos produtos locais com o segredo dos sabores algarvios

Um território que concentra alguns dos melhores restaurantes do mundo, premiados, e uma vasta oferta de outros conceitos gastronómicos de cariz global, dando resposta às diversas motivações e desejos dos visitantes.



Nível 3 Natureza

Um destino de natureza por descobrir, Geoparque Mundial da UNESCO, com uma grande diversidade de geossítios e ecossistemas, de habitats característicos e identitários de um algarve rural, tendo um número considerável de espécies endémicas com elevado valor para a conservação e interesse científico.

Albufeira tem para oferecer uma experiência única de contacto com uma natureza *sui generis*, talhada por verões longos e quentes, invernos amenos e curtos, e um elevado número de horas de sol por ano.



Nível 3 Náutico

Um mar e uma costa de uma beleza ímpar, com temperaturas e condições excecionais para a prática de desportos náuticos, durante todo o ano.

Um destino que possui algumas das maiores e mais experientes empresas marítimo-turísticas portuguesas, que fomentam o respeito pela vida marinha e dinamizam atividades turísticas responsáveis e ambientalmente conscientes.

Vamos manter e estreitar as relações de proximidade com os mercados com representatividade na dinâmica turística de Albufeira e fomentar o crescimento de outros com potencial de diversificação do espectro de públicos com interesses e motivações coincidentes com a nossa vocação turística.

Nota: No documento estratégico global estão disponíveis as análises que justificam esta hierarquização.

Mercados Prioritários	60% do esforço	Nível 1 - Aposta Prioritária Mercados consolidados, com histórico de procura estruturante e qualificada para a dinâmica turística de Albufeira.	Reino Unido Irlanda Países Baixos Espanha	Portugal Alemanha França
Mercados Complementares	25% do esforço	Nível 2 - Reforçar a Aposta Mercados com presença no destino, com elevada margem de crescimento e que podem acrescentar valor à dinâmica turística de Albufeira.	Canadá Dinamarca Noruega	E.U.A. Suécia Finlândia
	10% do esforço	Nível 3 - Manter a aposta Mercados com presença no destino, mas com reduzida margem de crescimento.	Bélgica Polónia Brasil Luxemburgo	Suíça Itália Áustria
Mercados Secundários	5% do esforço	Nível 4 - Explorar Oportunidades Mercados com pouca expressão, mas com potencial de crescimento elevado, numa lógica de diversificação.	Chéquia Letónia Roménia	Estónia Lituânia Hungria

A estratégia de promoção visa captar segmentos de visitantes com perfis que se coadunem como posicionamento e a visão para o turismo de Albufeira.

Nota: No documento estratégico global estão disponíveis as caracterizações (personas) dos 12 perfis genéricos de segmentos de aposta.

Segmentos de Aposta – Perfil Específico

Procura por destinos de sol e praia de qualidade reconhecida, de alto valor acrescentado, seguros, com temperaturas quentes/amenas durante todo o ano (superiores aos seus países de residência), que valorizam e procuram experiências e atividades além da praia, são sensíveis às culturas locais e valorizam a preservação dos recursos naturais dos locais que visitam.

Perfis Genéricos

Viajantes em ‘pausas escolares’

Casais ‘amigos’ em viagem

Famílias multigeracionais

Grupos de amigos

Reformados ativos

Casais a ‘solo’

Viajantes em ‘retiros de *wellness*’

Atletas em pré-época

Desportistas amadores

Profissionais em ‘*bleisure*’

Nómadas Digitais

Visitantes recorrentes



Vamos assumir a posição de que não queremos turistas cujos perfis fragilizem o posicionamento estratégico de Albufeira e que colocam em causa a nossa imagem global e o bem-estar dos nossos residentes.

**Segmentos de não
Aposta – Perfil
Genéricos**

Procura por destinos *low-cost*, estadias curtas (menos de 3 noites), com a única motivação de diversão, sem motivações culturais, pouco sensíveis à vida local e à interação com residentes.

**Perfis
Genéricos**

Grupos de despedidas de solteiro

Viagens de finalistas

Como vamos
comunicar



Através da DMO, vamos adotar uma estratégia de comunicação que combine a promoção direta junto do consumidor final e a promoção intermediada, numa lógica 50%/50%.

Esta abordagem irá permitir-nos interagir diretamente com novos potenciais consumidores, contribuindo também para que a operação turística tenha o seu trabalho facilitado no alcance também de novos públicos, aumentando as suas quotas de mercado.

25%

Comunicação
direta com
o consumidor

75%

Comunicação
Intermediada

50%

Comunicação
direta com
o consumidor

50%

Comunicação
Intermediada

Modelo Atual

- Reduzida intervenção na segmentação dos mercados;
- Dificuldade em influenciar o processo de visita / comportamento;
- Excessiva dependência do trabalho dos operadores turísticos na comercialização do destino.

Modelo a Adotar

- Maior possibilidade de intervir na segmentação dos fluxos turísticos;
- Maior flexibilidade para ajustar a comunicação ao perfil do turista;
- Menor exposição a possíveis alterações

Concretizado, sobretudo, com o reforço da presença de Albufeira nos canais digitais.

Vamos encetar esforços para aumentar a capacidade de comunicação direta com o consumidor, tendo maior autonomia e capacidade de intervir diretamente junto dos segmentos que pretendemos captar.

Nota: No documento estratégico global estão disponíveis as orientações para a comunicação com os turistas nos mercados de origem e no destino.

A Estratégia deve ser operacionalizada por uma atuação direta que incida em dois momentos:

Comunicação nos mercados de origem

Na origem, vamos promover Albufeira, dando a conhecer a sua oferta integrada, junto dos segmentos estratégicos, nos principais mercados, estimulando a vontade de viajar para o destino.

Comunicação no destino

Quando os visitantes já estiverem em Albufeira, vamos passar informação útil, fazer recomendações, interagir e estabelecer ligações de proximidade.

A estratégia de comunicação, pretende reforçar a nossa presença nos canais digitais, numa lógica de conteúdos otimizados e alinhados em consonância com as diversas plataformas.

Nota: No documento estratégico global estão disponíveis as orientações para a comunicação com os turistas nos mercados de origem e no destino.

Onde vamos apostar?

Redes Sociais

Vamos comunicar junto dos nossos mercados e segmentos estratégicos através de uma presença nas redes sociais dinâmica, diferenciada, informativa e inspiracional.

Principal Aposta

Instagram
Facebook

Criar/reforçar a presença

TikTok
Youtube
Pinterest

Motores de busca

Vamos posicionar o website oficial destinado à promoção turística do destino, para que tenha uma visibilidade de primeira linha, respondendo de forma eficaz e inspiracional às pesquisas dos potenciais turistas dando-lhes as repostas adequadas aos seus desejos.

Comunidades

Pretendemos monitorizar e interagir, sempre que necessário, e numa lógica informativa e de complementaridade, com comunidades e/ou grupos online (em redes sociais, blogs) em que o tema central seja Albufeira.

Acompanhamento Principal

Facebook

Criar/reforçar a presença

Reddit
TripAdvisor
X (ex: Twitter)
Telegram

Em simultâneo, queremos manter relações de proximidade e cooperação com a operação turística, no sentido de que todos falem a mesma linguagem e adotem posturas promocionais e comerciais comuns.

O alinhamento e a cooperação entre a gestão pública do destino e a atuação dos agentes privados constitui-se como o principal fator crítico de sucesso da estratégia.

Feiras Profissionais

Vamos manter a presença nas principais feiras profissionais do setor, nos nossos mercados estratégicos, para afirmar o nosso posicionamento, adotando uma dinâmica diferenciada, organizada, integrada e que venda o destino “como um todo”.

Prioridade: Mercados de nível 1

Roadshows

Vamos participar em mostras itinerantes sobre a oferta turística existente no destino, realizadas em conjunto com os agentes económicos de Albufeira, nos centros das cidades-alvo definidas para o efeito.

Prioridade: Mercados de nível 1 e 2

Ações com Buyers

Vamos promover a organização e participação em iniciativas de negócios (B2B), como ‘reverse workshops’, envolvendo buyers de mercados estratégicos para Albufeira, com o objetivo de incentivar a formação de parcerias e acordos para a promoção comercial do destino.

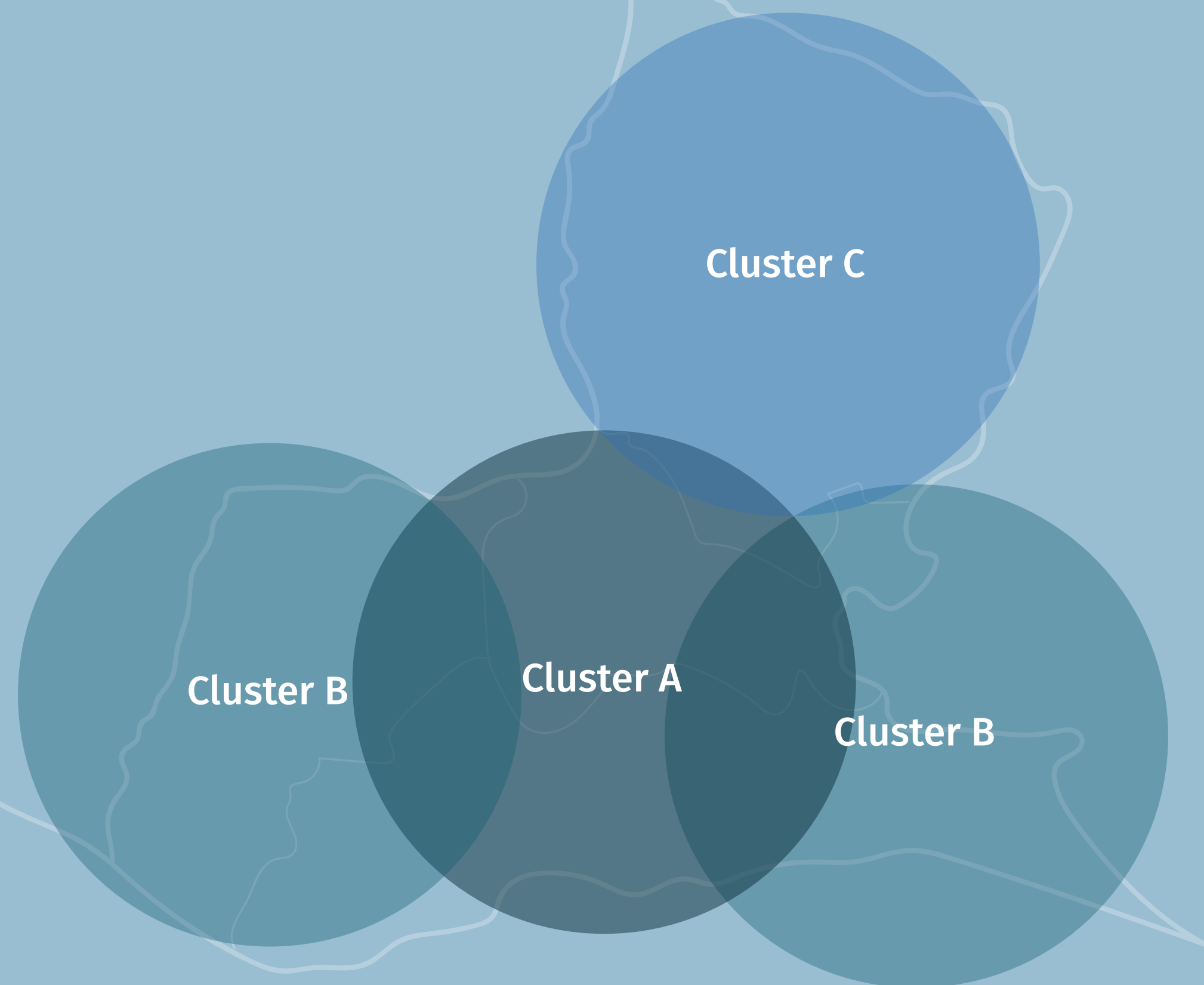
Prioridade: Mercados de nível 1 e 2

Viagens Educativas

Vamos promover viagens de familiarização com operadores turísticos e jornalistas especializados com vista à divulgação da oferta do destino e à sua comercialização futura. Os participantes devem apresentar poder de influência junto de mercados e segmentos mais predispostos a consumir a oferta de Albufeira.

Prioridade: Mercados de nível 1, 2 e 3

Comunicar Albufeira como um só destino, com dinâmicas territoriais (3 *clusters*) diferenciadas que se alinham com as diferentes motivações dos segmentos estratégicos do destino.



Para orientarmos a nossa comunicação, na captação de segmentos de mercado diferenciados, com motivações de viagem diferenciadas, definimos uma organização do território em *clusters*. Esta organização, permitirá que quem nos visita compreenda a diversidade da nossa oferta e as diferentes dinâmicas; e possa fazer escolhas, mediante os seus desejos e/ou estados de espírito.

Cluster A	<ul style="list-style-type: none"> Área urbana 'viva' Animação noturna Diversão, alegria, convívio História 	<ul style="list-style-type: none"> Áreas comerciais Praias Diversidade gastronómica
Cluster B	<ul style="list-style-type: none"> Praias Oferta premium Luxo Tranquilidade 	<ul style="list-style-type: none"> Relaxamento Privacidade Beleza natural
Cluster C	<ul style="list-style-type: none"> Área natural inexplorada Património histórico Tradição Ruralidade/Interior 	<ul style="list-style-type: none"> Contacto com comunidade Proximidade à 'movida'

Como vamos
intervir



Para implementar a Estratégia, foram definidas 6 áreas de intervenção, onde se incluem 40 ações, alinhadas e priorizadas à luz dos objetivos estratégicos definidos

As ações estão calendarizadas com o horizonte temporal 2030, tendo em consideração que no ano de 2027, a Estratégia de Desenvolvimento, Promoção e Captação de Novos Turistas para Albufeira, deverá ser revista, de forma a avaliar a implementação, reavaliar e proceder a eventuais adaptações.

Nota: No documento estratégico global estão disponíveis os detalhes das ações propostas.

1. Gestão do Destino

Equipa de gestão, cultura de turismo e sustentabilidade

2. Oferta Turística

Qualidade e diversidade

3. Recursos Humanos

Formação, valorização, retenção e inovação

4. Promoção Turística

Promoção direcionada aos diferentes segmentos de mercado e notoriedade renovada

5. Promoção Turística

Organização, qualificação, paisagismo, segurança e mobilidade

6. Monitorização

Conhecimento, avaliação e adaptação



1. Gestão do Destino

Tema	Ação	Data de início
Equipa de gestão	1.1. Criação da DMO	2024
	1.2. Criação e Disseminação do Código de Conduta “Fun Meets Respect: Albufeira’s Shared Guidelines”	2024
	1.3. Elaboração de estudo para adequabilidade de um regulamento municipal para a gestão de comercialização de bebidas alcoólicas	2025
Cultura de turismo	1.4. Criação do documentário “Albufeira, o destino que o turismo moldou”	2026
	1.5. Organizar a ‘Albufeira Tourism Summit - ABT’	2025
	1.6. Sensibilização da comunidade escolar	2025
Sustentabilidade	1.7. Certificação de Sustentabilidade do Destino	2025
	1.8. Projeto para a descarbonização da indústria turística de Albufeira	2026
	1.9. Projeto de compensação da pegada carbónica	2025
	1.10. Medida “Building the Future Together”	2025

2. Oferta turística

Tema	Ação	Data de início
Qualidade	2.1. Aplicação da taxa turística	2024
	2.2. Praias vigiadas 365 dias/ano	2024
	2.3. Iniciativa "Albufeira High Standards"	2025
	2.4. Guia para a captação de eventos e/ou estágios desportivos	2025
	2.5. Guia para o acolhimento de eventos da "Meeting Industry"	2025
	2.6. Iniciativa "Upgrade Taxi Experience"	2026
Diversidade	2.7. Rede de "corredores pedonais" nas praias de Albufeira	2026
	2.8. Programa "Cycling in Albufeira"	2024
	2.9. Projeto de organização em rede da oferta náutica	2024
	2.10. Candidatura Geoparque Mundial da UNESCO	2024
	2.11. Estudo conducente à criação de infraestrutura(s) direcionada(s) ao desporto profissional	2025

3. Recursos Humanos

Tema	Ação	Data de início
Formação, valorização e retenção	3.1. Criação de um hub formativo e de retenção de profissionais de turismo nacionais e estrangeiros	2026
Inovação	3.2. Programa para a transição digital da indústria turística	2025

4. Promoção Turística

Tema	Ação	Data de início
Promoção direcionada aos diferentes segmentos de mercado e notoriedade renovada	4.1. Ajustar a Marca Turística de Albufeira ao posicionamento estratégico	2024
	4.2. Campanhas promocionais nos motores de busca e nas redes sociais do destino devidamente segmentadas	2024
	4.3. Conceção de um novo modelo de atuação dos postos de turismo - “O Posto de Turismo vai até si”	2025
	4.4. Dinamização da Campanha “Albufeira faz (ou quer fazer) parte da tua vida” adaptada às motivações dos mercados e segmentos de cada um dos 3 clusters	2025
	4.5. Criação de “Corredor de Sensibilização para adoção de comportamentos cívicos”	2024

5. Infraestruturas

Tema	Ação	Data de início
Organização, qualificação e paisagismo	5.1. Reabilitação de áreas urbanas: Avenida Sá Carneiro, Largo Eng.º Duarte Pacheco, Avenida 25 de Abril e Rua do Movimento das Forças Armadas	2025
	5.2. Programa “Albufeira: Comércio Organizado, Comércio Atractivo”	2025
	5.3. Programa de embelezamento e fomento da vivência urbana	2026
	5.4. Programa de incentivo à de manutenção das fachadas dos edifícios privados	2026
	5.5. Programa “Albufeira Excellence Initiative”	2026
Segurança	5.6. Programa “Albufeira Segura”	2025
Mobilidade	5.7. Giro: + Horários + Procura	2024

Como vamos intervir

Estratégia de desenvolvimento, promoção e captação de novos turistas

6. Monitorização

Tema	Ação	Data de início
Conhecimento, avaliação e adaptação	6.1. Monitorizar o desempenho do turismo no destino	2024
	6.2. Monitorizar a satisfação dos residentes com a atividade turística	2024
	6.3. Monitorizar o perfil do visitante e o seu grau de satisfação	2024
	6.4. Monitorizar a performance digital do destino	2024
	6.5. Revisão Intermédia da "Estratégia de Desenvolvimento, Promoção e Captação de Novos Turistas de Albufeira".	2027

Iremos avaliar regularmente a evolução da dinâmica turística de Albufeira, bem como das alterações comportamentais e/ou motivacionais dos nossos principais mercados e segmentos alvo.

A avaliação prevê 4 áreas de controlo.

Nota: No documento estratégico global são apresentados os indicadores de avaliação por cada área de controlo.

- 1.** Desempenho global do turismo de Albufeira
Compreender a evolução dos indicadores económicos, ambientais, sociais e culturais, bem como da performance do destino nos mercados.
- 2.** Perfil e a satisfação dos visitantes de Albufeira
Compreender o perfil e as respetivas necessidades dos visitantes, avaliando a sua satisfação.
- 3.** Opinião dos agentes económicos locais e de operadores turísticos nacionais e internacionais
Auscultar o trade local e internacional com vista a recolher opiniões sobre o desempenho turístico de Albufeira e oportunidades de desenvolvimento.
- 4.** Satisfação dos residentes face ao turismo
Compreender o nível de satisfação dos residentes de Albufeira, para conciliar medidas que permitam dar resposta às suas necessidades.

Ficha Técnica

Designação

Estratégia de Desenvolvimento, Promoção e Captação de Novos Turistas | Versão Executiva

Promotor

Município de Albufeira

Execução

IPDT – Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo

Conteúdos e Design

IPDT – Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo

Imagens

Município de Albufeira

Publicação

abril 2024

Copyright

Município de Albufeira



2030 albufeira

IPDT[®]
TURISMO



Albufeira,
Part of your life!