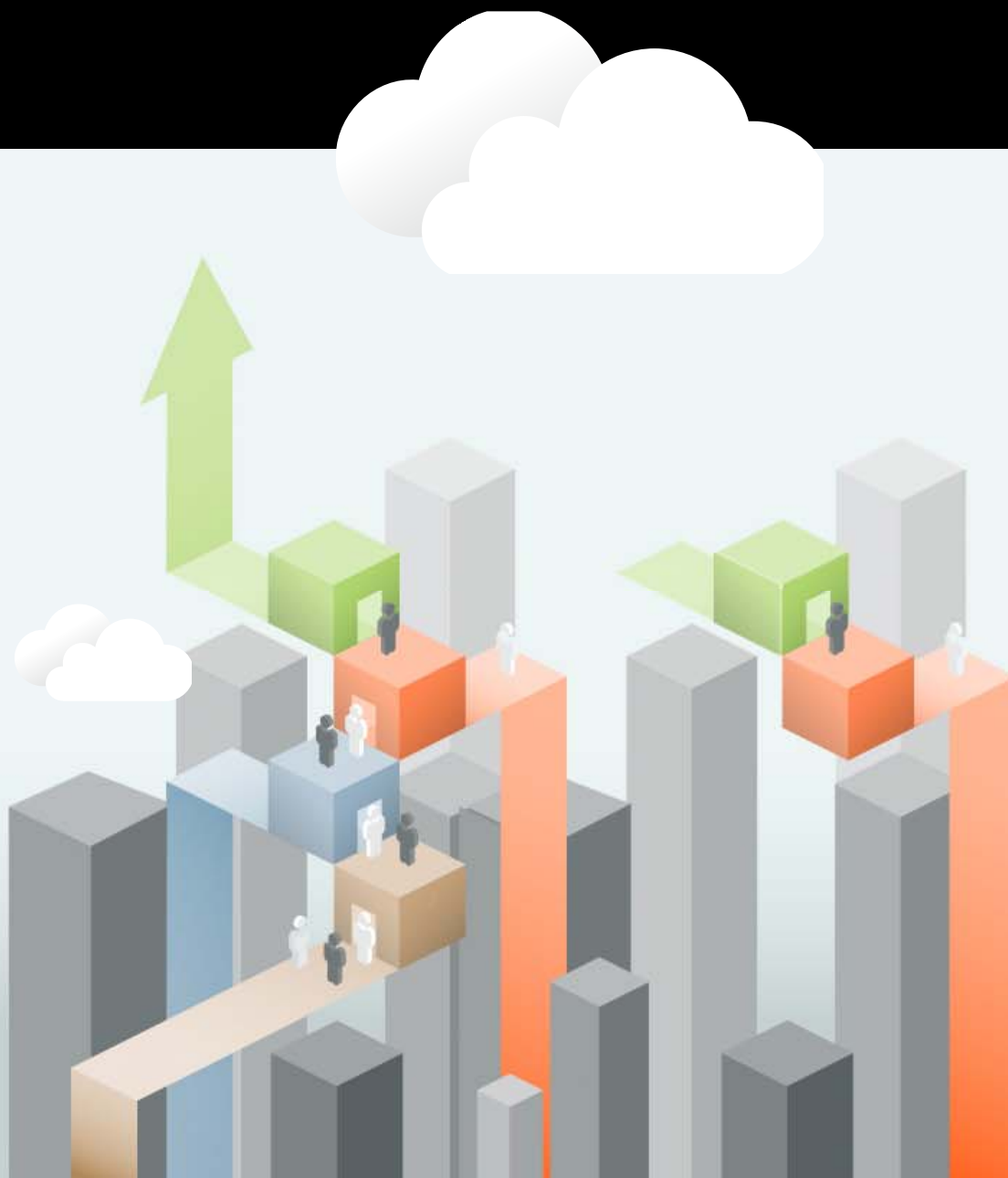


PROMOÇÃO NOVOS RUMOS





ERA UMA VEZ

TUDO COMEÇOU DE FORMA INÉDITA

por um debate lançado pelo SET sobre o futuro modelo de Promoção Turística

RESPOSTA TAMBÉM INÉDITA

CTP e associadas AHP, APAVT, AHRESP, APHORT, AHETA e ATL inscrevem resposta única

Inédit

**O ESSENCIAL DESSA
POSIÇÃO CONSENSUAL:**



CONTRATUALIZAÇÃO

PRIVADOS
DESCENTRALIZAÇÃO
TRANSPARÊNCIA



BALANÇO

TURISMO DE PORTUGAL

POSITIVO

- Concentração de competências
- Financiamento
- Recursos humanos

NEGATIVO

- Ausência de estratégia
- Instabilidade de orientações
- Deficiente coordenação
- Centralismo crescente
- Falta de concertação com privados

AGÊNCIAS REGIONAIS DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

POSITIVO

- Parcerias com privados
- Enfoque na oferta regional

NEGATIVO

- Discrepâncias regionais
- Massa crítica
- Profissionalismo e controle





CRÍTICA À PROMOÇÃO DO DESTINO PORTUGAL

- Progressiva centralização do TdP
- Rígidas matrizes de mercados, produtos e acções
- Objectivos irrealistas
- Limitação de acções pelas ARPT
 - Retira criatividade e desvia esforços
- Falta de coerência das sucessivas campanhas
- Acções que desregulam o mercado





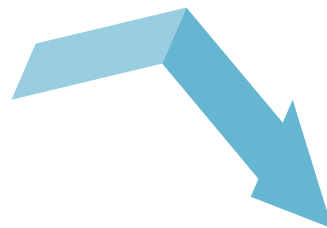
DO BALANÇO

PARTIU-SE

PARA O

MODELO

ALMEJADO





MODELO

PACTO DE REGIME

Estratégia de longo prazo
independente dos ciclos políticos

SUBSCRITORES

Públicos
Privados (CTP)
Regionais (ARPT)

ESTABILIDADE E AUTONOMIA

Contratos com vigência de médio
prazo
4 anos, renováveis

SISTEMA NACIONAL DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

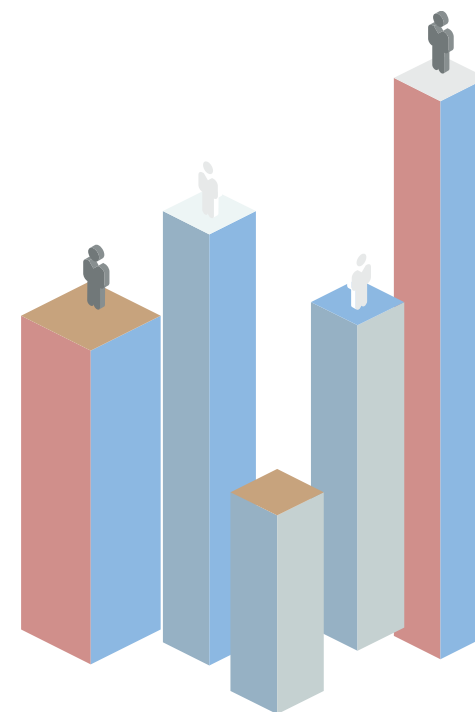
Cada protagonista com papel claro
e sem sobreposições

PRINCÍPIO DA CONCERTAÇÃO

Reformulação do CEPT / criação de
nova instância

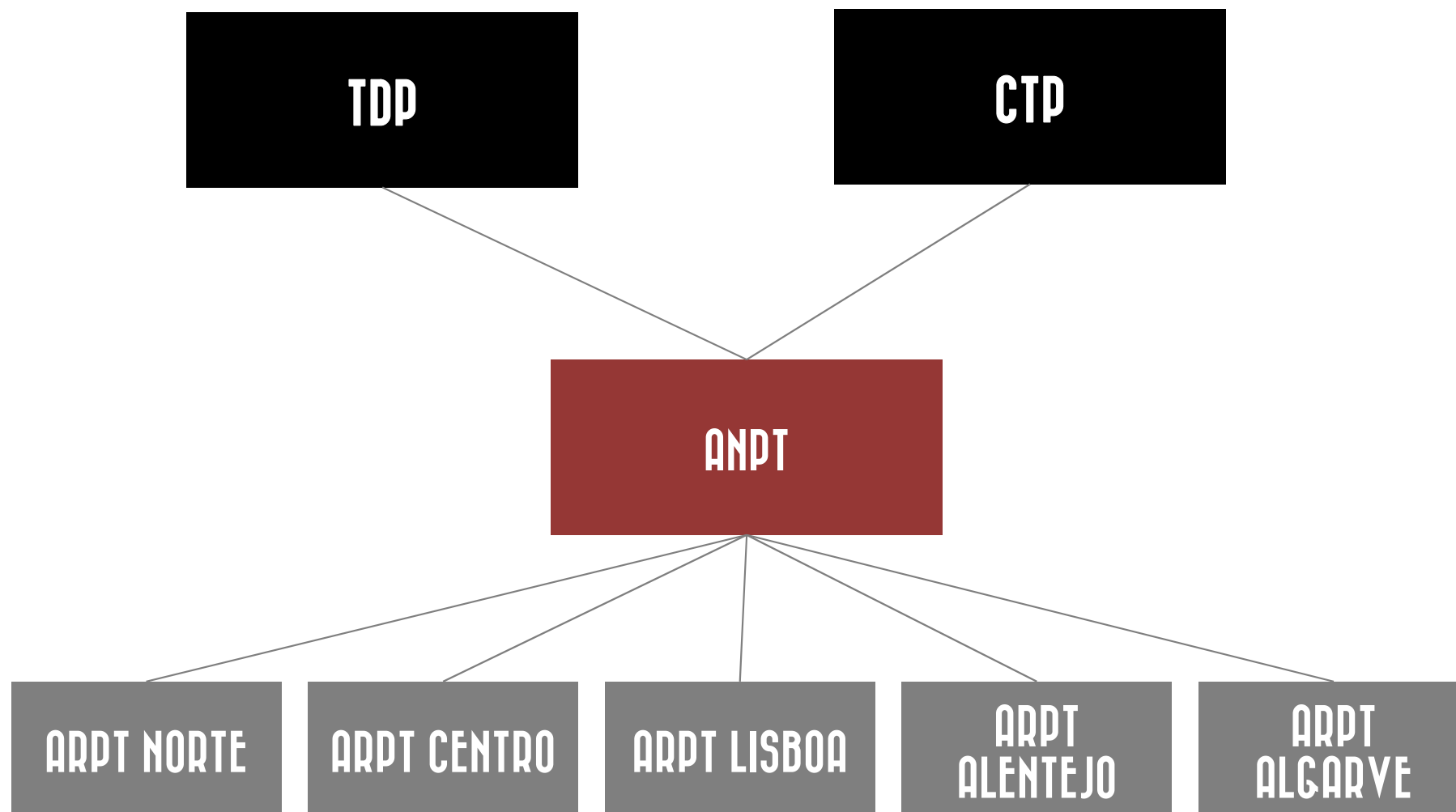
HIERARQUIA DE INTERVENÇÃO

Níveis nacional e regional
Criação da Agência Nacional de
Promoção Turística
Manutenção das Agências Regionais
de Promoção Turística





MODELO





MODELO



CTP → INTERLOCUTOR DE 1ª LINHA DO SET E DO TDP

ASSOCIAÇÕES

- Participação efectiva no governo das ARPT
- Definição do sistema e instâncias de concertação (através da CTP)
- Participação no financiamento

EMPRESAS

- Participação na gestão das ARPT
- Definição de planos, estratégias e planos de promoção
- Execução dos planos e participação em acções



MODELO

**O SET JÁ DISSE
O QUE PENSAVA SOBRE
O MODELO PROPOSTO**





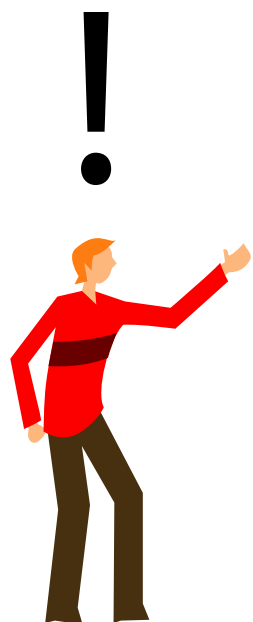
MODELO

RESPOSTA DO SET

ENTUSIASMO PELA IDEIA DE CRIAR A AGÊNCIA NACIONAL DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

- Várias declarações públicas
 - Afirmção de natureza mista:
sector público / sector privado
 - Concurso para escolha do administrador TdP
com pelouro do Marketing
- Uma missão principal é criar a Agência





MORAL DA HISTÓRIA

**GOVERNO
E PRIVADOS
CONCORDAM
COM A
SOLUÇÃO**



A SOLUÇÃO

UMA SOLUÇÃO CONSENSUALIZADA



AGÊNCIA NACIONAL DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

- Natureza privada
- Sem fins lucrativos
- Participada pelo Estado e por Privados

**VAMOS JÁ FAZER A ESCRITURA?
ANTES DISSO, VALE A PENA DEBATER OS “PORMAIORES”**



OS “PORMAIORES”

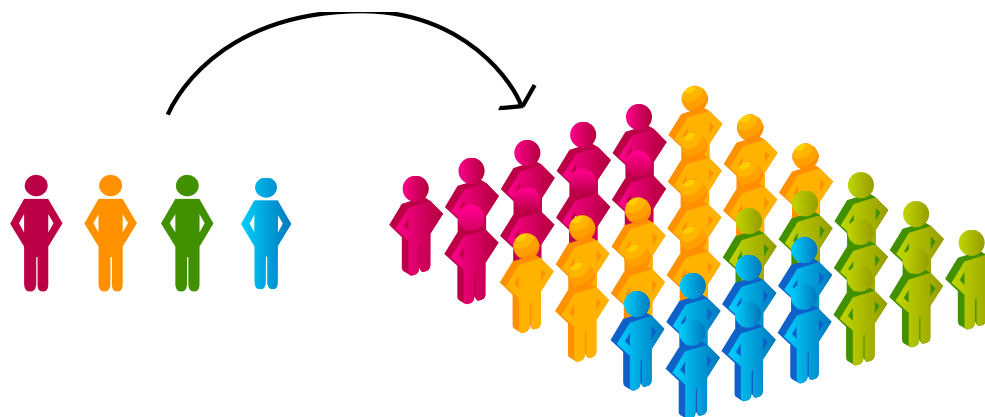
QUEM INTEGRA A AGÊNCIA

ASSOCIAÇÃO PRIVADA SEM FINS LUCRATIVOS

COMPOSTA POR:

- TdP
- CTP
- Associações membros da CTP
- ARPTs

TEMOS CONSENSO?





OS “PORMAIORES”

QUE MISSÃO PARA A AGÊNCIA

- Entidade responsável pela gestão e coordenação do sistema mediante contratualização com TdP
- Compete-lhe
 - ✓ Definir e implementar a estratégia de promoção internacional
 - ✓ Executar a promoção da marca Portugal
 - ✓ Contratualizar com ARPTs a promoção regional
 - ✓ Auditoria desses contratos e monitorização dos resultados

TEMOS CONSENSO?



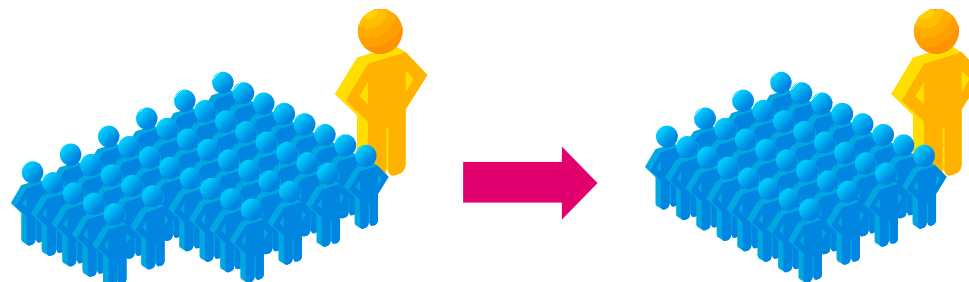


OS “PORMAIORES”

QUE PAPEL PARA O TDP NA PROMOÇÃO TURÍSTICA

- Contratualiza com Agência o exercício das atribuições e competências deste em matéria de promoção internacional
- Contrato por período mínimo de 4 anos automaticamente renováveis para estabilidade do sistema
- Remuneração da Agência pelo exercício das tarefas resultantes do contrato

TEMOS CONSENSO?



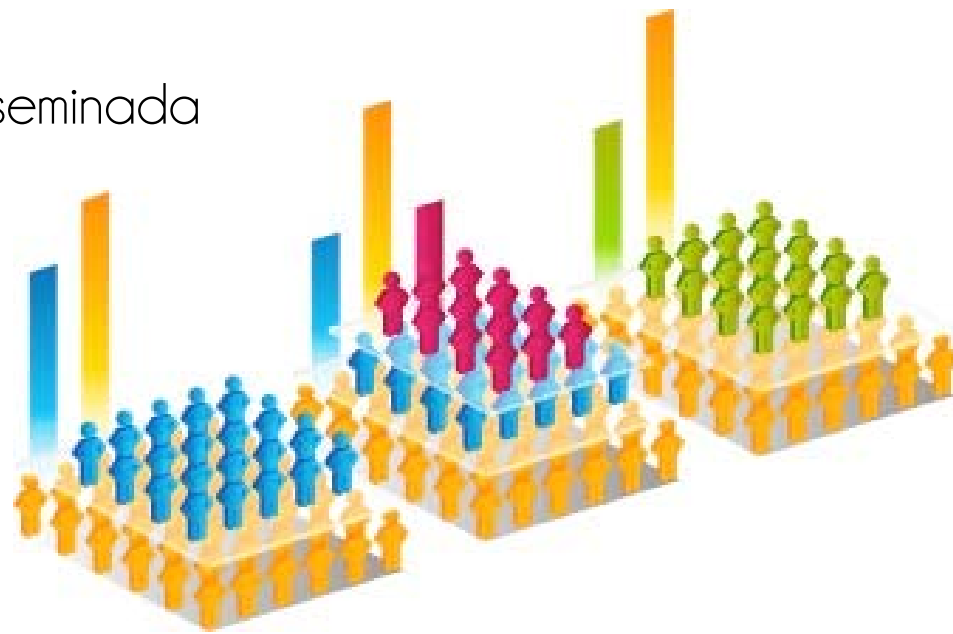


OS “PORMAIORES”

QUE PROGRAMAS DEVE A AGÊNCIA DESENVOLVER

- Promoção da Marca Portugal
 - ✓ Campanha internacional anual de Publicidade
 - ✓ Participação em Feiras internacionais
 - ✓ Portal promocional nacional
- Contratualização da promoção regional com as ARPTs
- Programa nacional de PCVs
 - ✓ Empresas de âmbito nacional
 - ✓ Produtos emergentes de oferta disseminada
- Captação de grandes eventos
- Gestão dos programas / contrapartidas dos casinos

TEMOS CONSENSO?





OS “PORMAIORES”

QUE FINANCIAMENTO

○ financiamento da Agência assegurado por

- ✓ Verbas da promoção turística transferidas por TdP
- ✓ Verbas provenientes do quadro comunitário de apoio
- ✓ Outras receitas que lhe sejam destinadas ou atribuídas

TEMOS CONSENSO?





OS “PORMAIORES”

QUE GOVERNANCE

- Agência dirigida por Conselho de Administração de carácter estratégico
 - ✓ Administrador indicado por SET
 - ✓ Administrador indicado pela CTP
 - ✓ Administrador cooptado
- Órgão executivo
 - ✓ Administrador delegado escolhido pelo CA

TEMOS CONSENSO?



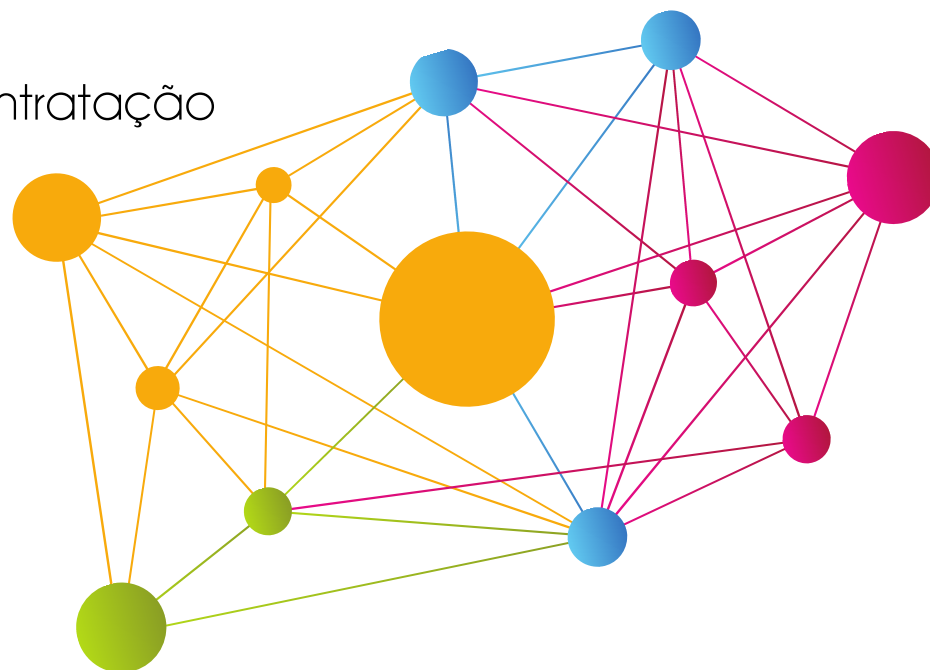


OS “PORMAIORES”

QUE ESTRUTURA

- Agência com estrutura aligeirada
 - ✓ estritamente necessária ao cumprimento da sua missão
 - ✓ Adequada à execução das acções de promoções reservadas
 - ✓ À gestão de contratos e programas
- Especialmente forte na componente de contratação e de auditora de execução e financeira

TEMOS CONSENSO?





**VAMOS
LÁ VER
SE TEMOS**

CONSENSO



ESTRUTURA DE COORDENAÇÃO E CONCERTAÇÃO

- profissional, independente e não politizada, estável e coerente
- Integre sector privado independente da sua dimensão
- Efectiva a complementaridade entre promoção nacional e regionais
- Que não concorra com Agências regionais
nem com Associação Empresariais nem com as Empresas
- Que promova utilização eficiente dos dinheiros
públicos e privados de investimento na promoção.



**É DISTO QUE ESTAMOS A FALAR
QUANDO FALAMOS
DA AGÊNCIA NACIONAL
DE PROMOÇÃO TURÍSTICA?**

