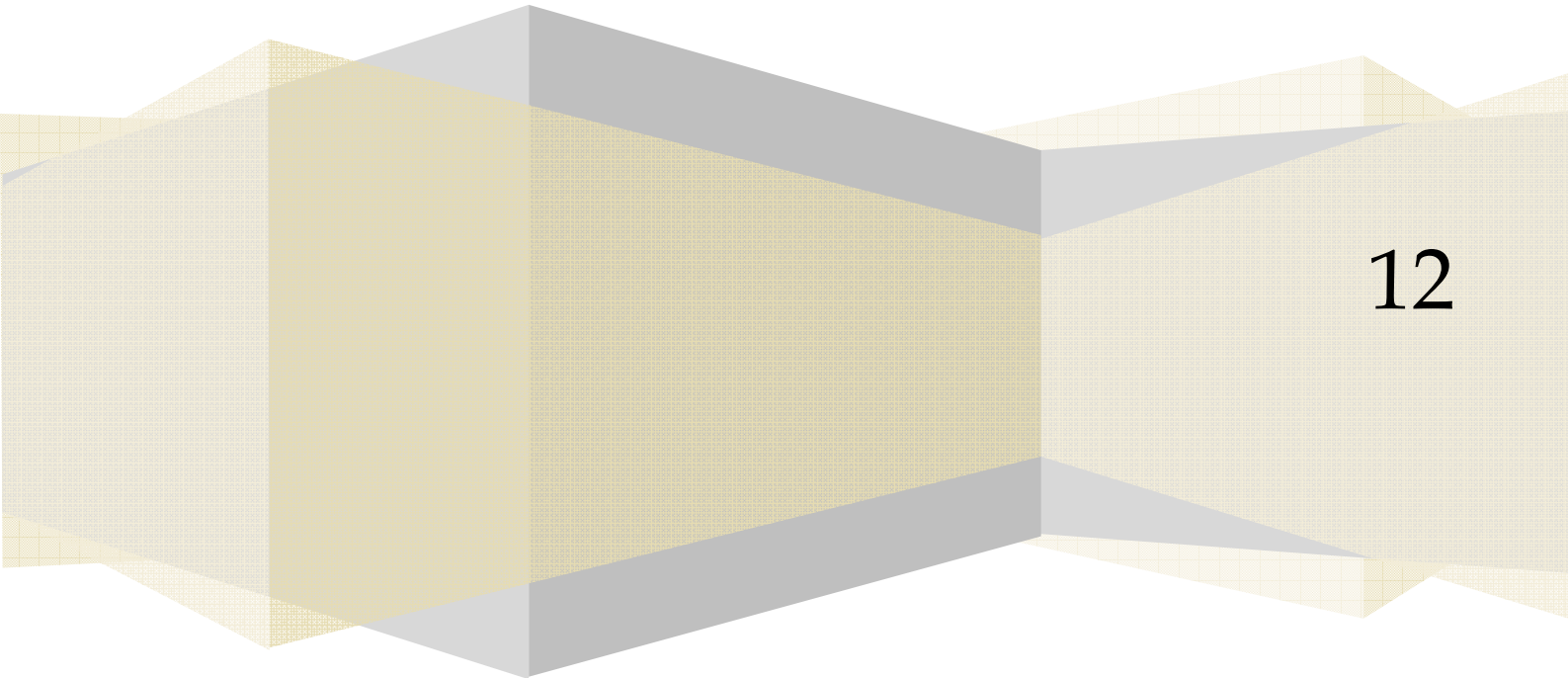


Turismo Estoril, EM, SA

PLANO DE ACTIVIDADES MARCA ESTORIL

2012

TURISMO ESTORIL



12

1. Introdução

Tendo como base o Plano Estratégico elaborado para o Destino Estoril para o triénio 2010-2013, o documento agora proposto visa estabelecer as linhas de actuação para o ano de 2012, nos domínios da promoção turística nacional e internacional, captação e manutenção de eventos e animação local, bem como as medidas conducentes à requalificação do Destino.

O Turismo de Portugal, no âmbito da Contratualização e das orientações emanadas da Política Nacional de Turismo (PENT), conferiu ao Estoril um carácter de excepção, considerando este Destino Turístico como Marca Internacional, confirmando deliberação do CEPT (Conselho Estratégico de Promoção Turística) de 2006.

O Plano de Actividades na área da promoção turística externa e de captação e manutenção de eventos e animação local, para o ano de 2012, consignado no presente documento, espelha a concretização de uma estratégia de consolidação do Destino a nível internacional, identificando operacionalmente o que a Turismo Estoril pretende dinamizar e desenvolver, tendo em consideração a evolução da promoção turística, que aponta para a necessidade de colocar o cliente no centro da definição de produtos e marcas, onde a segmentação e a personalização, surgem como aspectos de base fundamentais.

Encerra igualmente em si, a concretização de uma estratégia devidamente coordenada com a ARPT Lisboa, e em consonância com as directrizes constantes do Plano Estratégico Lisboa 2011-2014, devidamente adaptadas à realidade regional.

A ambição estratégica do Destino Estoril tem subjacente a sua consolidação enquanto destino turístico dotado de um leque diversificado de produtos, no panorama de destinos congéneres europeus. Para além disso, contempla ainda, a nível do contexto turístico nacional, consolidar a sua quota de mercado e o reforço da sua contribuição para o aumento da competitividade turística no nosso país.

Uma das áreas chave de intervenção será a requalificação do Destino orientada pelos valores subjacentes à implementação de uma estratégia de sustentabilidade económico-social e ambiental numa lógica de, a prazo, posicionando-se o Estoril, no contexto internacional, como *Green Destination*, no sentido mais lato do conceito.

Paralelamente, e tendo em atenção ao novo paradigma em que a promoção convive, de orientação para o cliente, será dada continuidade ao esforço de integração das várias partes que concorrem para o desenvolvimento turístico da região, quer do lado da oferta, como da procura, atendendo ao contexto económico-social em que o mundo na actualidade convive.

Ainda de realçar, que será dada continuidade à crescente integração de ferramentas de personalização do contacto estreito com o público final e com os profissionais do sector, designadamente a nível da utilização de ferramentas tecnológicas de *e-marketing* (website, redes sociais, base de dados integradas de marca e por produto). Ou seja, a base é a inovação e o empreendedorismo, consolidando aquele que é um dos apanágios do trabalho que desde sempre foi desenvolvido, pelo mais antigo destino turístico nacional.

Por fim, e tendo em conta as reduções orçamentais e a necessária racionalização do investimento, o Plano que ora se expõe terá uma forte componente de integração com os planos desenvolvidos a nível do produto Turismo de Negócios e Golfe, visando uma acção cada vez mais eficaz e eficiente de dinamização na promoção do destino junto dos *targets* seleccionados.

Concluindo, consideramos que a operacionalização que se propõe conduzirá, por um lado, ao aumento do número de dormidas e turistas, e a par, captar segmentos com maior retorno económico para Região, concorrendo assim para os objectivos da política nacional de turismo.

2. Performance do Destino Turístico Estoril - 2010 e Até Agosto de 2011

O destino Estoril convive com uma performance positiva em todos os indicadores, sejam de volume, ou económicos, sendo de especial realce o facto de que quando comparado com outros destinos nacionais, o retorno económico ser amplamente superior à média nacional.

Em 2010, a Costa do Estoril recebeu um total de 340 mil turistas, que se traduz num aumento de 26%, relativamente a igual período do ano anterior. As dormidas acompanham este indicador, embora de forma mais tímida, mas em linha com as tendências do turismo mundial, com um total de 970 mil dormidas, que resulta numa menor estadia média. Existe um maior número de pessoas que desfrutam do nosso destino, mas fazem-no por menos tempo, mas com um impacto positivo no principal indicador de gestão. O Rev Par (Receita Média por quarto disponível) atingiu um valor acumulado de 45€, reflectindo um acréscimo de 7% em relação a 2009.

ANO 2010	Valor	Varição 2010/2009
Dormidas	968.736	+12,7%
Hóspedes	340.432	+26,1%
Taxa de Ocupação	53,8%	+1,0%

Fonte: Estoril Tourism Monitor | ARHCESMO

O ano de 2011, e atendendo aos números disponíveis (Agosto de 2011, inclusive), estamos no caminho de suplantar os valores que obtemos em 2007, ano de referencia pela acentuada procura turística, com todos os indicadores que monitorizam a actividade turística da região com aumentos expressivos.

Até Agosto 2011 (Acum.)	Valor	Varição 2011/2010
Dormidas	787.436	+14%
Hóspedes	279.859	+20%
Taxa de Ocupação	57,8%	+2%
Preço Médio por quarto ocupado	92€	+6%

Fonte: Estoril Tourism Monitor | ARHCESMO

Até Agosto de 2011 (inclusive), a Costa do Estoril recebeu um total de 280 mil turistas, que se traduz no acréscimo de 14%, neste indicador, relativamente a igual período do ano passado. As dormidas também acompanharam este indicador, embora com um ritmo inferior, tendo o destino Estoril alcançado as 787 mil dormidas, nos primeiros 8 meses deste ano. Destaque-se o facto de que, em termos de turistas, o aumento reflecte um maior peso do fluxo oriundo dos mercados externos, onde se regista uma variação amplamente positiva a nível dos 2 dígitos (+22%).

No respeitante aos indicadores económicos, a Costa do Estoril alcançou um preço médio por quarto vendido de 92 euros (mais seis por cento).

No ano de 2010, Espanha pela sua importância, no contexto da procura para o destino Estoril, é aquele que mais cresce em termos de volume, assumindo-se como 2º mercado. De uma forma geral, todos os mercados do Top Ten da procura para a Costa do Estoril apresentam crescimentos acentuados. O Reino Unido (3º mercado) apresenta um total de 80 mil dormidas reflectindo um aumento de 5% em relação a 2009. A Holanda, a Alemanha, a Irlanda, Suécia e EUA prosseguem a mesma performance, com crescimentos da ordem dos 2 dígitos. A este sucesso não é alheio o trabalho promocional desenvolvido e segmentado por produtos – Lazer, Turismo de Negócios (MI) e Golfe.

Dormidas por mercado - Ano 2010

Países	Acumulado Agosto 2011		Ranking	Quota
	2010	Var	2011	2010
Alemanha	61.135	32,2%	5	6,3%
Bélgica	33.637	-5,2%	8	3,5%
Brasil	18.470	43,7%	15	1,9%
Espanha	187.260	18,3%	2	19,3%
EUA	26.196	8,3%	10	2,7%
França	47.964	-1,4%	6	5,0%
Holanda	61.644	19,5%	4	6,4%
Irlanda	38.192	2,2%	7	3,9%
Itália	18.689	1,1%	13	1,9%
Noruega	19.033	7,2%	12	2,0%
Reino Unido	79.448	4,9%	3	8,2%
Rússia	23.605	46,2%	11	2,4%
Suécia	28.329	21,3%	9	2,9%
Portugal	201.902	11,1%	1	20,8%
Estrangeiros	766.834	13,2%		79,2%
TOTAL	968.736	12,7%		100,0%

Fonte: Estoril Tourism Monitor

Em termos de mercados, considerando os dados disponíveis até Agosto de 2011, assistimos a um acréscimo acentuado do mercado do Reino Unido (+33,6%), Holanda (+25,5%) e Rússia (+55,7%), sendo que este último destrona o tradicional mercado americano, depois de um crescimento consolidado ao longo dos últimos 5 anos.

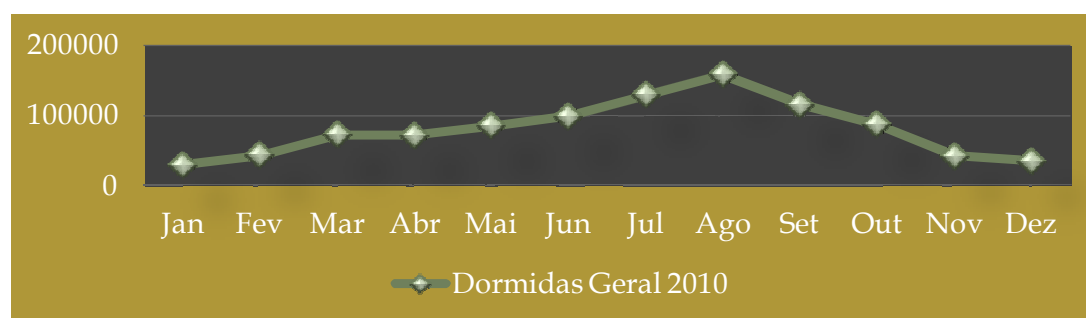
Regista-se a continuidade da boa performance do ano de 2010, comum a grande parte dos mercados, com a manutenção do crescimento dos mercados tradicionais, mas também o surgimento de cada vez um maior número de novos mercados, permitindo assim ter um leque de mercados mais abrangente, com reflexos nos resultados positivos globais do destino.

Dormidas por mercado - Até Agosto 2011 (inclusive)

Países	Acumulado Agosto 2011		Ranking	Quota
	2011	Var	2011	2011
Alemanha	42.173	-3,7%	6	5,4%
Bélgica	30.474	21,1%	8	3,9%
Brasil	13.466	1,2%	15	1,7%
Espanha	139.436	-1,2%	2	17,7%
EUA	20.466	6,2%	11	2,6%
França	46.622	33,9%	5	5,9%
Holanda	57.945	25,5%	4	7,4%
Irlanda	31.507	16,8%	7	4,0%
Itália	17.025	34,4%	13	2,2%
Noruega	15.049	15,4%	14	1,9%
Reino Unido	69.248	33,6%	3	8,8%
Rússia	26.405	55,7%	9	3,4%
Suécia	21.372	12,7%	10	2,7%
Portugal	165.829	19,4%	1	21,1%
Estrangeiros	621.607	13,0%		78,9%
TOTAL	787.436	14,3%		100,0%

Fonte: Estoril Tourism Monitor

Considerando os produtos que compõem a oferta da Costa do Estoril, e o trabalho desenvolvido, concluímos que não obstante a procura mais acentuada se registar nos meses de Julho a Setembro, a época média apresenta uma dinâmica cada vez maior, em consequência do aumento do fluxo turístico no âmbito dos produtos Golfe e Negócios.



3. PLANO DE PROMOÇÃO INTERNACIONAL MARCA ESTORIL 2012

a. Introdução

Considerando o Plano Estratégico elaborado para o Destino Estoril, o presente documento visa estabelecer as linhas básicas de actuação para o ano de 2012, no domínio da promoção internacional.

O Plano de Promoção espelha uma continuidade em termos de mercados alvo, mas inova em termos de tipologias de acção, com a introdução, de forma clara, de ferramentas de comunicação de *e-marketing*, com uma abordagem clara junto do cliente final e profissional, atendendo aos diversos produtos que compõem a oferta turística do Destino e à optimização dos recursos financeiros disponíveis.

Pretende-se assim, uma integração efectiva e claramente definida das várias entidades que no âmbito da Costa do Estoril concorrem para a promoção do destino a nível internacional – *Turismo Estoril, Estoril Convention Bureau e Estoril Golfe Bureau*.

A operacionalização desta orientação tem subjacente uma lógica de mercados, mas também de arquitectura de acções que encerrem a prossecução dos objectivos constantes em sede de plano estratégico – o aumento das receitas turísticas, em maior proporção do que o aumento das dormidas e turistas na região – concorrendo assim para o desenvolvimento turístico do concelho de Cascais e para os objectivos delineados em termos de Política Nacional do Turismo.

Assim, atendendo às exigências do mercado, à nova tendência da procura, e ao actual contexto subjacente à economia portuguesa, o conhecimento aprofundado do sector e a captação dos fluxos com apetência pelas valências que incorpora a proposta de valor do destino surgem como os principais factores de competitividade.

Face ao exposto, o Turismo Estoril assume-se, assim, como a entidade coordenadora de toda a oferta e a dinamizadora de todas as acções conducentes à divulgação da marca internacional e de todos os produtos que compõem a oferta turística do destino e será nesse pressuposto que toda a sua actividade se desenvolverá, funcionando o seu Plano como *umbrella* e parceiro, no desenvolvimento dos planos que dinamizam dois dos principais produtos da oferta do Destino – Golfe e Turismo de Negócios.

b. Mecânica Promocional

O Turismo de Portugal, no âmbito da Contratualização e das orientações emanadas da Política Nacional de Turismo (PENT), conferiu ao Estoril um carácter de excepção, surgindo este Destino Turístico como Marca Internacional.

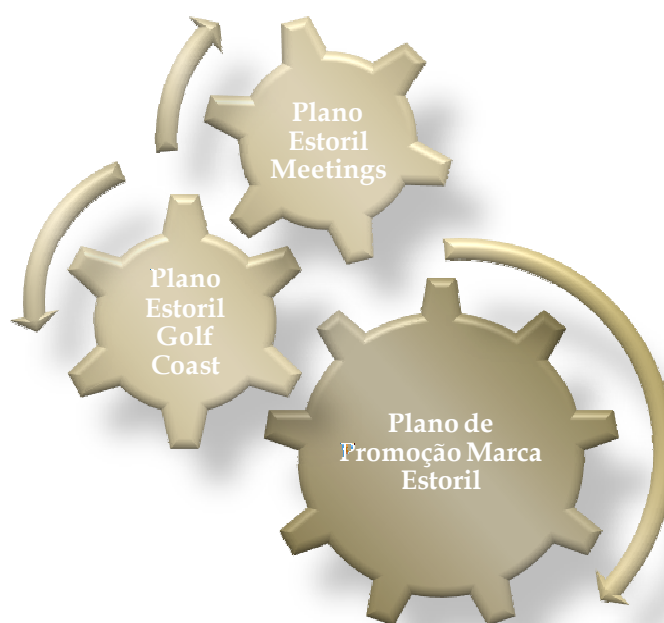
“O Estoril possui uma realidade turística que faz desta região um destino que deve ser tratado com autonomia. Assim, o ITP defende que o Estoril se enquadre nos Planos de Produto formulados para a Região de Lisboa, financiando e acompanhando/apoiando a sua execução, bem como desenvolva, devidamente concertado com a ATL, um Plano de Promoção Internacional para a divulgação da sua marca. Acresce que, por dispor de meios específicos para a promoção e realização de eventos, constitui uma realidade operacional a ter em conta.”

Neste sentido, o destino Estoril encontra-se integrado em termos de produtos turísticos no Plano de Promoção Internacional para a área de Lisboa, constituindo-se como um complemento qualitativo à restante acção promocional dinamizada pelo Turismo de Portugal e pela Associação de Turismo de Lisboa.

Importa por isso, expor as competências consagradas no documento sobre as Bases de Entendimento da Associação de Turismo de Lisboa para a actividade preconizada por este organismo. A saber:

Planeamento e desenvolvimento do Estoril, enquanto destino turístico	Organização, promoção, gestão e apoio a eventos realizados no Estoril
Promoção Turística Internacional da Marca Estoril	Melhoria da oferta, produtos e serviços turísticos do Estoril
Promoção do Estoril junto a segmentos específicos do mercado nacional	Monitorização da operação turística do Estoril

O **Plano da Marca Estoril**, e como atrás mencionado, é definido e operacionalizado em estreita harmonia com os planos autónomos do Turismo de Negócios e Turismo de Golfe, assentando na seguinte configuração de mecânica promocional:

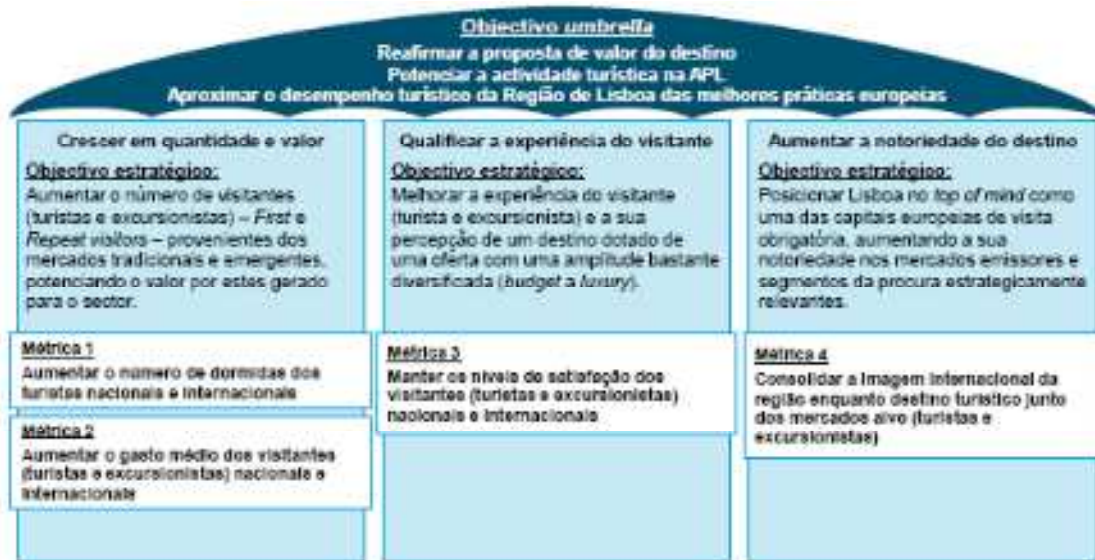


Plano de Promoção da ARPT Lisboa

O quadro do Modelo de Contratualização Turística em 2011 foi alvo de prorrogação, encontrando-se em vigor as regras subjacentes ao triénio que terminou em 2010, encontrando-se ainda a ser alvo de reformulação do documento estratégico nacional (PENT).

Não obstante esse facto, Lisboa estabeleceu os objectivos estratégicos, que importa ter em consideração, aquando da construção do nosso plano operacional.

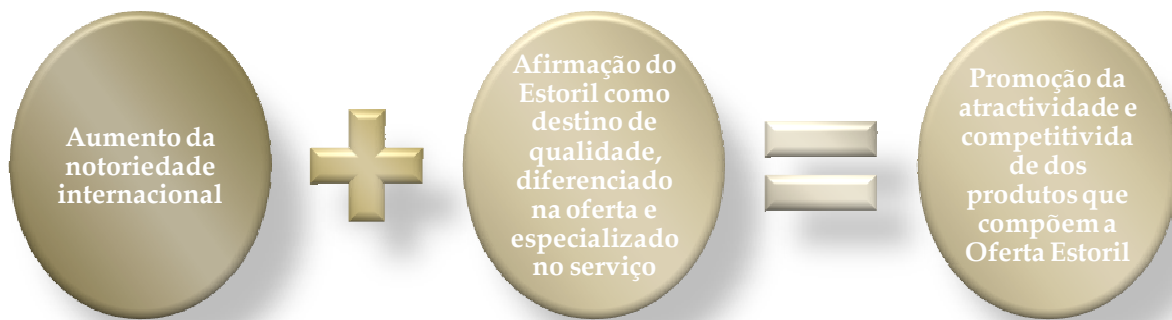
Os objectivos estratégicos de Lisboa, enquanto ARPT, são os seguintes:



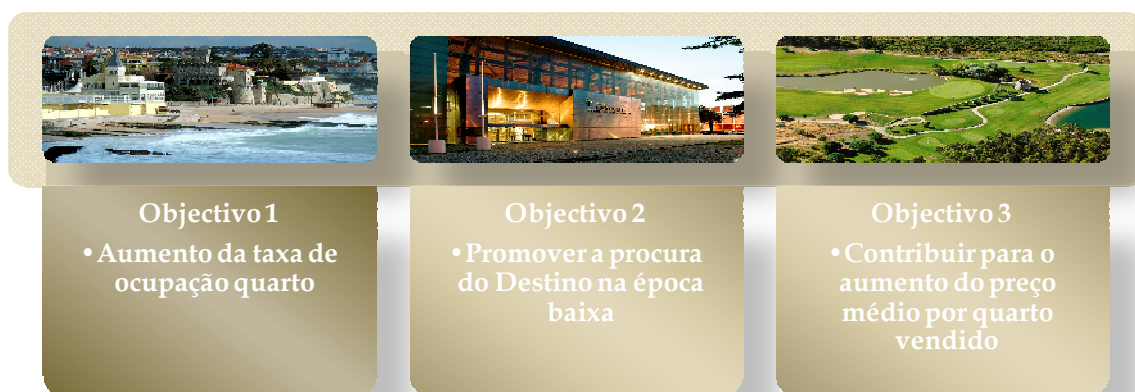
Dado que o Estoril concorre para a prossecução dos objectivos regionais, assegura-se que no âmbito da sua actividade promocional, estes deverão ser observados.

A concretização do presente plano de actividades do Turismo Estoril tem como **objectivos macro:**





Os **objectivos micro, leia-se de curto prazo**, a que nos propomos alcançar são os seguintes:



Em termos de produtos estratégicos, Lisboa apresenta o seguinte figurino:



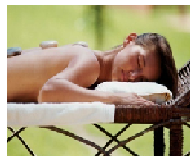
O Estoril acompanha esta orientação, atendendo às particularidades intrínsecas ao destino, definindo como produtos estratégicos subjacentes à promoção da Marca os seguintes:



Gastronomia e Vinhos



Touring Cultural e Paisagístico



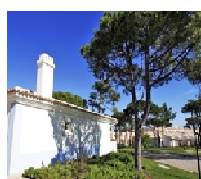
Saúde e Bem Estar



Turismo de Natureza



MICE



Turismo Residencial



City/Short Breaks



Golfe



Turismo Náutico



Sol & Mar

Tendo em consideração o peso nas dormidas a configuração é a seguinte:



A selecção da carteira de mercados e a alocação do respectivo investimento financeiro, no âmbito da marca Estoril, têm subjacente a lógica de segmentação da procura, ponderando o peso que cada um dos mercados apresenta no contexto da procura turística para o destino, em termos de dormidas e de hóspedes na hotelaria, com as tendências e potencialidades da evolução.

Os mercados de actuação seleccionados, para o ano de 2012, representam aproximadamente 90% da procura para o Destino (incluindo Portugal) e 65%, no conjunto dos mercados externos, das dormidas geradas na hotelaria da região.

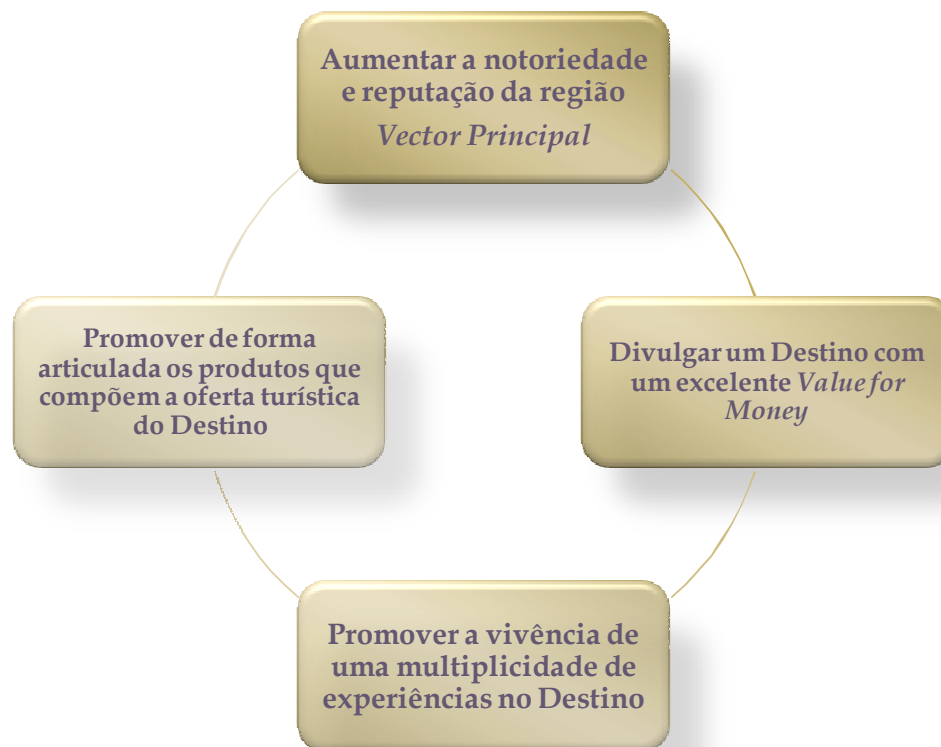
O esforço promocional irá compreender uma forte exposição da Marca Estoril, em estreita parceria com o *Convention Bureau e Golf Bureau*, assente na divulgação dos seus principais produtos - *Lazer, MI e Golfe* - ponderando o seu peso para cada um dos mercados alvo, conforme matriz infra exposta.

Mercado/Produto	Lazer	MICE	Golfe
Espanha	X	X	X
Reino Unido	X	X	X
Alemanha	X	X	X
Holanda	X	X	X
França	X	X	X
EUA		X	
Bélgica	X		
Irlanda	X		X
Itália			
Escandinávia	X	X	X
Países de Leste	X	X	X
Rússia		X	

O binómio “Captação/Fidelização” continua a ser o eixo central do desenvolvimento da actividade, onde a divulgação, a afirmação da qualidade e a disponibilização de opções de consumo concretas, bem como a interacção com o consumidor final, nomeadamente através dos novos canais de comunicação, designadamente acções de *e-marketing*, desempenham um papel fundamental.

O aumento da notoriedade e reputação do destino surge assim como um vector fundamental para a “captação”.

A promoção do Estoril, e potenciando todas as sinergias com os planos próprios de MI e Golfe, passará pelo enfoque na marca, e as suas opções de consumo, com uma orientação crescente para o seu público-alvo – cliente final e profissional – procurando acções que promovam interacção crescente nos novos canais de comunicação online, mas também através das acções de formato mais tradicional – feiras, workshops ou roadshows -, dinamizando todas as acções que encerram exposição nos meios de comunicação offline/online, seja de modo directo ou indirecto, fundamentalmente através das press trips.



O **Plano de Eventos** surge, igualmente, como um complemento fundamental à estratégia de divulgação, comunicação e posicionamento do destino turístico a nível internacional, pela visibilidade disponibilizada, a exposição da capacidade organizativa e as experiências que permite viver, ao Turista que nos visita.

Os restantes vectores de actuação, contribuem para a fidelização do turista, procurando transmitir a existência de uma ampla e diversificada oferta, aliada a uma imagem de qualidade e de valor acrescentado.

No âmbito da prossecução da estratégia global, e como anteriormente referido, a nossa orientação integra os produtos/marcas que compõem a oferta do destino Estoril, actuando de modo global com a marca *umbrella*, e agindo/declinando sempre que se imponha, nos produtos Turismo de Negócios e Golfe, sob as marcas *Estoril Meetings* e *Estoril Golf Coast*, respectivamente.



Tal orientação advém das tendências com que convive o mercado na actualidade, no sentido da exigência de uma maior especialização, sempre ligada a uma marca forte e aglutinadora, que confira valor acrescentado e permita um posicionamento real nos mercados seleccionados.

c. Grandes Linhas de Actuação 2012

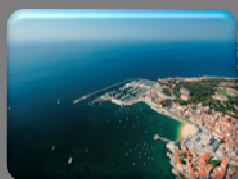
O potencial de desenvolvimento turístico assenta numa proposta de valor que se consubstancia num conjunto de pressupostos que importa expor:



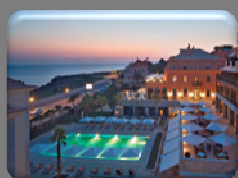
Proximidade de uma capital europeia, do seu aeroporto internacional e das valências que encerra



Notoriedade internacional oferecida pelo historial glorioso



Diversidade concentrada de produtos e recursos num pequeno raio de acção - "Diversidade Concentrada"



Oferta hoteleira de grande qualidade, detentora de um serviço versátil flexível e adequado a cada um dos públicos



Vasto calendário de eventos de cariz desportivo e cultural, com projecção internacional

O Plano de Promoção Internacional da Marca Estoril irá consubstanciar-se na dinamização de acções por **3 grandes áreas de intervenção**:



a. Informação

A área da Informação congrega todas as acções conducentes à optimização do conhecimento, nas diversas vertentes, da operação turística para a região, sua partilha com os *players* locais (público e privados), mas também a produção de materiais promocionais de apoio à actividade promocional, e ainda a produção e gestão de conteúdos online (website e redes sociais).

Permitimo-nos destacar as seguintes acções:

- Construção de uma plataforma de CRM que permita, para além de uma constante actualização e utilização operacional, igualmente criar empatias com os diferentes tipos de *players* profissionais dos mercados externos – jornalistas e operadores;
- Manutenção do envio periódico de informação para as empresas do Estoril (Barómetro - mensal e *Newsletter* - quadrimestral);
- Reforço do trabalho de análise da operação turística, em estreita colaboração com os empresários locais, no sentido de antecipar eventuais cenários e incorporar orientações estratégicas de actuação, indo ao encontro da conjuntura turística;
- Permanente actualização dos conteúdos do novo website do Turismo Estoril www.estoril-portugal.com tendo por objectivo a disponibilização de opções concretas de consumo e informação em tempo real, que actue como elemento influenciador/motivador para a melhor desfrutar a sua estadia ao Estoril;
- Elaboração de *Give Aways* mais atractivos, com uma grande proximidade aos elementos que mais caracterizam a oferta do Estoril, nomeadamente para apoio às acções dinamizadas localmente e nos mercados pelo *Estoril Convention Bureau* e *Estoril Golf Bureau*;
- Reedição de materiais promocionais gráficos, audiovisuais e de formato online inerentes à actividade da Turismo Estoril.

b. Imagem e Comunicação

A Imagem e Comunicação surge como um dos eixos centrais da nossa actividade de promoção do Destino, onde a denominação promocional **Costa do Estoril**, deverá ser sempre utilizada dada a sua abrangência, quer em termos geográficos como identificativos.

Procurando sempre otimizar os recursos disponíveis, assumiu-se Espanha como mercado central de actuação, onde continuaremos a recorrer aos serviços de consultorias locais para melhor atingir os nossos objectivos.

A cobertura dos restantes mercados será assegurada através da dinamização de um plano de *press trips* (onde se incluem os *opinion leaders e bloggers*) e a implementação de uma campanha de promoção da presença do Estoril na Web nos principais motores de busca internacionais, complementado com outras ferramentas *online*, que no ano de 2012, assumem uma presença fundamental.

Em suma:

- Desenvolvimento de Campanha de Comunicação Integrada no mercado de Espanha, sob a *umbrella* Estoril, através da implementação de um *mix* de comunicação *off e online*, atendendo ao público-alvo, considerando os produtos que compõem a oferta turística - Lazer, MI, Golfe e Eventos;
- Desenvolvimento de acções com Empresas/Organizações de elevada notoriedade em Espanha, visando sobretudo o impacte do publico final;
- Continuidade da assessoria de imprensa em Espanha, com vista à potenciação da presença na imprensa do mercado, seja por via da produção de comunicados de imprensa regulares, bem como da organização de visitas de imprensa temáticas ou generalistas (jornalistas e *bloggers*), aproveitando temáticas que ofereçam diferenciação ao destino na sua comunicação. Ainda neste âmbito, está englobado o apoio à realização de acções públicas, designadamente complementares às feiras regionais de Espanha, ou outras que se considerem de interesse;
- Optimização da exposição *online*, através de campanha de *adwords* na Google e Facebook, nos mercados prioritários e de suporte à operação, atendendo a todos os segmentos da procura e a dinamização das redes sociais (*Facebook, Twitter, Flickr*, entre outros) através da renovação contínua dos conteúdos e campanhas específicas de interacção com os seguidores destas ferramentas;

- Organização de *Press Trips* com representantes da imprensa generalista e específica, nomeadamente, jornalistas, *opinion leaders* e *bloggers* que sob um tema ou um evento em particular, serão convidados a “Descobrir e Experimentar a Costa do Estoril”.

c. Apoio à venda

No capítulo do Apoio à Venda, as acções a desenvolver visarão fundamentalmente o impacte do consumidor final, operacionalizado de forma directa, ou através de colaborações conjuntas com os diferentes *players internacionais*, nomeadamente operadores turísticos (tradicionais ou virtuais), companhias aéreas, centrais de reservas, agências de viagens, *rent- a -car*, entre outros, e que abrangerão as seguintes áreas de actuação:

- Presença pessoal nas grandes feiras de turismo internacionais – FITUR, ITB, WTM – e de produto – EIBTM e IMEX;
- Apoio à organização de palcos de negócios entre a oferta regional e os *buyers*, dinamizados pelo *Estoril Convention Bureau* e o *Estoril Golf Bureau*, conforme planos em anexo;
- Presença, autónoma e identificada, nas feiras regionais em Espanha;
- Apoio a operadores, com especial incidência na divulgação do destino e no contacto com o produto local.

A integração dos planos desenvolvidos pelo *Estoril Convention Bureau* e *Estoril Golf Bureau* encontra espaço nesta linha de actuação, dado que a sua actividade se concentra fundamentalmente no contacto directo com o negócio, sob a alçada da marca Estoril.

Passamos assim a indicar as acções que se encontram planeadas, até ao momento no âmbito das actividades desenvolvidas pelas 3 entidades:

CALENDÁRIO DE ACÇÕES 2012				
MÊS	ACÇÃO	LOCALIZAÇÃO	MERCADO	ENTIDADE
JANEIRO				
12 a 14	EFPACO Congress	ESTORIL	MULTIMERCADOS	ESTORIL CONVENTION BUREAU
26 a 29	FEIRA GOLF MESSE	ZURIQUE	SUIÇA	ESTORIL GOLFE BUREAU
FEVEREIRO				
17 a 19	NAVARTUR	PAMPLONA	ESPAÑA	TURISMO ESTORIL
24 a 26	TCV	VALÊNCIA	ESPAÑA	TURISMO ESTORIL
29 Fev a 4 Março	BIL	LISBOA	PORTUGAL	TURISMO ESTORIL ESTORIL CONVENTION BUREAU ESTORIL GOLFE BUREAU
MARÇO				
9 a 11	SALON DU GOLF	Paris	FRANÇA	ESTORIL GOLFE BUREAU
TBA	Capitulo Iberico ICCA	MÁLAGA	IBÉRICO	ESTORIL CONVENTION BUREAU
18 a 20	SMU International Forum	NY	MULTIMERCADOS	ESTORIL CONVENTION BUREAU
28 e 29	MEEDEX	Paris	FRANÇA	ESTORIL CONVENTION BUREAU
30 Março a 1 Abril	SCOTTISH GOLF SHOW	EDINBURGO	ESCÓCIA	ESTORIL GOLFE BUREAU
ABRIL				
TBA	ESTORIL GOLF DAY	MANCHESTER	UK	ESTORIL GOLFE BUREAU
TBA	ESTORIL GOLF DAY	DUBLIN	IRLANDA	ESTORIL GOLFE BUREAU
TBA	SITC	BARCELONA	ESPAÑA	TURISMO ESTORIL
TBA	PROSPECÇÃO DE MERCADO	BARCELONA/MADRID	ESPAÑA	ESTORIL CONVENTION BUREAU
MAIO				
TBA	EXPOVACACIONES	BILBAO	ESPAÑA	TURISMO ESTORIL
TBA	ESTORIL GOLF DAY	MALMO	ESCANDINÁVIA	ESTORIL GOLFE BUREAU
21 a 23	IMEX	ALEMANHA	MULTIMERCADOS	ESTORIL CONVENTION BUREAU
JUNHO				
TBA	ESTORIL GOLF DAY	MUNIQUE	ALEMANHA	ESTORIL GOLFE BUREAU
31/5 a 3/6	ACÇÃO ÂNCORA MULTIMERCADOS	ESTORIL	UK, ALEMANHA, FRANÇA, BÉLGICA	ESTORIL CONVENTION BUREAU
SETEMBRO				
TBA	SEMINÁRIO ECB	NACIONAL	NACIONAL	ESTORIL CONVENTION BUREAU
TBA	FERIA DE SALAMANCA	SALAMANCA	ESPAÑA	TURISMO ESTORIL
OUTUBRO				
TBA	III ESTORIL NATIONS CUP INCENTIVE	ESTORIL	MULTIMERCADOS	ESTORIL GOLFE BUREAU
19 a 22	ROADSHOW ALEMANHA	MUNIQUE FRANKFURT DUSSELDORF	ALEMANHA	ESTORIL GOLFE BUREAU
20 a 24	ICCA CONGRESS	PUERTO RICO	MULTIMERCADOS	ESTORIL CONVENTION BUREAU
23 a 27	FORUM GREAT HOTEL	ESTORIL	MULTIMERCADOS	ESTORIL CONVENTION BUREAU
NOVEMBRO				
TBA	Roadshow TBA	TBA	TBA	ESTORIL CONVENTION BUREAU
TBA	INTUR	VALLADOLID	ESPAÑA	TURISMO ESTORIL
TBA	SEMANA INTERNACIONAL DE GOLFE	ESTORIL	MULTIMERCADOS	ESTORIL GOLFE BUREAU
TBA	IGTM	TBC	MULTIMERCADOS	ESTORIL GOLFE BUREAU
TBA	FEIRA MADRID GOLF	MADRID	ESPAÑA	ESTORIL GOLFE BUREAU

d. Orçamento 2012

O orçamento previsional para o ano de 2012, no montante de 782.691,78€, encontra duas fontes de financiamento: Turismo de Portugal e Turismo de Lisboa, por via do DL 67/2008 de 10 de Abril. Este valor encontra-se sujeito a rectificação obedecendo à seguinte divisão por rubricas:

Receitas	782.691,78€
TdP	700.000,00€
TL DL 67/2008	82.691,78€
Despesas	782.691,78€
Acções conjuntas APL	110.370,00€
Total Outros Planos Turismo Estoril	241.000,00€
<i>Estoril Convention Bureau</i>	152.500,00€
<i>Estoril Golf Coast</i>	88.500,00€
Plano de Promoção Internacional	431.321,78€
Financiamento TdP	348.630,00€
Financiamento TL DL 67/2008	82.691,78€
Imagem e Comunicação	256.989,38€
Imagem e Comunicação TL DL 67/2008	82.691,78€
Informação	15.000,00€
Apoio à venda	70.000,00€
Acções Tácticas	6.640,62€

A presente proposta, congrega uma diminuição de aproximadamente 24% do orçamento do Turismo de Portugal, relativamente ao ano de 2011, o que obriga igualmente a uma redução de comparticipação nas acções dinamizadas pelo *Estoril*

Convention Bureau e Estoril Golfe Bureau, bem como a acertos nas acções a desenvolver no âmbito do Plano de Promoção Internacional.

e. Quadros detalhados por acções

Plano de Promoção 2012 - Por acções

Mercado	Mês	Acção	Descrição	Orçamento 2012
IMAGEM E COMUNICAÇÃO - PRESS TRIPS				
Multimercados	Anual	Press Trips	Convite a jornalistas para a elaboração de artigos sobre o Estoril e a sua oferta turística oriundos da imprensa generalista e especializada nas principais temáticas, mas sempre com enfoque na divulgação da Marca turística, associados a temas de relevo. A realização dos eventos calendarizados servirão igualmente como trunfo de divulgação. Serão também contemplados convites a bloggers com forte exposição nos mercados considerados e sempre que se justifique.	25.681,16 €
SUB TOTAL				25.681,16 €
IMAGEM E COMUNICAÇÃO - PUBLICIDADE				
Multimercados	Anual	E-marketing Estoril	Divulgação online da Marca Estoril, através dos meios disponíveis de marketing nesta area, designadamente, motores de busca, redes sociais e outros que sejam considerados com capacidade de dar notoriedade e reputação ao destino, dirigidos ao público final. Os mercados contemplar serão Espanha, Reino Unido, Irlanda, Alemanha, França, Escandinávia, Itália, Benelux e Brasil.	70.000,00 €
Multimercados	Anual	Desenvolvimento de imagem e comunicação da Marca	Concepção, definição e desenvolvimento de acções de ambito comunicacional nos mercados externos de promoção da Marca Estoril e dos seus produtos.	24.000,00 €
Espanha	Anual	Potenciação da presença do Estoril na imprensa	Desenvolvimento de acções com a imprensa (em todos os seus canais, off e online), bem como todos os canais que permitam disseminar informação sobre o Destino Estoril, designadamente, blogs. Ainda neste âmbito estão contempladas acções de relações públicas em palcos criteriosamente escolhidos, direccionadas para segmentos seleccionados.	70.000,00 €
Espanha	Anual	Campanha de Comunicação	Manutenção de Campanha de Comunicação nas principais Comunidades Autónomas geradoras de fluxos turísticos para o Estoril - Madrid, Catalunha, Castela e Leão, Valência, Extremadura, nos canais de televisão e junto das principais rádios nacionais com emissão regional, de acções de relações públicas em palcos e para segmentos privilegiados.	67.308,22 €
SUB TOTAL				231.308,22 €
INFORMAÇÃO - IMAGEM E MATERIAIS PROMOCIONAIS				
Multimercados	Anual	Produção e tradução de conteúdos	Produção de materiais e respectiva tradução, para suportes físicos e online, bem como o seu envio, sempre que necessário	15.000,00 €
SUB TOTAL				15.000,00 €
INFORMAÇÃO - INTELLIGENCE				
Multimercados	Anual	Produção e difusão de informação Estoril	Elaboração e difusão do Barómetro Estoril pelos parceiros públicos e privados	- €
Multimercados	Anual	CRM	Elaboração de uma plataforma que promova um contacto continuo e parametrizado junto dos profissionais do sector nos mercados externos.	- €
SUB TOTAL				- €

Plano de Promoção 2012 – Por acções (cont.)

Mercado	Mês	Acção	Descrição	Orçamento 2012
APOIO À VENDA - PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS E ORGANIZAÇÃO DE WORKSHOPS E ROADSHOWS				
Espanha	Fev	NAVARTUR - Pamplona	Participação com espaço próprio para contacto directo com o público	4.000,00 €
Espanha	Abr	SEVATUR - San Sebastian	Participação com espaço próprio para contacto directo com o público	4.000,00 €
Espanha	Mai	EXPOVACACIONES - Bilbao	Participação com espaço próprio para contacto directo com o público	5.000,00 €
Espanha	Set	Feria de Salamanca - Salamanca	Participação com espaço próprio para contacto directo com o público	4.000,00 €
Espanha	Nov	INTUR - Valladolid	Participação com espaço próprio para contacto directo com o público	4.000,00 €
Espanha	Fev	TCV - Valência	Participação com espaço próprio para contacto directo com o público	4.000,00 €
Multimercados	Anual	FITUR/ITB/WTM	Participação pessoal nos certames identificados	2.500,00 €
		Transporte de material		5.000,00 €
Portugal	Jan	BTL	Participação em conjunto com os restantes municípios da área metropolitana de Lisboa, como expositor.	15.000,00 €
SUB TOTAL				47.500,00 €
APOIO À VENDA - APOIO A OPERADORES E TRADE TRIPS				
Multimercados	Anual	Trade Trips	Apoio à sustentação e divulgação de novas operações, bem como a promoção de acções conducentes ao aumento do conhecimento por parte dos agentes de viagens, nomeadamente no contacto com o destino.	22.500,00 €
SUB TOTAL				22.500,00 €
AÇÕES TÁCTICAS				
Multimercados	Anual	Acções Tácticas	Identificação e exploração de oportunidades de intervenção, tendo em conta a evolução da operação turística, nomeadamente no apoio a acções que visem o contacto directo com o produto e no reforço dos planos complementares de Golfe e MICE.	6.640,62 €
SUB TOTAL				6.640,62 €
TOTAL PLANO PROMOÇÃO 2012 - FINANCIAMENTO TURISMO DE PORTUGAL				348.630,00 €

Supra consta a divisão por acções financiadas pelo Turismo de Portugal, que totalizam, no que ao Plano de Promoção Internacional diz respeito, 348.630,00€.

Paralelamente, segundo indicações da Associação de Turismo de Lisboa, e ao abrigo do DL 67/2008 de 10 de Abril, está previsto um reforço orçamental no montante de 82.691,78€, que será aplicado no desenvolvimento de uma campanha de comunicação dirigida ao mercado espanhol, mercado estratégico no contexto da procura da Costa do Estoril, para impulsionar as vendas do destino na época de Verão.

4. PLANO DE EVENTOS MARCA ESTORIL 2012

a. Introdução

A visão subjacente ao desenvolvimento do Plano de Eventos e Animação Local preconizado pelo Turismo Estoril é:

“Estoril, palco de grandes eventos desportivos e culturais de projecção internacional”

A construção da imagem turística da Costa do Estoril assenta no desenvolvimento sustentado de cada uma das suas áreas estratégicas que, no seu conjunto, congregam e oferecem à procura nacional e estrangeira, um pacote turístico com características e valências específicas, que fazem do destino um local privilegiado e bastante apelativo.

A nossa região caracteriza-se por um elevado potencial para acolher e dinamizar Eventos Desportivos que, à semelhança dos Eventos Culturais, representam uma fatia importante na divulgação e promoção da imagem que procuramos transmitir, de um destino de qualidade, diversificado na sua oferta e exclusivo na procura.

A selecção de grandes eventos, vai continuar a concentrar-se nos mais apropriados e de possível usufruto pessoal na região, que contribuirão para o reposicionamento do Estoril num patamar superior, ao nível dos grandes centros turísticos mundiais, e por outro lado, divulgar as características e a sua imagem requalificada.

A estratégia desenvolvida tem por base a captação e promoção de grandes eventos, posicionando o Estoril, como um destino com capacidade de gerir e organizar eventos de porte, em larga medida, porque dispõe de um conjunto de valências (equipamentos, hotelaria, restauração, condições naturais, pessoal qualificado), que o tornam em algumas das disciplinas, um dos melhores locais do mundo para terem lugar.

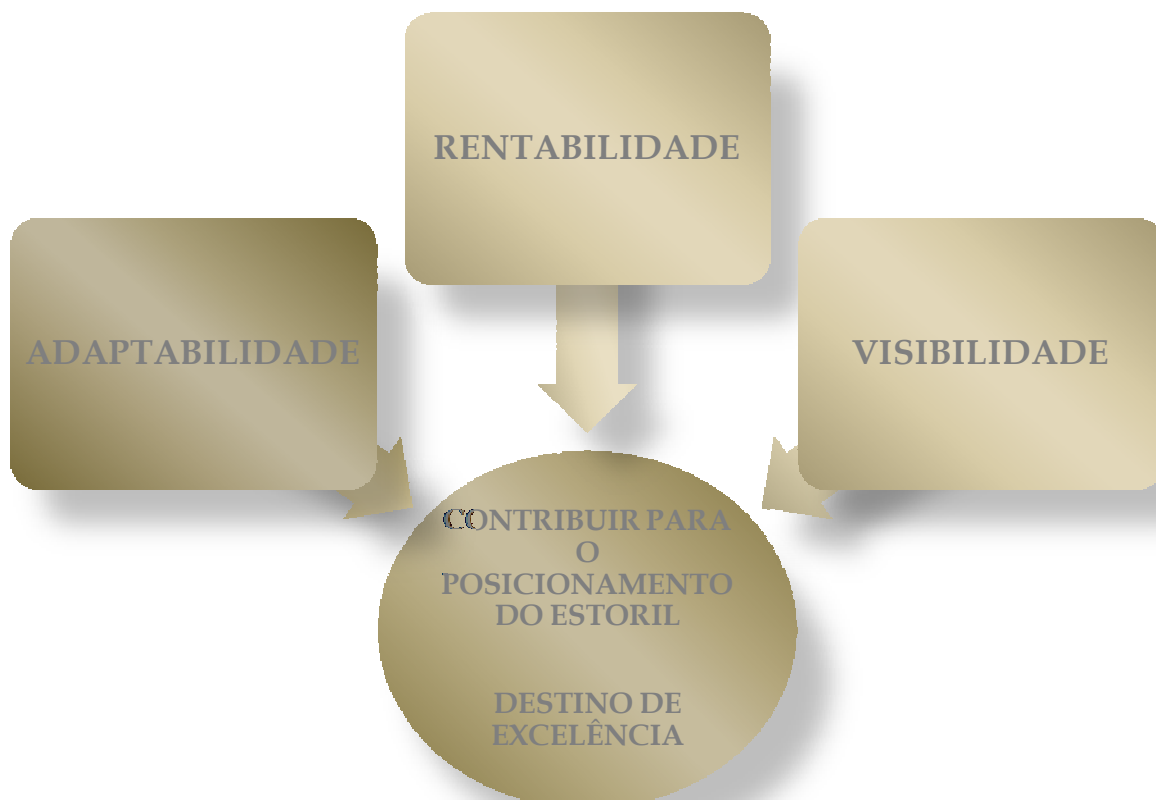
A rentabilidade que os eventos produzem, junto das empresas do sector na região, nomeadamente na hotelaria, apresenta um impacto crescente, pelo mais elevado nível de receitas que gera, bem como pela promoção da atenuação da sazonalidade do destino.

Procurando potenciar a exposição associada, paralelamente desenvolvem-se campanhas em exclusivo, vocacionadas para a promoção do calendário de eventos, em meios de comunicação fortemente ligados a esta temática, entre os quais se salienta o principal canal de televisão do segmento – a Eurosport.

Em suma, a aposta na existência de um calendário de eventos abrangente e com forte exposição mediática, para além de posicionar o Destino Estoril, promove a imagem de Portugal, e contribui indubitavelmente para o aumento das receitas turísticas nacionais, indo ao encontro dos objectivos macro do Turismo Nacional.

b. Estratégia

A estratégia preconizada pelo Turismo Estoril encerra o cumprimento de 3 factores:



Quanto à **Adaptabilidade**, privilegia-se os eventos que utilizam as âncoras mais prestigiantes e identificadas com o perfil de excelência da Região, entre elas a Baía de Cascais e o campo de regatas ao longo da costa, a Cidadela e sua envolvente, a Marina e o Clube Naval, o Hipódromo Municipal Manuel Possolo, o Casino, o Centro de Congressos do Estoril, o Autódromo do Estoril, alguns dos melhores campos de golfe da região, e o Parque Natural Sintra/Cascais.

A **Visibilidade** é considerada a exposição mediática que determinado evento oferece ao destino, através dos múltiplos canais de comunicação, sejam eles os mais tradicionais (televisão, rádio imprensa escrita), ou os mais recentes online (websites, redes sociais).

No que se refere à **Rentabilidade**, avaliamos as dormidas geradas pelos participantes e visitantes na hotelaria tradicional da região, por tipo de categoria hoteleira, assim como pela extrapolação deste valor nas receitas turísticas totais, calculadas na base do multiplicador 1,5 a 3, consoante se trate de assistência maioritariamente de 3, 4 ou 5 *. As estatísticas e os inquéritos feitos sobre as motivações das visitas de estrangeiros à Região do Estoril indicam que cerca de 30% deles foram motivados através da transmissão televisiva dos nossos eventos.

Neste contexto, e em termos de apoio financeiro em 2012, iremos privilegiar os eventos mais mediáticos e intrinsecamente relacionados com os palcos e a oferta turística da região, e que assegurem maior grau de rentabilidade aos diversos *players* do sector sob a *umbrella* Estoril.

Assim, a calendarização de eventos para este ano abrange um variado leque de modalidades desportivas, de maior prestígio internacional, com a realização de provas a contar para campeonatos mundiais e europeus, assim como eventos culturais de elevada qualidade para usufruto directo da parte das populações locais e turistas.

Os eventos que fazem parte deste plano são em exclusivo alvo de apoio no âmbito do orçamento do Turismo Estoril, sendo que por uma questão de gestão e controle optou-se integrar também os eventos que em anos anteriores eram objecto de apoio pelo PAL do Turismo de Portugal.

Acontecimentos Culturais

49ª Feira de Artesanato do Estoril

60ª Exposição Canina Internacional do Estoril

Lisbon & Estoril Film Festival

Acontecimentos Desportivos

Cascais Vela 2012 - Cascais Dragon Winter Series

Cascais Vela 2012 - Audi Med Cup Troféu de Portugal

Estoril Billabong Girls 2012

GCT Grande Prémio de Portugal de Hipismo 5* Estoril

Vintage Cascais Rugby 2012

Grande Prémio de Portugal de Motociclismo

Campeonato Nacional da Juventude de Hipismo

Campeonato GT Espanha

Le Mans Series Estoril

c. Impacto dos eventos em 2011

O ano de 2011 está a ser marcado por uma boa performance da indústria turística, dando continuidade, com maior ênfase, ao acréscimo já registado durante o ano de 2010.

Recebemos eventos de grande prestígio, promovendo, designadamente na época baixa o aumento da procura turística para o destino, quer em termos de peso de dormidas, como de receitas obtidas, com reflexos na performance da Costa do Estoril.

▪ **Receitas directas na hotelaria**

	Participantes	Estadia Média	Dormidas	Receitas Hoteleiras €	Receitas Turísticas €	Receitas Totais €
2011	10.120	3,4	59.420	6,1 M	15,4M	21,5M

Nota: Os dados de 2011 não estão consolidados, dado o ano ainda não ter terminado

▪ **Dormidas vs receitas por tipologia de alojamento (2011)**

	Dormidas	%	Receitas Hoteleiras	%
5 estrelas	21.426	36%	3,4M	56%
4 estrelas	28.652	48%	2,1M	34%
3 estrelas	9.342	16%	0,6M	10%
TOTAL	59.420	100%	7,2M	100%

Nota: Os dados de 2011 não estão consolidados, dado o ano ainda não ter terminado

▪ **Cobertura Mediática (2011)**

	Horas	Audiência	Países
2011	1.219	2.727.000.000	80

Nota: Os dados de 2011 não estão consolidados, dado o ano ainda não ter terminado

d. Detalhe dos Eventos 2011

49ª Feira de Artesanato do Estoril



Tratando-se do certame mais antigo de Portugal dedicado às artes populares, que irá perfazer em 2012, quarenta e nove anos de existência ininterrupta, pretendemos continuar a dar expressão e respectiva valoração aos cerca de 300 artesãos portugueses que mostram ao vivo as técnicas e tradições ancestrais do artesanato português, enquanto parte importante da promoção cultural do nosso país.

Este evento insere-se na oferta cultural, de animação e lazer da zona da Costa do Estoril, e a par da restante complementaridade da oferta turística, permite disponibilizar a quem nos visita, nomeadamente aos visitantes estrangeiros, por um lado um olhar sobre a tradição, usos e costumes ancestrais da nossa cultura popular e por outro, momentos de lazer provenientes de uma cuidada e bem estruturada animação diária.

A Feira Internacional de Artesanato do Estoril irá ter início em meados de Junho e estender-se-á por cerca de dez ou onze semanas, prevendo-se o seu término no final do mês de Agosto, como tem sido tradição ao longo dos últimos anos.



61º Exposição Canina Internacional do Estoril

A Exposição Canina Internacional do Estoril é um importante evento que se realiza ininterruptamente há 60 anos, com o justo reconhecimento de permanente sucesso, manifestado por todos os que numa forma directa e indirectamente nele participam, o qual tem lugar nos Jardins do Casino do Estoril.

Trata-se de uma grande exposição canina de verão, que tem vindo a aumentar de ano para ano o número de expositores e de participantes caninos, com 900 cães inscritos na edição de 2011, o que coloca a exposição do Estoril como a maior realizada no nosso país.

O evento traz ao Estoril as mais prestigiadas raças caninas do mundo, como o Cão de Água, Cães de Pastores Britânicos, Belgas e Alemães, Boxer, Bulldog, Terrier.

A Exposição Canina Internacional, a terceira mais antiga do género em Portugal, atribui vários prémios como o melhor exemplar de grupo, de jovem apresentador, jovem promessa, macho e fêmea, melhor par, melhor grupo de criador, melhor reprodutor, melhor veterano, melhor cachorro e melhor exemplar de raça portuguesa segundo os regulamentos da Federação Cinológica Internacional. Por seu lado, a Exposição Canina Nacional premeia, nas mesmas categorias, de acordo com os regulamentos da Federação Cinológica Nacional.

Este ano a prova mais importante denominada “Best in show”, que se destina a apurar qual o melhor cão da exposição entre todas as raças, teve um aliciante inédito no nosso país. O melhor cão da exposição foi agraciado com uma libra em ouro, para além dos prémios habituais, adicionando prestígio a uma das melhores provas de canicultura a nível nacional.

Organizado pelo Clube Português de Canicultura este evento conta com o apoio da Turismo Estoril, situando-se entre os mais importantes realizados na Europa, pelos exemplares expostos vindos dos mais distintos países europeus a que se junta uma grande qualidade e categoria dos juízes convidados.



Cascais Vela 2012 - Cascais Dragon Winter Series



Uma das marcas de maior visibilidade da imagem turística da Costa do Estoril é o Turismo Náutico, não só pelo excepcional enquadramento em termos das condições naturais e ambientais da região, mas fundamentalmente pela mais-valia do importante recurso turístico que representa.

A Costa do Estoril surge como um destino consolidado e privilegiado para a prática da vela, capaz de motivar a deslocação de milhares de praticantes e apreciadores nacionais e estrangeiros, deste importante sector estratégico do desenvolvimento da região, contribuindo para o progresso económico e social e prestígio da marca internacional Estoril.

Cada edição do evento é constituída por 6 Séries de regatas de 3 ou 4 dias em cada um dos dois períodos de competição compreendidos entre os meses de Janeiro a Março e Outubro a Dezembro num período global de 6 meses de competição, distribuídos por um total de 26 dias de regata, contribuindo fortemente para a atenuação da sazonalidade do Destino.

CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2012 - Previsional	
DATA	NOME DO EVENTO
JANEIRO	SERIES FOUR
MARÇO	SERIES FIVE - XIX TROFÉU PRÍNCIPE HENRIQUE "O NAVEGADOR"
ABRIL	SERIES SIX - XVII TROFÉU S. M. REY D. JUAN CARLOS I
OUTUBRO	SERIES ONE
NOVEMBRO	SERIES TWO
DEZEMBRO	SERIES THREE - REGATA DE NATAL DO CNC

Esperamos atrair a Cascais, durante a Primavera e o Inverno, uma média de 35 barcos (3 tripulantes e 1 acompanhante), dos quais cerca de 15 serão estrangeiros, em cada uma das Séries de regatas, provenientes do norte da Europa (Alemanha, Holanda, Dinamarca, Suécia), da Inglaterra e ainda da Ucrânia e da Rússia onde a Classe Dragão está em grande crescimento.

Estoril Surf Billabong Girls 2012

As praias da Costa do Estoril servem de cenário ao Estoril Surf Billabong Girls 2012, um evento que celebra em espírito de festa, o surf no feminino, em 2 localizações privilegiadas para a prática deste desporto – Praia de São Pedro do Estoril e Guincho.



São esperadas na região mais de 200 jovens surfistas que dão vida ao maior campeonato de Surf Feminino Amador, à semelhança do que tem acontecido ao longo dos últimos anos.

Durante o Festival, jovens das escolas de surf nacionais têm a oportunidade de aprender a competir, quer seja pela primeira vez, quer seja para melhorar o seu desempenho competitivo.



A par deste evento, decorre o Estoril Surf Girls 2012, uma etapa do circuito do Campeonato Mundial Feminino, uma prova de 6 estrelas onde participam as melhores surfistas do mundo.

O Estoril reforça, assim, e de forma cada vez mais notória, a sua importância crescente no calendário internacional das principais provas de *surf*, o que confirma a estratégia e a aposta do Turismo Estoril na modalidade, tal como no desporto de forma geral, potenciando as condições naturais e climatéricas privilegiadas, a par da excelência da oferta de equipamentos turísticos.

GCT Grande Prémio de Portugal de Hipismo 5* Estoril



Integrado no reconhecido e prestigiado Global Champions Tour, o Grande Prémio de Portugal, faz parte do melhor circuito profissional a nível mundial, desde o início da sua organização, colocando o Estoril, no calendário mundial de da modalidade, a par de de Doha (Qatar), Hamburgo (Alemanha), Cannes (França), Monte-Carlo (Mónaco), Valkenswaard (Holanda), Milão (Itália), Rio de Janeiro (Brasil), Valência (Espanha), e Chantilly (2º destino em França a receber esta prova).

No ano de 2012, receberemos a sua 7ª edição, integrada num circuito mais amplo que comprova o êxito desta prova. Os novos destinos são: Abu Dhabi, Viena (Austria), Lausanne (Suíça) e Shangai (China).

Tendo a Costa do Estoril, como desígnio principal, a sua requalificação como um destino de alta qualidade, e dispondo para tal de infra-estrutura requalificada, ao nível do melhor que existe no mundo, a realização de um evento desportivo deste teor, certamente contribuiu para a maximização do valor potencial da marca Estoril, e de Portugal, resultando num factor indispensável na estratégia de promoção da zona.

Em termos de projecção internacional, e considerando a cobertura televisiva, consolida-se anualmente, apresentando em 2011, e decorrente de contratos firmados com cadeias televisivas uma exposição em cerca de 100 países, entre canais temáticos e generalistas, nomeadamente a Eurosport, como expoente máximo, com uma audiência potencial estimada de 240 milhões de espectadores.

Na sequência da assinatura do contrato com a Eurosport, onde se estabeleceu a obrigatoriedade de transmissão “live” de cerca de 90 minutos em *prime time*, do Grande Prémio, para cerca de 100 países, para além de 50 minutos divididos entre notícias, highlights e spots publicitários, permitiu dar visibilidade à marca Estoril e Portugal, num total de 150 horas de televisão.

Acresce ainda referir que considerando a distribuição televisiva permitiu que o evento fosse transmitido para um alargado conjunto de países dos 5 continentes através das seguintes cadeias de televisão: Asic Pacific, Classe Horses (ITA), Horse & Country (ENG), Equidia (FR), Equestrian Live (USA) e Brasil Sports (BRA) e Al Jazeera.

Estoril Open de Ténis



O Estoril Open de Ténis, organizado pela João Lagos Sports, integra o calendário internacional do ténis profissional (ATP Tour), desde 1990, na categoria “International Series”, sendo considerado o mais importante torneio de ténis organizado, anualmente, em Portugal.

Completou em 2011, as 22 edições, ao longo das quais tem vindo a consolidar a imagem de uma prova que tem capacidade de reunir a maioria dos especialistas em terra batida, tendo acolhido ao longo da sua história, importantes nomes do ténis mundial, tais como Marat Safin, Gustavo Kuerten, Juan Carlos Ferrero, Carlos Moya, Marcelo Rios, Nikolay Davidenko, Roger Federer, e no último ano, Del Potro.

Este evento privilegia inequivocamente a promoção da marca Estoril, ao associá-la ao seu título, tendo ainda a particularidade de ser uma das poucas competições mistas (ATP e WTA) do mundo.

Como informação adicional importa ainda salientar que o Estoril Open de Ténis integra, ainda, uma divisão de elite onde estão inseridos as quatro provas do Grand Slam (Australian Open, Roland Garros, Wimbledon e US Open).

No ano de 2011, estima-se que tenham assistido um total de 50.000 espectadores, entre portugueses e estrangeiros, fruto de um trabalho intenso de mediatização e confirmando a notoriedade que este evento apresenta a nível nacional e internacional.



Vintage Cascais Rugby 2012

No ano de 2010, teve lugar a primeira edição do Festival Cascais Rugby Vintage 2010, incluído no torneio Egor 2010 Series e inserido no European Golden Oldies Rugby Festival Series.

O evento ocorreu novamente em 2011, e prossegue para 2012, provando que o entusiasmo pelo desporto e, em particular, pelo rugby, nunca morre nem envelhece.

Este Festival da Associação Europeia de Rugby Veterano conta com um programa repleto de actividades de salutar convívio, incluindo torneios de rugby, golfe, regatas de vela, em que o desporto é o elemento de união e confraternização entre todas as idades.

Sob o lema “We don’t stop playing because we get old. We get old because we stop playing.”, o E.V.R.A. reuniu no Estoril centenas de jogadores de idade superior a 35 anos, que se fizeram acompanhar pelas respectivas famílias e amigos, que partilham os mesmos valores desta modalidade: Respeito, Lealdade e Solidariedade, promovendo assim a imagem do destino, e o retorno directo em receitas junto dos empresários da região.



Gala da Federação Internacional de Motociclismo

Pelo segundo ano consecutivo, em Dezembro, o Estoril será o destino da elite mundial de motociclismo ao acolher a Gala dos Campeões do Mundo, cerimónia na qual serão entregues os prémios da FIM - Fédération Internationale de Motocyclisme.

Tendo como pano de fundo o Casino Estoril, sobem ao palco os 48 campeões mundiais da modalidade na época de 2011. Para além deste prémio, também um nome lendário da modalidade irá entregar nesta gala, o troféu Rookie of the Year.

Na plateia estão, ainda, antigos campeões da modalidade e figuras públicas, que permitirão potenciar a mediatização afecta a este evento.

Esta será a 4.^a edição da Gala da FIM a ter lugar no Estoril, um destino turístico com tradição no desporto de duas rodas que recebe, anualmente, o Grande Prémio de Portugal, integrado no calendário mundial da modalidade.

A novidade do ano 2011 é que o evento não se irá cingir à Gala. Paralelamente irá ter lugar a Conferência anual da FIM onde os adeptos e os interessados na modalidade terão oportunidade de partilhar experiências sobre as mais variadas disciplinas, bem como um pequeno espaço de exposição, que terão lugar no Centro de Congressos do Estoril.



Grande Prémio de Portugal de
Motociclismo



O Grande Prémio de Portugal é a mais importante prova de pista realizada no país e encontra-se enquadrada no palco do Campeonato do Mundo de Moto GP desde 2000, tendo vindo a atrair sempre um maior número de espectadores, num claro acompanhamento do crescimento do próprio campeonato em termos de adeptos por todo o mundo.

No ano passado, o Grande Prémio de Portugal trouxe ao Circuito do Estoril mais de 75.000 espectadores ao longo de 3 dias

O mercado espanhol surge como o principal, deslocando um grande número de simpatizantes nesta ocasião, que resulta na geração de uma receita apreciável, quer a nível de restauração, bem como de alojamento no Destino Estoril.

Trata-se sem dúvida, do evento desportivo com maior notoriedade em Portugal, que graças à cobertura mediática e ao seu impacto tem influído de forma extremamente positiva na divulgação da imagem do Estoril, mas também de Portugal a nível internacional.



Campeonato GT Espanha

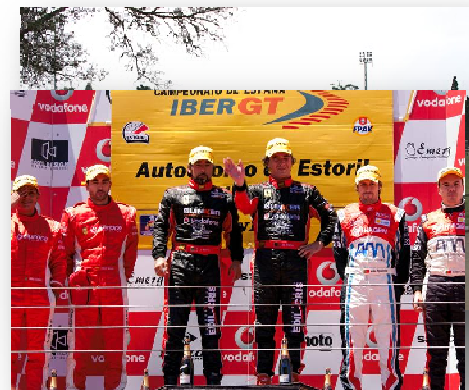


O Circuito do Estoril acolheu em 2011, pela 11ª vez o Campeonato GT Espanha, num fim-de-semana repleto de acção.

Trata-se da quarta prova da temporada do Campeonato de Espanha de GT, e que ao contrário do que acontece noutras rondas com duas corridas, conta com uma só tirada de resistência com duração de 2:10 horas onde os pilotos portugueses se batem em conjunto com os espanhóis pelas melhores posições.

Estas características da prova permitem aos espectadores assistir ao sempre aliciante momento da troca de pilotos, e a constantes paragens para troca de pneus e reabastecimento. Por outro lado, os regulamentos da prova de GT permitem a inscrição de três pilotos por equipa, facto que promove maior jogo de equipa e estratégias de vitória bem delineadas a partir de táticas sempre mantidas em segredo.

Estamos perante mais uma prova motorizada, que utiliza uma das principais âncoras turísticas da região, promovendo assim junto do estratégico mercado espanhol e junto deste importante segmento específico, a imagem do destino, mas também as potencialidades que a Costa do Estoril dispõe a nível de organização de eventos.



Le Mans Series Estoril



Depois de 2 anos no Autódromo do Algarve o Le Mans Series viajou até ao Autódromo do Estoril, para encerrar a temporada de 2011.

De 23 a 25 de Setembro, o Circuito do Estoril foi palco da última etapa da mais prestigiada prova automobilística de endurance do mundo. Os melhores e mais resistentes pilotos da actualidade foram postos à prova, até ao limite, na prova 6 Horas Estoril.

Nesta edição do Le Mans Series participam cerca de 36 carros, de 13 marcas entre as quais Ferrari, Prosch, Aston Martin, Audi, entre outras, conduzidos por não menos de 86 pilotos, de 29 equipas.

A Costa do Estoril integra assim o restrito grupo das 5 pistas europeias que recebem este grande evento automobilístico. À prova portuguesa antecederam-se as etapas nos circuitos de Le Castellet (França), Spa Francorchamps (Alemanha), de Imola (Itália) e de Silverstone (Reino Unido).

Já está confirmado que, em 2012, a categoria principal (LMP1) será extinta, ficando apenas os protótipos de LMP2 (com um limite máximo no custo de aquisição) e a LMPC, que vai albergar os protótipos Fórmula Le Mans, será uma nova fórmula dedicada à promoção de jovens pilotos.



5. Orçamento 2012

Atendendo a um orçamento previsional de aproximadamente 1,8 Milhões de Euros, e sujeito à devida rectificação tão logo sejam confirmadas as verbas, apresentamos a seguinte divisão por rubricas:

- **Por grandes rubricas**

Receitas	1.798.000,00€
TdP	1.798.000,00€

Despesas	1.798.000,00€
Acontecimentos Culturais	144.720,00€
Acontecimentos Desportivos	1.236.640,00€
Acções Diversas de Animação Local	25.000,00€
Divulgação de Eventos/Relações Públicas	391.640,00€
TOTAL	1.798.000,00€

▪ **Por eventos**

EVENTOS	Proposta Final
Acontecimentos Culturais	144.720,00 €
49ª Feira de Artesanato do Estoril	144.720,00 €
Acontecimentos Desportivos	1.236.640,00 €
Cascais Vela 2012 - Cascais Dragon Winter Series	56.000,00 €
Estoril Surf Billabong Girls	140.000,00 €
Grande Prémio de Portugal de Hipismo 5* Estoril	986.200,00 €
Estoril Open de Ténis	40.000,00 €
Vintage Cascais Rugby 2012	4.440,00 €
Gala da Federação Internacional de Motociclismo	10.000,00 €
Acções Diversas de Animação Local	25.000,00 €
61ª Exposição Canina Internacional do Estoril	25.000,00 €
Divulgação Eventos / Relações Públicas	391.640,00 €
Comunicação Internacional de Eventos	391.640,00 €
Total	1.798.000,00 €

Plano de Actividades Marca Estoril 2012

Turismo Estoril, 4 de Abril de 2012 (reformulação)