



ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DA CIRA

jun.2025

INTRODUÇÃO

O presente relatório descreve o processo de elaboração da Estratégia de Desenvolvimento Turístico da Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro (CIRA), constituída pelos onze municípios que formam este território: Águeda, Albergaria-a-Velha, Anadia, Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Oliveira do Bairro, Ovar, Sever do Vouga e Vagos, tendo como principal premissa consensualizar um conjunto restrito de projetos âncora, passíveis de enquadramento no âmbito do programa de incentivos referente à criação e estruturação de produtos turísticos integrados de base intermunicipal.

Seguindo o processo metodológico definido para o desenvolvimento da Estratégia, o projeto inclui os seguintes conteúdos: (1) caracterização da atividade turística; (2) retrato turístico local; (3) estratégia de desenvolvimento turístico; e (4) projetos âncora do território CIRA. Estes quatro blocos de conteúdos preveem, tanto o levantamento de informação secundária e já existente, como a realização de reuniões bilaterais com os interlocutores institucionais locais.

No caso do primeiro bloco, que diz respeito à caracterização da atividade turística, foi feito um enquadramento da atividade turística na Região de Aveiro, recorrendo a dados estatísticos do INE, tanto pelo lado da oferta (número de unidades e número de camas), como pelo lado da procura (número de hóspedes e número de dormidas) e, ainda, alguns indicadores de desempenho (estada média, taxa de ocupação-cama, taxa de sazonalidade, proveitos totais e de aposento). Por último, ainda que sendo estimativas, foram analisados os dados de 2024.

Os retratos turísticos locais podem ser vistos como “fichas individuais” de cada município, onde, conjuntamente com cada um, foram consensualizados os principais recursos turísticos, os produtos turísticos âncora e os complementares, bem como o apuramento dos agentes turísticos registados no Turismo de Portugal (empreendimento turísticos, unidades de alojamento local, agentes de animação turística e agências de viagens) e os principais mercados externos emissores (segundo o número de dormidas).

INTRODUÇÃO

O terceiro bloco resulta da informação recolhida e analisada e dos contactos e reuniões com a CIRA e os onze municípios, uma vez que apresenta o compromisso da CIRA e os principais predicados para o sucesso da implementação da Estratégia, as metas que se pretendem alcançar com a presente Estratégia (horizonte 2035), os principais produtos estratégicos (de acordo com o seu nível de consolidação e transversalidade no território), a evolução das marcas presentes no território CIRA e, por último, a análise dos mercados externos.

O último bloco apresenta as propostas de projetos âncora, de acordo com a Estratégia definida. Para cada um dos produtos considerados estratégicos, mediante o seu nível de consolidação, foram apresentados projetos diferenciadores e com qualidade, que tenham a capacidade de contribuir para a afirmação da região como um destino de turismo de excelência.

METODOLOGIA

Na persecução da definição da presente Estratégia de Desenvolvimento Turístico para o território da CIRA, foi definida uma metodologia adequada aos objetivos que se pretendem alcançar, incluindo um contacto próximo com os vários interlocutores (CIRA e os onze municípios), bem como um levantamento intensivo da informação existente para conhecer o ponto de partida e sobre o qual a Estratégia deverá estar assente.

Desta forma, listam-se abaixo os diferentes momentos de contacto com os interlocutores:

- **Momento 0** – Reunião presencial de kick-off com a equipa (restrita) da CIRA. O principal objetivo do “momento 0” passou por apresentar o plano de trabalho previsto para o desenvolvimento do projeto, bem como os principais objetivos e metas a alcançar;
- **Momento 1** – Reunião virtual de kick-off com o grupo de trabalho de turismo da CIRA. Nesta reunião já foi apresentado aos onze municípios o plano de trabalho, os objetivos, as metas e a metodologia a seguir, devidamente articulado com a CIRA;
- **Momento 2** – Roadshow de reuniões bilaterais presenciais pelos onze municípios. Para cada uma das reuniões bilaterais com os municípios foi utilizado um guião que pretendia apurar as informações de base para o desenvolvimento da Estratégia, nomeadamente quais as principais apostas do município (recursos, produtos e projetos turísticos), sinalização dos principais investimentos previstos no curto ou médio/longo prazo, avaliação das temáticas estratégicas e/ou complementares para o setor do turismo, discussão preliminar sobre as prioridades de investimento sub-regional e avaliação da perceção de cultura de rede dentro do território da CIRA;
- **Momento 3** – Reunião presencial de apresentação preliminar dos resultados com a equipa da CIRA. Após concluído o roadshow de reuniões bilaterais, foi agendada uma reunião na CIRA para apresentação dos resultados preliminares, em particular no que diz respeito à estratégia de desenvolvimento turísticos e plano de ação.
- **Momento 4** – Reunião presencial com o grupo de trabalho de turismo da CIRA. Após os inputs recebidos por parte da CIRA, foram realizados os ajustes necessários e apresentada a Estratégia a todos os interlocutores do projeto, numa reunião do grupo de trabalho. Deste momento resultou a abertura de um período de pronuncia, por parte dos municípios, face aos conteúdos apresentados, que, após concluído, culminaria com a versão final da Estratégia de Desenvolvimento Turístico da CIRA.

ESTRUTURA DE CONTEÚDOS

01

CARACTERIZAÇÃO DA
ATIVIDADE TURÍSTICA

02

RETRATO TURÍSTICO
LOCAL

03

ESTRATÉGIA DE
DESENVOLVIMENTO
TURÍSTICO

04

PROJETOS ÂNCORA DO
TERRITÓRIO CIRA

01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

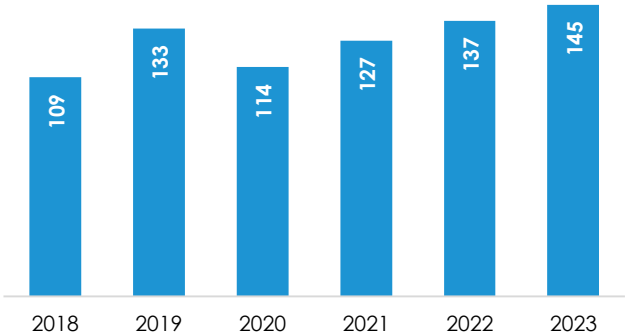
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.1. OFERTA TURÍSTICA

No presente capítulo é retratado o contexto turístico do território objeto de análise – Região de Aveiro (NUTS III), através das principais variáveis e indicadores estatísticos presentes nas fontes de informação oficiais: Instituto Nacional de Estatística (INE) e Registo Nacional do Turismo de Portugal (RNT). Desta forma, a caracterização da atividade turística de âmbito sub-regional (NUTS III) e local (os onze municípios que formam este território) reflete o período temporal entre 2018 e 2023 e analisa, tanto variáveis pelo lado da oferta (número de unidades e capacidade de alojamento), como pelo lado da procura (número de hóspedes e de dormidas) e, ainda, alguns indicadores de desempenho (estada média, taxa líquida de ocupação-cama, taxa de sazonalidade, proveitos totais e de aposento).

Pelo lado da oferta, os dados do INE revelam que o número de unidades de alojamento na NUTS III Região de Aveiro manteve um crescimento positivo ao longo da série temporal em análise, à exceção do ano de 2020, o que se justifica pelos impactos negativos da pandemia Covid 19 (-14,3% face a 2019). Entre 2018 e 2023, o acréscimo nesta sub-região foi de 33,0%, revelando um ritmo de crescimento abaixo da média da região Centro (+34,6%).

NÚMERO DE UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



Contudo, comparativamente às restantes NUTS III, a Região de Aveiro registou o terceiro crescimento mais acelerado, apenas ultrapassado pelas NUTS III Beiras e Serra da Estrela (+45,8%) e Região de Coimbra (+35,7%), em igual período temporal. No que diz respeito à recuperação pós-pandemia, verifica-se que a Região de Aveiro foi a sub-região que registou o comportamento mais modesto, com uma taxa de crescimento global, entre 2020 e 2023, de +27,2%. Aqui o maior destaque é atribuído a Viseu Dão Lafões (+50,0%), seguido pela Beira Baixa (+40,6%) e Beiras e Serra da Estrela (+38,0%).

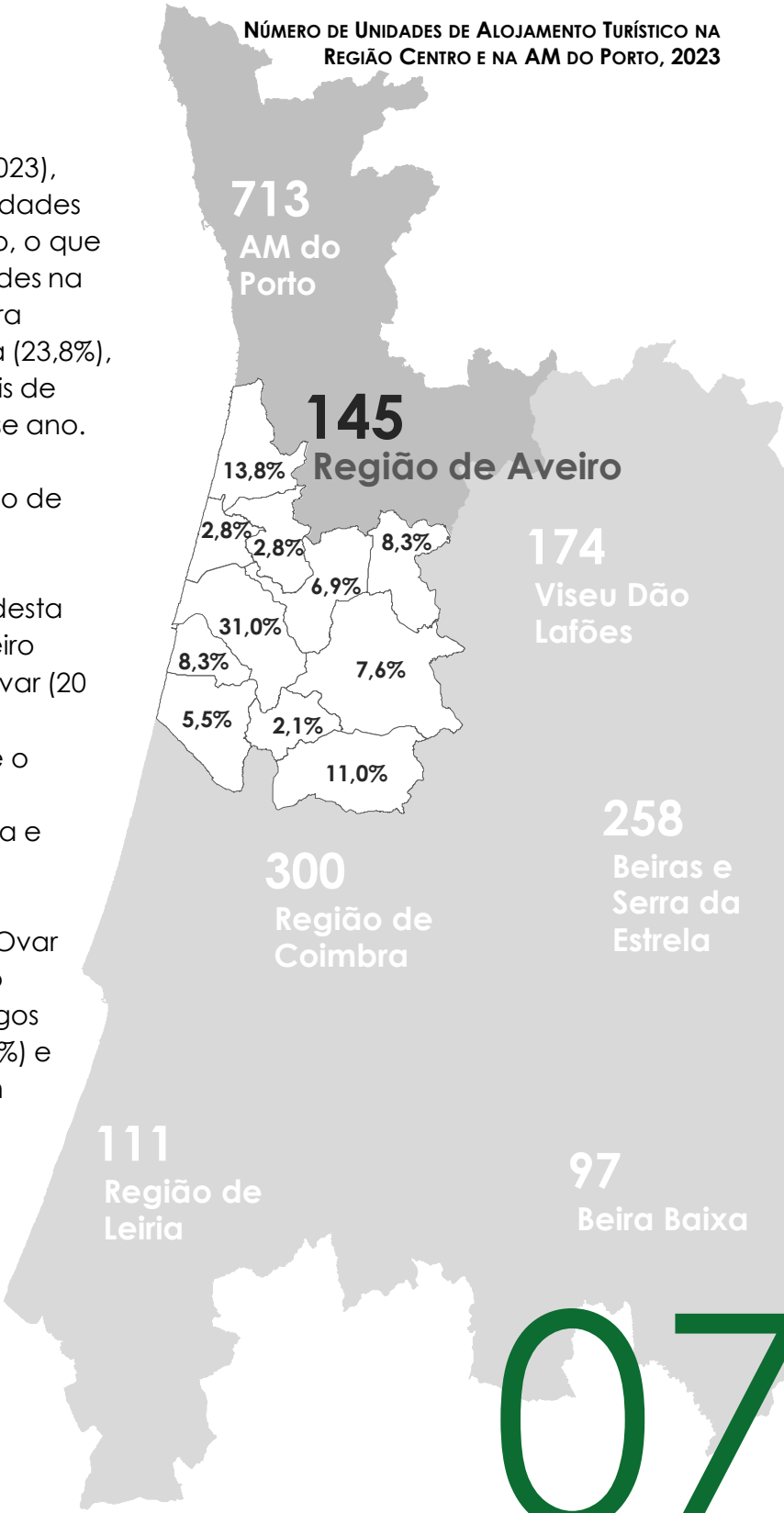
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.1. OFERTA TURÍSTICA

No ano mais recente em análise (2023), verifica-se que existiam 145 unidades de alojamento na Região de Aveiro, o que representa 13,4% do total de unidades na região Centro. A Região de Coimbra (27,6%) e as Beiras e Serra da Estrela (23,8%), conjuntamente, concentraram mais de metade do total das unidades desse ano.

A análise do âmbito local da Região de Aveiro atribui o maior destaque ao município de Aveiro, que, em 2023, concentrava 45 das 145 unidades desta NUTS III (31,0%). Em segundo e terceiro lugares seguem os municípios de Ovar (20 unidades) e Anadia (16 unidades), respetivamente. Oliveira do Bairro é o território com menos unidades de alojamento (3), seguido por Estarreja e Murtosa (ambos com 4).

Em termos evolutivos, face a 2018, Ovar foi o território que mais aumentou o número de unidades (+122,2%). Vagos (+60,0%), Albergaria-a-Velha (+42,9%) e Aveiro (+36,4%) também registaram acréscimos significativos. A Murtosa foi o único município que viu o seu número de unidades decrescer, passando de 6, em 2018, para 4, em 2023 (-33,3%).



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

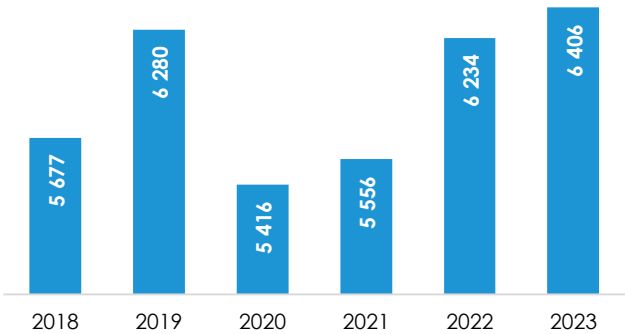
01.1. OFERTA TURÍSTICA

A segunda variável analisada para caracterizar a oferta turística da NUTS III Região de Aveiro diz respeito à capacidade de alojamento, esta que se traduz no número de camas disponíveis num dado período de tempo. À semelhança do número de unidades de alojamento, o número de camas cresceu continuamente, tanto no período pré, como pós pandemia, traduzindo-se num acréscimo de 12,8%, entre 2018 e 2023, ou seja, abaixo do ritmo de crescimento da variável anterior.

Comparativamente com as unidades de alojamento, a pandemia Covid 19 teve um impacto negativo menos significativo no número de camas disponíveis na Região de Aveiro, uma vez que a quebra de 2019 para 2020 foi de 13,8% (-0,5 pontos percentuais).

Ao nível da capacidade de alojamento, as sub-regiões que mais cresceram, entre 2018 e 2023, foram as Beiras e Serra da Estrela (+21,5%), a Beira Baixa (+19,3%) e a Região de Coimbra (+12,9%), deixando, assim, a Região de Aveiro em quarto lugar (+12,8%). À semelhança do número de unidades de alojamento, é a Região de Leiria que apresenta a evolução mais modesta, com uma taxa de crescimento global de apenas 0,9%.

CAPACIDADE DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



Ao contrário do que se verificou com a variável anterior, a Região de Aveiro não foi a NUTS III que apresentou a recuperação pós-pandemia mais modesta, tendo o crescimento da sua capacidade de alojamento, entre 2020 e 2023, superado a das Beiras e Serra da Estrela (+14,9%) e de Viseu Dão Lafões (+17,8%), fixando-se nos 18,3%. Nesta dimensão, o maior destaque é atribuído à Beira Baixa e à Região de Coimbra, ambas com taxas de crescimento global acima dos 20% (+27,7% e +22,4%, respetivamente).

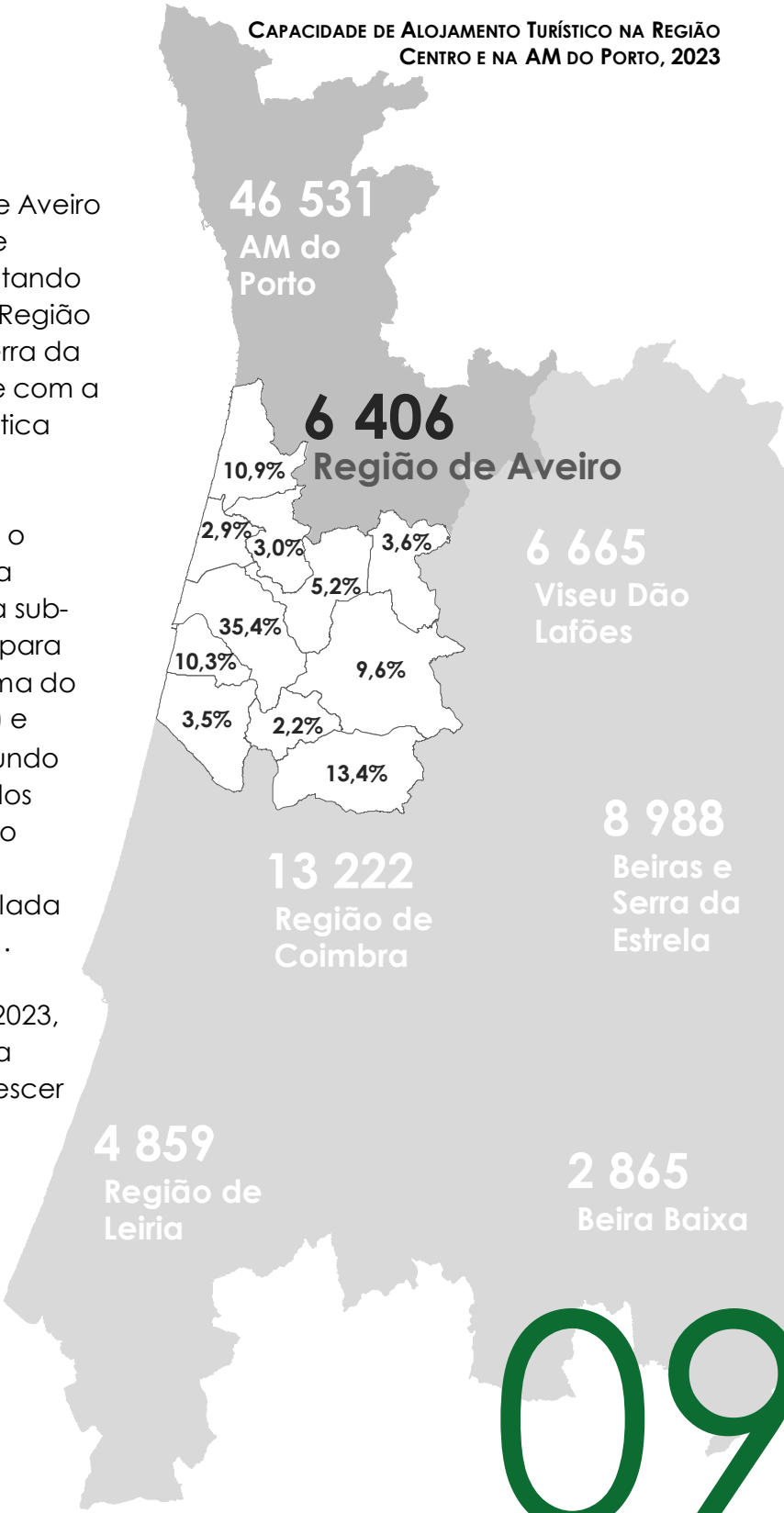
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.1. OFERTA TURÍSTICA

Em 2023, o número de unidades de alojamento existentes da Região de Aveiro (145) traduziu-se numa capacidade instalada de 6 406 camas, representando 14,9% do total da região Centro. A Região de Coimbra (30,7%) e as Beiras e Serra da Estrela (20,9%) voltam a destacar-se com a maior concentração da oferta turística desta NUTS II.

Ao nível local da Região de Aveiro, o município de Aveiro consolida a sua hegemonia na oferta turística desta sub-região, subindo o seu peso relativo para 35,4% (+4,4 pontos percentuais acima do número de unidades). Anadia (857) e Ovar (699) voltam a ocupar os segundo e terceiro lugares, desta vez, seguidos de perto por Ílhavo (657). Oliveira do Bairro, em 2023, foi o território que registou a menor capacidade instalada (2,2% do total da Região de Aveiro).

Em termos evolutivos, entre 2018 e 2023, houve cinco municípios que viram a sua capacidade de alojamento crescer a um ritmo mais acelerado que a NUTS III, nomeadamente Vagos (+71,5%), Águeda (+57,9%), Sever do Vouga (+43,5%), Albergaria-a-Velha (+40,8%) e Ovar (+36,8%). Murtosa e Anadia foram os únicos municípios a registar decréscimos (-27,3% e -13,2%, respetivamente).



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

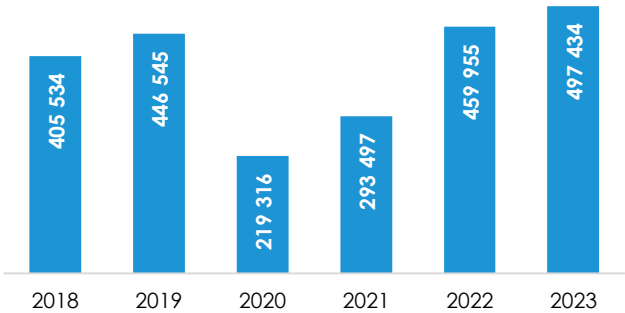
01.2. PROCURA TURÍSTICA

No que diz respeito às variáveis que permitem caracterizar a procura turística, em primeiro lugar, é analisado o número de hóspedes que pernoveram nas unidades de alojamento turístico, de um determinado território, num dado período de tempo. Assim, verifica-se que o crescimento do número de hóspedes na NUTS III Região de Aveiro acompanhou a evolução da oferta turística neste território, registando um acréscimo contínuo (à exceção do ano de 2020) de 22,7%, entre 2018 e 2023.

As medidas restritivas à livre circulação de turistas devido à pandemia Covid 19, como seria expectável, tiveram um maior impacto na procura turística, o que resultou numa quebra de 50,9% do número de hóspedes nesta sub-região, entre 2019 e 2020.

Ao nível dos hóspedes, é de salientar que a taxa de crescimento global da Região de Aveiro superou a da NUTS II Centro (+22,7% e +10,1%, respetivamente). Este cenário é explicado por uma evolução bastante modesta da Região de Coimbra (+0,7%) e por uma contração do número de hóspedes em Viseu Dão Lafões (-1,8%). Por outro lado, os acréscimos mais significativos ocorreram na Beira Baixa (+31,5%) e na Região de Leiria (+24,2%).

NÚMERO DE HÓSPEDES NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



Relativamente à recuperação pós período pandémico, verifica-se que o número de hóspedes nas unidades de alojamento turístico da Região de Aveiro cresceu 126,8%, entre 2020 e 2023, colocando-o como o terceiro crescimento mais significativo, apenas atrás da Região de Coimbra (+138,2%) e da Região de Leiria (+132,6%). Os ritmos de crescimento mais lentos foram verificados nas Beiras e Serra da Estrela e na Beira Baixa (+74,1% e +86,8%, respetivamente).

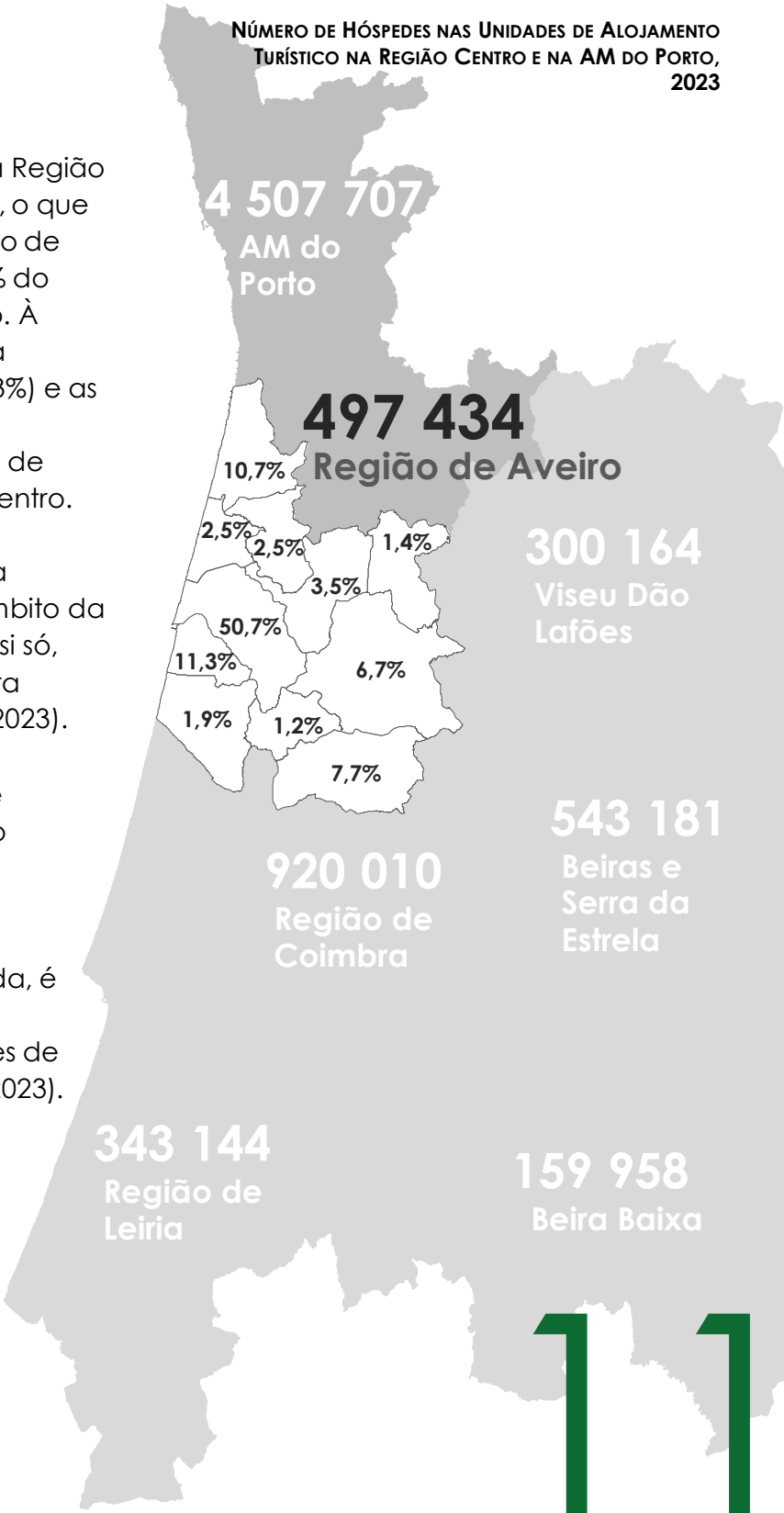
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.2. PROCURA TURÍSTICA

Em 2023, o número de hóspedes na Região de Aveiro aproximou-se dos 500 mil, o que representa um acréscimo homólogo de 8,1%, face a 2022, e cerca de 18,0% do total de hóspedes na NUTS II Centro. À semelhança das variáveis da oferta turística, a Região de Coimbra (33,3%) e as Beiras e Serra da Estrela (19,7%) concentram, no seu conjunto, mais de metade dos hóspedes da região Centro.

O município de Aveiro, que já vinha assumindo o maior destaque no âmbito da Região de Aveiro, concentrou, por si só, mais de metade do total da procura turística nesta NUTS III (252 090, em 2023). Ao nível do número de hóspedes, Ílhavo ascende ao segundo lugar e concentra 11,3% do total, deixando Ovar e Anadia para segundo e terceiros lugares (10,7% e 7,7%, respetivamente). Oliveira do Bairro, para além da menor oferta instalada, é também o território com a menor procura registada nas suas unidades de alojamento (12 389 hóspedes, em 2023).

Entre 2018 e 2023, Vagos (+86,1%) e Águeda (+71,3%) assinalaram os maiores crescimentos do número de hóspedes. Contrariamente, os municípios da Murtosa (-16,9%), Anadia (-3,7%) e Albergaria-a-Velha (-0,4%) registaram um decréscimo desta variável.



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

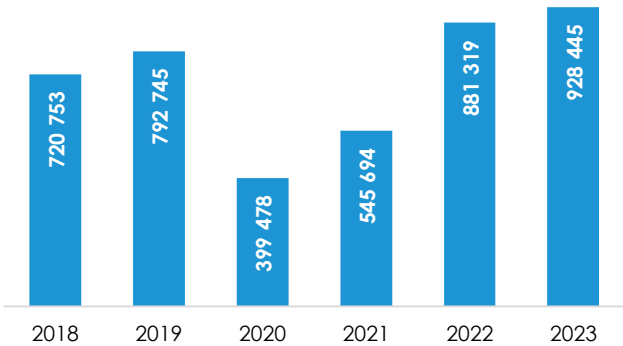
01.2. PROCURA TURÍSTICA

Para além do número de hóspedes nas unidades de alojamento turístico, importa também analisar as dormidas por estes realizadas, de forma a obter um retrato mais completo da procura turística num determinado território. Entre 2018 e 2023, as unidades de alojamento da Região de Aveiro registaram um acréscimo de 28,8% das suas dormidas, o que revela que esta variável cresceu a um ritmo mais acelerado do que o número de hóspedes (+6,1 pontos percentuais).

Uma vez mais, os efeitos negativos da pandemia Covid 19 tiveram um forte impacto nos resultados da procura turística, o que se traduziu numa quebra nas dormidas desta NUTS III na ordem dos 49,6%, de 2019 para 2020.

A taxa de crescimento global das dormidas na Região de Aveiro voltou a superar a da NUTS II Centro em mais de 10 pontos percentuais (+12,8%), uma vez mais, devido ao modesto crescimento verificado na Região de Coimbra (+4,0%) e à diminuição das dormidas em Viseu Dão Lafões (-4,0%). Neste período, a Região de Aveiro registou dos crescimentos positivos mais expressivos, sendo apenas ultrapassada pela Beira Baixa (+32,0%).

NÚMERO DE DORMIDAS DE HÓSPEDES NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



Ao nível da recuperação pós-pandemia, é de salientar que a Região de Aveiro assinalou o maior crescimento das dormidas entre 2020 e 2023, alcançando um acréscimo de 132,4%. Este resultado revela que, ainda que este território, comparativamente às restantes NUTS III da região Centro, tenha tido alguma dificuldade em recuperar os valores da oferta turística, o crescimento da procura alcançou resultados muito positivos. A Região de Leiria (+124,1%) e a Região de Coimbra (+120,5%) seguem em segundo e terceiro lugares, enquanto as Beiras e Serra da Estrela (+75,0%) e a Beira Baixa (+80,5%) registam os ritmos recuperação menos acelerados.

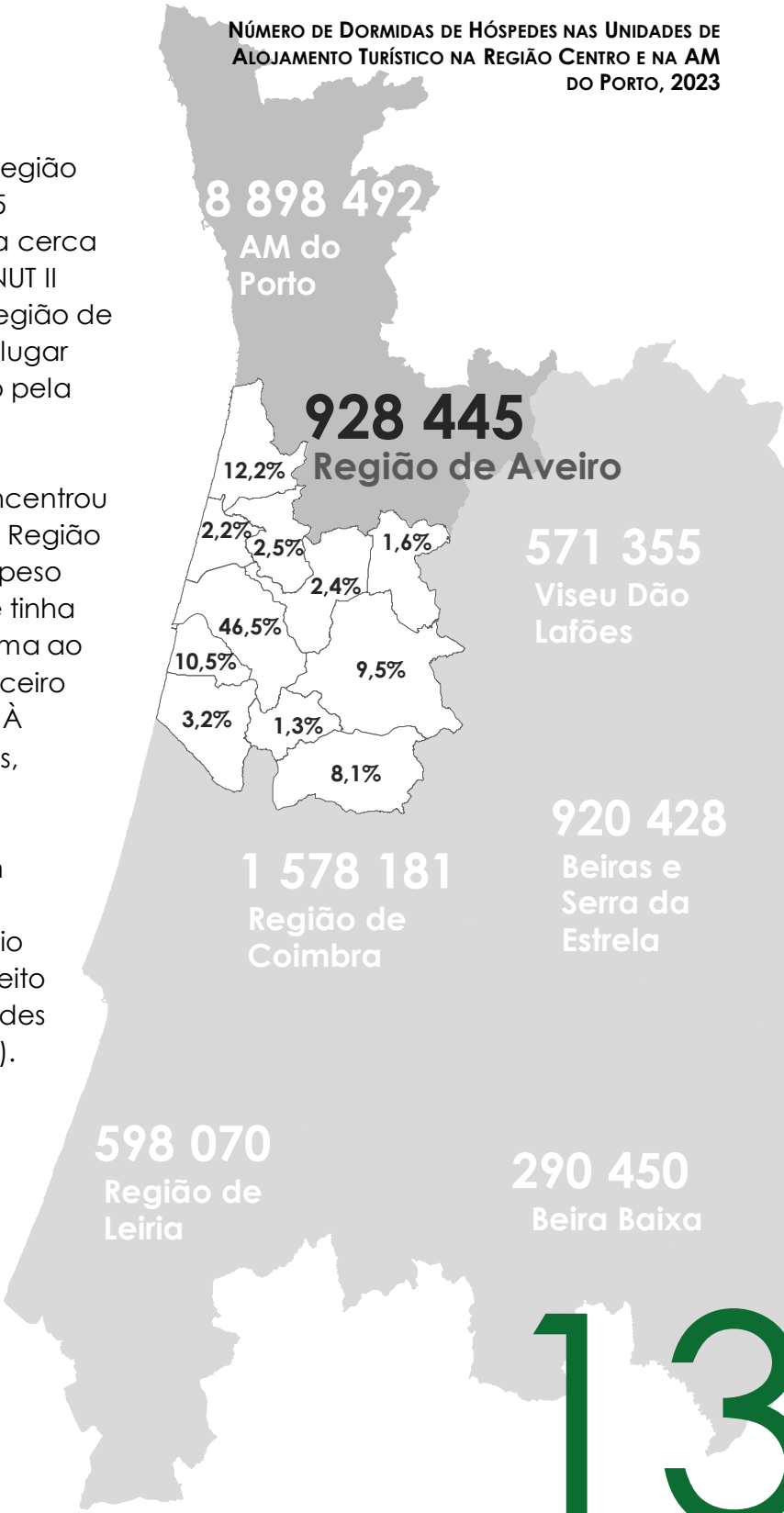
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.2. PROCURA TURÍSTICA

Os hóspedes que pernoveram na Região de Aveiro em 2023 geraram 928 445 dormidas no território, o que justifica cerca de 19,0% do total de dormidas da NUT II Centro. No caso das dormidas, a Região de Coimbra volta a ocupar o primeiro lugar (32,3%), sendo o segundo ocupado pela Região de Aveiro.

Em 2023, o município de Aveiro concentrou cerca de metade das dormidas da Região de Aveiro (431 382), registando um peso relativo ligeiramente inferior ao que tinha no número de hóspedes. Ovar retoma ao segundo lugar e Ílhavo ocupa o terceiro (113 115 e 97 236, respetivamente). À semelhança das variáveis anteriores, Oliveira do Bairro apresenta o valor mais reduzido da sub-região, com pouco mais de 12 200 dormidas em 2023. É de salientar o desempenho relativamente modesto do município de Sever do Vouga no que diz respeito à procura turística, tanto nos hóspedes (6 893), como nas dormidas (15 291).

A análise evolutiva atribui o maior destaque a Águeda e Vagos, uma vez que as dormidas, em 2023, quase que triplicaram face a 2018 (+187,7 e +181,1%, respetivamente). As únicas contrações das variáveis turísticas voltaram a ser registadas na Murtosa (-22,9%) e Anadia (-4,0%).



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

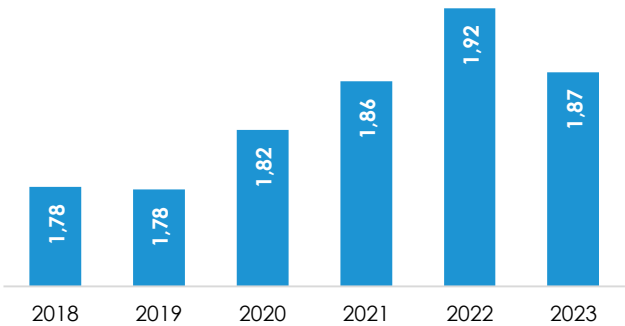
01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

De forma a caracterizar a atividade turística de um determinado território, importa também olhar para o indicador da estada média, este que relaciona o número de dormidas com o número de hóspedes e, assim, permite tirar ilações relativamente ao tempo médio de permanência num território.

Uma vez que as dormidas na Região de Aveiro, de uma maneira geral, cresceram a um ritmo mais acelerado que o número de hóspedes, a estada média manteve um crescimento maioritariamente positivo, durante o período em análise (+5,0%, entre 2018 e 2023). Não obstante, o ano mais recente em análise (2023) assinala uma ligeira redução da estada média neste território de cerca de 2,6%, face a 2022.

À semelhança da tendência verificada no número de hóspedes e de dormidas, a taxa de crescimento global da estada média na Região de Aveiro superou a do Centro (+5,0% e +2,4%, respetivamente). Esta NUTS III registou o segundo acréscimo mais significativo da região Centro, apenas ultrapassada pelas Beiras e Serra da Estrela (+8,5%). Contrariamente, a Região de Leiria (-7,0%) e Viseu Dão Lafões (-2,2%) reduziram a sua estada média, entre 2018 e 2023.

ESTADA MÉDIA NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



A análise da taxa de crescimento global entre 2020 e 2023 permite tirar algumas ilações relativamente à capacidade de recuperação dos territórios face aos impactes negativos da pandemia Covid 19, assim, verifica-se que a Região de Aveiro registou um acréscimo de 2,5%. A Viseu Dão Lafões (+5,3%), a Região de Aveiro (+2,5%) e as Beiras e Serra da Estrela (+0,6%) consubstanciam as únicas NUTS III que registaram um crescimento positivo durante este período. Entre os decréscimos, a Região de Coimbra destaca-se com o mais significativo, com cerca de 7,4%.

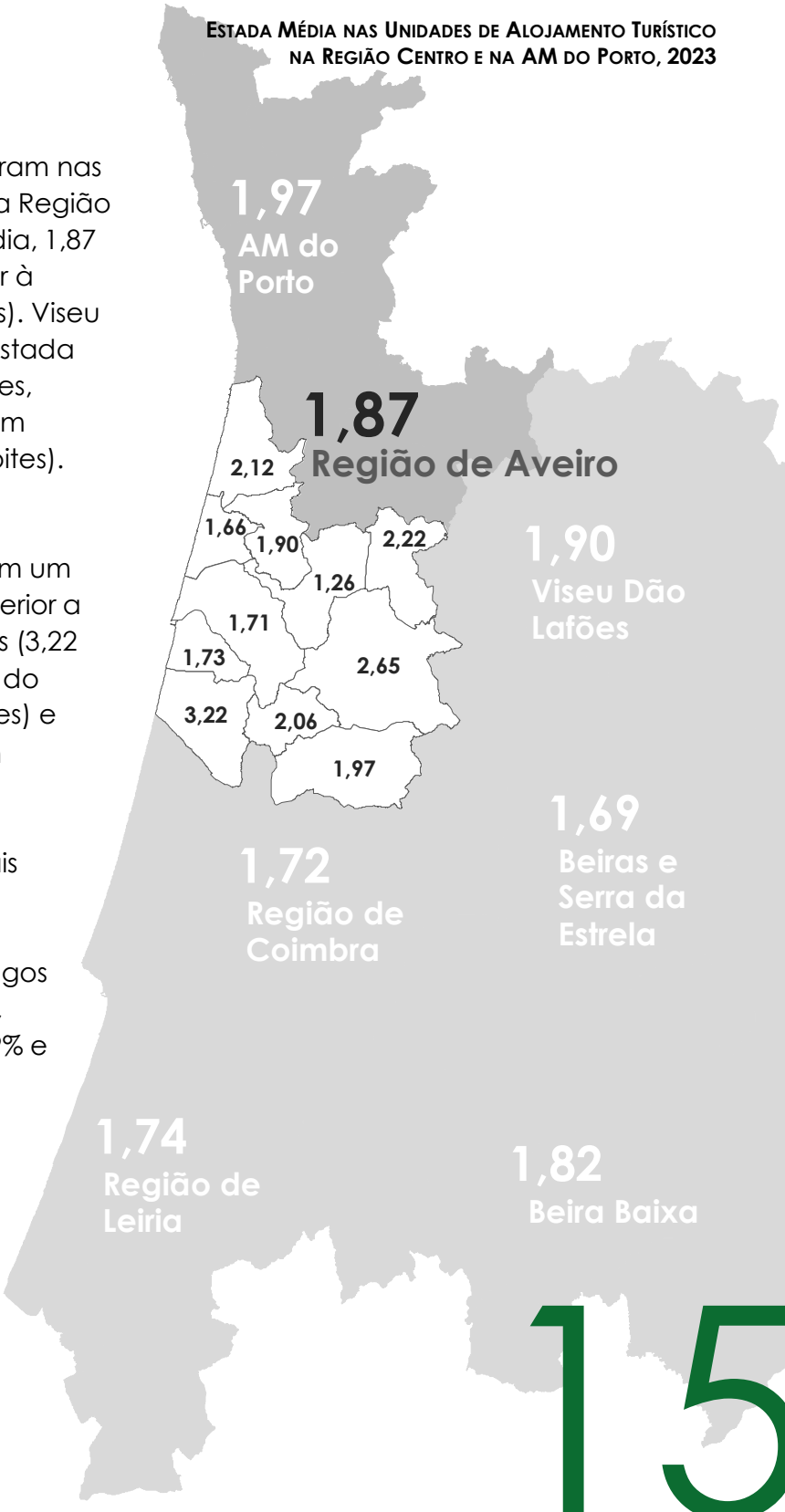
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

Em 2023, os hóspedes que pernoveram nas unidades de alojamento turístico da Região de Aveiro permaneceram, em média, 1,87 noites, sendo este resultado superior à média da NUTS II Centro (1,77 noites). Viseu Dão Lafões é a sub-região com a estada média mais elevada, com 1,90 noites, seguida pela Região de Aveiro e, em terceiro lugar, a Beira Baixa (1,82 noites).

Ao nível local é de salientar vários municípios da Região de Aveiro com um tempo médio de permanência superior a duas noites, nomeadamente Vagos (3,22 noites), Águeda (2,65 noites), Sever do Vouga (2,22 noites), Ovar (2,12 noites) e Oliveira do Bairro (2,06 noites). Com apenas 1,26 noites, em média, Albergaria-a-Velha surge como o município com a estada média mais diminuta.

Em termos evolutivos, Águeda e Vagos voltam a assumir o maior destaque, com acréscimos na ordem dos 67,9% e 51,0%, respetivamente. Com uma diminuição da estada média surgem os municípios de Oliveira do Bairro (-18,3%), Aveiro (-2,2%) e Anadia (-0,4%). O município de Aveiro, ainda que possua o maior número de hóspedes e dormidas, apresenta a terceira estada média mais baixa da sub-região.



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

Região de Aveiro

2023	Hóspedes	Dormidas	Estada Média
Nacionais	282 234	466 484	1,70
<u>Estrangeiros</u>	215 200	461 961	2,10
			
Principais Mercados			
Hóspedes	37,7%ES 9,8%FR 8,7%BR 6,0%DE 4,7%US		
Dormidas	35,0%ES 8,7%FR 7,9%BR 7,0%DE 3,9%US		
Estada Média	2,50DE 2,30PL 2,10UK 2,00ES 1,90BR		

A análise por nacionalidade permite conhecer a estrutura da procura turística de um território, assim como avaliar a dependência do mercado doméstico ou quais os principais mercados emissores. Na Região de Aveiro, o mercado nacional foi maioritário, tanto nos hóspedes (56,7%), como nas dormidas (50,2%). Contudo, são os hóspedes estrangeiros que, em média, permanecem mais noites no território (2,10 noites).

No que diz respeito aos mercados estrangeiros, tanto nos hóspedes, como nas dormidas, o top 5 é formado pelos mesmos países de origem, com os hóspedes espanhóis a ocuparem o primeiro lugar (37,7% e 35,0% do total dos estrangeiros, respetivamente). Para além dos franceses, em segundo lugar, e dos alemães, em quarto, é de destacar a presença de dois mercados de longa distância: o Brasil e os EUA. Na estada média, verifica-se que são os hóspedes alemães (2,50 noites) e os polacos (2,30 noites) que ficam mais noites na sub-região. Atente-se também para a presença do mercado inglês em terceiro lugar e que não consta nos rankings anteriores.

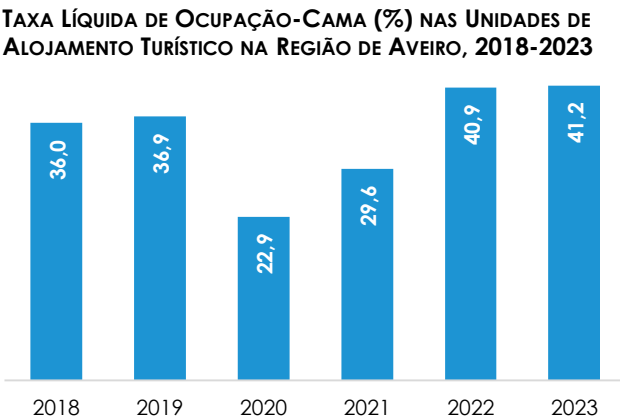
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

A taxa líquida de ocupação-cama é um indicador de desempenho que permite avaliar os níveis de ocupação das camas disponíveis nas unidades de alojamento por parte dos hóspedes que pernoitam num determinado território. Durante o período em análise, verifica-se que a taxa líquida de ocupação-cama na Região de Aveiro manteve um crescimento positivo contínuo, passando de 36,0%, em 2018, para 41,2%, em 2023 (+5,2 pontos percentuais).

Como seria de esperar, no ano de 2020, com o início da pandemia Covid 19, a taxa de ocupação-cama nesta sub-região decresceu para o seu mínimo histórico, com uma quebra homóloga de 14,0 pontos percentuais, face a 2019 (fixando-se nos 22,9%).

A Região de Aveiro foi a NUTS III que registou o maior crescimento da taxa de ocupação-cama, entre 2018 e 2023 (+5,2 pontos percentuais), inclusivamente acima do ritmo de crescimento da região Centro (+1,8 pontos percentuais). Contrariamente, Viseu Dão Lafões (-2,8%) e a Região de Coimbra (-2,1%) foram as sub-regiões que sofreram decréscimos da taxa de ocupação registada nas unidades de alojamento dos seus territórios.



A taxa de ocupação-cama foi um dos principais indicadores afetados pela pandemia Covid 19, uma vez que as medidas de contenção não permitiam que as pessoas saíssem do seu município de residência habitual. Esta situação levou a um decréscimo da taxa de ocupação de todas as NUTS III da região Centro em 2020, contudo, já foi possível observar uma recuperação deste indicador. Entre 2020 e 2023, a Região de Aveiro foi a sub-região que apresentou o maior crescimento deste indicador, com o seu valor a aumentar 18,3 pontos percentuais, seguida pela Região de Leiria e pela Região de Coimbra (14,9 e 13,9 pontos percentuais, respetivamente).

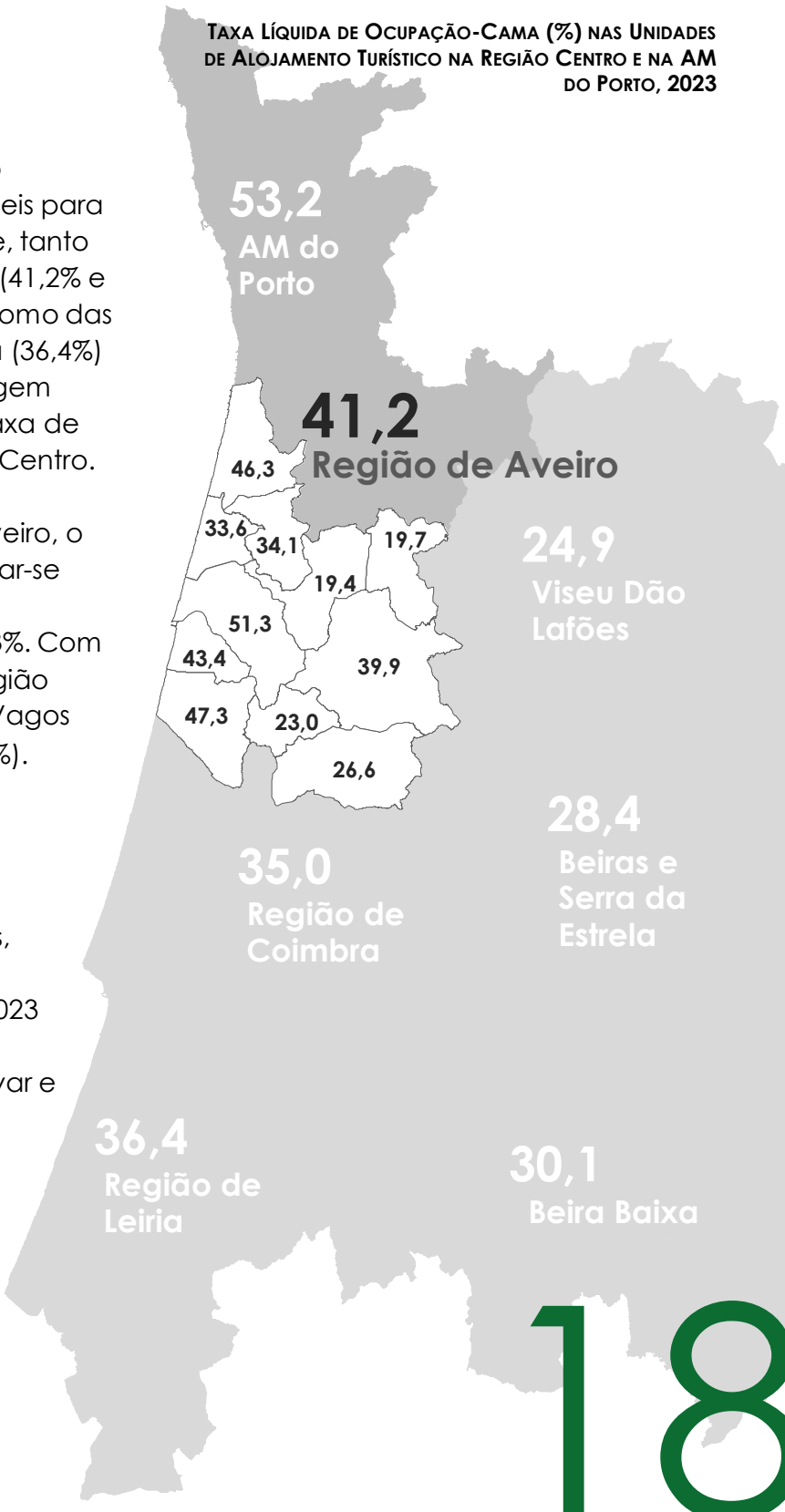
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

Historicamente, a Região de Aveiro apresenta resultados muito favoráveis para a taxa de ocupação, mantendo-se, tanto acima da média da NUTS II Centro (41,2% e 32,8%, respetivamente, em 2023), como das restantes NUTS III. A Região de Leiria (36,4%) e a Região de Coimbra (35,0%) surgem como as outras NUTS III com uma taxa de ocupação-cama superior à NUTS II Centro.

No contexto local da Região de Aveiro, o município de Aveiro volta a destacar-se entre os demais, com uma taxa de ocupação-cama, em 2023, de 51,3%. Com valores acima da média da sub-região surgem também os municípios de Vagos (47,3%), Ovar (46,3%) e Ílhavo (43,4%). Os resultados mais modestos foram registados em Albergaria-a-Velha (19,4%) e Sever do Vouga (19,7%).

Em termos evolutivos, uma vez mais, Vagos e Águeda assinalaram os maiores acréscimos, entre 2018 e 2023 (+24,0 e +19,5 pontos percentuais, respetivamente). Por outro lado, Ovar e Albergaria-a-Velha, durante este período, viram a taxa de ocupação nas suas unidades de alojamento diminuir (-2,9 e -1,9 pontos percentuais).



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

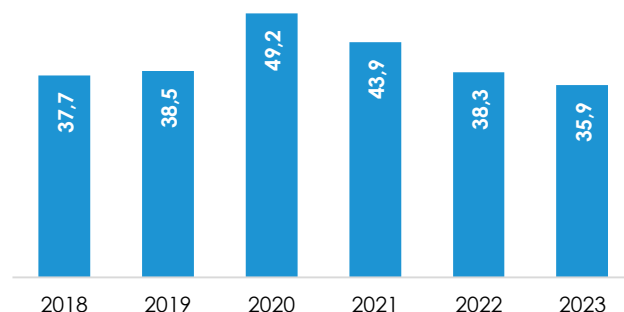
01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

Num contexto de caracterização da atividade turística de um território, outro indicador que importa monitorizar é a taxa de sazonalidade, esta que permite avaliar se a procura turística se encontra distribuída ao longo do ano ou se está mais concentrada nos típicos meses de época alta – julho, agosto e setembro. Assim, valores elevados deste indicador revelam que ocorre uma maior procura na época de verão, o que se traduz em desafios maiores para manter a sustentabilidade da atividade turística ao longo do ano.

A taxa de sazonalidade na Região de Aveiro, após um forte agravamento em 2020, devido à pandemia Covid 19, tem vindo a decrescer continuamente, tendo, inclusive, registado o valor mais baixo da série temporal em análise em 2023 (35,9%, menos 1,8 pontos percentuais do que em 2018).

Ainda que, entre 2018 e 2023, todas as NUTS III da região Centro tenham registado uma diminuição da taxa de sazonalidade, juntamente com a Região de Leiria (-2,6 pontos percentuais), a Região de Aveiro foi das que mais decresceu. Por outro lado, os decréscimos menos significativos ocorreram nas Beiras e Serra da Estrela e em Viseu Dão Lafões (-0,1 e -0,3, respetivamente).

TAXA DE SAZONALIDADE (%) NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



A pandemia provocou um forte agravamento do fenómeno da sazonalidade, com as taxas a crescer de forma generalizada em praticamente todo o país. Contudo, em 2023, já se observam melhorias, com os territórios a registar progressivamente taxas de sazonalidade mais baixas. Entre 2020 e 2023, a Região de Aveiro é a NUTS III que regista a maior recuperação, com uma descida de 13,3 pontos percentuais, imediatamente seguida pela Beira Baixa (-13,1 pontos percentuais). Com decréscimos menos acelerados surge a Região de Leiria e a Região de Coimbra (-9,4 e -9,5 pontos percentuais, respetivamente).

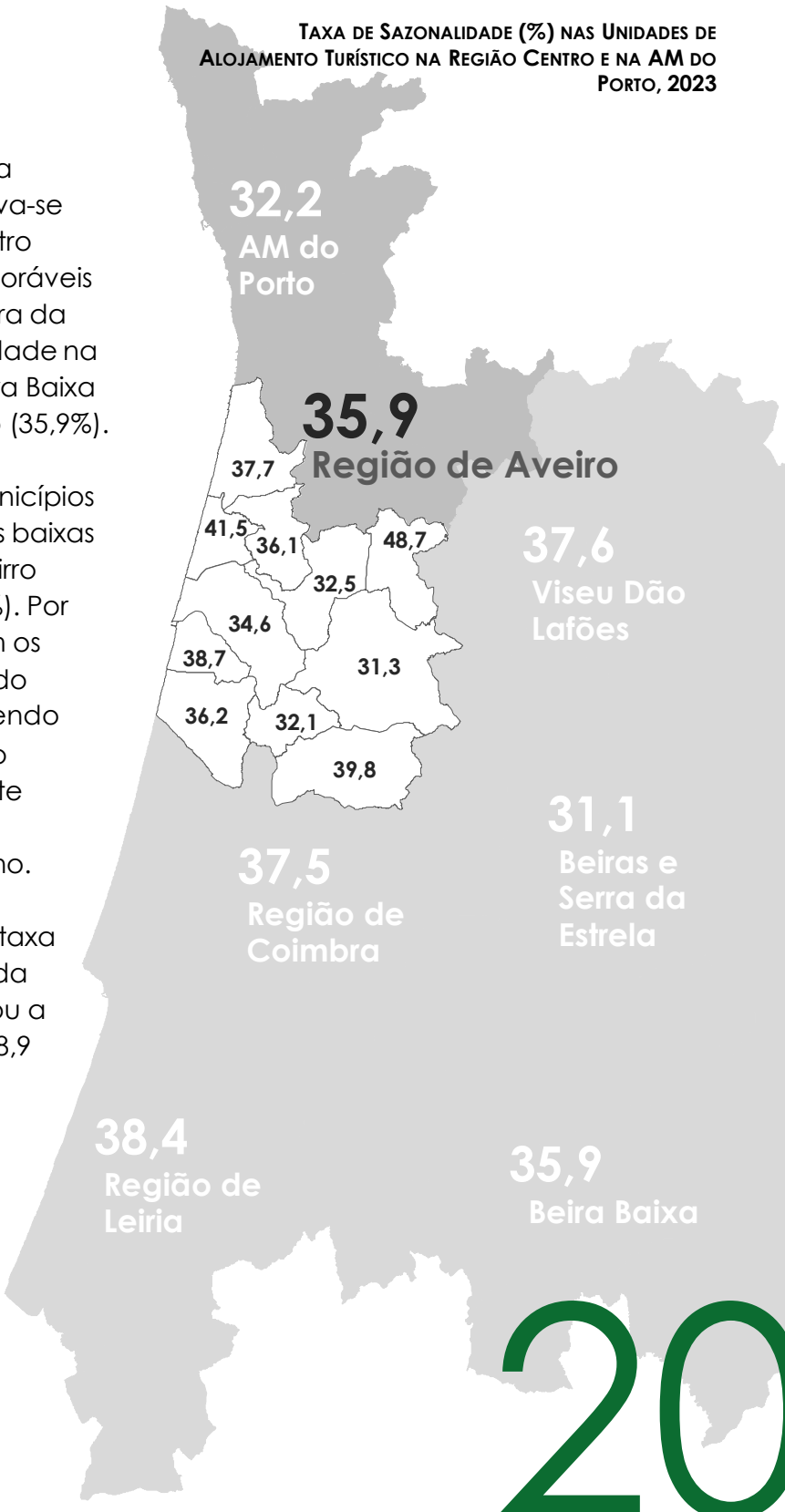
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

Em 2023, a taxa de sazonalidade na Região de Aveiro (35,9%) encontrava-se ligeiramente abaixo da NUTS II Centro (36,0%). Com os resultados mais favoráveis desta região surgem as Beiras e Serra da Estrela, com uma taxa de sazonalidade na ordem dos 31,1%, bem como a Beira Baixa com valor igual à Região de Aveiro (35,9%).

Dentro da Região de Aveiro, os municípios com as taxas de sazonalidade mais baixas são Águeda (31,3%), Oliveira do Bairro (32,1%) e Albergaria-a-Velha (32,5%). Por outro lado, os que mais sofrem com os efeitos da sazonalidade são Sever do Vouga (48,7%) e Murtosa (41,5%), sendo que, no caso particular de Sever do Vouga, conclui-se que praticamente metade da procura neste território ocorre apenas em três meses do ano.

Para além de ser o território com a taxa de sazonalidade mais baixa, Águeda foi também o município que registou a maior redução entre 2018 e 2023 (-8,9 pontos percentuais). Enquanto isso, alguns municípios viram a sua taxa de sazonalidade se agravar neste período, nomeadamente Albergaria-a-Velha (+2,6 pontos percentuais), Ovar (+1,8 pontos percentuais) e Anadia (+1,7 pontos percentuais).



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

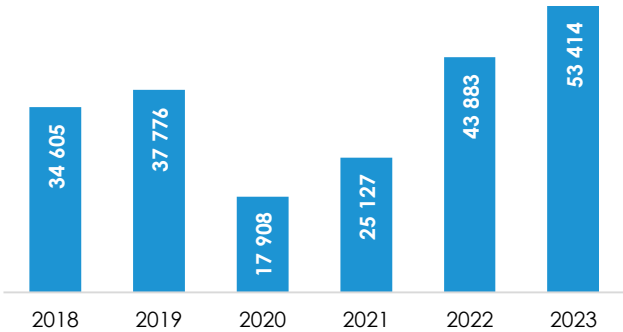
01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

No contexto das unidades de alojamento serão também analisados os proveitos totais, ou seja, todas as receitas geradas por estas, não só provenientes da exploração dos quartos, mas também dos restantes serviços complementares que sejam disponibilizados pelas unidades de alojamento (ex., restaurante, bar, eventos, SPA, animação turística). Entre 2018 e 2023, à semelhança dos restantes indicadores turísticos, a Região de Aveiro registou uma evolução positiva dos proveitos totais gerados no seu território (+54,4%).

Como seria expectável, os proveitos totais das unidades de alojamento foram fortemente condicionados pelas medidas impostas na prevenção da pandemia Covid 19, sendo dos indicadores mais afetados. Na Região de Aveiro, a quebra dos proveitos totais, entre 2019 e 2020, foi de 52,6%.

A taxa de crescimento global dos proveitos totais na Região de Aveiro, que culminou com o máximo histórico da série temporal em análise (+54,4%), ficou bastante acima da média da região Centro (+38,3%) e foi o ritmo mais acelerado quando comparado com as restantes sub-regiões. A Beira Baixa (+51,1%) e as Beiras e Serra da Estrela (+42,4%) surgem também com acréscimos superiores à NUTS II Centro.

PROVEITOS TOTAIS (MILHARES DE €) NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



Não obstante ao facto deste indicador ter sido dos mais penalizados durante o período pandémico, foi também dos que alcançou ritmos de recuperação mais elevados. Assim, a Região de Aveiro volta a destacar-se e apresenta, em 2023, praticamente o triplo dos proveitos de aposento que tinha registado em 2020 (+198,3%). A esta seguem-se as NUTS III da Região de Coimbra (+188,7%), da Região de Leiria (+169,1%) e de Viseu Dão Lafões (+163,3%), deixando para último lugar a Beira Baixa e as Beiras e Serra da Estrela (+125,0% e 98,8%, respetivamente).

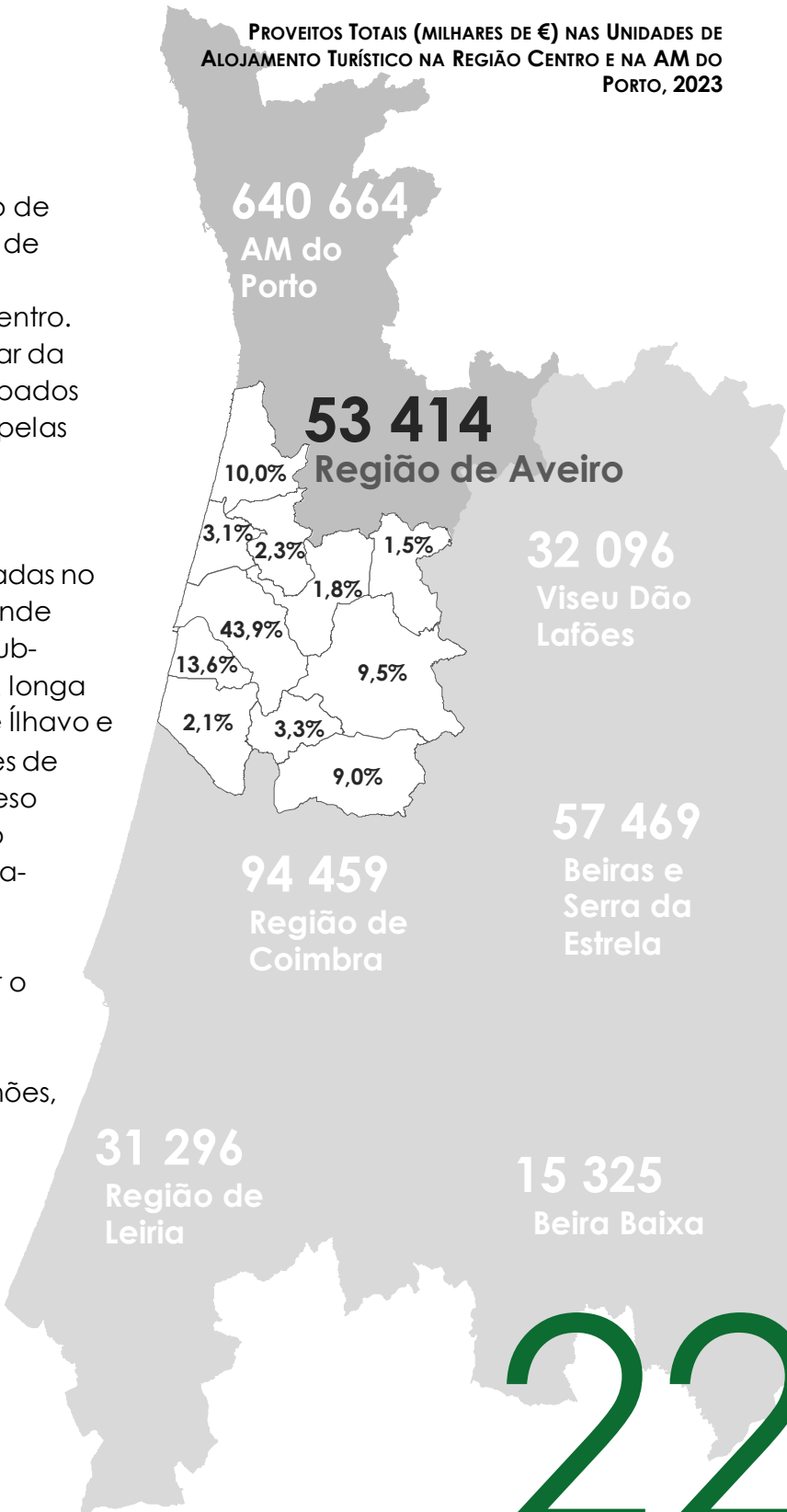
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

Os hóspedes que pernoveram nas unidades de alojamento da Região de Aveiro geraram mais de 53 milhões de euros de proveitos totais, em 2023, representando 18,8% do total do Centro. Este resultado ocupa o terceiro lugar da região, sendo os dois primeiros ocupados pela Região de Coimbra (33,3%) e pelas Beiras e Serra da Estrela (20,2%), respetivamente.

As unidades de alojamento localizadas no município de Aveiro geraram a grande maioria dos proveitos totais desta sub-região (23 446 milhares de euros). A longa distância, seguem os municípios de Ílhavo e Ovar (7 254 milhares e 5 325 milhares de euros, respetivamente). Com um peso relativo inferior a 2%, surge Sever do Vouga (819 mil euros) e Albergaria-a-Velha (965 mil euros).

Em termos evolutivos, é de salientar o comportamento de Águeda, que passou de cerca de 1,6 milhões de euros, em 2018, para mais de 5 milhões, em 2023 (+204,8%). Ainda que com um peso relativo diminuto, Sever do Vouga registou um acréscimo de 138,1% dos proveitos totais. Contrariamente, com um desempenho negativo surge a Murtosa (-6,0%) e Albergaria-a-Velha (-1,9%).



01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

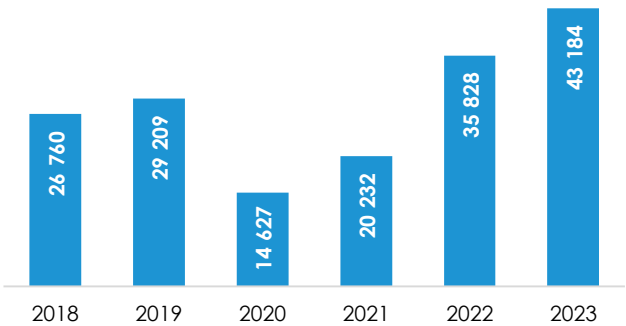
01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

Para além dos proveitos totais, importa também analisar, exclusivamente, os proveitos de aposento, que dizem respeito às receitas das unidades de alojamento turístico que provém apenas do serviço de alojamento, excluindo todos os serviços complementares (ex., restaurante, bar, eventos, SPA, animação turística). Entre 2018 e 2023, os proveitos de aposento registaram um crescimento positivo contínuo (à exceção de 2020), que, inclusivamente, foi superior ao dos proveitos totais (+61,4% e +54,4%, respetivamente).

Com os efeitos da pandemia Covid 19, os proveitos de aposento apresentaram o mesmo comportamento que os proveitos totais, registando uma forte quebra homóloga, entre 2019 e 2020 (-49,9%).

À semelhança dos proveito totais, a taxa de crescimento global dos proveitos de aposento das unidades de alojamento da Região de Aveiro superou, tanto a média de crescimento da NUTS II Centro (+44,3%), como das restantes NUTS III. Uma vez mais, a Beira Baixa (+60,9%) e as Beiras e Serra da Estrela (+53,1%) registaram os segundo e terceiro acréscimos mais expressivos. Viseu Dão Lafões volta a ser a sub-região que menos cresceu (+33,6%).

PROVEITOS DE APOSENTO (MILHARES DE €) NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, 2018-2023



A taxa de crescimento global entre 2020 e 2023 revela que a Região de Aveiro apresenta a maior recuperação no indicador dos proveitos de aposento, registando um acréscimo de 195,2%. Não obstante, todas as NUTS III registaram acréscimos superiores a 100%, com maior destaque para a Região de Coimbra (+183,8%) e Viseu Dão Lafões (+172,6%). Por outro lado, os crescimentos menos acelerados verificaram-se nas Beiras e Serra da Estrela (+102,7%) e na Beira Baixa (+120,1%).

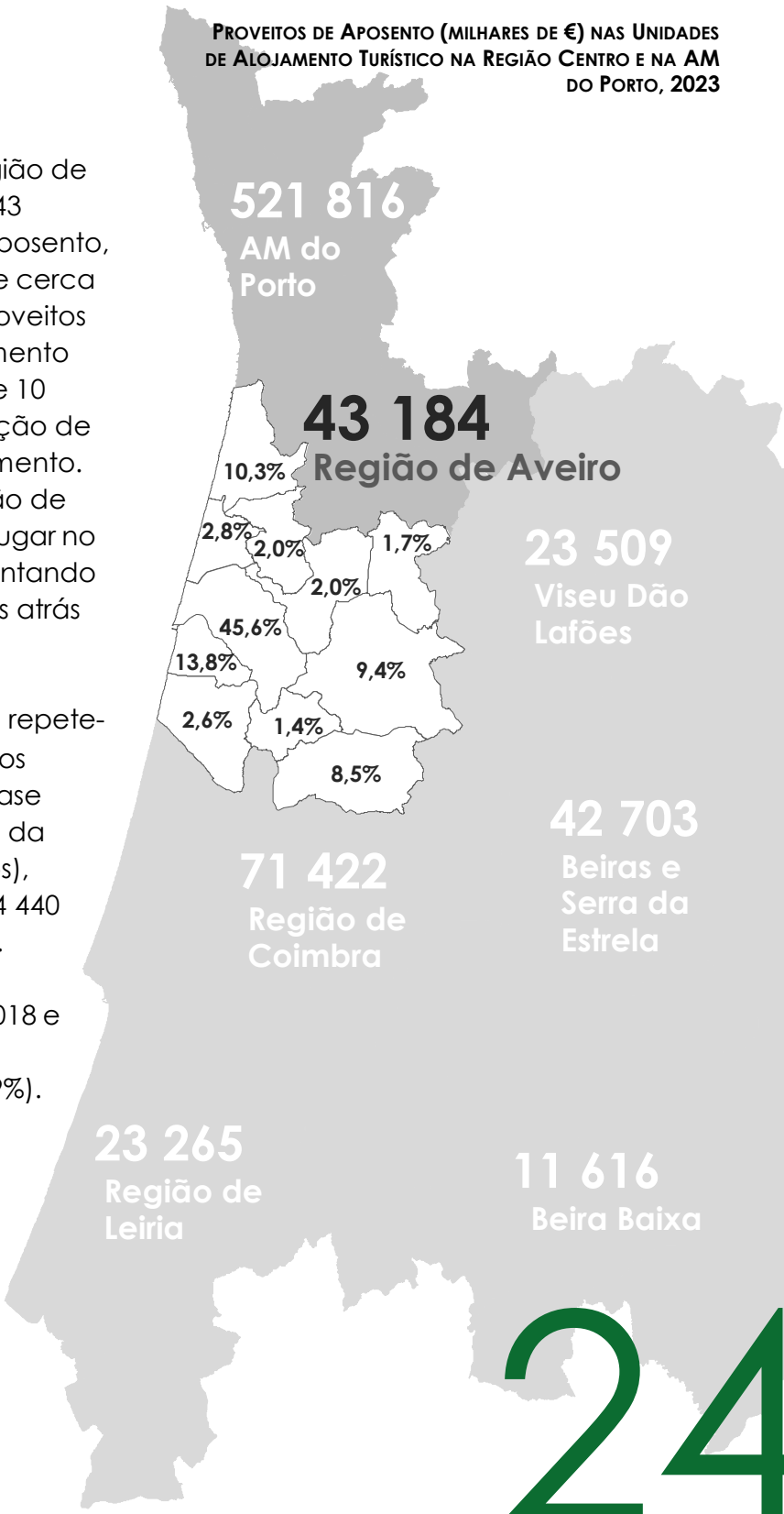
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.3. INDICADORES TURÍSTICOS

As unidades de alojamento da Região de Aveiro geraram, em 2023, mais de 43 milhões de euros de proveitos de aposento, o que representa uma diferença de cerca de 10 milhões de euros face aos proveitos totais. Assim, as unidades de alojamento desta sub-região geraram cerca de 10 milhões de euros através da prestação de serviços complementares ao alojamento. Nos proveitos de aposento, a Região de Aveiro passa a ocupar o segundo lugar no contexto da NUTS II Centro, representando 20,0% do total desta região, apenas atrás da região de Coimbra (33,1%).

Ao nível local da Região de Aveiro, repete-se o cenário observado nos proveitos totais, com Aveiro a concentrar quase metade dos proveitos de aposento da sub-região (19 682 milhares de euros), seguido por Ílhavo e Ovar (5 967 e 4 440 milhares de euros, respetivamente).

Em termos de crescimento, entre 2018 e 2023, Águeda volta a registar o acréscimo mais significativo (+249,9%). É de destacar que no caso dos proveitos de aposento, nenhum município registou um decréscimo durante o período em análise. Em todo o caso, os acréscimos mais modestos foram registados em Albergaria-a-Velha (+4,2%) e na Murtosa (+13,1%).



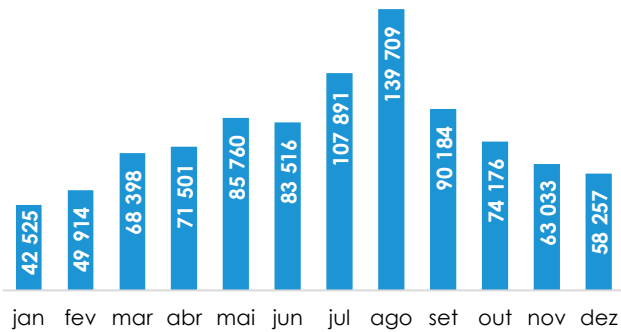
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.4. ESTIMATIVAS 2024

Uma vez que o INE ainda não disponibilizou os dados estatísticos definitivos para a atividade turística em 2024, abaixo analisam-se os dados provisórios mensais das dormidas de hóspedes nas unidades de alojamento turístico da Região de Aveiro. Assim, estima-se que esta NUTS III, em 2024, tenha alcançado 934 864 dormidas, o que representa um acréscimo de 0,7% face a 2023, traduzindo-se no melhor resultado de sempre.

Agosto – mês típico de época alta – registou quase 140 mil dormidas (14,9% do total de dormidas em 2024), seguido por julho (11,5%) e setembro (9,6%). Os três meses de maior procura concentraram cerca de 36,1% do total das dormidas do ano, revelando uma taxa de sazonalidade ligeiramente superior à registada em 2023 (+0,2 pp).

NÚMERO DE DORMIDAS DE HÓSPEDES NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO TURÍSTICO NA REGIÃO DE AVEIRO, MENSAL, 2024



+ 559 954

DORMIDAS

ESTIMATIVAS IDTOUR 2024

1 556 UNIDADES DE AL, DAS

QUAIS 1 439 COM MENOS

DE 10 CAMAS (92,5%)

Complementarmente aos resultados provisórios apurados pelo INE, no âmbito de um estudo de investigação aplicada realizado pela IDTOUR (pelo seu IDTOUR.Lab), foram estimadas as dormidas para o ano 2024 que provêm das unidades de AL com menos de 10 camas, uma vez que estas unidades não são contabilizadas pelo INE.

A IDTOUR apurou que 92,5% das unidades de AL têm menos de 10 camas, fazendo com que essas 1 439 unidades não sejam contabilizadas. Através da aplicação de modelos previsionais internos, estima-se que estas unidades tenham gerado 559 954 novas dormidas na Região de Aveiro, em 2024.

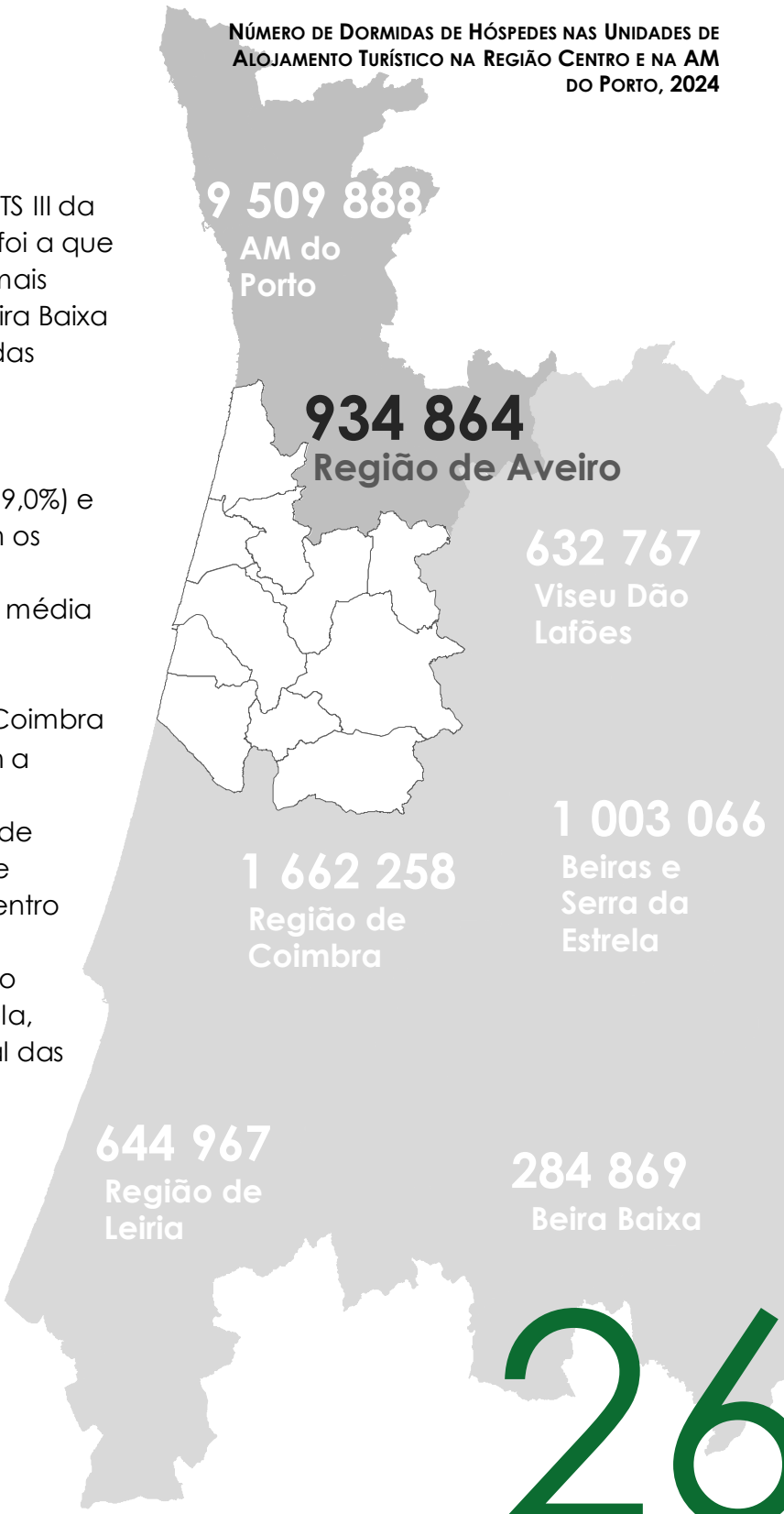
01. CARACTERIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA

01.4. ESTIMATIVAS 2024

As estimativas revelam que, comparativamente às restantes NUTS III da região Centro, a Região de Aveiro foi a que registou o crescimento homólogo mais modesto (+0,7%), à exceção da Beira Baixa que registou uma quebra de 1,9% das dormidas, face a 2023.

As sub-regiões de Viseu Dão Lafões (+10,7%), Beiras e Serra da Estrela (+9,0%) e Região de Leiria (+7,8%) verificaram os maiores acréscimos e um ritmo de crescimento mais acelerado que a média da NUTS II Centro (+5,6%).

Em termos absolutos, a Região de Coimbra e as Beiras e Serra da Estrela voltam a assumir o maior destaque, concentrando mais de 2,7 milhões de dormidas, o que representa mais de metade das dormidas na região Centro em 2024. Este dado revela que a Região de Aveiro perdeu o segundo lugar para as Beiras e Serra da Estrela, justificando, em 2024, 18,1% do total das dormidas (0,9 pontos percentuais abaixo do seu peso relativo em 2023). A Beira Baixa, uma vez mais, é a sub-região que concentra o menor número de dormidas da região Centro, tendo, inclusivamente, o seu peso relativo decrescido face a 2023 (5,5%).



02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Património Natural:

- Pateira de Fermentelos
- Rios (Vouga, Alfusqueiro, Águeda, Cértima, Marnel)
- Parques Fluviais (Alfusqueiro, Redonda, Bolfiar)
- Serras (Caramulo)
- Vales de Rios (Águeda, Cértima, Alfusqueiro)
- Parques Verdes (Alta Vila, Espinhel, Óis da Ribeira)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR58, GR59, percursos locais, ciclovias, ecopista)

Património Cultural:

- Arte Urbana

- Museu da Fundação Dionísio Pinheiro e Alice Cardoso Pinheiro
- Bandas Filarmónicas
- Rota dos Moinhos de Portugal
- Monumentos e Imóveis Classificados (nacional, interesse público)
- Património Religioso
- Gastronomia (leitão, pastéis de Águeda, vinho e espumante da Bairrada, bolo Santa Eulália)

Equipamentos:

- Centro de Artes de Águeda
- Crossodromo Internacional do Casarão

- Centro de Interpretação do Rio
- Centro BT | Águeda Bike Park

Património Industrial:

- ABIMOTA
- FAMEL
- Núcleo Museológico de Macinhata do Vouga
- Revigrés
- Cerâmica Almas Design

Eventos:

- AgitÁgueda Art Festival
- Águeda é Natal
- Festa do Leitão da Bairrada
- Gest' Orelhudo
- Mundial de Motocross

PRODUTOS TURÍSTICOS

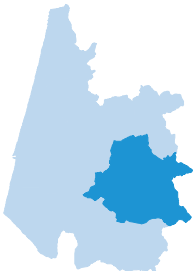
Estratégicos:

Turismo de Natureza (cycling & walking) | Turismo Cultural | Turismo Industrial (fileira das duas rodas) | Gastronomia e Vinhos | Eventos

Complementares:

Turismo de Negócios | Turismo Desportivo | Turismo Religioso

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ÁGUEDA

AGENTES TURÍSTICOS (A 31 DE MAR'25 SEGUNDO O RNT)

Empreendimentos Turísticos:

8 unidades (11,1%)
507 camas (10,9%)

Alojamento Local:

45 unidades (2,8%)
262 camas (4,0%)

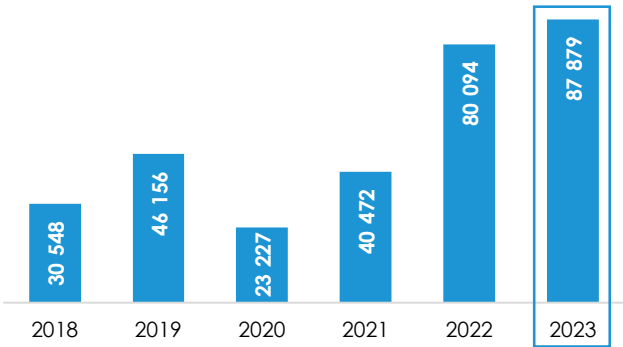
Animação Turística:

9 agentes (5,1%)

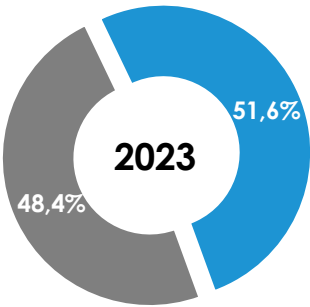
Agências de Viagens e Turismo:

3 agências (4,2%)

MERCADOS EMISSORES



DORMIDAS NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO EM ÁGUEDA



■ Nacionais ■ Estrangeiros

- » ES 21,9%
- FR 5,6%
- BR 3,7%
- IT 2,9%
- GR 2,3%

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



AgitÁgueda Art Festival

Umbrella Sky Project

Lagoa da Pateira de Fermentelos

Águeda é Natal

"Capital da Bicicleta"

FAMEL



INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:

Desassoreamento da Pateira; Novo Museu Ferroviário

Médio/ Longo Prazo:

Ecovia e passadiços adaptados da Pateira; Parque Verde da Cidade; Novas piscinas municipais

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL

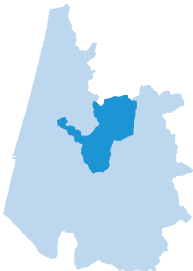


Património Natural: <ul style="list-style-type: none">-Pateira de Frossos-Moinhos de Água-Rios (Vouga, Caima, Fílveda)-Vilarinho de São Roque - Aldeia de Portugal-Paisagem do Bocage-Monte N. Senhora do Socorro-Parques Verdes (Areal, Boca do Carreiro, Plátanos)-Rotas Pedestres e Cicláveis (GR57, GR58, GR59, percursos locais, ciclovias, percursos de BTT)	<ul style="list-style-type: none">-Rota dos Moinhos de Portugal-Arte Nova-Património Arqueológico (monte São Julião, mamoaas do Taco, mamoaas de Açores)-Monumentos e Imóveis Classificados (interesse público)-Património Religioso-Gastronomia (pão, carne Marinhola, leitão, rojões, vitela assada, caldeirada de enguias, roscas, raivas)	<ul style="list-style-type: none">-Centro Cultural da Branca-Centro de Interpretação da Pateira de Frossos
Património Cultural: <ul style="list-style-type: none">-Caminho de Santiago	Equipamentos: <ul style="list-style-type: none">-Cineteatro Alba-Centro Cultural de São João de Loure	Património Industrial: <ul style="list-style-type: none">-Fábrica ALBA-Antiga Fábrica de Papel de Valmaior-Companhia de Celulose do Caima
		Eventos: <ul style="list-style-type: none">-Festival do Pão de Portugal-ExpoFlorestal-Albergaria ConVida-Festival dos Moinhos de Portugal

PRODUTOS TURÍSTICOS

Estratégicos: Turismo de Natureza Turismo Cultural (património molinológico) Gastronomia
Complementares: Turismo Industrial Turismo Religioso (Caminho de Santiago) Eventos

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ALBERGARIA-A-VELHA

AGENTES TURÍSTICOS (A 31 DE MAR'25 SEGUNDO O RNT)

Empreendimentos Turísticos:

5 unidades (6,9%)
77 camas (1,7%)

Animação Turística:

3 agentes (1,7%)

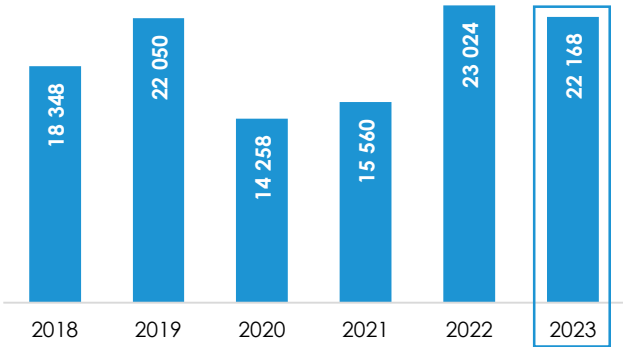
Alojamento Local:

41 unidades (2,5%)
312 camas (4,7%)

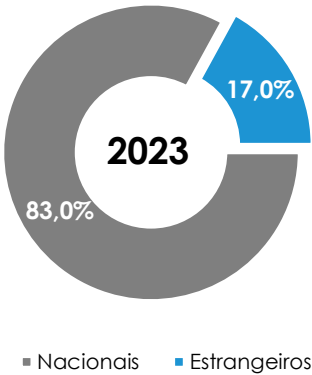
Agências de Viagens e Turismo:

2 agências (2,8%)

MERCADOS EMISSORES

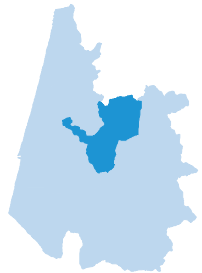


DORMIDAS NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO EM ALBERGARIA-A-VELHA



» ES 37,0%
FR 17,9%
DE 7,2%
IT 5,7%
BR 5,1%

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ALBERGARIA-A-VELHA MARCAS TERRITORIAIS

Moinhos de Água e Festival do Pão de Portugal

ALBA



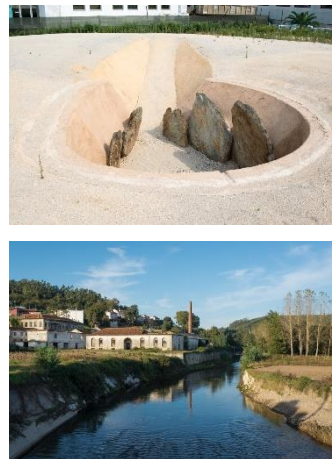
Caminho de Santiago e de Fátima

Pateira de Frossos



Património Arqueológico

Antiga Fábrica de Papel de Valmaior



INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

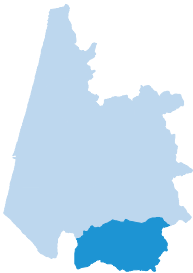
Curto Prazo:

Percurso pedestre com passadiços entre Valmaior e o Caima; Museu Municipal/ Posto de Turismo

Médio/ Longo Prazo:

Museu da Água e Arquivo Histórico dos Recursos Hídricos (antiga fábrica de papel de Valmaior)

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ANADIA RECURSOS TURÍSTICOS (NÃO EXAUSTIVO)

Património Natural:

- Mancha Vitícola de São Lourenço do Bairro
- Termas da Curia e de Vale da Mó
- Rios (Cértima, Levira, Serra)
- Barragens (Gralheira, Porcão, Saidinho)
- Lagoas (Torres, Paul de Ancas, Olho de Aguim)
- Parques Verdes (Termas da Curia, Termas de Vale da Mó, Urbano de Anadia)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR58, GR59, GR32, percursos locais, ciclovias)

Património Cultural:

- Museu do Vinho da Bairrada
- Aliança Underground Museum
- Monumentos e Imóveis Classificados (interesse público e municipal)
- Património Religioso
- Gastronomia (leitão, vinho e espumante da Bairrada, chanfana, cabidela e feijoada de leitão, bolo doce d'Anadia, barriga de freira, aletria, arroz doce)

Equipamentos:

- CAR de Sangalhos
- Cineteatro de Anadia

- Complexo Desportivo de Anadia

Património Industrial:

- Museu das Duas Rodas
- InCycles Bike Group
- Bamboo Cycles
- Caves e Quintas de Vinho
- Fábricas de Cerâmica (Pavigrés, Certeca, Candigrés, Sanitana)

Eventos:

- Feira do Vinho e da Vinha
- Millèsime
- Aldeia do Rodolfo – Natal em Anadia

PRODUTOS TURÍSTICOS

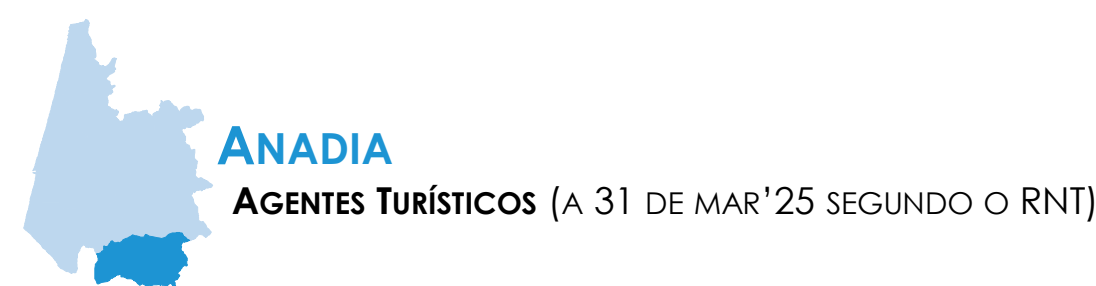
Estratégicos:

Turismo Desportivo (CAR, complexo desportivo) | Turismo de Saúde e Bem-Estar (termalismo) | Gastronomia | Enoturismo | Turismo Cultural

Complementares:

Turismo de Natureza | Turismo Industrial (fileiras da cerâmica e duas rodas) | Eventos

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL

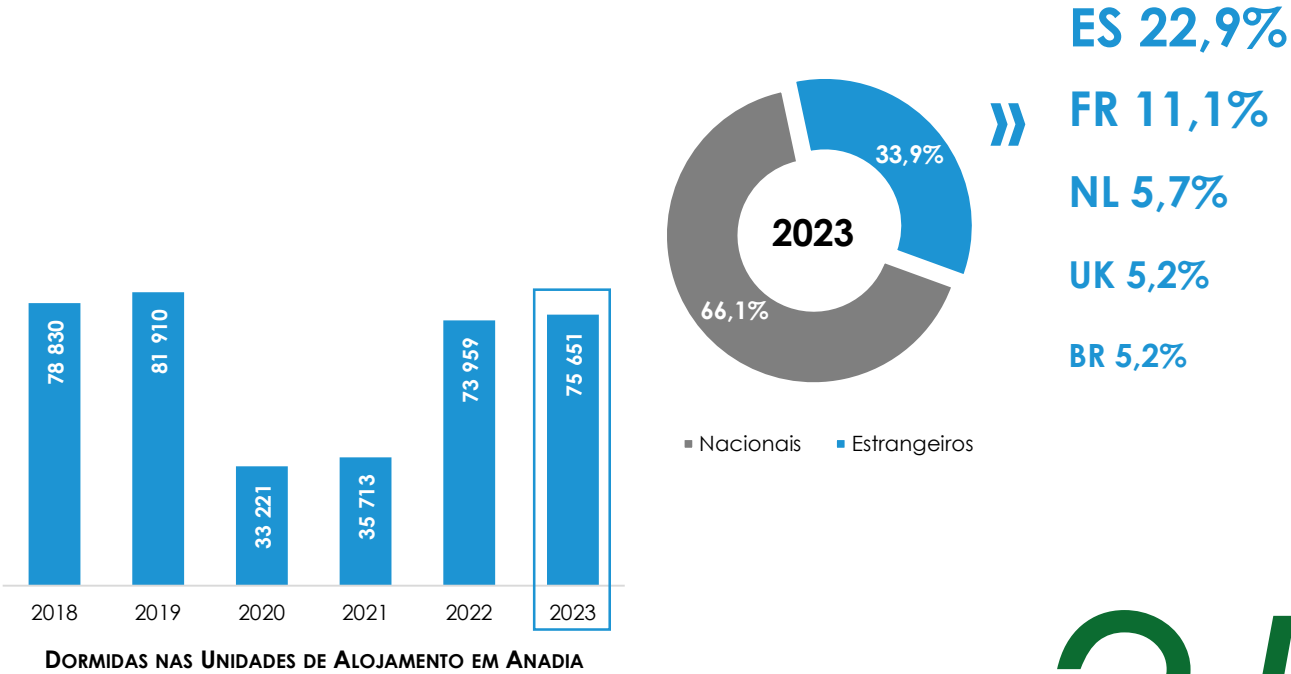


- Empreendimentos Turísticos:**
9 unidades (12,5%)
812 camas (17,4%)

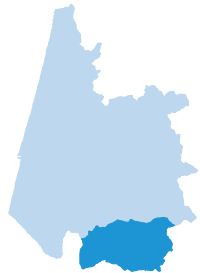
Alojamento Local:
74 unidades (4,6%)
403 camas (6,1%)
- Animação Turística:**
8 agentes (4,5%)

Agências de Viagens e Turismo:
5 agências (6,9%)

MERCADOS EMISSORES



02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ANADIA

MARCAS TERRITORIAIS

Capital do Espumante

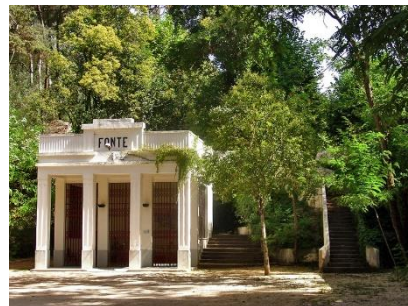
Termas da Curia

Termas de Vale da Mó

Leitão à Bairrada

Velódromo Nacional de Sangalhos

Museu das Duas Rodas



**ANADIA
CAPITAL DO
ESPUMANTE**



INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:

n.a.

Médio/ Longo Prazo:

Casa da Água (espaço museológico e interpretativo da Curia)

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Património Natural:

- Ria de Aveiro
- Canais Urbanos
- Reserva Natural das Dunas de São Jacinto
- Marinhas de Sal de Aveiro
- Praia Marinha da Noeirinha
- Rios (Vouga, Novo do Príncipe)
- Lagoa do Paraíso
- Praia de São Jacinto
- Portos de Recreio e Cais
- Parques Verdes (Requeixo, Infante D. Pedro, Baixa de Santo António, Balsa)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR57, GR58, GR59, percursos locais, ciclovias, EuroVelo 1)

Património Cultural:

- Museus de Aveiro (Santa Joana, Arte Nova, Cidade, EcoMuseu da Troncalhada)
- Barco Moliceiro
- Arte Nova
- Universidade de Aveiro
- Centro Interpretativo do Achado e da História do Rossio
- Monumentos e Imóveis Classificados (nacional, interesse público e municipal)
- Património Religioso
- Gastronomia (caldeirada de enguias, ostras e bivalves, sal e flor de sal de Aveiro, salicórnia, ovos moles, tripas doces, raivas)

Equipamentos:

- Estação Náutica de Aveiro
- CAR de São Jacinto
- CMIA
- Espaço Turismo & Museus

Património Industrial:

- Fábrica da Ciência Viva
- Centro de Congressos Aveiro

Eventos:

- Festival dos Canais
- Prisma/ TechWeek
- Maratona da Europa
- Festival Dunas São Jacinto
- Feira de Março
- Boas Festas em Aveiro

PRODUTOS TURÍSTICOS

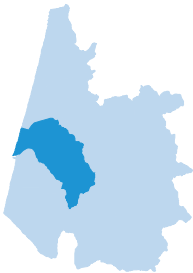
Estratégicos:

Turismo Cultural (arte nova) | Turismo de Negócios | Turismo Científico (Universidade de Aveiro) | Turismo de Natureza | Turismo Náutico | City Break

Complementares:

Gastronomia | Turismo Religioso | Arte & Arquitetura | Eventos

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



AVEIRO

AGENTES TURÍSTICOS (A 31 DE MAR'25 SEGUNDO O RNT)

Empreendimentos Turísticos*:

16 unidades (22,2%)
1 522 camas (32,7%)

Alojamento Local:

612 unidades (37,8%)
2 112 camas (31,9%)

*Acréscimo um parque de campismo com capacidade para 560 campistas

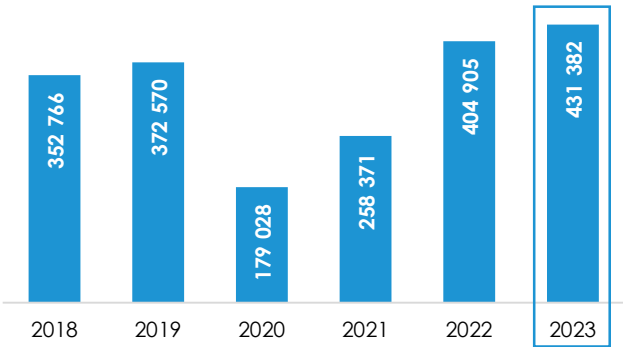
Animação Turística:

73 agentes (41,5%)

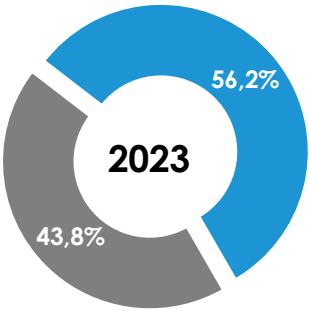
Agências de Viagens e Turismo:

26 agências (36,1%)

MERCADOS EMISSORES



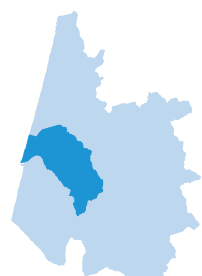
DORMIDAS NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO EM AVEIRO



■ Nacionais ■ Estrangeiros

- » ES 36,5%
BR 11,6%
FR 8,3%
DE 6,2%
US 4,7%

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



AVEIRO

MARCAS TERRITORIAIS

Marinas de Sal de Aveiro

Ovos Moles

Ria de Aveiro

Barco Moliceiro

Arte Nova

Universidade de Aveiro



universidade
de aveiro

INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:

Quarteirão das Artes e Cultura - Aradas; Museu da Terra (Requeixo); Museu da Imprensa (Cacia); Museu de Arte Cerâmica Contemporânea (antiga biblioteca); Aveiro ParqueExpo - Eventos no Centro de Congressos

Médio/ Longo Prazo:

Pavilhão Multiusos do Parque Desportivo

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Património Natural:

- Ria de Aveiro
- Rios (Antuã, Gonde)
- Portos de Recreio e Cais
- Projeto BioRia
- Parques Verdes (Antuã, Mato)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR57, GR58, percursos locais, ciclovias, EuroVelo 1)

Património Cultural:

- Casa-museu Marieta Soeiro Madureira
- Casa-museu Egas Moniz
- Carpintaria Naval
- Teceragem
- Arte Urbana

- Imóveis Classificados (interesse público e municipal)
- Património Religioso
- Gastronomia (carne assada à moda de Santo Amaro, arroz do Baixo Vouga Lagunar, broa de Avanca, enguias, rojões, padas)

Equipamentos:

- Centro de Interpretação de Construção Naval
- Cineteatro de Estarreja
- Complexo de Desporto e Lazer
- Biblioteca Municipal de Estarreja
- CIA – Centro de Interpretação Ambiental

Património Industrial:

- Museu Fábrica da História - Arroz
- Pólo Químico de Estarreja

Eventos:

- Carnaval de Estarreja
- ObservaRia (bianual)
- ESTAU (bianual)
- Festas de Santo António, da Cidade e Município de Estarreja
- GarciCup
- Há Festa na Quinta
- Festival AVANCA (cinema)
- EstarreJAZZ – Festival de Jazz
- BioRace Challenge
- NATALIM

PRODUTOS TURÍSTICOS

Estratégicos:

Turismo de Natureza (cycling & walking, birdwatching) | Turismo Cultural (material e imaterial) | Turismo Náutico | Eventos | Turismo Industrial | Arte & Arquitetura (arte urbana)

Complementares:

Gastronomia | Turismo Desportivo

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL

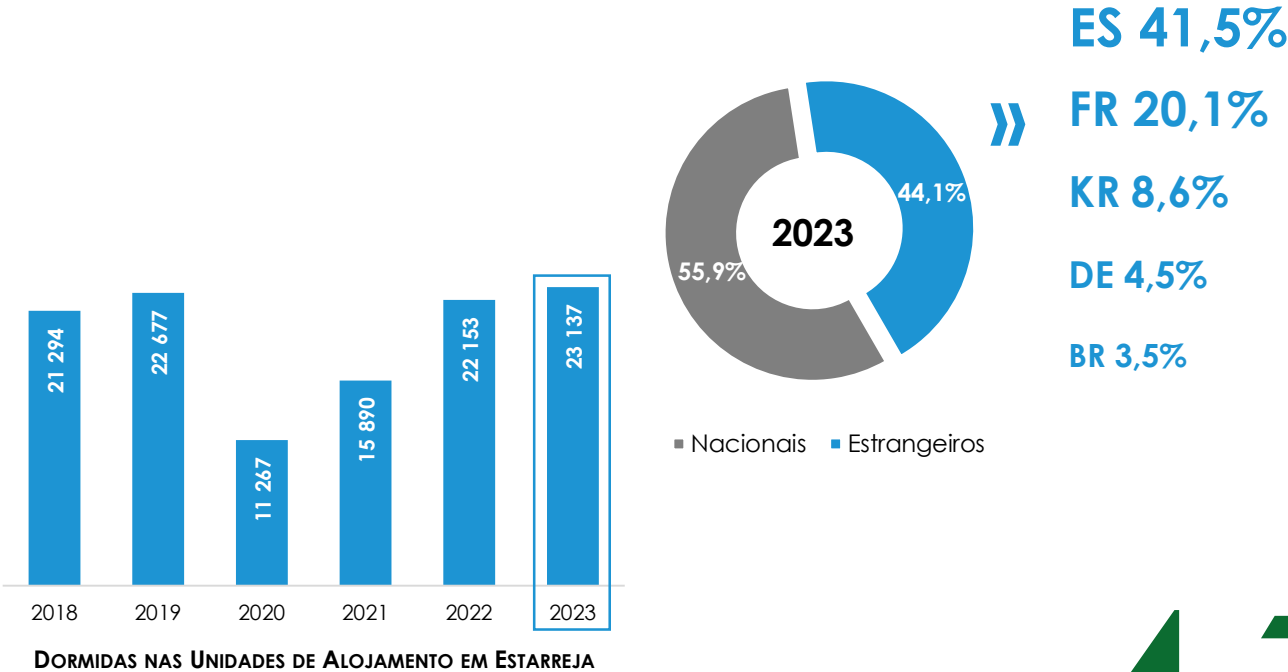


- Empreendimentos Turísticos:**
2 unidades (2,8%)
150 camas (3,2%)

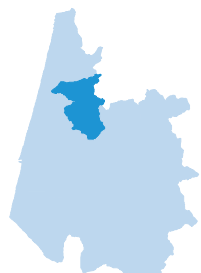
Alojamento Local:
22 unidades (1,4%)
102 camas (1,5%)
- Animação Turística:**
3 agentes (1,7%)

Agências de Viagens e Turismo:
3 agências (4,2%)

MERCADOS EMISSORES



02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ESTARREJA

MARCAS TERRITORIAIS

BioRia

Arte Urbana

Casa-museu Egas Moniz

Carnaval de Estarreja

Ria de Aveiro

**Museu Fábrica da História -
Arroz**



**CARNAVAL
ESTARREJA**



arroz

FÁBRICA DA HISTÓRIA

Egas Moniz
CASA MUSEU

INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

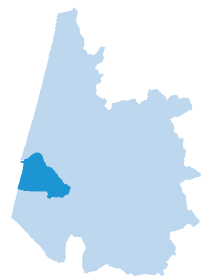
Curto Prazo:

Criação de um doce identitário de Estarreja de arroz; Fomento do cultivo de arroz no Baixo Vouga Lagunar

Médio/ Longo Prazo:

Expansão do BioRia para nascente; Promoção da 2ª edição do curso de construção naval; Criação de uma Rota dos Moinhos de Estarreja; Turismo Industrial - Edifício Síntese – Complexo Químico Industrial de Estarreja; Criação da Fábrica da Fantasia do Carnaval de Estarreja

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ÍLHAVO

RECURSOS TURÍSTICOS (NÃO EXAUSTIVO)

Património Natural:

- Ria de Aveiro
- Praias (Barra, Costa Nova)
- Rio Bôco
- Portos de Recreio e Cais
- Mata Nacional das Dunas da Gafanha
- Parques Verdes (Oudinot, Henriqueta Maia, Malhada)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR57, GR58, percursos locais, ciclovias, EuroVelo 1)

Património Cultural:

- Museu Marítimo de Ílhavo
- Palheiros da Costa Nova
- Farol da Barra

- Bairro Operário Vista Alegre
- Arte Nova e Arquitetura Contemporânea
- Casa Gafanha
- Património Religioso
- Gastronomia (bacalhau, folar e padas de Vale de Ílhavo, bivalves e peixes da Ria, algas)

Equipamentos:

- Casa Cultura de Ílhavo
- Fábrica Ideias Gafanha da Nazaré
- Cais Criativo Costa Nova
- Laboratório Artes Vista Alegre
- Centro da Religiosidade Marítima de Ílhavo

- Biblioteca Municipal de Ílhavo
- Estação Náutica do Município de Ílhavo

Património Industrial:

- Vista Alegre (museu e fábrica)
- Navio-Museu Santo André
- Porto Bacalhoeiro

Eventos:

- Projeto Cultural 23 Milhas
- Festival do Bacalhau
- Festa da Vista Alegre
- LEME
- Vamos aos Cricos!
- Carnaval Vale de Ílhavo
- Rádio Faneca

PRODUTOS TURÍSTICOS

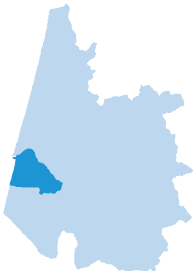
Estratégicos:

Sol e Mar | Turismo Náutico | Turismo Industrial | Turismo de Negócios | Gastronomia | Turismo de Natureza | Surf

Complementares:

Eventos | Turismo Cultural | Turismo Religioso

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ÍLHAVO

AGENTES TURÍSTICOS (A 31 DE MAR'25 SEGUNDO O RNT)

Empreendimentos Turísticos*:

7 unidades (9,7%)
658 camas (14,1%)

Alojamento Local:

284 unidades (17,5%)
1 143 camas (17,3%)

*Acrescem três parques de campismo com capacidade para 1 513 campistas

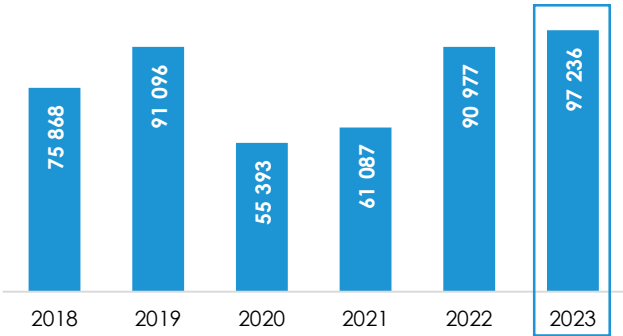
Animação Turística:

26 agentes (14,8%)

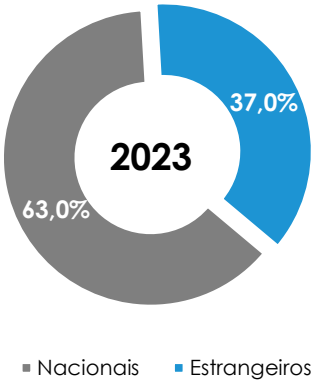
Agências de Viagens e Turismo:

14 agências (19,4%)

MERCADOS EMISSORES

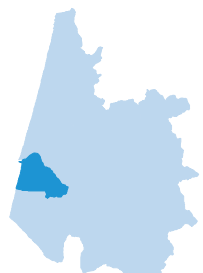


DORMIDAS NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO EM ÍLHAVO



» ES 35,7%
DE 12,7%
FR 12,0%
CH 4,3%
BR 3,9%

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



ÍLHAVO

MARCAS TERRITORIAIS

Ria de Aveiro (Canais, Barra e Bivalves)

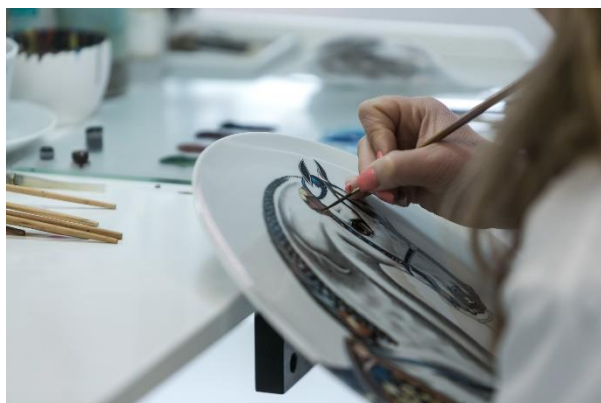
Praia da Barra e Costa Nova (Farol e Palheiros)

Vista Alegre

Capital Portuguesa do Bacalhau

Museu Marítimo de Ílhavo

Vale de Ílhavo



INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:

Reorganização da envolvente do Mercado e nova loja de turismo da Costa Nova; Biblioteca Gastronómica de Ílhavo; Posto Náutico da Barquinha; Nova ponte da Vista Alegre; Reformulação do discurso expositivo do Museu Marítimo de Ílhavo

Médio/ Longo Prazo:

Criação do Jardim Engenheiro Luís Gomes de Carvalho; Valorização e Requalificação do Porto Bacalhoeiro

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Património Natural:

- Ria de Aveiro
- Praia Marítima da Torreira
- Praias de Ria (Bico, Monte Branco)
- Portos de Recreio e Cais
- Parques Verdes (Saldida, Cais do Bico, Cais da Ribeira de Pardelhas)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR57, GR58, percursos locais, ciclovias, EuroVelo 1)

Património Cultural:

- Museu Etnográfico da Murtosa
- Casa-Museu Custódio Prato
- Barco Moliceiro/ Construção Naval Tradicional
- Imóveis Classificados (interesse municipal)
- Património Religioso
- Gastronomia (enguias de escabeche, enguias fritas, caldeirada de enguias, caldeirada de peixe, rojões à lavrador, lampreia e sável da Ria)

Equipamentos:

- Estação Náutica da Murtosa
- Skatepark da Murtosa

Património Industrial:

- COMUR – Museu Municipal
- Estaleiro – Museu do Monte Branco

Eventos:

- Festival Gastronómico da Enguia da Ria
- Romaria de São Paio da Torreira
- Feira Agrícola da Murtosa
- Primavera Ciclável

PRODUTOS TURÍSTICOS

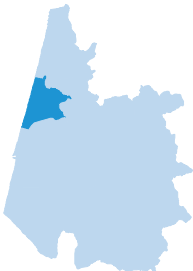
Estratégicos:

Sol e Mar | Turismo Náutico | Turismo de Natureza (cycling & walking) | Gastronomia (Festival da Enguia)

Complementares:

Turismo Cultural (rede local de museus) | Turismo Industrial | Turismo Religioso (romaria de São Paio da Torreira) | Eventos

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



MURTOSA

AGENTES TURÍSTICOS (A 31 DE MAR'25 SEGUNDO O RNT)

Empreendimentos Turísticos*:

4 unidades (5,6%)
188 camas (4,0%)

Animação Turística:

7 agentes (4,0%)

Alojamento Local:

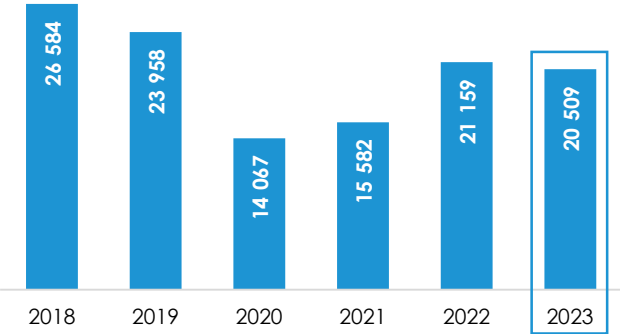
100 unidades (6,2%)
389 camas (5,9%)

Agências de Viagens e Turismo:

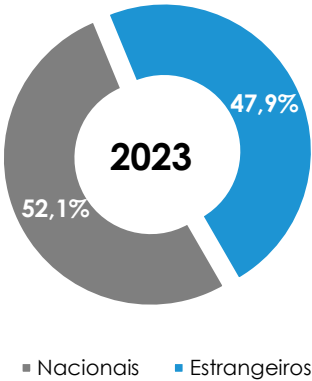
1 agências (1,4%)

*Acréscce um parque de campismo com capacidade para 500 campistas

MERCADOS EMISSORES



DORMIDAS NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO NA MURTOSA



» ES 36,1%
DE 10,8%
US 9,8%
FR 8,7%
CH 5,2%

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Barco Moliceiro/ Construção Naval Tradicional

Ria de Aveiro

Praia da Torreira

São Paio da Torreira

COMUR

Murtosa Ciclável

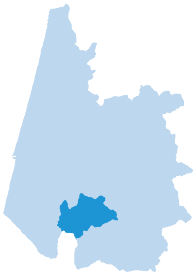


INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:
(...)

Médio/ Longo Prazo:
Reabilitação de Cais e Zonas Ribeirinhas

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



OLIVEIRA DO BAIRRO RECURSOS TURÍSTICOS (NÃO EXAUSTIVO)

Património Natural:

- Rios (Cértima, Levira)
- Pateira de Fermentelos
- Marinhas de Arroz
- Parques Verdes (Pinheiros Mansos, Ribeirinho do Carreiro Velho, Pateira, Canhota, Bebe e Vai-te, Cales)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR58, GR59, percursos locais, ciclovias)

Património Cultural:

- Museu da Etnomúsica da Bairrada
- Radiolândia – Museu do Rádio

- Palacete do Visconde de Bustos
- Arte Urbana
- Monumentos e Imóveis de Valor Arquitetónico
- Património Religioso
- Gastronomia (leitão, vinho e espumante da Bairrada, cabidela e feijoada de leitão, rojões à moda da Bairrada, chanfana)

Equipamentos:

- Quartel das Artes (Casa da Cultura)
- Espaço Inovação
- Edifício da Freguesia de Oiã

Património Industrial:

- Fábricas de Cerâmica (Rocha, Porcel, Recer)

Eventos:

- Carnaval de Oliveira do Bairro
- Festa da Criança
- Festa da Juventude
- Mix & Move – Semana Europeia da Mobilidade
- Caminhada Solidária Noturna
- MOB – Festa da Música e dos Músicos
- ExpoBairrada
- Santos Populares

PRODUTOS TURÍSTICOS

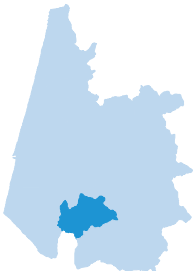
Estratégicos:

Turismo Cultural (rede local de museus) | Turismo de Natureza | Turismo Religioso | Arte e Arquitetura (fachadas de azulejo e arte urbana)

Complementares:

Gastronomia e Vinhos | Turismo Industrial (Recer e Porcel) | Eventos

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



OLIVEIRA DO BAIRRO

AGENTES TURÍSTICOS (A 31 DE MAR'25 SEGUNDO O RNT)

Empreendimentos Turísticos:

1 unidade (1,4%)
45 camas (1,0%)

Alojamento Local:

13 unidades (0,8%)
100 camas (1,5%)

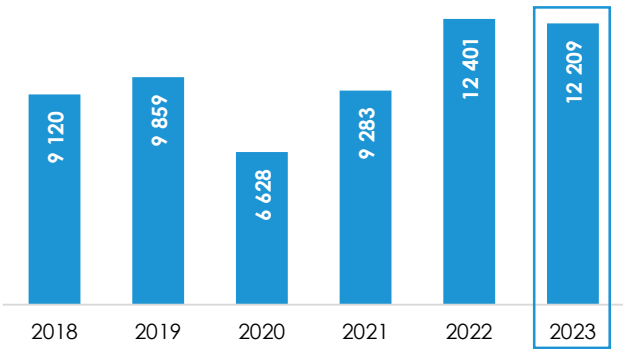
Animação Turística:

5 agentes (2,8%)

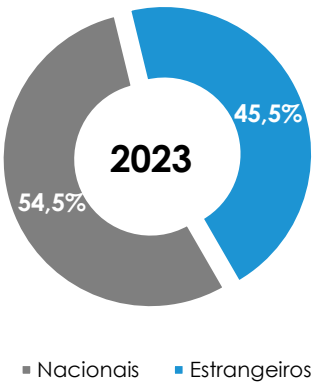
Agências de Viagens e Turismo:

3 agências (4,2%)

MERCADOS EMISSORES

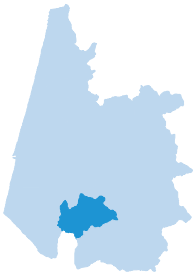


DORMIDAS NAS UNIDADES DE ALOJAMENTO EM OLIVEIRA DO BAIRRO



- » ES 72,7%
FR 12,0%
UK 5,7%
IT 1,7%
BR 1,4%

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



OLIVEIRA DO BAIRRO

MARCAS TERRITORIAIS

“No Coração da Bairrada”

Radiolândia



“Terra de Cerâmica”

Museu da Etnomúsica da Bairrada



Quartel das Artes

Arte Urbana



INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:

Requalificação do Palacete do Visconde de Bustos; Edifício Cine-Bustos; Requalificação do Museu de Etnomúsica da Bairrada; Corredor Verde da Vila de Oiã; Bairro Comercial Digital de Oliveira do Bairro

Médio/ Longo Prazo:

Espaço Museológico da Cerâmica Rocha; Circuitos Pedonais e Cicláveis do Rio Levira; Requalificação da Zona Envolvente à Igreja Matriz de Oliveira do Bairro

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Património Natural:

- Ria de Aveiro
- Barrinha de Esmoriz
- Rios (Cáster, Gonde)
- Praias Marítimas (Esmoriz, Cortegaça, Furadouro, S. Pedro de Maceda, Torrão do Lameiro)
- Perímetro Florestal das Dunas de Ovar
- Praias de Ria (Areinho)
- Portos de Recreio e Cais
- Parques Verdes (Ambiental do Buçaquinho, Urbano de Ovar, Carregal)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR57, GR58, percursos locais, ciclovias, EuroVelo 1)

Património Cultural:

- Museu de Ovar
- Museu Etnográfico de Válega
- Polo Museu do Ar
- Museu Júlio Dinis – Uma Casa Ovarense
- Museu do Azulejo de Ovar
- Museu Escolar Oliveira Lopes
- Monumentos e Imóveis Classificados (interesse público
- Património Religioso
- Gastronomia (pão-de-ló de Ovar, caldeirada de peixe e de enguias, rosca vareira)

Equipamentos:

- Estação Náutica de Ovar
- Centro de Arte de Ovar

Património Industrial:

- Fábricas de Artes e Ofícios Tradicionais (olaria, cordoaria, tanoaria)

Eventos:

- Carnaval de Ovar
- Festival Literário de Ovar
- Festas do Mar
- Festival do Pão-de-Ló de Ovar
- Maio do Azulejo
- Cantar dos Reis
- Ovar em Jazz

PRODUTOS TURÍSTICOS

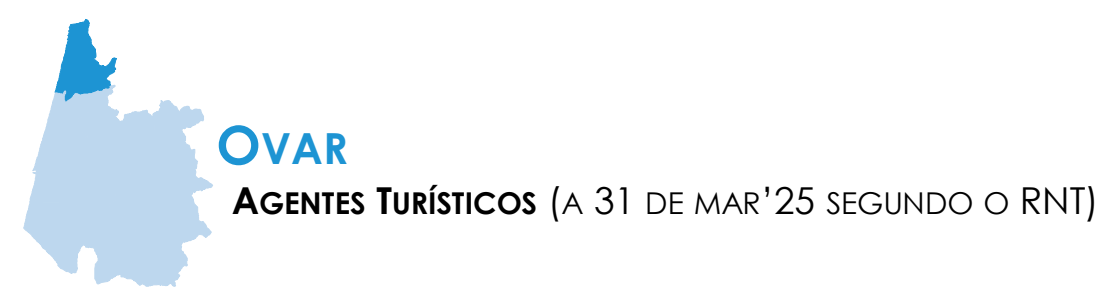
Estratégicos:

Sol e Mar | Turismo Náutico | Eventos | Gastronomia | Turismo Cultural (rede local de museus) | Turismo de Natureza | Arte & Arquitetura (fachadas de azulejo)

Complementares:

Turismo Industrial | Turismo Religioso | Surf

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



- Empreendimentos Turísticos*:

8 unidades (11,1%)
466 camas (10,0%)
- Alojamento Local:

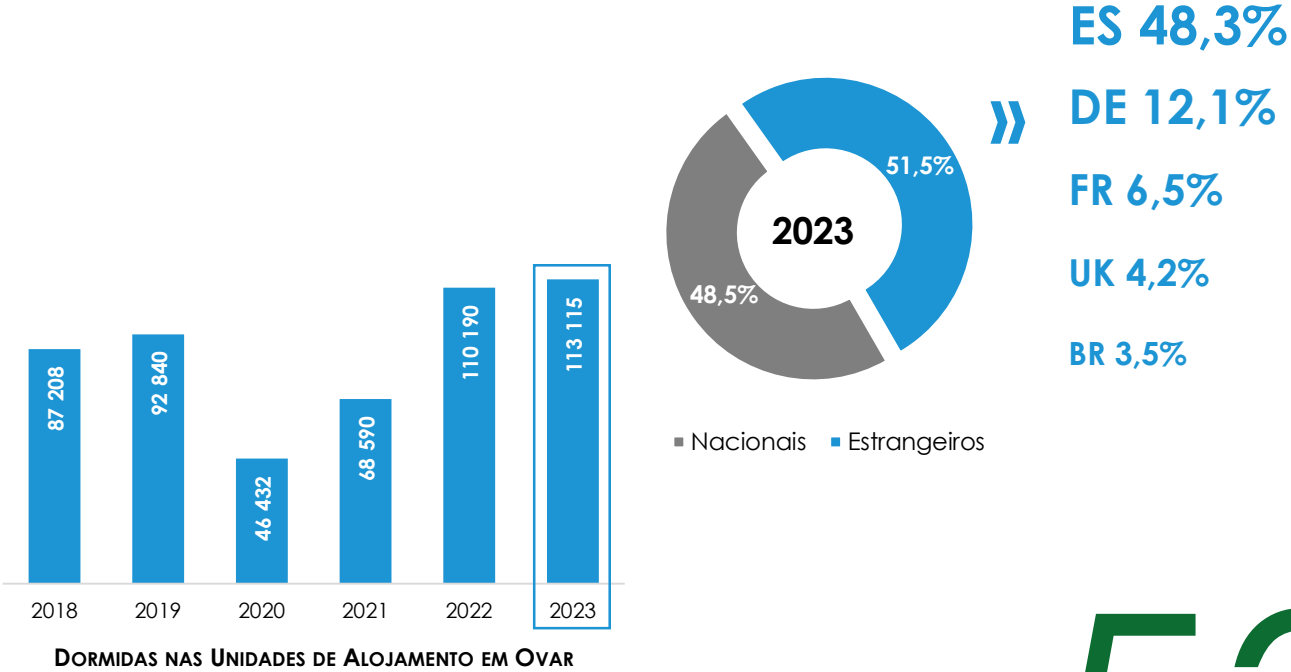
301 unidades (18,6%)
1 255 camas (19,0%)
- Animação Turística:

19 agentes (10,8%)
- Agências de Viagens e Turismo:

12 agências (16,7%)

*Acrecem dois parques de campismo com capacidade para 2 703 campistas

MERCADOS EMISSORES



02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Cidade-museu Vivo do Azulejo

Carnaval de Ovar

Ria de Aveiro

Pão-de-Ló de Ovar

Praias do Furadouro, Cortegaça e Esmoriz

Solenidades da Quaresma e Semana Santa

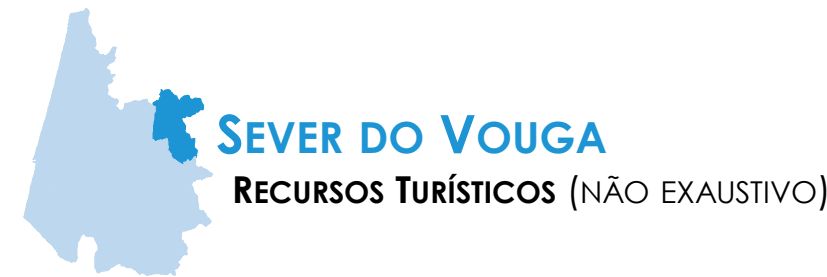


INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:
Casa da Arte em Esmoriz

Médio/ Longo Prazo:
n.a.

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Património Natural:

- Cascatas da Cabreia, Filveda, Água d'Alte, Gresso e Aqualva
- Praia Fluvial da Quinta do Barco
- Rios (Vouga, Gresso, Mau, Teixeira, Lordelo, Alfusqueiro)
- Barragens (Couto de Esteves, Grela, Cascalheira)
- Serras (Arestal, Santa Maria)
- Miradouros Naturais
- Parques Verdes (Urbano, Zona de fruição de Couto de Esteves, Areeiro, Cabreia, Cortez)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR58, GR59, GR60, percursos locais, ciclovias, ecopista)

Património Cultural:

- Megalitismo (Anta da Cerqueira, Dólmen do Chão Redondo)
- Ponte do Poço de Santiago
- Via Romana de Ereira
- Rota dos Moinhos de Portugal
- Imóveis Classificados (interesse público, municipal e concelhio)
- Património Religioso
- Gastronomia (cabrito assado, mirtilo e derivados, lampreia, vitela assada, rojões, beijinhos)

Equipamentos:

- Ecopista do Vouga
- Ecovia Mineira

- Passadiço da Frente Ribeirinha
- Circuito do Alto do Roçário
- Centro de Artes do Espetáculo

Património Industrial:

- Museu Municipal
- Minas do Braçal/ Malhada
- Fábrica de Massas Alimentícias
- Mini-Hídrica da Grela

Eventos:

- Feira Nacional do Mirtilo
- Feira Quinhentista
- FicaVouga
- Dlim Dlão/ Bosque Mágico
- Rota da Lampreia e da Vitela
- Festival das Camélias

PRODUTOS TURÍSTICOS

Estratégicos:

Turismo de Natureza (cycling & walking) | Turismo Cultural (património megalítico) | Gastronomia

Complementares:

Turismo Industrial | Turismo Religioso (Rota do oculto) | Turismo Náutico | Eventos

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



- Empreendimentos Turísticos:**

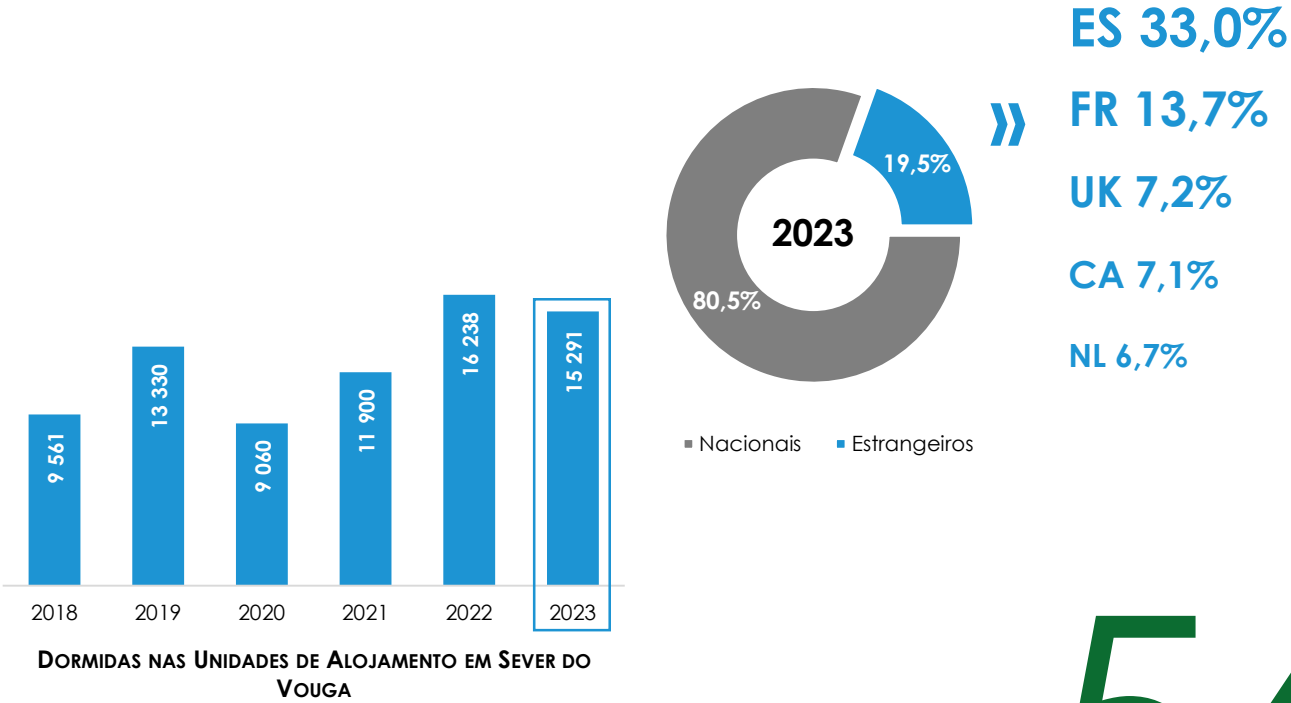
 - 11 unidades (15,3%)
 - 190 camas (4,1%)
- Alojamento Local:**

 - 68 unidades (4,2%)
 - 241 camas (3,6%)
- Animação Turística:**

 - 8 agentes (4,5%)
- Agências de Viagens e Turismo:**

 - 0 agências

MERCADOS EMISSORES



02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Capital do Mirtilo

Ecopista do Vouga/ Ecovia Mineira

Cascata da Cabreia

Complexo Mineiro do Braçal

Megalitismo/ Anta da Cerqueira

Rio Vouga



INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:

Requalificação da Praia Fluvial da Quinta do Barco; Refundação do Complexo Mineiro do Braçal; Revitalização do Megalitismo; Rota da Pedra e da Água; EN16 – Estrada com História

Médio/ Longo Prazo:

Criação da Rota das Cascatas; Criação da Rota do Oculto (Lendas e Alminhas); Integração nas Estações Náuticas

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



Património Natural:

- Ria de Aveiro
- Rio Boco
- Lagoa de Calvão
- Praias Marítimas (Vagueira, Areão, Labrego)
- Parque da Lagoa do Moitão
- Portos de Recreio e Cais
- Perímetro Florestal das Dunas de Vagos
- Parques Verdes (Quinta do Ega, Vagueira, Fonte de Angeão, Calvão, Covão do Lobo, Ponte de Vagos)
- Rotas Pedestres e Cicláveis (GR57, GR58, percursos locais, ciclovias, EuroVelo 1)

Património Cultural:

- Museu do Brincar
- Casa-Museu Gandaresa
- Rota dos Moinhos de Portugal
- Núcleo Antigo de Ouca
- Arte Xávega
- Moinhos e Azenhas
- Monumentos e Imóveis de Valor Arquitetónico
- Património Religioso
- Gastronomia (caldeirada de enguias, favada à Gandaresa, leitão, marisco e peixe da Ria, papas de abóbora, saínhas)

Equipamentos:

- Estação Náutica de Vagos

Património Industrial:

- Fábricas de Cerâmica (Grestel, Costa Verde)
- Fábricas de Metalurgia e Metalomecânica

Eventos:

- Vagos Sensation Gourmet
- Festas de Vagos
- Night Drop Surf Noturno
- Gândara Nossa!
- Festival do Moliceiro
- Vagos Metal Fest
- RF Vagos Open
- Festival dos Moinhos de Portugal
- Animar o Verão

PRODUTOS TURÍSTICOS

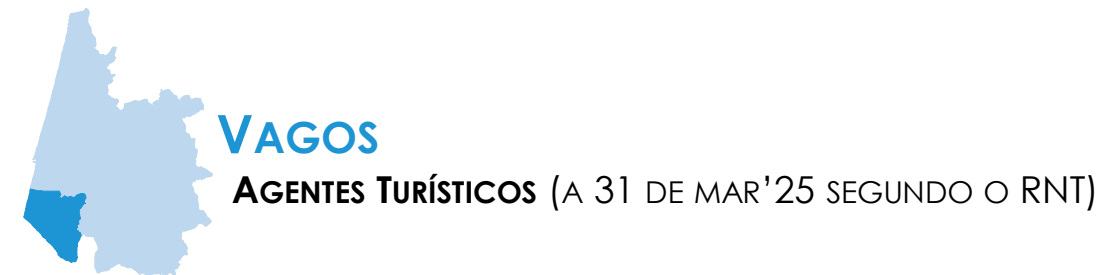
Estratégicos:

Sol e Mar | Turismo Náutico | Surf | Turismo Cultural (casas gandaresas) | Gastronomia

Complementares:

Turismo de Natureza (cycling & walking) | Turismo Religioso | Turismo Industrial | Eventos

02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



- Empreendimentos Turísticos*:

1 unidade (1,4%)
42 camas (0,9%)
- Alojamento Local:

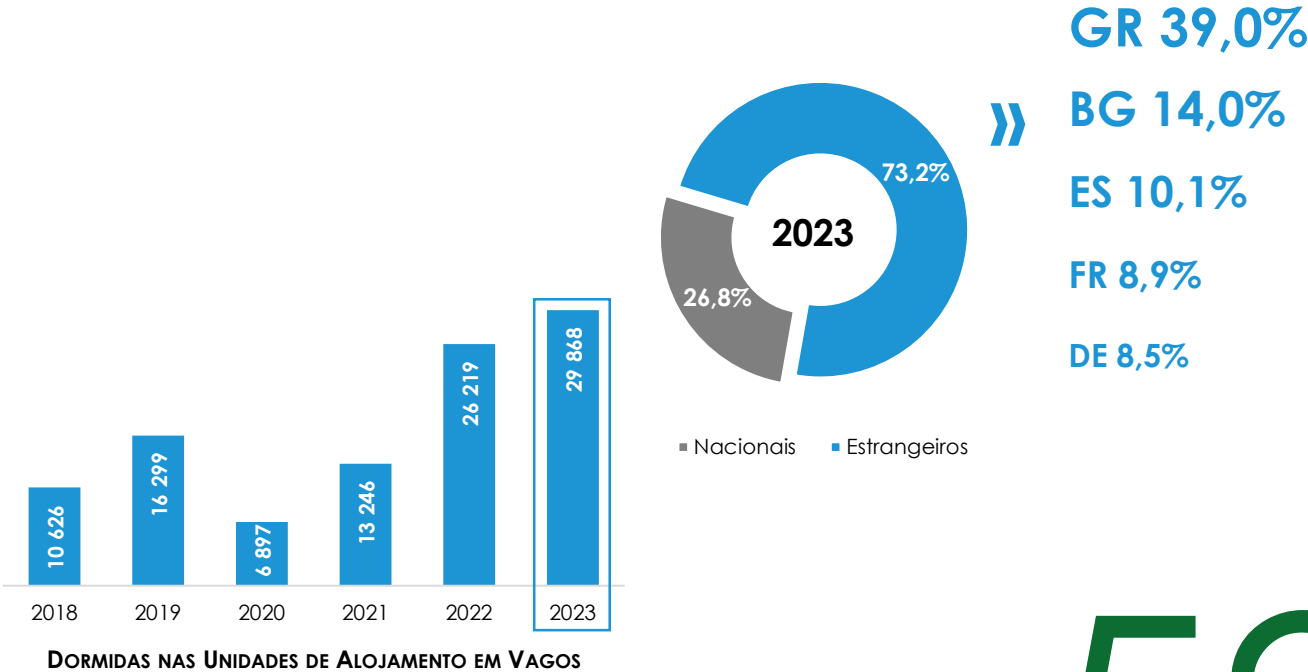
61 unidades (3,8%)
299 camas (4,5%)
- Animação Turística:

15 agentes (8,5%)
- Agências de Viagens e Turismo:

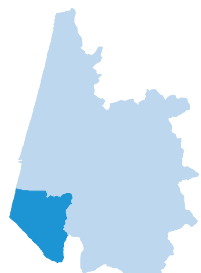
3 agências (4,2%)

*Acrecem dois parques de campismo com capacidade para 2 490 campistas

MERCADOS EMISSORES



02. RETRATO TURÍSTICO LOCAL



VAGOS

MARCAS TERRITORIAIS

Praias da Vagueira, Areão e Labrego

Casas Gandraesas

Arte Xávega

Ria de Aveiro

Museu do Brincar

Capital do Metal



INVESTIMENTOS EM CARTEIRA

Curto Prazo:

Criação de um espaço museológico dedicado à Arte Xávega e outras temáticas relevantes;
Recuperação da Casa-Museu Gandraesa e criação de ponto de informação turística

Médio/ Longo Prazo:

Museu de Arte Xávega

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.1. COMPROMISSO E PREDICADOS

Após a análise da informação estatística relativa ao turismo no território da CIRA e nos onze municípios que constituem esta sub-região, bem como do retrato turístico de cada município (incluindo os principais recursos e produtos turísticos; a rede de agentes da oferta e principais mercados emissores da procura; e as principais marcas territoriais e investimentos em carteira), o presente capítulo procura definir a estratégia de desenvolvimento turístico preconizada para este território – Região de Aveiro.

Desta forma, importa definir, em primeiro lugar, o compromisso da CIRA face ao seu posicionamento no desenvolvimento do turismo na Região de Aveiro e, consequentemente, enquanto entidade promotora da presente estratégia. Assim, o compromisso de base à estratégia de desenvolvimento turístico da CIRA passa por:

Assumir o 'TURISMO' como setor estratégico da política de atuação da CIRA e instrumento prioritário de promoção da coesão territorial

O cumprimento deste compromisso torna-se premente pela necessidade de responder às próprias atribuições das Comunidades Intermunicipais na área do turismo e ao reforço (recente) das mesmas; pela exigência de ocupar/ liderar o nível sub-regional da administração pública do setor do turismo; pelo desafio de conferir escala aos produtos turísticos – estruturados/ consolidados e emergentes – do território; e pela ambição de alavancar a performance da atividade turística sub-regional.

Num território que apresenta múltiplas valências e atributos, os principais predicados diferenciadores do território que sustentam a estratégia de desenvolvimento turístico consubstanciam-se nos seguintes: **ÁGUA(S), PESSOAS e CULTURA.**

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.1. COMPROMISSO E PREDICADOS

ÁGUA(S)

Ativo natural estratégico do ecossistema sub-regional, que se expressa de múltiplas formas e contextos, em todo o território:

_ (água do) **MAR**
 _ (água da) **RIA**
 _ (água dos) **RIOS**
 _ (água das) **PATEIRAS**
 _ (água das) **ALBUFEIRAS**
 _ (água das) **CASCATAS**
 _ (água das) **TERMAS**
 _ (água das) **FONTES/**
CHAFARIZES

PESSOAS

Ativo imaterial estrutural do ecossistema sub-regional do turismo – *atividade de pessoas para pessoas* - que se expressa no território, entre outras, por:

_saber **RECEBER**
 _ **CONHECER** o outro
 _bem **INFORMAR**
 _partilhar **HISTÓRIAS** e
'ESTÓRIAS'
 _respeitar/ integrar outros
POVOS/ CULTURAS
 _ **DISPONIBILIZAR-SE** aos
 visitantes

CULTURA

Ativo patrimonial distintivo do ecossistema sub-regional, que se expressa num espírito resiliente e empreendedor da comunidade que fez (e ainda faz) este território:

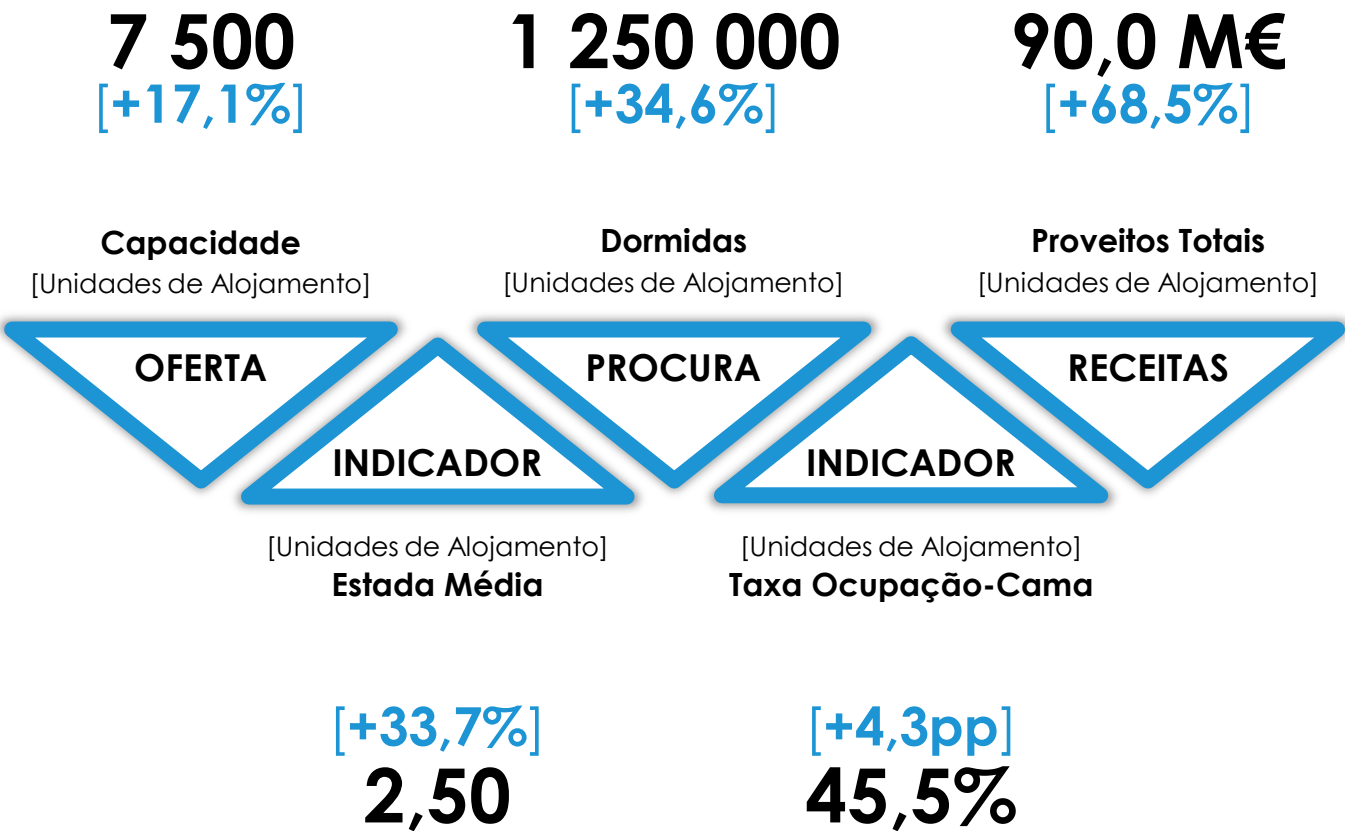
_ **TRADIÇÕES ORAIS**
 (lendas, ritos e mitos)
 _ **USOS E COSTUMES**
 _ **ARQUITETURA**
CONTEMPORÂNEA
 _ **PATRIMÓNIO MATERIAL**
 e **IMATERIAL** classificado
 _ **ARTES & OFÍCIOS**
 tradicionais
 _ **ARTE(S) DIVERSA(S)**

A materialização do 'compromisso' definido para a CIRA, em perfeita articulação com os 'predicados' identificados no território (Região de Aveiro), estabelece objetivos exigentes e ambiciosos para o horizonte 2035. Os mesmos decorrem também do reconhecimento verdadeiramente decisivo atribuído à escala sub-regional na dinamização da atividade turística, ou seja, à liderança que deverá ser assumida pela CIRA neste âmbito.

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.2. METAS (HORIZONTE'2035)

As metas definidas – horizonte 2035 – para o presente instrumento de gestão estratégica do turismo da CIRA validam a ambição proposta, e que se expressa nos principais indicadores de atividade turística, ancorados no subsetor do alojamento, na sua perspetiva da **oferta**, medida através da capacidade (número de camas); da **procura**, medida através das dormidas; das **receitas**, medida através dos proveitos totais; e dos indicadores de natureza física, medidos através da **estada média** e da **taxa de ocupação-cama**.



03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS

Do conjunto dos principais produtos turísticos presentes no território da CIRA, procedeu-se a uma análise técnica rigorosa do nível de consolidação no mercado, ou seja, o reconhecimento que os mesmos possuem junto dos potenciais visitantes; e, por outro lado, do nível de transversalidade territorial, ou seja, se os produtos estão mais ou menos dispersos pelos onze municípios que formam a Região de Aveiro. Esta análise revelou-se particularmente relevante para compreender quais os produtos turísticos mais consolidados do território, quais os mais transversais, quais é que, mesmo apresentando algum nível de dispersão geográfica, são âncoras da Região ou, ainda, quais é que se encontram menos desenvolvidos mas possuem grande potencial de mercado.

Como um dos principais produtos turísticos consolidados e transversais surge o **Turismo de Natureza**, especialmente ancorado no elemento “água”, que está presente em todos os territórios – Ria de Aveiro, praias marítimas e fluviais, Pateira de Fermentelos, Pateira de Frossos, Rio Vouga e afluentes –, mas também nos recursos naturais, Rede Natura 2000, Reserva Natural das Dunas de São Jacinto, Grande Rota da Ria de Aveiro e percursos locais e diferentes habitats e contextos paisagísticos (praia, montanha, floresta, vinha).

Outro produto turístico consolidado no território da Região de Aveiro é o **Turismo Cultural**, este que se reflete em vários elementos patrimoniais, nos espaços museológicos e nos eventos que são dinamizados nos onze municípios do território CIRA. A **Gastronomia e Vinhos** é outro produto turístico sobejamente reconhecido pelos visitantes e, de uma maneira geral, transversal a todos os territórios, com âncoras como o leitão da Bairrada, o pão, os ovos-moles, os rojões, as enguias, os mirtilos e o pão-de-ló de Ovar.

Numa segunda linha de produtos estratégicos para a Região de Aveiro importa destacar aqueles que, ainda que com algum nível de consolidação e expressão no mercado, não possuem o atributo da transversalidade. Neste seguimento, enunciando novamente o papel da “água” nesta região, surgem o **Sol e Mar** e o **Turismo Náutico**, produtos diretamente associados aos territórios a poente do território e/ou com cursos de água que permitam a exploração turística.

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS

No caso do primeiro, este produto turístico está ancorado na linha de costa e nas praias marítimas existentes de norte a sul da região, como Esmoriz, Cortegaça, Furadouro, Torreira, Barra, Costa Nova, Vagueira, Labrego e Areão; no caso do segundo, este produto turístico encontra-se ancorado, essencialmente, nas estações náuticas existentes no território CIRA, nomeadamente em Aveiro, Estarreja, Ílhavo, Murtosa, Ovar e Vagos (perspetivando-se o surgimento de uma em Sever do Vouga).

Dentro dos produtos turísticos com reconhecimento no mercado é de salientar, ainda, o **Turismo de Negócios**, o **Enoturismo** e o **City-Break**, ainda que estes apresentem um baixo nível de transversalidade territorial, uma vez que se encontram presentes em poucos municípios da Região. Em particular, o turismo de negócios e o city-break estão associados quase exclusivamente à cidade de Aveiro, que consubstancia a principal porta de entrada na região e dispõe de equipamentos e infraestruturas de excelência, como hotéis, a Universidade de Aveiro e o Centro de Congressos. Por outro lado, o enoturismo está ancorado na região vitivinícola da Bairrada, especialmente, em Anadia, Águeda e Oliveira do Bairro.

O **Turismo Religioso** surge como um exemplo de produto turístico que se expressa na generalidade dos territórios da Região de Aveiro, mas do ponto de vista do reconhecimento de mercado, não se encontra tão consolidado. Em todo o caso, é possível encontrar diversos exemplos no território, património religioso construído (igrejas, capelas e ermidas), romarias e arte sacra, bem como a presença do Caminho de Santiago (em Águeda e Albergaria-a-Velha).

Com um nível de reconhecimento e potencial de mercado ligeiramente superior ao turismo religioso, mas com uma representatividade geográfica bastante inferior, pode destacar-se também a **Arte e Arquitetura** como um produto estratégico para este território. A título de exemplo destacam-se os elementos arquitetónicos de Arte Nova (especialmente em Aveiro, Ílhavo, Estarreja e Albergaria-a-Velha), as manifestações de arte urbana (em Águeda, Estarreja e Oliveira do Bairro) e, ainda, os edifícios projetados por arquitetos de renome nacional na Universidade de Aveiro (ex., Siza Vieira, Eduardo Souto Moura, Alcino Soutinho, entre outros).



03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS

Continuando a descer no espectro da transversalidade, bem como no nível de consolidação, surgem o **Turismo Desportivo** e o **Surf**, sendo que estes dois produtos estão muito interligados, especialmente pela relevância dos desportos náuticos (para além do surf), como o stand up paddle, wakeboard, canoagem, remo, kitesurf, windsurf e vela. Paralelamente, importa destacar os Centros de Alto Rendimento, tanto de Sangalhos, com as modalidades de ciclismo, esgrima, ginástica, judo e pentatlo moderno, como de São Jacinto, com bodyboard, longboard e surf. Adicionalmente, constata-se que a Região de Aveiro dispõe de uma vasta diversidade de equipamentos para a prática do desporto de alta competição que conferem uma enorme oportunidade.

O município de Anadia, que desempenha um papel fundamental no desenvolvimento do enoturismo no território, é também responsável pela oferta do **Turismo de Saúde e Bem-Estar** na Região de Aveiro, sendo o único território com oferta termal, nomeadamente nas Termas da Curia e de Vale da Mó. Igualmente dependente de um território apenas, mas com menor consolidação no mercado, importa também referir o **Turismo Científico**, que se encontra ancorado na Universidade de Aveiro.

Por último, ainda que num nível mais embrionário de desenvolvimento e, por isso, é o produto turístico com menor nível de consolidação, atestou-se um forte potencial de implementação de uma oferta diversificada de **Turismo Industrial** na Região de Aveiro. Este território apresenta um setor secundário muito relevante e com empresas de grande reconhecimento no panorama nacional, especialmente nos setores da cerâmica e vidro, metalomecânica, madeiras, metalúrgica, transportes, agroalimentar, pescas e minas. Em particular, no roteiro do Turismo Industrial do Centro de Portugal estão incluídas experiências na Região de Aveiro, tanto no âmbito do património industrial, como da indústria viva, nomeadamente em Águeda (subsetor das duas rodas), Anadia (subsetor das duas rodas), Ílhavo (subsetores da cerâmica e das pescas), Murtosa (subsetores da construção naval e das conservas) e Sever do Vouga (subsetor das minas).

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS

Para validar o papel do setor secundário na Região de Aveiro e o potencial que a indústria transformadora encerra (em termos do número de empresas, do pessoal ao serviço e do volume de negócios), foram analisados os dados do INE, através do Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE). Assim, verifica-se que das 3 086 empresas transformadoras existentes no território, cerca de 37,7% pertencem ao subsetor da fabricação de produtos metálicos (exceto máquinas e equipamentos), seguido pelo subsetor alimentar e das bebidas (16,8%).

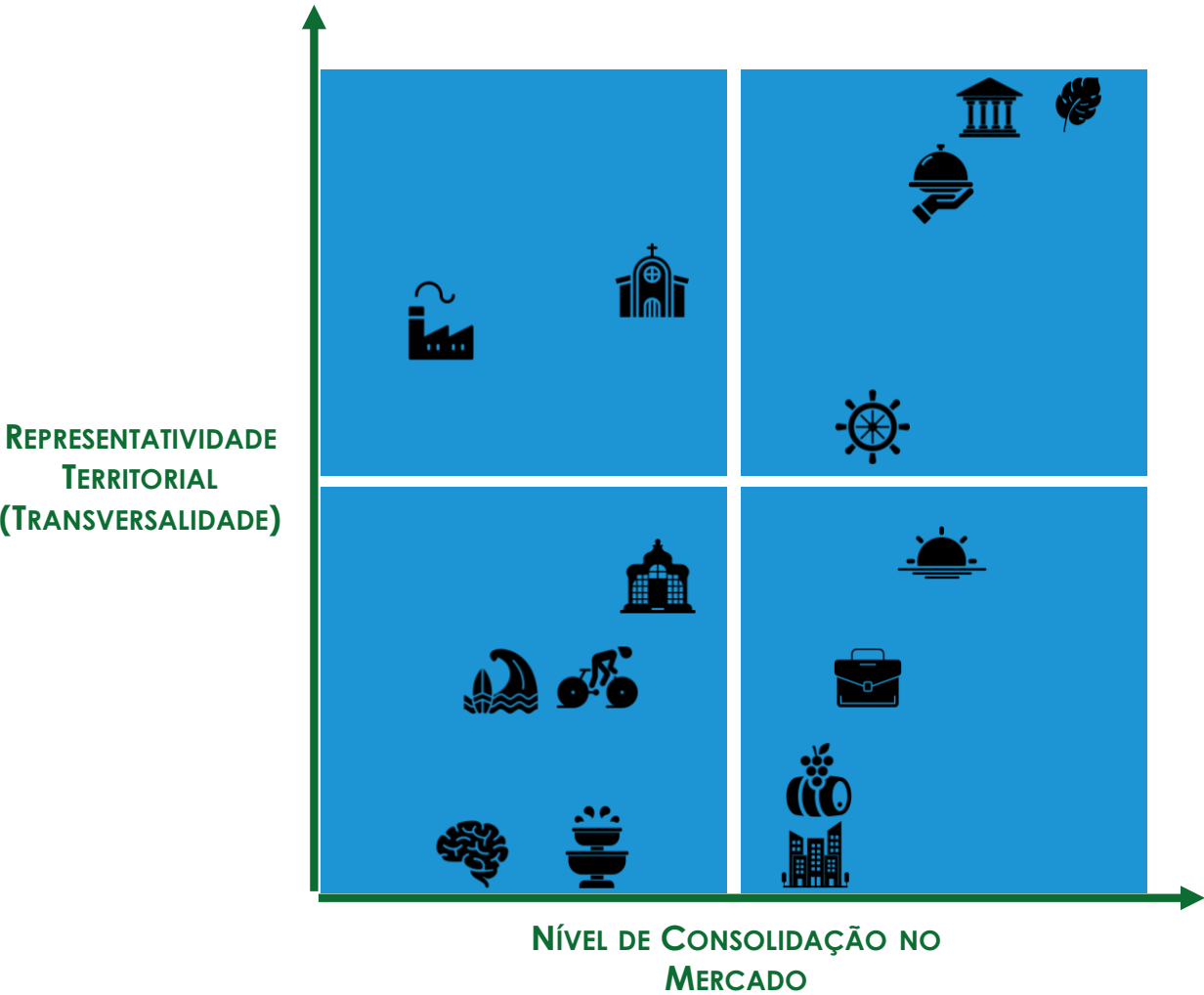
Estas empresas empregam mais de 54 546 trabalhadores e geram cerca de 9,1 mil milhões de euros em volume de negócios. Para estes dois indicadores, o subsetor da fabricação de produtos metálicos (exceto máquinas e equipamentos) volta a assumir o maior destaque, com 22,9% do total do pessoal ao serviço e 15,0% do total do volume de negócios. Em segundo lugar surge a fabricação de outros produtos minerais não metálicos (17,4%) no pessoal ao serviço e a fabricação de produtos químicos e de fibras sintéticas ou artificiais (exceto produtos farmacêuticos) no volume de negócios (14,4%).

Após a análise do posicionamento da Região de Aveiro face aos principais produtos turísticos, no que diz respeito ao nível de consolidação no mercado e à representatividade territorial (transversalidade), e que se encontra ilustrado através da matriz da página seguinte, serão apresentados em maior profundidade os produtos estratégicos para o território, no âmbito da presente estratégia de desenvolvimento turístico.

Assim, os produtos turísticos prioritários que se destacam no âmbito da presente estratégia de desenvolvimento turístico são: o Turismo de Natureza, o Turismo Cultural, a Gastronomia e Vinhos, o Sol e Mar, o Turismo Náutico, o Turismo Industrial e a Arte & Arquitetura. Para cada um destes, nas páginas seguintes, serão apresentados alguns dos principais argumentos que tornam estes produtos turísticos âncoras desta região.

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS



- | | | | |
|----------------------|---------------------|--------------------|------------------------------|
| TURISMO DE NATUREZA | TURISMO NÁUTICO | ENOTURISMO | SURF |
| TURISMO CULTURAL | TURISMO INDUSTRIAL | CITY-BREAK | TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR |
| GASTRONOMIA E VINHOS | SOL E MAR | ARTE & ARQUITETURA | TURISMO CIENTÍFICO |
| TURISMO RELIGIOSO | TURISMO DE NEGÓCIOS | TURISMO DESPORTIVO | |

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS

TURISMO DE NATUREZA



Produto turístico estratégico, devidamente consolidado, transversal a todo o território CIRA, que se suporta no rico e vasto património natural:

- _ **Reserva Natural das Dunas de São Jacinto**
- _ **Linha Costeira** (de Ovar a Vagos)
- _ **Ria de Aveiro e Biodiversidade**
- _ **Pateiras de Fermentelos e de Frossos** (Zona Especial de Conservação)
- _ **Bacia Hidrográfica do Rio Vouga e Rede Natura 2000**
- _ **Matas Nacionais e Zonas Florestais**
- _ **Serras** do Interior da Região
- _ **Parques Verdes e de Lazer** (vários exemplares)
- _ **Praias Fluviais**
- _ **Espaços Rurais** da Região
- _ **Rede de Percursos Pedestres e Cicláveis** (PRs e GRs)

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS



TURISMO CULTURAL



Produto turístico estratégico, devidamente consolidado, transversal a todo o território CIRA, que se suporta na qualidade e diversidade do património cultural material e imaterial:

- _ **Património Arqueológico e Arquitetónico**
- _ **Património (I)Material Classificado**
- _ **Património Cultural Monumental**
- _ **Património Cultural Artístico**
- _ **Património Cultural Etnográfico**
- _ **Arte Sacra**
- _ **Artes e Ofícios Tradicionais**
- _ **Artes Diversas**

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS



Produto turístico estratégico, consolidado, transversal a todo o território CIRA, que se suporta na variedade do receituário tradicional e da doçaria conventual:

- _Pratos Convencionais**
- _Pratos Contemporâneos** (assinatura)
- _Doçaria Conventual**
- _Doçaria Tradicional/ Típica**
- _Vinhos da Bairrada**

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS



Produto turístico estratégico, consolidado, exclusivo dos territórios costeiros da CIRA, que se suporta nas praias marítimas, algumas das quais com reconhecida notoriedade:

- _Praias de Esmoriz, Cortegaça, Furadouro, Maceda e Torrão do Lameiro**
- _Praia da Torreira**
- _Praia de São Jacinto**
- _Praias da Barra e Costa Nova**
- _Praias da Vagueira, Labrego e Areão**

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS



TURISMO NÁUTICO



Produto turístico estratégico, relativamente consolidado, exclusivo de alguns territórios da CIRA (ligados à Ria de Aveiro), que se suporta essencialmente nas estações náuticas:

- _ **Estação Náutica de Ovar**
- _ **Estação Náutica da Murtosa**
- _ **Estação Náutica de Estarreja**
- _ **Estação Náutica de Aveiro**
- _ **Estação Náutica do Município de Ílhavo**
- _ **Estação Náutica de Vagos**

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS



TURISMO INDUSTRIAL



Produto turístico estratégico, pouco consolidado, transversal à grande maioria do território CIRA, que se suporta no relevante património industrial (ativo e inativo) e define a importância económica da indústria transformadora:

- _Indústria Metalúrgica
- _Indústria Metalomecânica
- _Indústria Máquinas/ Equipamentos
- _Indústria Cerâmica
- _Indústria Produtos Químicos
- _Indústria Componentes Automóvel
- _Indústria Agroalimentar
- _Indústria Mineira
- _Indústria de Papel
- _Indústria Moageira

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS



ARTE & ARQUITETURA



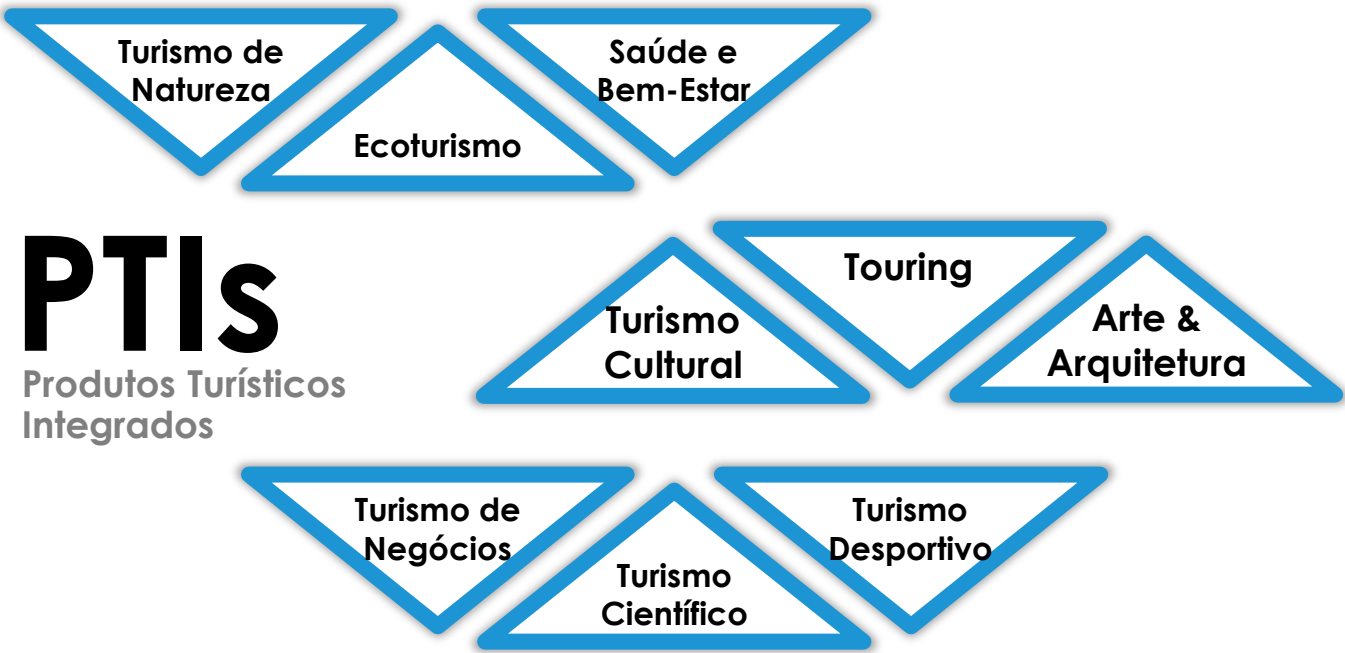
Produto turístico estratégico, pouco consolidado, exclusivo de alguns territórios da CIRA, que se suporta nas várias obras de arte e nos exemplares de arquitetura, alguns dos quais assinados pelos principais arquitetos nacionais:

- _ **Campus Universitário de Santiago**
- _ **Arquitetura Contemporânea**
- _ **Arte urbana** (diversos territórios)
- _ **Obras de Arte Pública**
- _ **Instalações Artísticas**
- _ **Imóveis Classificados**
- _ **Arte Nova** (vários exemplares)
- _ **Património Azulejar**
- _ **Casa Gandaresa**

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.3. PRODUTOS TURÍSTICOS

A configuração da oferta turística da Região de Aveiro destaca um conjunto de produtos turísticos estratégicos conforme indicado previamente, ainda assim, os mesmos não se esgotam em si próprios, antes pelo contrário projetam-se segundo uma abordagem estrutural aos produtos turísticos integrados de base sub-regional, entre quais, emergem os seguintes: (i) **Turismo de Natureza, Ecoturismo e Saúde e Bem-Estar**; (ii) **Turismo Cultural. Arte & Arquitetura e Touring**; e (iii) **Turismo de Negócios, Turismo Científico e Turismo Desportivo/ Alta Competição**.



03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.4. MARCAS TERRITORIAIS



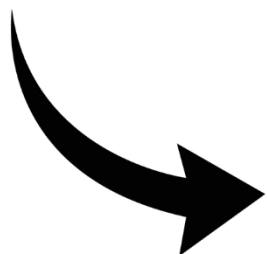
MARCA INSTITUCIONAL

35 anos em comunidade intermunicipal



MARCA TURÍSTICA PROMOCIONAL

marca *umbrella* utilizada para fins turísticos do território CIRA, até 2024



'REGIÃO DE AVEIRO'

nova marca turística do território, a ser implementada a partir de 2025. Esta marca apresenta-se mais agregadora de todos os territórios (representando melhor os municípios sem ligação física ao recurso natural Ria de Aveiro) e pauta-se por maiores valores de coesão e inclusão territorial. Esta nova marca turística da CIRA permite reposicionar a marca 'Ria de Aveiro' como uma marca produto e, simultaneamente, uma submarca da nova marca turística – 'Região de Aveiro'.

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.5. MERCADOS EMISSORES

No âmbito da definição da estratégia de desenvolvimento turístico para a Região de Aveiro, por último, são analisados os principais mercados emissores para o território. Esta análise dos mercados externos tem por base os 15 principais mercados para a Região de Aveiro em número de dormidas, que são os seguintes (dados oficiais do INE de 2023):

Espanha	Itália	Canadá
França	Reino Unido	Bélgica
Brasil	Grécia	Polónia
Alemanha	Países Baixos	Bulgária
EUA	Suíça	China

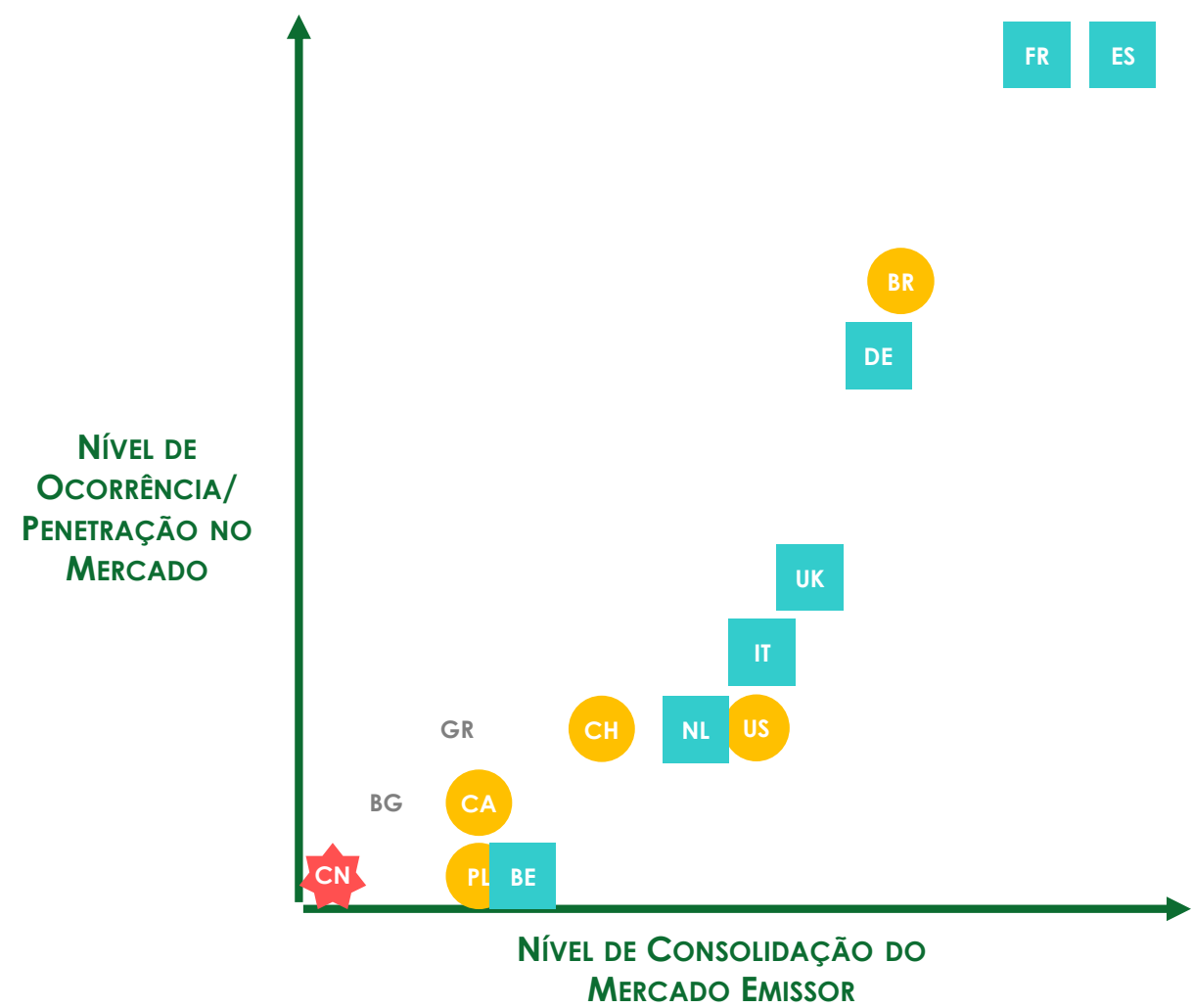
Com base nestes mercados foram analisados dois fatores distintos, o nível de consolidação do mercado emissor (medido através de uma pontuação atribuída pela posição ocupada pelo mercado no ranking de dormidas dos onze municípios) e o nível de ocorrência/ penetração no mercado (medido através do número de vezes que o mercado figura no top 5 das dormidas dos onze municípios).

Estes mercados foram, ainda, classificados de acordo com a segmentação sugerida no plano de marketing do Turismo de Portugal. Posto isto, este plano define que o nível 1 diz respeito aos mercados maduros, cujo objetivo passa pela conversão em vendas e inclui: Espanha, França, Alemanha, Itália, Reino Unido, Países Baixos e Bélgica; no nível 2 estão os mercados de crescimento, onde o objetivo passa pelo reforço da notoriedade e inclui: Brasil, Estados Unidos da América, Suíça, Canadá e Polónia; e, por último, o nível 3 representa os mercados de diversificação, sendo que, para estes, a atuação deve ser seletiva e a Região de Aveiro inclui apenas a China. Paralelamente, entre os 15 principais mercados na Região de Aveiro, encontram-se também a Grécia e a Bulgária, ainda que estes não sejam referenciados no plano de marketing do Turismo de Portugal, ou seja, não são prioritários no âmbito da estratégia nacional de turismo.

Da correlação dos dois fatores analisados – consolidação e ocorrência/ penetração – resulta o gráfico da página seguinte, onde é possível observar o posicionamento competitivo de cada um destes mercados na Região de Aveiro.

03. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

03.5. MERCADOS EMISSORES



- MERCADOS MADUROS
- MERCADOS DE CRESCIMENTO
- ★

 MERCADOS DE DIVERSIFICAÇÃO
- ES – ESPANHA
- FR – FRANÇA
- DE – ALEMANHA
- IT – ITÁLIA
- UK – REINO UNIDO
- NL – PAÍSES BAIXOS
- BE - BÉLGICA
- BR – BRASIL
- US – ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA
- CH – SUÍÇA
- CA – CANADÁ
- PL – POLÓNIA
- CN – CHINA
- GR – GRÉCIA
- BU – BULGÁRIA

04. PROJETOS ÂNCORA DO TERRITÓRIO CIRA

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA

No capítulo anterior ficou claro o compromisso que a CIRA deve assumir com o turismo e em fazer deste um setor estratégico da sua política de atuação, bem como quais os principais produtos turísticos para este território. Contudo, como foi apresentado, os produtos turísticos considerados estratégicos para a Região de Aveiro possuem diferentes níveis de consolidação e notoriedade no mercado e de representação geográfica.

Neste seguimento, torna-se premente definir um plano de ação com diferentes projetos âncora para o território da CIRA, segmentado nos seguintes eixos: Estruturação e Qualificação da Oferta; Promoção e Comunicação do Produto; Distribuição e Comercialização do Produto; e Observação e Monitorização da Atividade. Esta segmentação vai permitir definir melhor os projetos âncora para cada um dos eixos e quais os produtos turísticos que melhor se enquadram. A título de exemplo, um produto já consolidado no território, como o turismo de natureza, carece mais de ações de promoção e comunicação ou de ações de distribuição e comercialização, enquanto um produto que se encontre num estágio embrionário de desenvolvimento, como o turismo industrial, carece antes de ações de estruturação e qualificação da oferta.

	ESTRUTURAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA OFERTA	PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PRODUTO	DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO	OBSERVAÇÃO E MONITORIZAÇÃO DA ATIVIDADE
TURISMO DE NATUREZA	●○○	●●●	●●●	●●●
TURISMO CULTURAL	●○○	●●●	●●●	●●●
GASTRONOMIA E VINHOS	●●○	●●○	●●○	●○○
SOL E MAR	○○○	●●○	●○○	●●○
TURISMO NÁUTICO	●●○	●●○	●●○	●●○
TURISMO INDUSTRIAL	●●●	●○○	○○○	●○○
ARTE & ARQUITETURA	●●●	●○○	○○○	●○○

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA

Complementarmente aos eixos definidos para o desenvolvimento de projetos âncora, a estratégia de desenvolvimento turístico da CIRA deve contemplar um eixo adicional, transversal e que diz respeito à Gestão e Cultura de Região. Este eixo complementar tem na sua génese a necessidade de fortalecer as relações entre municípios (especialmente ao nível técnico do turismo), bem como aumentar os níveis de conhecimento e informação sobre os territórios vizinhos, para promover o *cross-selling* e o *cross-promotion* sub-regional.

Neste seguimento, a estrutura dos eixos estratégicos para o desenvolvimento dos projetos âncora pode ser ilustrada pela imagem abaixo.



Nas páginas seguintes, para cada um dos eixos de atuação, serão apresentados os projetos âncora e complementares preconizados na implementação da estratégia de desenvolvimento turístico da CIRA, tendo por base os produtos turísticos consensualizados.

Por último, são apresentados também os projetos específicos do eixo complementar que diz respeito ao reforço da cultura de região, transversal aos onze municípios, respondendo de forma objetiva a um constrangimento estrutural identificado.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



ESTRUTURAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA OFERTA

[A1.] REVITALIZAR A GRRRA (O PROJETO CIRA)

A Grande Rota da Ria e Aveiro (GRRRA) é, provavelmente, o projeto de referência na área do turismo desenvolvido e dinamizado pela CIRA. A sua configuração inovadora, baseada numa matriz intermodal que combina três percursos pedestres e cicláveis, interligados e interlaçados entre si, e um conjunto de doze percursos náuticos conferem um carácter distintivo a este produto ao nível nacional. Contudo, a exigência de assegurar a sua legibilidade, atratividade e notoriedade implica, entre outras: (i) atualizar o traçado dos percursos, acomodando os diversos investimentos entretanto realizados; (ii) instalar contadores automáticos em postos estratégicos do traçado; (iii) capacitar os agentes do setor para a integração da GRRRA nos respetivos portfolios; (iv) otimizar os suportes digitais de comunicação exclusivos da GRRRA (website e app); (v) dinamizar atividades de animação no âmbito da GRRRA.

[A2.] ESTRUTURAR O PRODUTO 'TURISMO INDUSTRIAL'

A relevância socioeconómica do setor secundário na Região de Aveiro é validada pelos principais indicadores de atividade económica, colocando este espaço territorial como um dos principais 'motores de desenvolvimento' da economia nacional em diversos setores da indústria transformadora. Este contexto oferece à CIRA uma oportunidade estratégica de estruturar uma nova oferta turística na Região de Aveiro sustentada na sua indústria transformadora, expandindo o âmbito natural de operação das atividades turísticas, pelo que se exige, entre outras: (i) segmentar as ofertas de arqueologia industrial e turismo industrial existentes e potenciais; (ii) identificar as áreas e subáreas prioritárias (setores a privilegiar); (iii) encetar um processo de auscultação intensivo ('pesca à linha'); (iv) definir os conteúdos e narrativas do produto.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



ESTRUTURAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA OFERTA

[A3.] DESENVOLVER O PRODUTO 'ARTE & ARQUITETURA'

A identidade cultural do território, expressa no seu património cultural monumental histórico, mas também nas novas ofertas de arte e arquitetura contemporâneas, conferem à Região de Aveiro um posicionamento particularmente competitivo neste âmbito, pelo que importa estruturar e dinamizar este produto turístico, acompanhando as novas abordagens definidas pela política nacional do turismo. Por se tratar de um produto turístico emergente, o seu processo de estruturação deverá passar, entre outros, por: (i) identificar e catalogar a oferta disponível (atual e potencial); (ii) desenvolver um caderno de especificações técnicas do produto; (iii) sinalizar os fatores distintivos dos respetivos recursos turísticos; (iv) desenvolver os conteúdos e narrativas do produto.

[A4.] ATIVAR UMA ESTRUTURA DE GESTÃO E CAPTAÇÃO DE EVENTOS

A oferta de infraestruturas, equipamentos e facilities na Região de Aveiro, assim como de organizações institucionais e empresariais com reconhecida experiência na dinamização de eventos de diversa índole – corporativos, científicos e desportivos (alta competição) – permite à CIRA criar uma estrutura interna de base sub-regional, em estrita articulação com os parceiros locais, capaz de alavancar a capacidade do território em captar grandes eventos, especificamente nas áreas identificadas. Assim, importa, entre outras: (i) integrar as valências do turismo de negócios, do turismo científico e do turismo desportivo/ alta competição; (ii) organizar a informação técnica de suporte (conhecer o perfil da oferta disponível); (iii) articular com os parceiros locais as respetivas campanhas comerciais dirigidas para os respetivos públicos-alvo; (iv) desenvolver instrumentos inovadores para captação de eventos (fundo de investimento de base regional).

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PRODUTO

[B1.] REVISITAR A IDENTIDADE CORPORATIVA DA MARCA

A reconfiguração da nova marca turística deste território passará por afirmar a 'Região de Aveiro' como a marca de destino, enquanto a marca 'Ria de Aveiro' (entendida como marca turística deste território nos últimos anos) passará a posicionar-se como marca produto e, consequentemente, uma submarca da 'Região de Aveiro'. Esta abordagem estratégica privilegia a integração plena do território e o reconhecimento dos parceiros institucionais da administração local, constituindo uma oportunidade única de afirmar este novo posicionamento da CIRA no âmbito no setor do turismo, conforme estabelece o compromisso que emana da presente estratégia. Nestes termos estabelece-se como prioritário, entre outros: (i) desenvolver a nova identidade gráfica da nova marca de destino turístico – Região de Aveiro – validando os seus atributos; (ii) produzir o manual de identidade gráfica da marca; (iii) consensualizar a linha gráfica para os múltiplos suportes de comunicação de natureza física e digital.

[B2.] REINVENTAR O WEBSITE PROMOCIONAL

A presença digital da CIRA no âmbito do setor do turismo concretiza-se essencialmente no seu website promocional e respetivas redes sociais – Facebook e Instagram – ainda que a reconfiguração da nova marca de destino turístico constitua uma oportunidade estrutural de reinventar a respetiva presença digital na área do turismo, passando, entre outros, por: (i) transformar o website promocional num verdadeiro portal multifunções; (ii) estruturar os conteúdos segundo produtos turísticos e projetos específicos; (iii) integrar uma agenda interativa de eventos turísticos do território; (iv) desenvolver módulos e interfaces intuitivos (personalização de serviços); (v) articular com as respetivas redes sociais.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PRODUTO

[B3.] PRODUZIR SUPORTES DE COMUNICAÇÃO

Os suportes de comunicação – físicos e digitais – constituem instrumentos fundamentais na estratégia de promoção e dinamização turística dos destinos. A circunstância da CIRA se encontrar num processo de rebranding da sua marca de destino turístico – Região de Aveiro – permite conceber novos suportes de comunicação que suportem a dimensão sub-regional do destino e a integração dos respetivos produtos turísticos estratégicos, conferindo-lhe escala e maior legibilidade junto do mercado. Assim, importa, entre outros: (i) desenhar uma brochura turística promocional (perspetiva de destino); (ii) produzir brochuras promocionais segmentadas por produtos turísticos estratégicos; (iii) editar conteúdos audiovisuais transversais e por produtos turísticos; (iv) criar giveaways criativos do destino 'Região de Aveiro'.

[B4.] DESENHAR UM STAND PROMOCIONAL

O compromisso que emana da presente estratégia de desenvolvimento turístico da CIRA implica uma maior responsabilidade desta na estruturação, dinamização e promoção. Neste particular, a presença em feiras de turismo nacionais e internacionais – generalistas ou especializadas – exige os respetivos suportes de comunicação devidamente alinhados com a ambição projetada para o destino e respetivas atividades características do turismo. Assim, estabelece-se como prioritário, entre outros: (i) desenvolver um modelo de stand promocional de perfil modelar (adaptável aos diferentes perfis de feiras e eventos, voltado para os conteúdos digitais); (ii) integrar a nova linha de comunicação no desenho do stand promocional; (iii) alinhar a estrutura do stand promocional com os produtos estratégicos do destino.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PRODUTO

[B5.] PARTICIPAR NAS PRINCIPAIS FEIRAS DE TURISMO

A consequência natural da assunção do turismo como setor estratégico de atuação da CIRA implica uma maior presença e consistência da mesma ao longo do tempo nas principais feiras generalistas de turismo no contexto da Península Ibérica, ainda que se reconheça também importante participar em feiras especializadas (segmentadas por produtos e/ou temáticas específicas, desde que alinhadas com as prioridades definidas no contexto da Região de Aveiro). A proposta prévia de criação de um stand promocional reforça o compromisso de participar ativamente e com ambição nestas feiras de turismo, pelo que importa, entre outros: (i) articular com a ERTCP/ARPTCP e os Municípios da CIRA a participação nas feiras; (ii) mobilizar os agentes económicos da Região de Aveiro; (iii) organizar reuniões comerciais com os agentes de distribuição turística; (iv) partilhar contactos privilegiados entre compradores e prestadores de serviços.

[B6.] ORGANIZAR AÇÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS

A necessidade de direcionar as ações promocionais para os públicos-alvo que se ambicionam alcançar, particularmente as que ocorrem nos mercados externos, constitui uma premissa fundamental quando os recursos disponíveis são limitados. Neste sentido, propõe-se organizar ações de relações públicas, nos principais mercados externos, direcionadas para os potenciais prescritores do destino Região de Aveiro e dos seus produtos turísticos estratégicos. Assim, importa, entre outras: (i) definir a estrutura técnica detalhada da ação promocional e os respetivos suportes comunicacionais; (ii) identificar os potenciais prescritores a convidar em cooperação com as delegações internacionais do Turismo de Portugal; (iii) estruturar modelos de programas turísticos personalizados.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DO PRODUTO


[B7.] REALIZAR PRESS TRIPS NO DESTINO 'REGIÃO DE AVEIRO'

A proposta de comunicação e promoção do destino e dos respetivos produtos turísticos deverá privilegiar as abordagens adotadas pelo Turismo de Portugal e pelas próprias ERTs e ARPTs, convidando os potenciais prescritores – jornalistas, bloggers e influencers – a conhecer e vivenciar as experiências disponíveis na Região de Aveiro e o que de melhor se propõe oferecer aos turistas neste destino. Para o efeito, a presente proposta passa, entre outros, por: (i) definir a estrutura técnica detalhada da ação promocional no destino; (ii) identificar os potenciais prescritores a convidar, em cooperação com as delegações internacionais do Turismo de Portugal; (iii) estruturar modelos de programas turísticos personalizados; (iv) organizar os programas de visita no destino, prestando um acompanhamento qualificado da experiência.

[B8.] DINAMIZAR AÇÕES DE MARKETING DIGITAL

A presença digital, ancorada nas redes sociais, especialmente no Facebook e no Instagram, assume especial relevância no atual contexto, pelo que importa encetar um esforço contínuo que permita garantir a devida notoriedade do destino e dos seus produtos turísticos estratégicos, articulando as propostas de comunicação nas redes sociais, através dos conteúdos exclusivos a produzir, das campanhas promocionais a lançar e dos investimentos permanentes em ads. Em síntese, importa, entre outros: (i) reativar as redes sociais da nova marca turística do destino 'Região de Aveiro'; (ii) dinamizar e monitorizar as ações de marketing digital (SEM, SEO, Ads); (iii) investir em Ads (Meta Ads e Google Ads); (iv) lançar campanhas promocionais regulares nas redes sociais.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO

[C1.] LANÇAR UMA CAMPANHA PROMOCIONAL (STAYOVER)

As unidades de alojamento turístico têm vindo a assinalar uma enorme dependência das OTAs, e ao longo dos últimos anos esta dependência tem vindo a agravar-se, o que constitui uma limitação objetiva à sustentabilidade operacional deste setor de atividade. Para responder de forma inteligente e criativa a esta circunstância, propõe-se que a CIRA estruture e operacionalize uma campanha promocional dirigida à base económica do setor do turismo, a partir das unidades de alojamento turístico, estimulando o incremento das reservas diretas e respetiva compensação aos hóspedes, através de descontos comerciais diretos na base económica sub-regional e local. A estruturação desta campanha passa, entre outros, por: (i) mobilizar as unidades de alojamento turístico da Região de Aveiro; (ii) identificar um portfólio de experiências turísticas passíveis de integrar a campanha; (iii) proporcionar condições promocionais nas tarifas e descontos no destino; (iv) promover massivamente a campanha (multiplataformas).

[C2.] REALIZAR FAM TRIPS NO DESTINO 'REGIÃO DE AVEIRO'

O modelo de fam trips constitui uma proposta de natureza comercial dirigida aos agentes de distribuição turística (nacionais e internacionais), e que tem vindo a demonstrar resultados manifestamente positivos nos últimos anos um pouco por todo o país. Assim, a presente proposta passa, entre outros, por: (i) definir a estrutura técnica detalhada da ação promocional no destino; (ii) identificar os respetivos agentes de distribuição turística em cooperação com as delegações internacionais do Turismo de Portugal; (iii) estruturar modelos de programas turísticos personalizados; (iv) organizar os programas de visitaçao no destino, prestando um acompanhamento qualificado da experiência.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA




DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO

[C3.] DINAMIZAR AÇÕES COMERCIAIS SEGMENTADAS

A relação comercial a estabelecer com os agentes de distribuição turística – operadores turísticos e agências de viagens – poderá assumir múltiplos formatos, contudo a proposta que melhor responde às exigências da base económica sub-regional do setor do turismo na Região de Aveiro deverá privilegiar abordagens seletivas, segmentadas por produto turístico e, tanto quanto possível, por mercados emissores, por forma a capitalizar o potencial instalado no destino e o exigido envolvimento das respetivas atividades características do turismo. A este propósito, propõe-se, entre outros: (i) organizar ações comerciais segmentadas por produtos estratégicos e mercados prioritários; (ii) envolver operadores turísticos e agentes de viagens especializados nos respetivos produtos; (iii) estruturar suportes de comunicação personalizados para os respetivos agentes de distribuição turística; (iv) monitorizar os resultados alcançados (sinalização de melhorias).

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



OBSERVAÇÃO E MONITORIZAÇÃO DA ATIVIDADE

[D1.] CRIAR UM BARÓMETRO DE TURISMO DA REGIÃO DE AVEIRO

A importância de conhecer e monitorizar a atividade turística na Região de Aveiro é determinante para apoiar a tomada de decisão, desejavelmente, baseada em informação rigorosa, seja através da sistematização de informação secundária disponível (fontes de informação oficial), seja através da sistematização de informação primária (processo de recolha própria e em cooperação com os municípios do território). Neste sentido, propõe-se criar um barómetro de turismo da Região de Aveiro como instrumento de suporte à monitorização do desempenho da atividade turística ao nível sub-regional. A concretização deste instrumento passa, entre outros, por: (i) sistematizar a informação disponível de fontes oficiais secundárias; (ii) segmentar a informação por produtos turísticos estratégicos; (iii) lançar sondagens pontuais para responder a necessidades específicas de informação estatística.

[D2.] PRODUZIR RELATÓRIOS PERIÓDICOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA

A informação (estatística) para cumprir a sua missão deverá ser rigorosa e acessível, pelo que o esforço que se pretende imprimir neste âmbito deverá ser acompanhado por uma preocupação de transformar a informação estatística em informação de apoio à tomada de decisão da própria CIRA, mas também dos municípios do território e das atividades características do turismo. Neste sentido, importa, entre outros: (i) lançar destaques/relatórios periódicos (periodicidade trimestral) com dados estatísticos do turismo; (ii) articular com os municípios do território o perfil de informação mais relevante a produzir e disseminar; (iii) mobilizar os parceiros locais para partilhar informação estatística.

04. PROJETOS ÂNCORA NO TERRITÓRIO CIRA



[E1.] ORGANIZAR UM ROADSHOW ANUAL NO TERRITÓRIO CIRA

A necessidade de aprofundar uma 'cultura de região' junto dos pivots dos onze municípios que constituem o Grupo de Turismo da CIRA é essencial para prosseguir a estratégia de afirmação de um território que se afirma com uma identidade própria em que todos se revejam. Esta construção de uma 'cultura de região' é essencial, desde logo porque se reconhece que a mesma é praticamente inexistente, pelo que se propõe organizar um roadshow anual que percorra todos os municípios da Região de Aveiro e, assim, contribua para lançar as bases deste processo, assumindo-se um percurso que passa, entre outros, por: (i) desenhar um programa de mobilidade para técnicos de turismo; (ii) realizar uma reunião por mês em cada um dos municípios; (iii) apresentar as valências e atributos do território (município); (iv) assegurar o compromisso de estabelecer uma 'cultura de região' junto dos pivots.

[E2.] REALIZAR UMA AÇÃO DE PROSPEÇÃO ANUAL

O desafio de estimular essa 'cultura de região' junto dos pivots dos onze municípios que constituem o Grupo de Turismo da CIRA poderá passar, entre outros, pela realização de uma ação anual de prospeção alargada (integre os respetivos pivots, mas também uma short-list de agentes económicos do setor) a territórios, nacionais e/ou internacionais, que se constituam casos de estudo ou boas práticas inspiradoras para o próprio destino da CIRA. Assim, importa, entre outros: (i) identificar destinos e/ou produtos de referência nacional ou internacional; (ii) preparar uma ação de prospeção para capacitação dos técnicos (especial enfoque nas dinâmicas já existentes no território, como a Rede Portuguesa do Turismo Industrial, Associação Portuguesa de Cidades e Vilas de Cerâmica); (iii) organizar a respetiva ação de prospeção.

