

# PLANO DE ACTIVIDADES

## 2009

*Turismo Estoril*  
*Outubro de 2008*

# Índice

---

1. Introdução Geral
2. Impacto do Turismo
3. Estratégia Destino Estoril
4. Plano de Eventos e Animação Local
5. Plano de Promoção Internacional
6. Orçamento 2009
7. Anexos



# Introdução Geral

---

- Considerando o Plano Estratégico elaborado para o Destino Estoril para o triénio 2006-2009, o presente documento visa estabelecer as linhas de actuação para o ano de 2009, nos domínios da promoção turística nacional e internacional, captação e manutenção de eventos, animação local e desenvolvimento do produto.
- O Turismo de Portugal, no âmbito da Contratualização e das novas orientações emanadas da Política Nacional de Turismo (PENT), conferiu ao Estoril um carácter de excepção, surgindo este Destino Turístico como Marca Internacional.
- O Plano de Actividades para o ano de 2009, consignado no presente documento, espelha a concretização de uma estratégia de consolidação do Destino a nível internacional, procurando reforçar o investimento em áreas chave de actuação e apelando à inovação como meio e fim para a prossecução dos objectivos intrínsecos ao Plano de Actividades que ora se expõe.
- 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.
- A promoção do investimento para a melhoria do parque hoteleiro e das infra estruturas de apoio, a prossecução das boas práticas em matérias de promoção e a captação/manutenção de eventos de nível internacional, surgem indubitavelmente, como os eixos principais do desenvolvimento turístico do Estoril.

## Impacto do Turismo



# Operação Turística Portugal/Estoril

2004-2007



- A procura turística para Portugal tem prosseguido desde 2004, uma tendência ascendente, com taxas de crescimento médias positivas, em todos os indicadores disponíveis – Hóspedes, Dormidas e Proveitos no Aposento.
- O Estoril acompanha a mesma tendência com taxas de crescimento médias positivas, em todos os indicadores. Especial destaque para a performance em termos de proveitos no aposento e Preço Médio por Quarto Vendido, que reflecte um destino com uma oferta não massificada de qualidade e com elevado *value for money*.

	Hóspedes	Dormidas	Proveitos no Aposento	ARR
Tx. Var. Média Anual 07-04 Portugal	7,0%	5,2%	7,1%	-
TxVar. Média Anual 07-04 Estoril	4,6%	4,2%	15,9%	10,9%

# Operação Turística Portugal/Estoril

*Evolução das Dormidas 2004-2007*



	Portugal			Estoril		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Alemanha	+	-	-	--	++	--
Bélgica	+	+	+	+	++	++
Espanha	++	++	+	++	++	--
EUA	+	+	+	+	-	-
França	+	++	++	-	+	+
Holanda	++	+	+	++	-	-
Irlanda	-	+	+	++	++	-
Itália	-	++	+	+	++	+
Reino Unido	+	-	+	--	-	++
Suécia	-	-	-	--	++	-

Legenda: (-) – quebra  
 (+) – subida entre 1 e 10%  
 (++) – subida superior a 10%

Fonte: TP/Estoril Tourism Monitor

# Operação Turística Portugal/Estoril

## *Evolução das Dormidas 2004-2007*

---

- Os ranking dos 10 principais mercados emissores para Portugal, mantém-se inalterado ao longo do período em análise.
- Os mercados com maior taxa de crescimento absoluta para o período são: Espanha, França, Itália, Bélgica e Holanda.
- Estoril demonstra comportamentos diferentes em termos de ranking, com uma maior oscilação entre mercados que Portugal.
- Dada a dimensão da procura do Estoril assiste-se à oscilação entre mercados próximos, em termos de ranking. Espanha e o Reino Unido surgem sempre como os principais mercados. A Alemanha e a Holanda, mantêm-se como 3º e 4º mercado respectivamente, assistindo-se a uma quebra de representatividade do mercado alemão e um aumento do mercado holandês. Ainda de destacar, pela positiva, o aumento consolidado da Bélgica e Irlanda, com aumentos de quota que oscilam os 0,5% e 1,7%, respectivamente.
- Como conclusão final, paralela a todos os destinos em análise, é de assinalar uma cada vez maior dispersão da procura, com os mercados da Europa de Leste e Brasil, a acentuarem a sua representatividade e conseqüentemente o seu peso, dadas as boas ligações aéreas.

# Operação Turística Portugal/Estoril

*Evolução dos Hóspedes 2004-2007*



	Portugal			Estoril		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Alemanha	+	+	+	-	++	--
Bélgica	+	+	++	++	++	++
Espanha	++	++	+	++	++	-
EUA	+	+	+	-	+	-
França	-	+	++	-	++	+
Holanda	+	+	+	++	+	-
Irlanda	+	++	++	++	++	+
Itália	-	++	+	+	++	+
Reino Unido	+	+	+	-	-	++
Suécia	-	-	-	--	++	-

*Legenda: (-) – quebra  
(+) – subida entre 1 e 10%  
(++) – subida superior a 10%*

*Fonte: TP/Estoril Tourism Monitor*

# Operação Turística Portugal/Estoril

## *Evolução dos Hóspedes 2004-2007*

---

- Há semelhança do comportamento observado no indicador dormidas, o ranking de hóspedes para Portugal mantém-se inalterado ao longo do período em análise.
- Os mercados com maiores taxas de crescimento absolutas são: Brasil, Espanha, Bélgica, Irlanda, Itália e França.
- Ao que o Estoril diz respeito, Espanha e Reino Unido, surgem no topo da procura, seguidos pela França e Alemanha, que oscilam entre o 3º e 4º lugar. Os EUA e a Holanda encontram-se entre a 5ª e 6ª posição. A Irlanda surge como o mercado com melhor performance no destino, deixando a 10ª posição em 2004, e assumindo a 8ª em 2007, ainda com um acréscimo de representatividade (+1,1% de quota).
- Concluindo, uma vez mais, se denota a crescente diversificação da carteira de mercados, que corresponde a uma maior dispersão da procura por cada vez mais um maior número de mercados.

# Operação Turística Portugal 2007

---

## Portugal

13,3 milhões de hóspedes

39,7 milhões de dormidas

1.301,9 M€ de receitas no aposento

Estadia Média de 3 dias

Tx. Ocupação Quarto 59%

# Operação Turística Estoril 2007

4º destino turístico nacional

1,2 milhões de dormidas

350 mil hóspedes

61% de taxa de ocupação

3,4 dias de estadia média



Estoril, Outubro 2008

# Operação Turística Estoril 2007

## Indicadores de Volume



Dormidas 2007						Hóspedes 2007					
	País	Pos	Valores	Var. 07/06	Quota %		País	Pos	Valores	Var. 07/06	Quota %
SP	Espanha	1	240.176	-14%	21%	P	Portugal	1	106.200	0%	31%
P	Portugal	2	228.792	-2%	20%	SP	Espanha	2	69.658	-9%	21%
GB	Reino Unido	3	131.439	18%	11%	GB	Reino Unido	3	28.686	11%	9%
D	Alemanha	4	65.447	-13%	6%	F	França	4	17.656	5%	6%
ND	Holanda	5	62.654	-3%	5%	D	Alemanha	5	15.175	-18%	4%
F	França	6	57.018	4%	5%	US	EUA	6	10.837	5%	3%
US	EUA	7	43.361	-1%	4%	ND	Holanda	7	10.086	-9%	3%
IR	Irlanda	8	42.090	-1%	3%	I	Itália	8	8.373	1%	2%
B	Bélgica	9	39.547	13%	3%	IR	Irlanda	9	8.097	9%	2%
I	Itália	10	28.830	-1%	2%	B	Bélgica	10	8.014	13%	2%
SC	Escandinávia	-	82.723	-1%	7%	SC	Escandinávia	-	17.255	-1%	5%
O	Outros	-	149.810	18%	13%	O	Outros	-	42.443	19%	12%
	Portugal	-	228.792	-2%	19%		Portugal	-	106.200	0%	31%
	Estrangeiros	-	943.095	0%	81%		Estrangeiros	-	236.280	1%	69%
	Total	-	1.171.887	0%	100%		Total	-	342.480	0%	100%

# Operação Turística 2007

## Indicadores de Gestão Portugal/Estoril



Destino	ARR			Rev Par		
	2007	2006	Var. 07/06	2007	2006	Var 07/06
Portugal	70€	63€	+11,1%	48€	40€	+20,0%
<b>Estoril</b>	<b>90€</b>	<b>70€</b>	<b>+28,6%</b>	<b>54€</b>	<b>41€</b>	<b>+31,7%</b>
5 Estrelas	155€	135€	+14,8%	84€	70€	+20,0%
4 Estrelas	64€	61€	+4,9%	40€	37€	+8,1%
3 Estrelas	61€	55€	+10,9%	40€	31€	+29,0%

**Fonte:**

Dados do Estoril 2007 fornecidos pela Associação Hoteleiros do Estoril

Restantes dados fornecidos pela AHP

# Operação Turística Estoril 2007

---

- O Estoril assume-se inequivocamente, no ano de 2007, como o 4º destino turístico nacional.
- Os indicadores de volume – hóspedes e dormidas – registam uma desaceleração relativamente ao ano de 2006. Tal deve-se em larga medida ao encerramento de uma unidade hoteleira, que detinha uma forte operação oriunda do mercado de Espanha (aproximadamente 35% de quota deste mercado para o destino), e cujo fecho não foi compensado, em termos de volume, com a abertura do Grande Real Villa Itália e a reabertura do Hotel Quinta da Marinha (agora, unidade de 5\*).
- Como referido, o mercado de Espanha surge com uma performance menos positiva, tal como a Alemanha. No caso do Reino Unido, aliado a um forte esforço promocional, conseguimos inverter a tendência negativa que este mercado experimentava a alguns anos a esta parte. Ainda de referir, a boa performance da Bélgica e França, em ambos os indicadores.
- Os indicadores de gestão pelo seu lado reflectem a boa saúde do destino Estoril. Assiste-se ao aumento quer do Preço Médio por quarto vendido (+28,6%), bem como do Preço Médio por quarto disponível (+31,7%). Estes números traduzem um destino qualificado, com um melhor cliente e como tal, passível de ter preços mais elevados, contribuindo assim, para o aumento dos proveitos médios no aposento, e consequentemente para as receitas turísticas nacionais. A qualidade constitui assim a preocupação principal, em detrimento da quantidade.

# Operação Turística 2008 – Jan – Jun

Portugal/Estoril



Indicador	Portugal		Estoril	
	Acumulado	/Ano - 1	Acumulado	/Ano - 1
Dormidas <i>Milhares</i>	17.617,3	+1,5%	487,7	-5,0%
Hóspedes <i>Milhares</i>	6.255,6	+3,4%	163,2	=
Tx. Ocupação	54,6%	-1,0%	57%	+1,0%
Preço Médio por Quarto Vendido - ARR	62,8€	+2,9%	85,4€	+4,5%

Fonte: TP/AHP Monitor/Estoril Tourism Monitor

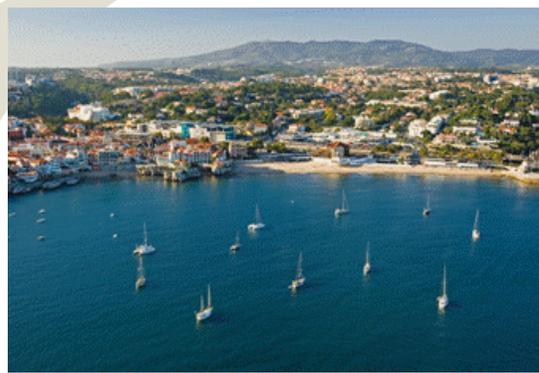
# Operação Turística 2008 – Jan – Jun

*Estoril*



- A operação turística do ano de 2008 espelha todo um contexto económico menos favorável.
- A depreciação da libra e do dólar, acompanhado pela crescente subida da inflação decorrente do aumento dos produtos alimentares e petróleo, aliado a um contínuo crescimento das taxas de juro, tem efeitos imediatos a nível da procura de bens e serviços entre os quais, o turismo.
- Não obstante, a cultura das viagens se encontrar amplamente enraizada junto dos mercados que tradicionalmente procuram Portugal e o Estoril, assiste-se a uma desaceleração crescente, que importa inverter, junto dos principais mercados.
- Como facto positivo, é de relevância a boa performance dos indicadores de gestão, designadamente, o preço médio por quarto vendido, que nos permite concluir que estamos perante um destino que se soube actualizar em termos de equipamentos, oferecendo um serviço profissional e flexível, que importa enaltecer, com uma excelente relação qualidade/preço/satisfação do cliente.
- A nível do lazer, as estadias de menor duração são o apanágio comum a todos os mercados, acompanhados em alguns casos por um menor fluxo de turistas, como sejam os oriundos de Espanha, Reino Unido e Alemanha.
- É de salientar pela positiva, o franco crescimento de mercados como a Polónia, República Checa e Hungria, tal como a Rússia, mercados estes, menos permeáveis, até ao momento à actual conjuntura económica, devido às altas taxas de crescimento que experimentam, acima da média da União Europeia.

# Estratégia Destino Estoril



# O Cluster Estoril

6.505 camas em 34 unidades hoteleiras

- 5\* - 11 unidades hoteleiras
- 4\* - 11 unidades hoteleiras
- 3\* - 8 unidades hoteleiras
- 2\* - 4 unidades hoteleiras

- Parque Natural Sintra-Cascais
- 7 Campos de Golfe de 18 buracos  
*Premiados pela IAGTO em 2003 e 2007*
- Casino do Estoril - *Maior casino da Europa*
- Centro de Congressos
- Autódromo

- Hipódromo
- Cidadela
- Marina
- Aeródromo
- Casa de Santa Maria/Museu Conde Castro Guimaraes
- .....

**OFERTA DO DESTINO**

# Estratégia

- O Plano de Actividades preconizado pelo Destino Estoril prossegue a estratégia constante do Plano Estratégico 2007-2009, com vista à consolidação do Estoril como destino turístico internacional de qualidade.
- Atentos a toda uma conjuntura económica menos favorável, é nossa intenção, delinear um Plano de Actividades que permita inverter esta tendência, bastante segmentado, intimamente integrado com os principais produtos que compõem a oferta do Estoril, utilizando para tal instrumentos que garantam uma mais elevada taxa de retorno em matéria de investimento/impacto junto do consumidor.
- Assim, o Plano irá basear num conjunto de pressupostos que importa ter em linha de conta.
- Do lado da oferta, promovendo a aplicação de boas práticas a nível das empresas locais do sector e da melhoria das infra-estruturas de apoio, bem como dinamizar todas as acções conducentes à criação/potenciação das âncoras turísticas existentes.
- Do lado da procura, potenciando a projecção da oferta Estoril sustentada no rico calendário de eventos existente nesta região, efectuando a sua mediatização de modo integrado, com os principais produtos que compõem a oferta do destino Estoril, junto a segmentos próprios e mercados criteriosamente seleccionados.
- Conforme exposto, a estratégia promocional do Destino Estoril vai ao encontro das directrizes emanadas da Política Nacional de Turismo, designadamente do PENT (Plano Estratégico Nacional de Turismo), pelo Turismo de Portugal, i.p. e constantes do Protocolo de Contratualização Turística Internacional, assinado em Setembro de 2006.

# Estratégia

- O Turismo de Portugal definiu o Estoril como Marca Internacional.
- O Estoril encontra-se integrado em termos de produtos turísticos no Plano de Promoção Internacional para a área de Lisboa.
- Assim, consideramos que o plano afecto à promoção internacional da Marca Estoril, constitui um complemento qualitativo à restante acção promocional dinamizada pelo Turismo de Portugal e pela Associação de Turismo de Lisboa.
- O Plano da Marca Estoril é definido e operacionalizado em estreita harmonia com os planos autónomos do Golfe e Turismo de Negócios.



Plano Regional de Promoção Turística de Lisboa

2007-2009

Estoril, Outubro 2008

# Objectivos

---

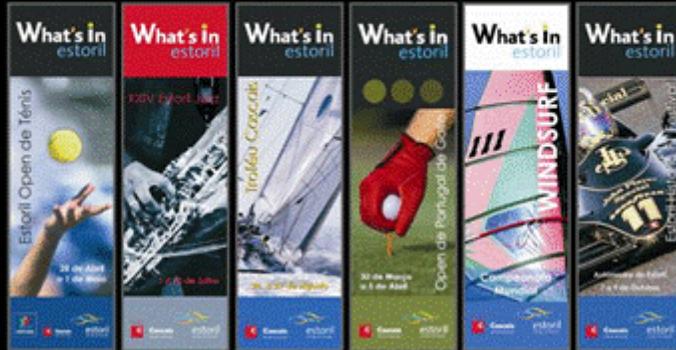
- Atendendo às orientações emanadas pelo Turismo de Portugal, i.p., no quadro do novo Modelo de Contratualização Turística para o Triénio 2007-2009, os objectivos são fixados face à evolução do destino Lisboa (aumento do volume de receitas nos estabelecimentos hoteleiros, por via do aumento das dormidas e do Rev Par).
- Dado que o Estoril concorre para a prossecução dos objectivos regionais, entende-se que no âmbito da sua actividade promocional, também estes deverão ser observados.
- A concretização do presente plano de actividades tem como objectivos macro:

Aumento da Notoriedade Internacional

Afirmação do Estoril como destino turístico de qualidade, diferenciado na oferta e especializado no serviço

Requalificação do produto

## Great Sport and Cultural Events



# PLANO DE EVENTOS E ANIMAÇÃO LOCAL MARCA ESTORIL

# Introdução

---

- A estratégia desenvolvida nos últimos 6 anos, que tem por base a captação e promoção dos Grandes Eventos, nomeadamente desportivos e culturais, nos palcos recuperados da Costa do Estoril, proporcionou já uma apreciável recuperação e melhoria do número de dormidas de estrangeiros na região.
- Na realidade, para além de promover e colaborar na requalificação do produto turístico de toda a oferta regional, como a restauração, esplanadas, paredão, praias, marina, hipódromo, campos de golfe, ténis e outros, a Junta de Turismo angariou e privilegiou o apoio aos eventos de maior notoriedade e visibilidade, assim como se empenhou na selecção dos geradores de maior valor nas receitas hoteleiras e turísticas, que são evidenciadas nos quadros mais à frente.
- A aposta nos Eventos de grande projecção internacional recolocou a Costa do Estoril nos patamares merecidos, e esta estratégia foi e continua a ser apreciada e reconhecida a nível internacional.
- Na sequência do *Valencia Summit*, conferência internacional para estudo do contributo dos Mega Eventos para a promoção e desenvolvimento duma cidade, em que o destino Estoril viu ser-lhe atribuído o primeiro prémio entre 30 cidades concorrentes, o processo tem continuado a aperfeiçoar-se, e actualmente a Costa do Estoril apresenta uma excelente e equilibrada lista de eventos de grande valor, tanto mediático como de rentabilização para o sector turístico regional, bem distribuído no tempo e pelos vários palcos do concelho.

# Impacto dos Eventos

**25 MM €**

Receitas

Dormidas na Hotelaria	82.130	+30%
Receitas na Hotelaria	8,6 MM€	+15%
Receitas Turísticas	16 MM€	-

# Impacto dos Eventos

**100 MM €**

**Valorização de cobertura televisiva internacional**

Horas de Emissão Televisiva	795 horas	+16%
Audiência Potencial	4,9 BM	+11%

**30% dos turistas que visitaram o Estoril resulta da mediatização dos eventos**

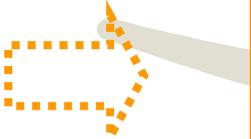
# Objectivos

---

- 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 virtualidades 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.
- Para a indispensável consolidação do projecto em curso, 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 divulgar as características e virtualidades da sua imagem requalificada.

## Factores para a selecção privilegiada de eventos:

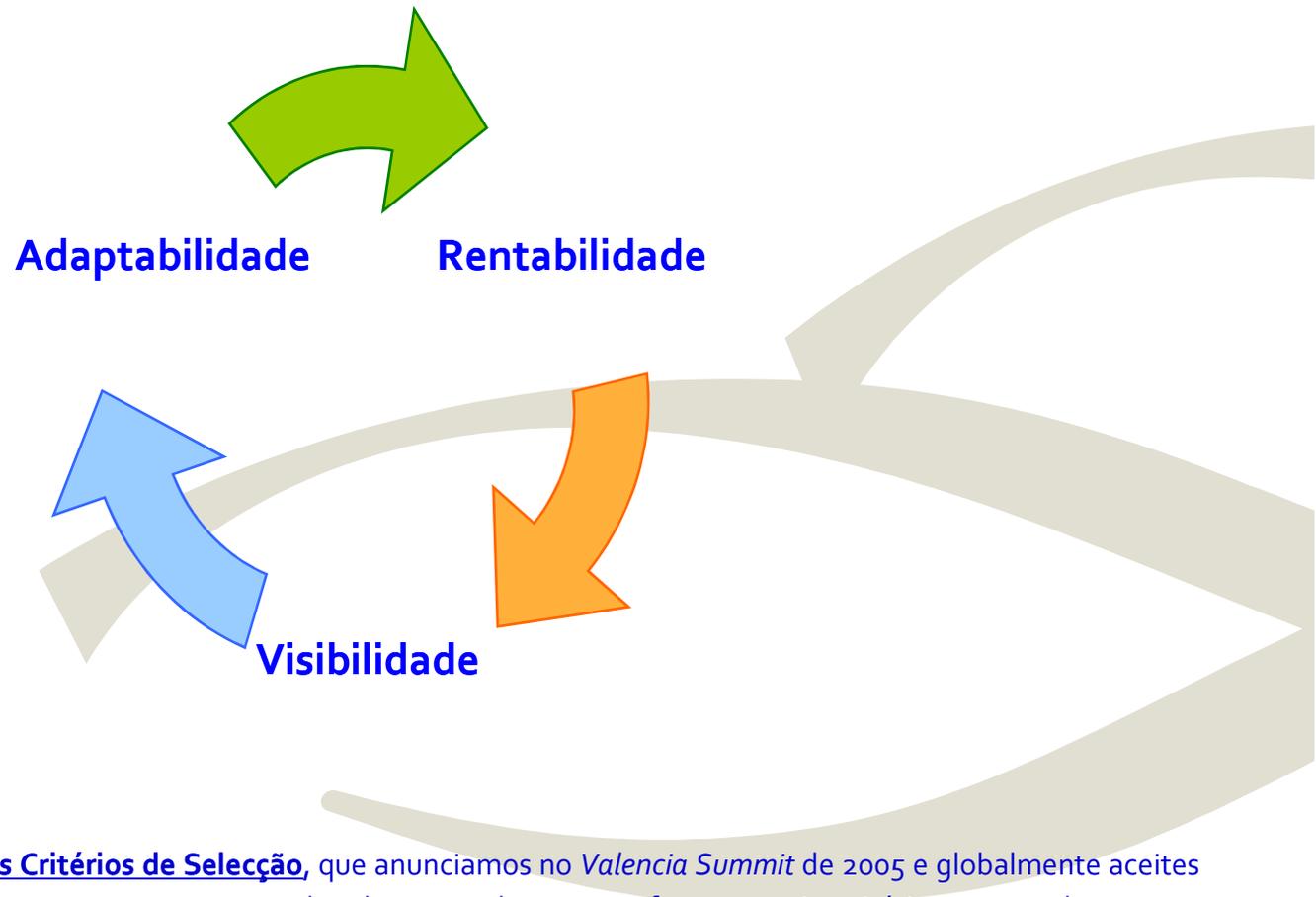
- Qualidade
- Afinidade regional
- Requalificação da imagem
- Mediatização potencial



Contribuir para o reforço do posicionamento do Estoril como destino de excelência

# Estratégia

---



Continuar-se-á a aplicar os **três Critérios de Selecção**, que anunciamos no *Valencia Summit* de 2005 e globalmente aceites e promovidos pelos participantes internacionais, incluindo especialistas e professores universitários que analisam esta matéria.

# Estratégia

---

- Quanto à **Adaptabilidade**, consideramos continuar a privilegiar as âncoras mais prestigiantes e identificadas com o perfil de excelência da Região, entre elas a famosa Baía de Cascais, a Cidadela e sua envolvente, a Marina e o seu renovado Clube Naval, o magnífico Hipódromo Municipal Manuel Possolo (agora requalificado e integrado na paisagem), o Casino, o reconhecido Autódromo do Estoril, alguns dos melhores campos de golfe da região, e o extenso e ainda pouco explorado Parque Natural Sintra/Cascais, onde se pretendem desenvolver provas de desporto natureza a nível internacional, à semelhança da bem sucedida experiência do ano anterior.
- A **Visibilidade** continua a ser avaliada com base no número de horas de cobertura televisiva, e potencial público atingido, numa análise criteriosa da abrangência da rede de cobertura *network*, para além dos inúmeros artigos de grande qualidade na imprensa nacional e internacional, bem como na Internet.
- 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, 1,5 e 2, 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.

# Estratégia

## Rentabilidade

... receitas directas na hotelaria

	2006	2007	2008
Participantes	12.623	14.670	14.660
Estadia Média	4,3	6,3	5,6
Dormidas	63.330	82.130	66.640
Receitas Hoteleiras €	7,5 ML	8,6 ML	9,2 ML
Receitas Turísticas €	13 ML	16 ML	18,3 ML

... dormidas vs receitas na hotelaria

	Dormidas	%	Receitas
5 Estrelas	23.959	36	4,6MM€
4 Estrelas	27.499	41	3,5MM€
3 Estrelas	14.762	23	1,1MM€

# Eventos

---

- Neste contexto, e em termos de apoio financeiro em 2009, iremos privilegiar os eventos mais mediáticos e intrinsecamente relacionados com os palcos e tradições da região, ou com o “glamour” que desejamos promover como imagem internacional da marca “Estoril.”
- Assim, a calendarização de eventos para o ano de 2009 abrange um variado leque de modalidades desportivas, de maior prestígio internacional, com a realização de eventos e provas, a contar para campeonatos mundiais e europeus, de Ténis (Estoril Open de Ténis), Motorizados (Moto GP – Grande Prémio de Portugal, Vodafone Rali Transibérico TT, Superleague Formula Championship – FIA Historic Formula One, Campeonato GT de Espanha e World Series by Renault), Golfe (Estoril Open de Portugal em Golfe), Hipismo (GCT Portugal – Grande Prémio do Estoril 5\*), Vela (Open da Costa do Estoril/Quebramar/Chrysler, Cascais Dragon Winter Series 6), Ondas (Billabong Cascais Girls Surf Festival, Estoril Coast PRO – WQS 6\* Surf Carcavelos e Campeonato do Mundo Surf PRO Junior) integrados na *umbrella* “Estoril Surf Festival”, Natureza e Eco-desporto (Adventure Racing World Championship – Estoril Portugal Expedition Race ), Culturais e Musicais (Feira Internacional de Artesanato do Estoril, Exposição Canina Internacional do Estoril, Festival Internacional do Cavalo Puro-Sangue Lusitano, Moda Lisboa|Estoril, Estoril Music Festival e Estoril Jazz Festival).
- De salientar que os eventos expostos no quadro de eventos do orçamento 2009 são em exclusivo aqueles que são objecto de apoio no âmbito do orçamento do Turismo Estoril.
- Importa assim dar a conhecer com maior detalhe, os apoios aos eventos abaixo discriminados e devidamente inseridos nas áreas e modalidades do Turismo de Eventos Desportivos e Culturais estrategicamente definidas.

# Eventos Culturais

35º ESTORIL MUSIC FESTIVAL	MÚSICA
28º ESTORIL JAZZ FESTIVAL	MÚSICA
6º COOL JAZZ FESTIVAL	MÚSICA
ROTA DOS MONUMENTOS	MÚSICA
MODA LISBOA   ESTORIL 2009	MODA
FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE LUSITANO	HIPISMO
EUROPEAN FILM FESTIVAL	CINEMA
46ª FEIRA DE ARTESANATO DO ESTORIL	OUTROS
58ª EXPOSIÇÃO CANINA INTERNACIONAL DO ESTORIL	OUTROS



# Eventos Desportivos



ESTORIL OPEN DE PORTUGAL EM GOLFE	GOLFE
GCT PORTUGAL – GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5*	HIPISMO
GRANDE PRÉMIO DE PORTUGAL DE MOTOCICLISMO	MOTORIZADOS
VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO – TAÇA DO MUNDO DE TODO O TERRENO	MOTORIZADOS
SUPERLEAGUE FORMULA CHAMPIONSHIP – FIA HISTORIC FORMULA ONE	MOTORIZADOS
CAMPEONATO GT DE ESPANHA	MOTORIZADOS
WORLD SERIES BY RENAULT	MOTORIZADOS
ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP - ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE	NATUREZA



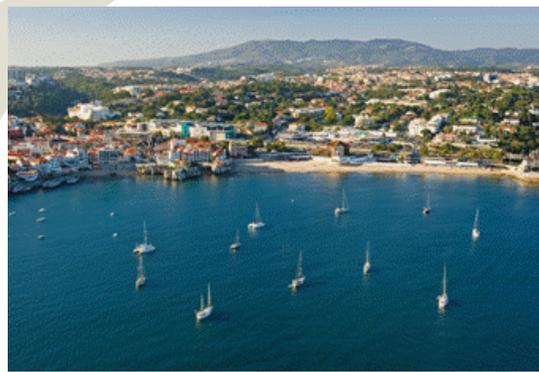
# Eventos Desportivos



ESTORIL BILLABONG GIRLS FESTIVAL – ESTORIL SURF FESTIVAL	ONDAS
ESTORIL COAST PRO – WQS 6* - ESTORIL SURF FESTIVAL	ONDAS
CAMPEONATO DO MUNDO SURF PRO JUNIOR – ESTORIL SURF FESTIVAL	ONDAS
ESTORIL OPEN DE TÊNIS	TÊNIS
CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009	VELA
10º OPEN DA COSTA DO ESTORIL/9º QUEBRAMAR CHRYSLER	VELA



# PLANO DE PROMOÇÃO TURÍSTICA INTERNACIONAL MARCA ESTORIL



# Mecânica Promocional

---

- O Plano de Promoção Turística para o ano de 2009 constitui-se como um instrumento de concretização do Plano Estratégico para o triénio 2006-2009, dos seus objectivos e linhas mestras daí emanadas.
- O Turismo de Portugal, i.p. consignou no âmbito do Modelo de Contratualização para o Triénio 2007-2009, o Estoril como Marca Internacional, ficando estabelecido o seguinte:

*"O Estoril possui uma realidade turística que fazem 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."*

# Mecânica Promocional

- Importa expor as competências consagradas no documento sobre as Bases de Entendimento entre a Associação de Turismo de Lisboa e a então Junta de Turismo, para o Triénio 2007-2009. A saber:

Planeamento e desenvolvimento do Estoril, enquanto destino turístico

Promoção Turística Internacional da Marca Estoril

Promoção do Estoril junto a segmentos específicos do mercado nacional

Organização, promoção, gestão e apoio a eventos realizados no Estoril

Melhoria da oferta, produtos e serviços turísticos do Estoril

Monitorização da operação turística do Estoril

- Nesse sentido, e à semelhança do ocorrido, durante os anos de 2007 e 2008, a segmentação por produtos turísticos preconizada pela estratégia inerente à Contratualização, a sua promoção e divulgação global será da responsabilidade da ATL.
- Para a sua prossecução, o Turismo Estoril contribuirá financeiramente para o Plano Regional de Promoção Turística de Lisboa.

# Objectivos

---

- Os objectivos inerentes à concretização do Plano de Promoção da Marca Estoril, para o ano de 2009, são:

Manutenção da *taxa de ocupação quarto*

Consolidação da estadia média dos estrangeiros nas 4 noites

Promover a procura do destino na época baixa

Contribuir para o aumento do *Preço Médio por Quarto Vendido*

# Estratégia

- A matriz estratégica delineada pelo Turismo de Portugal consagra como produtos estratégicos para a área de Lisboa:

<b>City/Short Breaks</b>	<b>Touring</b>
<b>Golf</b>	<b>MICE</b>

- No caso do Estoril, e atendendo às particularidades intrínsecas ao destino, os produtos subjacentes à promoção da Marca Estoril são os seguintes:

<b>Turismo de Lazer</b> (68%)	<b>MICE</b> (15%)
<b>Golfe</b> (12%)	<b>Turismo Activo</b> (5%)

- No Turismo de Lazer, encontramos os segmentos de *Short Breaks*, *Touring*, Cultural, Paisagístico, Gastronómico, Sol & Mar e Saúde & Bem Estar.
- No capítulo do Turismo Activo, estão incluídas as temáticas desportivas com maior relevância para a região, tais como os Desportos de Mar e Ondas, Turismo Náutico, Ecoturismo/Turismo Natureza e Desportos Motorizados.

# Estratégia

- A selecção de carteira de mercados e respectivo investimento financeiro, no âmbito da Marca Estoril, tem subjacente a lógica de segmentação da procura, ou seja, o peso que cada um dos mercados apresenta no contexto da procura turística para o destino, em termos de dormidas e hóspedes na hotelaria, não menosprezando as tendências e potencialidades de evolução.
- Os mercados de actuação seleccionados, para o ano de 2009, representam cerca de 90% (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 nos seus produtos principais – Lazer, MICE e Golfe – ponderando o seu peso em cada um dos mercados alvo.

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

# Estratégia



- O binómio “Captação/Fidelização” continua a ser o eixo central do desenvolvimento da actividade, onde a divulgação, a afirmação da qualidade, a promoção da animação e a disponibilização de opções de consumo concretas desempenham um papel fundamental.
- O aumento da notoriedade da região surge como um vector fundamental para a “captação”.
- O Estoril detém de alguns anos a esta parte, um plano coerente de eventos de projecção internacional, derivado do desenvolvimento de uma política objectiva e estruturada que concorre para a sua angariação e manutenção.
- A vertente Eventos, surge assim, como um complemento fundamental à estratégia de comunicação e posicionamento do destino turístico a nível internacional, pela visibilidade que oferece e pela multiplicidade de experiências que convida o turista a experimentar.

# Estratégia

---

- O segundo e terceiro vector contribuem directamente para o aumento da estadia e despesa média por turista, e consequentemente, para a fidelização dos nossos visitantes, prendendo-se intimamente com:

Dinamização de programas específicos e opções de consumo orientados para o cliente final, mediante a sua divulgação junto de canais de informação seleccionados

Apoio ao trade local, no incentivo ao desenvolvimento de actividades, de modo a conferir competitividade e diferenciação ao produto oferecido

Potenciação do calendário de eventos de projecção internacional e nacional, fomentando a sua mediatização sempre alavancando a imagem do Destino Estoril

# Estratégia



- No âmbito da prossecução da estratégia global, reorientamos a nossa actuação no sentido de integrar os produtos/marcas que compõem a oferta do destino Estoril, actuando de modo global com a marca *umbrella* e actuando/declinando sempre que se imponha nos produtos Golfe e Turismo de Negócios, sob as marcas Estoril Golf Coast e Estoril Meetings, 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.



## Grandes Linhas de Actuação 2009

---

- O potencial de desenvolvimento turístico assenta numa proposta de valor própria do Destino Estoril que se consubstancia:

Diversidade de recursos e atractivos num pequeno raio de acção, em torno de uma beleza natural extraordinária, bem como monumental

Passado glorioso e cheio de *glamour* que importa incorporar como valor do destino

Proximidade de uma capital europeia e do seu aeroporto internacional

Potenciar o calendário vasto de eventos de cariz desportivo e cultural de projecção internacional

Dinamizar a existência de um importante conjunto de âncoras turísticas – Cidadela, Centro de Congressos, Parque Natural, Autódromo, Aeródromo, Hipódromo e Marina

# Grandes Linhas de Actuação 2009

- Em face do exposto, o Plano de Promoção Internacional da Marca Estoril irá consubstanciar-se na dinamização de **3 projectos segundo grandes áreas de intervenção:**

Informação	Imagem e Comunicação	Apoio à venda
Nas vertentes de prospecção/divulgação junto da oferta local e a produção de informação dirigida às necessidades do consumidor final	Recurso a instrumentos de comunicação seleccionados que garantam um maior grau de eficácia para a divulgação/promoção da oferta do Destino Estoril junto do público final	Estabelecimento de parcerias com players locais e internacionais, para dinamização de acções dirigidas ao trade, sempre em estreita colaboração com o Estoril & Sintra Convention Bureau e Estoril Golf Coast

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Informação

Manter os canais e mecanismos de promoção actuais, reforçando a utilização da Internet como veículo privilegiado de promoção e informação sobre o destino, principalmente junto do público final

## Imagem e Comunicação

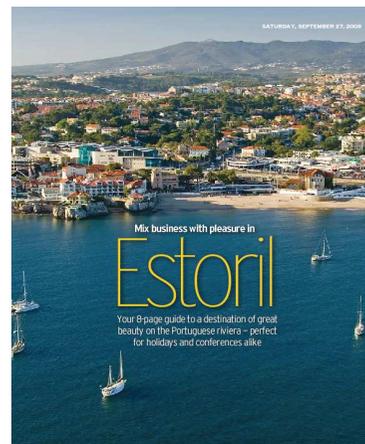
Gerir de forma eficaz a divulgação do destino junto dos *Opinion Leaders*, Jornalistas e Operadores Turísticos, dinamizando o investimento em *Press* e *Fam Trips*, com uma política de maior proximidade e de *follow up*, fomentando a edição de editoriais sobre o destino

## Apoio à venda

Manutenção da política de parcerias com diversos *players* do sector, com vista à projecção da imagem do destino, promovendo o aumento conhecimento do produto através de acções nos mercados. Por outro lado apoiar/acompanhar o aumento da programação e melhoria da presença do destino, nos diversos suportes de comercialização/promoção.



Website [visiteestoril.com](http://visiteestoril.com)



Suplemento Estoril no *The Telegraph* (RU)



Presença Estoril no Roadshow Leste 2008

Estoril, Outubro 2008

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Intelligence/Prospecção



- Consolidação da base de dados referente aos indicadores de volume que permitem avaliar a operação turística para a região – *Estoril Tourism Monitor*;
- Continuidade da cooperação com a Associação dos Hoteleiros do Estoril, para a disponibilização regular dos indicadores de gestão da operação;
- Manutenção do envio periódico de informação para as empresas do Estoril (*Barómetro* – mensal e *Newsletter* – quadrimestral);
- Elaboração de um estudo sobre o Impacto do turismo na Actividade Económica do concelho de Cascais;
- Reforço do trabalho de análise da operação turística, em estreita colaboração com os hoteleiros da região, para o aprofundamento do conhecimento, antecipar eventuais cenários e incorporar orientações estratégicas e de actuação, indo ao encontro da conjuntura turística e das expectativas dos privados;
- Desenvolvimento dos estudos conducentes ao desenvolvimento de novos produtos, tais como, o Turismo Natureza;
- Consolidação e divulgação dos resultados do inquérito trimestral ao perfil e grau de satisfação do turista que visita o Estoril;
- Monitorização periódica das visitas ao *visiteestoril.com*, com vista à elaboração de padrões de consumo do destino.

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Informação

---



- Reformulação do *visiteestoril.com*, com conteúdos mais interactivos, que permitam uma maior intervenção por parte do utilizador, desde a troca de experiências, *upload* de fotos e filmes, entre outros, tudo isto num ambiente *web 2.0*;
- Elaboração de *Give Aways* mais atractivos, com uma grande proximidade com os elementos que mais caracterizam a oferta do Estoril, para apoio à divulgação do destino, junto dos nossos convidados, quer de *Fam* ou *Press Trips*, bem como de acções de Relações Públicas que importa dinamizar durante os eventos que aqui têm lugar;
- Reedição de materiais promocionais, efectuando actualizações necessárias, nomeadamente a nível fotográfico, dado o bom banco de imagens que conseguimos congregiar;
- Elaboração de uma página de profissionais no *visiteestoril.com*, no sentido de disponibilizar todo um conjunto de conteúdos de apoio à actividade das empresas da nossa região, mas também todos aqueles que queiram publicitar/promover este destino, tais como – dados estatísticos, plano de actividades, fotos, filmes, *press release* actualizados, entre outros.

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## *Imagem e Comunicação*

---



- Desenvolvimento de Campanhas de Comunicação Integradas no mercado de Espanha, Alemanha, Reino Unido, Escandinávia e Irlanda;
- Estas campanhas, sempre sob a marca umbrella Estoril, irão consubstanciar-se na elaboração e divulgação de conteúdos que permitam um aprofundamento do conhecimento do Destino, e das suas valências, por parte do consumidor final, junto de suportes de prestígio;
- Dado o leque abrangente de produtos que compõem a oferta do Estoril – MICE e Golfe - marca-se-á igualmente presença em instrumentos de comunicação específicos direccionados a estes segmentos da procura;
- Para além destes, e atentos à potenciação da mediatização dos eventos, irá procurar-se marcar presença em publicações ligadas a temáticas desportivas com etapas e campeonatos no Estoril;
- A aquisição de publicidade será, fundamentalmente, como contrapartida para a negociação de editoriais e publireportagens em meios de comunicação generalistas ou de produto de referência (notoriedade) e publicações de viagens (maior propensão para a viagem);

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Imagem e Comunicação

---



- Pretende-se desenvolver uma divulgação massiva e actualizada de informação sobre o Destino Estoril, pelos canais de comunicação mais diversos, tais como, imprensa escrita – generalista e viagens, Internet, operadores turísticos – brochuras, *websites*;
- Presença nas revistas de bordo das principais companhias aéreas, pelo prestígio e notoriedade que estas oferecem à marca, e pelo leque alargado de nacionalidades que se permitem atingir;
- Reforço da presença na internet através da dinamização de uma Campanha de promoção do [visiteestoril.com](http://visiteestoril.com), em colaboração com a GOOGLE, enquanto complemento a toda a comunicação já referida, nos seguintes mercados – Espanha, Reino Unido, Alemanha, França, Itália e Escandinávia;
- Realização de *Press Trips* temáticas dirigidas a prescritores convidando-os a viver o destino, para melhor o descrever (Principais jornais, revistas de referência, publicações para subsegmentos alvo e revistas da especialidade);
- Potenciação da Base de Dados de jornalistas, para otimizar a relação one-to-one.

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## *Apoio à Venda*

---



- Presença nas grandes feiras de turismo internacionais:
  - FITUR – Madrid – *Como observadores*
  - ITB – Berlim – *Parceria com Convention Bureau*
  - WTM – Londres – *Parceria com Convention Bureau*
  
- Presença nas feiras regionais de Espanha, França e Alemanha, em conjunto com as restantes marcas que compõem a Lisboa Região;
  
- Apoio à organização de palcos privilegiados de exposição e contactos comerciais para as empresas regionais, em estreita colaboração com o ESCB e EGC, visando os seguintes mercados:
  - Escandinávia – Golfe e Turismo de Negócios
  - Benelux – Golfe e T. Negócios
  - Irlanda - Golfe
  - Espanha – Torneios de Golfe

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Apoio à Venda

---



- Apoio à organização de workshops no Estoril, como follow up às acções de primeiro contacto junto dos mercados da Europa de Leste e Brasil;
- Pró actividade na angariação de Fam Trips, como resultado da negociação directa de apoios e gestão de contrapartidas junto dos Operadores Turísticos;
- Prosecução do trabalho de actualização de textos e imagens em todos os canais de distribuição do produto (Operadores Turísticos tradicionais/virtuais, dos mercados seleccionados);
- Incremento da exposição do destino nos sites dos operadores virtuais e tradicionais, com presença na Internet, através da construção de páginas de destino informativas, de grande valia, complementar à oferta concreta de consumo disponibilizada;
- Acções Promocionais conjuntas com Operadores Turísticos de divulgação do destino junto do consumidor final (campanhas de *branding* em operadores virtuais e *websites* de venda de viagens de operadores tradicionais).

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Espanha – Mercado Estruturante



- A Espanha surge como o primeiro mercado externo, no que concerne à procura do destino Estoril. Nesse sentido, e face à elevada permeabilidade que demonstra às acções dinamizadas, entende-se que a intervenção promocional deverá prosseguir os mesmos moldes preconizados nos últimos anos.
- Importa para o ano de 2009, estar presente de uma forma ainda mais consistente dado performance menos positiva neste ano que importa inverter, pelo volume e pelo peso para o Destino Estoril.
- A presença em Espanha rege-se pela lógica inerente ao mercado interior alargado, ou seja, a intervenção tem por base o enfoque nas Comunidades Autónomas com maior número de turistas para o destino Estoril, ou potencial de emissão.
- Madrid, Castela-Leão, Galiza e Estremadura, pela proximidade e pelas boas ligações aéreas e viárias, são as principais áreas de origem de espanhóis para o Estoril.
- A Catalunha, uma das Comunidades Autónomas mais prósperas, aliado às ligações aéreas directas (*low costs*), configura-se como sendo um mercado potencial gerador de dormidas para o destino.
- O público-alvo é, inequivocamente, pelas razões acima expostas, o consumidor final.

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Espanha – Mercado Estruturante



- Assim, a actuação promocional irá reger-se pelo seguinte:

- Manutenção da actuação ao nível regional (Madrid, Castela-Leão, Estremadura, Galiza e Catalunha), nas áreas com maior potencial de emissão de turistas para o Estoril;

- Manutenção da aposta em publicidade na rádio e televisão de emissão autonómica;

- Reforço da publicidade em canais electrónicos (motores de busca, campanhas de branding em publicações generalistas de elevada penetração no mercado, no capítulo de viagens e presença nos sites dos principais operadores);

- Dinamização de visitas educacionais temáticas para jornalistas da imprensa generalista e especializada do sector;

- Dinamização de palcos privilegiados ao contacto entre os privados regionais e os buyers do mercado – Torneios de Golfe e Workshops

- Manutenção da presença em certames regionais dirigidos ao consumidor final, e acções de relações públicas para apresentação do destino junto da imprensa e profissionais do sector.

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Reino Unido e Alemanha – Mercados Prioritários



- Trata-se de mais dois mercados com elevada relevância, na procura turística para o Estoril.
- Tendo em consideração a performance destes mercados e a conjuntura económica actual, importa actuar de modo segmentado, com uma forte noção do mercado potencial.
- Para o mercado da Alemanha importa dinamizar um plano de comunicação que se fundamente no aumento do conhecimento do destino, sendo a melhor forma de alcançar este objectivo, dissimular informação através da Internet, e meios generalistas e de viagens escritos.
- No que ao mercado do Reino Unido diz respeito, importa dar continuidade ao contacto com os *buyers*, designadamente através de *workshops*, mas com formatos originais.
- Trata-se do mercado europeu com a maior percentagem de aquisição de viagens via Internet. Esta tendência encontra-se intimamente ligada ao fenómeno das *low costs airlines* que veio revolucionar os hábitos de aquisição de produtos turísticos.
- Em ambos os mercados, os operadores turísticos virtuais, tais como o *Lastminute.com*, assumem-se na actualidade como fortes concorrentes dos operadores tradicionais e impulsionadores do desenvolvimento de ferramentas na *web* que apelem ao consumo de viagens, assumindo, no seu todo, cerca de 50% das dormidas geradas por este mercado no Estoril.

# Grandes Linhas de Actuação 2009

## Reino Unido e Alemanha – Mercados Prioritários



- Assim, a actuação promocional nos mercados da Alemanha e Reino Unido, no ano 2009, pautar-se-á pelo seguinte:

- Reforço da aposta na Internet, nos sites de venda de viagens, com páginas de destino e campanhas de promoção, especialmente no caso do RU, onde a aquisição de viagens já é substancial;

- Presença nas revistas de bordo das principais companhias aéreas de bandeira;

- Manutenção da política de operadores turísticos (Aumento/Melhoria da programação do destino), com uma gestão de apoios directos que contemple a realização de *Fam trips* no destino, como complemento;

- Aposta na realização de *Press e Fam trips*, com novos figurinos de vivência de experiências diversificadas no destino, numa perspectiva de enriquecimento na forma de venda;

- Desenvolvimento de acções dirigidas ao consumidor final que passam pela edição de suplementos de publireportagens, que poderão ser resultado, ou não de contrapartidas publicitárias;

- Organização de acções de contacto entre os privados regionais e os buyers de cada um dos mercados considerados

# Grandes Linhas de Actuação 2009

*Holanda, França, Itália, Irlanda, Escandinávia, EUA, Bélgica,  
Mercados de Leste e Brasil – Mercados de Suporte*

---



- Estamos perante o grupo de mercados de suporte da operação turística para o Estoril.
- O Estoril, na sua oferta, tem um leque abrangente de produtos, e conseqüentemente, um conjunto de opções de consumo diversificadas, que importa divulgar e dar a conhecer de forma mais efectiva.
- No caso do mercado Escandinavo e Irlanda, grande parte do volume deriva da apetência que estes países apresentam pelo produto Golfe, verificando-se contudo um alargamento considerável para a motivação "Lazer", constituindo-se por isso fundamental, a dinamização de acções conjuntas que permitam comunicar a multiplicidade de ofertas que o destino contempla, nestes mercados.
- Relativamente aos restantes, atendendo aos segmentos e às características da oferta, procurar-se-á comunicar junto do consumidor final, não descurando o incentivo à programação e a melhoria da imagem e informação sobre o destino nos canais de distribuição tradicionais e virtuais.

# Grandes Linhas de Actuação 2009

*Holanda, França, Itália, Irlanda, Escandinávia, EUA , Bélgica,  
Mercados de Leste e Brasil – Mercados de Suporte*

---



- Assim, a actuação promocional pautar-se-á pelo seguinte:

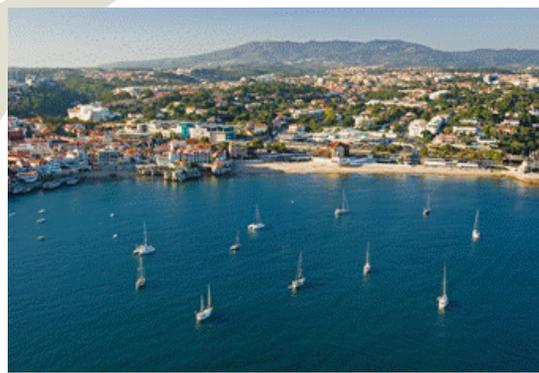
- Reforço da aposta em canais electrónicos, através da manutenção de campanhas de *pay per click*, de divulgação do site e das ofertas associadas;

- Desenvolvimento e Manutenção da política de apoio a novos programas e circuitos de distribuição, de incentivo à venda e melhoria da imagem do destino (Operadores Tradicionais/Virtuais);

- Organização de acções de contacto entre o trade nacional e internacional, nos mercados ou no Destino Estoril;

- Investimento em novos formatos de *Press e Fam trips*, em colaboração com parceiros locais.

## Orçamento 2009



# Orçamento 2009

---

<i>Plano de Marketing Estoril</i>	<b>1,449M€</b>
<i>Plano Eventos Estoril</i>	<b>2,432 M€</b>

## Anexos

*Anexo I - Plano de Eventos Detalhado*

*Anexo II - Plano de Promoção por Acções*



**Anexo I - Plano de Eventos Detalhado**



## ESTORIL OPEN DE PORTUGAL EM GOLFE



# Eventos

## ESTORIL OPEN DE PORTUGAL EM GOLFE



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

O Estoril Open de Portugal em Golfe que, como é do conhecimento geral, integra o reconhecido e prestigiado circuito do PGA (Professional Golf Association), European Tour, reforça e reconfirma o Estoril no calendário mundial do golfe, o que irá constituir um dos pontos altos do Turismo da zona durante o ano de 2009.

Graças ao sucesso alcançado nos anos anteriores, com o devido reconhecimento público, não só do ponto de vista técnico-desportivo, mas também da organização, quer dos intervenientes, quer do público em geral, registou-se em 2008 um forte empenho por parte de todos os responsáveis pelo sucesso do evento nomeadamente na conjugação de esforços entre as entidades, Turismo de Portugal e Junta de Turismo da Costa do Estoril, da qual resultou a assinatura de um contrato programa para os anos de 2007/2009 que permite alocar à prova um *prize-money* de 1.250.000 euros.

A organização, a exemplo dos anos anteriores ficará a cargo da experiente e consagrada empresa espanhola Match Golf, com inegáveis provas dadas na organização de provas similares tais como Estoril Challenge Tour e Estoril Seniors Tour de 2006, ou a consagrada prova do circuito profissional espanhol, o Peugeot Tour.

# Eventos

## ESTORIL OPEN DE PORTUGAL EM GOLFE



### RELEVÂNCIA TURÍSTICA

Por se tratar de uma prova do campeonato europeu da especialidade, as mais valias da sua realização não são mensuráveis no estrito enquadramento do período do evento, prolongando-se a sua mediatização a médio e longo prazo, o que irá potenciar por um lado a oferta turística e projectando por outro ao nível mundial, o nome do Estoril e de Portugal.

Estrategicamente, e a exemplo do registado em anos anteriores, a realização do Estoril Open de Portugal em Golfe 2009, irá provocar um enfoque ao mais alto nível no sector, tendo como resultado uma ampla difusão internacional do evento, através dos canais normais de comunicação social, com ampla difusão na Internet, imprensa escrita com diversos jornalistas especializados na matéria, das mais importantes publicações e meios audiovisuais, nomeadamente a televisiva, os quais em conjunto certamente gerarão recompensas significativas quer em termos de divulgação e promoção do destino Estoril, quer em termos de receitas turísticas para a Região.

A força do golfe, enquanto grande gerador de receitas turísticas revê-se bastante no perfil dos seus executantes e praticantes. Como mercado, o golfe oferece mais valias importantes e muito consistentes para entidades turísticas que se disponham e invistam na captação de uma audiência com maior poder de compra, exigente e diferenciada, da qual necessariamente resulta enormes benefícios não apenas para os campos de golfe que a mesma visita, mas igualmente para as cidades directamente envolvidas, e por inerência para o país.

Parafraseando Sua Excelência o Ministro da Economia Dr. Manuel Pinho, "*O golfe é a neve de Portugal*", tal a importância que o golfe tem para o nosso País quer pelo número de praticantes e de adeptos que tem, quer pelas excepcionais condições climáticas que dispomos para a sua prática.

# Eventos

## ESTORIL OPEN DE PORTUGAL EM GOLFE



### INDICADORES DE IMPACTE

A análise dos indicadores de impacto, e as mais valias que advêm da realização, na zona da marca promocional e turística Estoril, de uma prova tão prestigiante do calendário do European Tour, da PGA (Professional Golf Association), dada a abrangência e o carácter internacional da prova, irá concentrar no Estoril para além de dirigentes, jornalistas acreditados, opinions leaders, golfistas credenciados e público em geral, sendo expectável e previsível o reforço, conforme atrás já foi referido, de Portugal como destino de excelência no importante mercado europeu de golfe.

As receitas geradas pelo Golfe representaram mais de 23 milhões de euros para a região do Estoril no ano de 2008, situando-se entre os principais mercados emissores de turistas de Golfe para o Estoril o Reino Unido, Suécia, Noruega, Alemanha, Espanha e Dinamarca, o que a par do mercado nacional representará cerca de 15% das dormidas na região.

Quanto à proveniência dos visitantes enquadram-se num estrato social acima da média, e é com alguma dose de segurança que poderemos garantir que a grande maioria, cerca de 80%, irá ficar instalada em hotéis de 4\* e 5\*.

# Eventos

## ESTORIL OPEN DE PORTUGAL EM GOLFE



### INDICADORES DE IMPACTE (cont.)

A par do alojamento não podemos deixar de salientar o importante sector da restauração, que com a implementação e divulgação dos restaurantes classificados com Prémio de Qualidade, igualmente tirará o correspondente benefício com a estadia na zona de um tão prestigiado número de visitantes, conforme se pode verificar no quadro anexo.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
5*	4*	3*		5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas			
ESTORIL PORTUGAL OPEN DE GOLFE	250	6	1.500	60	30	10	180.000 €	56.250 €	10.500 €	246.750 €	2,5	616.875 €

### PARTICIPANTES E PAÍSES

O número estimado de participantes no Estoril Open de Portugal em Golfe 2009 é de 300 pax, os quais representam cerca de 20 países europeus

### VISITANTES E ESPECTADORES

No que concerne a espectadores directos, isto é, com presença física no local do evento, e tendo como base de projecção para o ano de 2009 os número de 2008 julgamos passível de ter uma média de cerca de 2000 pessoas/dia perfazendo um total de perto de 8.000 visitantes durante o período do evento.

# Eventos

## ESTORIL OPEN DE PORTUGAL EM GOLFE



### COBERTURA TELEVISIVA

Em termos de cobertura televisiva poder-se-á garantir que o Estoril Open de Portugal em Golfe 2009, a exemplo do ano anterior irá certamente desfrutar de uma cobertura a nível mundial, com projecções em forma de directos, diferidos, highlights e repetições, em cadeias televisivas de cerca de 100 países, num total de mais de 250 horas de emissão, através de canais temáticos e generalistas, dos quais destacamos pela sua relevância no mundo do golfe a Sky Sport 1 e 2 (UK), Sky Sports Golf Night, The Golf Channel (North/South América), Fox Sports (Austrália), Golf + (Espanha), Premiere Sports (Alemanha), Eurosport, para só citarmos os mais mediáticos, com uma audiência potencial de 600.000.000 de telespectadores.

Estimamos que a avaliação do sucesso do evento ao nível televisivo, no que à imagem de Portugal e do destino Estoril diz respeito, irá situar-se na ordem dos €15. 000.000, se tivermos como termo de comparação a avaliação feita pela Comperio Research para o ano de 2008, consagrada empresa especializada neste tipo de avaliações, com 30 anos de experiência e um lote de clientes-base entre entidades públicas e privadas de referência.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
ESTORIL PORTUGAL OPEN EM GOLFE	250	600.000.000	100	2.500	170	20

## ***GCT PORTUGAL 2009 – GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5\****



# Eventos

## GCT PORTUGAL 2009 – GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5\*



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

A realização na Costa do Estoril, de um tão importante evento como o GTC Portugal 2009 – Grande Prémio do Estoril (Concurso de Saltos Internacional de 5 Estrelas), integrado no reconhecido e prestigiado Global Champions Tour, melhor circuito profissional ao nível mundial, continuará a colocar, no calendário mundial do hipismo, o Estoril, a par de Doha (Qatar), Hamburgo (Alemanha), Cannes (França), Monte-Carlo (Mónaco), Valkenswaard (Holanda), Arezzo (Itália), S. Paulo (Brasil), Valência (Espanha), Abu Dhabi (Emiratos Árabes Unidos) e Moscovo (Rússia), irá constituir um dos pontos altos do Turismo da Região durante o ano de 2009.

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

O sucesso retumbante verificado em 2006, 2007 e 2008, com o correspondente reconhecimento público, quer do ponto de vista técnico-desportivo, quer da organização, quer dos intervenientes, teve como resultado a já referida integração e consolidação do presente evento no circuito mundial do Global Champions Tour, que engloba os melhores concursos *outdoors* de 5 estrelas, dotados de um *prize money* jamais distribuído no desporto equestre, tendo sido fixado pela organização, para o ano de 2009, um prémio global de €480.000, sendo €400.000 para o Grande Prémio e €80.000 divididos por cada uma das restantes cinco provas.

# Eventos

## GCT PORTUGAL 2009 – GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5\*



### RELEVÂNCIA TURÍSTICA

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 virtualidades específicas, que fazem do destino um local privilegiado e bastante apelativo.

A realização de um evento como o GCT – Global Champions Tour de Portugal – Grande Prémio do Estoril, pela sua importância quer para a zona da Costa do Estoril, quer para o País, irá certamente estimular os efeitos económicos, por ele induzidos nos diversos sectores abrangidos pela actividade turística da zona a que corresponderá necessariamente um acréscimo de atracção de fluxos turísticos, bem como do upgrading de imagem de destino turístico de eleição para a realização de provas hípcas de excelência.

Vale a pena enfatizar as palavras de louvor ao trabalho desenvolvido pela organização do GCT Portugal, no evento de 2008, por parte do Vice-Presidente do Conselho Directivo do Turismo de Portugal, Dr. Frederico Costa, que ao referir-se ao mesmo e após elogiar o excelente trabalho realizado quer em relação à prova em si quer em relação à promoção do destino afirma e passamos a citar, "*Senti-me de facto num grande evento de cariz internacional potenciador da boa imagem do nosso país, assegurado por uma cobertura mediática de primeiro nível e a presença de espectadores/turistas estrangeiros pertencentes a um estrato económico muito interessante. Por esse caminho serão certamente mais e melhores os turistas que visitarão essa região. Parabéns!*".

# Eventos

## GCT PORTUGAL 2009 – GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5\*



### INDICADORES DE IMPACTE

Tratando-se de visitantes provenientes de um estrato social acima da média, a grande maioria, cerca de 80%, irá ficar instalada em hotéis de 4\* e 5\*. Por outro lado não poderemos deixar de salientar o importante sector da restauração que igualmente beneficiará com a estadia na zona de um tão prestigiado número de visitantes, prevendo-se em termos de receitas directas, justificadas no quadro que se junta, um valor global de 628.375€.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
5*	4*	3*		5* - €240	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas			
GCT PORTUGAL - GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5*	220	5	1.100	90	10	0	237.600 €	13.750 €	0 €	251.350 €	2,5	628.375 €

A análise dos indicadores de impacte, e as mais valias que advêm da realização, na zona da marca promocional da Costa do Estoril, de uma das mais importantes e prestigiantes prova do calendário do Global Champions Tour, dada a abrangência e o carácter internacional da prova, irá concentrar no Estoril para além de dirigentes e federações internacionais, jornalistas acreditados, cavaleiros e acompanhantes, resultando num reforço da presença e da projecção, mais uma vez, da marca Estoril no mapa do hipismo mundial.

### PARTICIPANTES E PAÍSES

Em termos de participantes no evento, entre cavaleiros, juízes, staff técnico e imprensa estimamos que possamos ter a presença de cerca de 330 pax, num universo de 20 países representados.

# Eventos

## *GCT PORTUGAL 2009 – GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5\**



### VISITANTES E ESPECTADORES

No que concerne a espectadores directos, isto é, com presença física no local do evento, e a julgar pela média diária verificada no evento de 2008, de cerca de 3.500 pax entre convidados e espectadores o que fez um total de cerca de 10.000 visitantes durante o período do evento, estamos convictos da necessidade da instalação em 2009 de uma bancada amovível de suporte ao previsível aumento de visitantes e espectadores.

### COBERTURA TELEVISIVA

Em termos de cobertura televisiva, poder-se-á afirmar que o GTC Portugal – Grande Prémio do Estoril (CSI 5\* Estoril) irá desfrutar de uma cobertura a nível mundial, com contratos firmados com cadeias televisivas de cerca de 100 países, canais temáticos e generalistas, nomeadamente a parceria privilegiada com a Eurosport, com uma audiência potencial de 500.000.000 de telespectadores.

# Eventos

## GCT PORTUGAL 2009 – GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5\*



### COBERTURA TELEVISIVA (cont.)

Acresce referir que a subsequente rede televisiva de distribuição permite que o evento seja transmitido para um alargado conjunto de países dos cinco continentes tais como os países árabes através da cadeia televisiva Al Jazeera, bem como os países latino-americanos através da TV Globo.

Todo este nível de cobertura decorre da assinatura do contrato entre a Global Champions Tour, na qualidade de “*media partner*”, e a Eurosport, abrangendo o triénio 2007/2009, e que estabeleceu a obrigatoriedade da transmissão “*live*” (em directo) de cerca de 90 minutos em *prime time*, do Grande Prémio, para cerca de 60 países, para além de 50 minutos divididos entre notícias, highlights e *spots* publicitários, para além da garantia da cobertura da prova através da restante rede de canais da Eurosport, nomeadamente o Eurosport 2, Eurosport Ásia, Eurosportnews e o eurosport.com, permitindo colocar o evento, em termos de visibilidade internacional do destino Estoril e da marca Portugal, num patamar de excelência.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
GCT PORTUGAL - GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5*	105	500.000.000	100	12.000	330	20

## CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009



# Eventos

## CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

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 para a promoção e divulgação da Costa do Estoril enquanto destino consolidado e privilegiado para a prática da vela, capaz de motivar a deslocação de milhares de praticantes e amantes nacionais e estrangeiros, deste importante sector estratégico do desenvolvimento da região, contribuindo para o progresso económico e social e prestígio nacional e internacional da marca Estoril.

Assim, na sequência do êxito da Cascais Dragon Gold Cup 2008, vamos continuar a consolidar Cascais/Estoril como local de provas de Inverno da classe Dragões incluídas no calendário internacional da Classe IDA, em directa concorrência com provas organizadas em Palma de Maiorca e Cannes e em relação às quais tem havido um "desencanto" patente pelos dragonistas internacionais, essencialmente fruto das más condições meteorológicas bem como numa quebra na qualidade das organizações destes eventos.

É nosso objectivo consolidar o ranking do Troféu S.M. Rey D.Juan Carlos I como prova de "Grade 2" do "Dragon Regatta Schedule" da IDA, com o objectivo de o levar a um ranking de Grade 1.

Este último propósito conjuga-se com a candidatura, do Chrysler Challenge de Dragões, prova que se encontra inserida no Open de Vela da Costa do Estoril, a prova de "Grade 2", com o objectivo de que uma destas duas provas se possa converter numa prova de "Grade 1" do "Dragon Regatta Schedule" da IDA.

# Eventos

## CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO (Cont.)

Em 2008 realizaram-se 4 provas "Grade 1" em todo o Mundo contra 31 de "grade 2", o que por si só justifica esta nossa pretensão ao up-grade do evento.

Cada edição do evento será 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.

Irá incluir os Troféus Príncipe D. Henrique, o Navegador e S. M. Rey D. Juan Carlos I, respectivamente nas suas 16ª e 14ª edições a disputar em Fevereiro e Março 2009.

A exemplo das realizações anteriores, ambas as provas contarão com a participação de um lote seleccionado de concorrentes estrangeiros, constituindo a parte portuguesa do Campeonato Ibérico de Classe Internacional de Dragões, sendo que as outras duas provas se irão disputar em Palma de Maiorca.

Acresce referir que o Troféu S.M. Rey D. Juan Carlos I é já classificado como prova de "Grade 2" do "Dragon Regatta Schedule" da IDA.

# Eventos

## CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009



### INDICADORES DE IMPACTE

Os participantes e velejadores da classe Dragão encontram-se entre os de estrato social mais elevado, pelo que é expectável, tendo como termo de comparação o ano de 2008, que todos estes visitantes fiquem instalados maioritariamente em hotéis de cinco e quatro estrelas, frequentando igualmente os melhores espaços e restaurantes da zona.

Esperamos atrair a Cascais, durante o 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.

Neste contexto estimamos o valor global da receita turística associada ao evento em cerca de 692.250,00€.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 6	60	26	1.560	70	30	0	218.400 €	58.500 €	0 €	276.900 €	2,5	692.250 €

# Eventos

## CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009



### PARTICIPANTES E PAÍSES

Durante o período efectivo de duração do evento, estimado em cerca de 6 meses, prevê-se a participação de perto de 75 tripulações representando perto de 16 países.

### CRONOGRAMA DO EVENTO

CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009	
DATA	NOME DO EVENTO
16 A 18 DE JANEIRO	SERIES FOUR
26 DE FEVEREIRO A 01 DE MARÇO	SERIES FIVE - XVI TROFÉU PRÍNCIPE HENRIQUE "O NAVEGADOR"
12 A 15 DE MARÇO	SERIES SIX - XIV TROFÉU S. M. REY D. JUAN CARLOS I
23 A 25 DE OUTUBRO	SERIES ONE
27 A 29 DE NOVEMBRO	SERIES TWO
05 A 07 DE DEZEMBRO	SERIES THREE - REGATA DE NATAL DO CNC

# Eventos

## CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009



### COBERTURA MEDIÁTICA

Toda a promoção e cobertura mediática deste plano de actividades da Cascais Dragon Winter Series, será desenvolvido numa parceria entre o Clube Naval de Cascais e a Associação Portuguesa da Classe de Dragão através de um plano de contactos pré-estabelecido e especificamente direccionado tendo como público alvo os proprietários de Dragões em todo o Mundo baseado numa selectiva mail list, bem como através de contactos directos feitos pelos velejadores nacionais que se deslocam a provas internacionais.

A recente Cascais Dragon Gold Cup 2008, que tanto sucesso granjeou junto de participantes e espectadores, e que trouxe a Cascais 75 tripulações de 16 países, foi uma excelente oportunidade de promoção e divulgação do evento e da qual certamente se irá tirar, no futuro, os dividendos e as mais valias inerente à referida acção.

Vale a pena referir que durante a realização da Dragon Gold Cup e no sentido de captar mais e melhores participantes para os eventos que se seguem foi produzido um folheto promocional e informativo, do qual juntamos cópia em anexo.

Está previsto ainda a inserção publicidade em revistas estrangeiras da especialidade nomeadamente nas de maior circulação nos países atrás mencionados.

# Eventos

## CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 2009



### COBERTURA MEDIÁTICA

Faz parte ainda da divulgação e cobertura mediática do evento direccionar um convite a 2 jornalistas estrangeiros (opinions makers) das citadas publicações na área da vela.

Quanto à cobertura, divulgação e promoção do Cascais Dragon Winter Series a nível nacional a mesma será feita numa parceria entre o Clube Naval de Cascais e a empresa municipal Turismo do Estoril, comprometendo-se esta a garantir o apoio, através dos canais habituais de informação e divulgação, da acção de promoção e notoriedade do mesmo.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
CASCAIS DRAGONS WINTER SERIES 6	3	5.000.000	18	10.000	140	16

## 10º OPEN DE VELA COSTA DO ESTORIL | 9º QUEBRAMAR CHRYSLER



# Eventos

## 10º OPEN DE VELA COSTA DO ESTORIL | 9º QUEBRAMAR CHRYSLER



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

A realização na Costa do Estoril, da 9ª edição do Troféu Quebramar-Chrysler/10º Open de Vela da Costa do Estoril, no seguimento dos êxitos anteriores, irá em 2009, colocar de novo Portugal no calendário mundial da vela de cruzeiro de alta competição.

O evento que irá acolher pelo 3º ano consecutivo o circuito mundial de GP42 - Quebramar Cup colocará a Costa do Estoril, a par de Porto Fino (Itália), St. Tropez (França), Valência, Palma de Maiorca e Lanzarote (Espanha), como locais de eleição de uma das mais conceituadas provas mundiais de vela.

Reconhecendo o interesse e a mediatização de que estão ser alvo as novas unidades GP42 esta é uma oportunidade única de projecção mundial de todos os envolvidos no projecto, nomeadamente da região da Costa do Estoril, dos apoiantes e dos organizadores que, das mais diferentes formas, se procuram identificar com os valores associados a esta magnífica modalidade e seus participantes.

Para além disso, e dado que o evento faz parte da discussão do título ibérico de Cruzeiros, irá certamente reunir a elite da frota ibérica e naturalmente despertar a atenção por parte dos meios de comunicação internacionais.

Tendo como cenário privilegiado, o melhor palco nacional e um dos melhores campos de regata atlânticos, este evento que por isso mesmo tem sido consecutivamente considerado como a Copa do Rei do Atlântico, destaca-se não só pela vertente desportiva e pelas condições de excelência para a prática da modalidade, como também pela vertente social e de hosting, sendo reconhecido em paralelo com a zona do Estoril como um dos eventos e locais de maior atractividade para participantes e convidados do circuito.

# Eventos

## 10º OPEN DE VELA COSTA DO ESTORIL | 9º QUEBRAMAR CHRYSLER



### INDICADORES DE IMPACTE

Tal como em anos interiores, o hosting da frota internacional de cruzeiro é sempre um dos pontos fortes do evento. De tal forma, que a organização faz questão de instalar participantes, convidados e jornalistas (na ordem dos 80%) em hotéis de 4\* e 5\*, cujo impacte financeiro se encontra demonstrado no quando que se junta em anexo.

Da mesma forma, todas as iniciativas que decorrem paralelamente ao evento principal têm como cenário os mais conceituados espaços e restaurantes da região da Costa do Estoril, proporcionando aos intervenientes uma oportunidade única de conhecer de perto a multiplicidade e a excelência da oferta da região.

Desta forma a análise dos indicadores de impacte indicia claramente que a realização de uma prova desta envergadura reforça uma vez mais a projecção da marca Estoril enquanto destino turístico e desportivo de eleição a nível mundial.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
X OPEN VELA COSTA DO ESTORIL - 9º QUEBRAMAR   CHRYSLER	800	4	3.200	40	60	0	256.000 €	240.000 €	0 €	496.000 €	2,5	1.240.000 €

# Eventos

10º OPEN DE VELA COSTA DO ESTORIL | 9º QUEBRAMAR CHRYSLER



## VISITANTES E ESPECTADORES

Relativamente ao número de visitantes e espectadores esta edição da prova inclui ainda o warm-up da classe Dragão o que irá contribuir para o aumento significativo quer do número de participantes quer do número de visitantes e convidados.

Assim, e tendo como meio de comparação o ano de 2008, ano em que houve um recorde de participações com 13 países presentes, podemos afirmar que iremos ter em 2009 nos dias do evento cerca de 4000 pax.

Se a esse número juntarmos os mais de 5000 convidados que por norma comparecem à festa de encerramento do evento, teremos sem dúvida um dos mais importantes e mobilizadores eventos do calendário internacional.

# Eventos

## 10º OPEN DE VELA COSTA DO ESTORIL|9º QUEBRAMAR CHRYSLER



### COBERTURA TELEVISIVA

Em termos de cobertura televisiva, o 10º Open da Costa do Estoril - 9º Troféu Quebramar|Chrysler irá desfrutar de uma cobertura nacional do canal Sport TV, sendo que se prevê que no importante mercado emissor de Espanha irá contar com a emissão de imagens nas principais cadeias generalistas e regionais, bem como em programas da modalidade, esperando-se que, a exemplo do ano transacto, venha a ter um programa de cerca de 15 minutos inteiramente dedicado ao evento na Eurosport, com a repercussão nos diversos países ligados a este importante canal desportivo, isto para além de inúmeros diferidos, repetições e highlights, em cadeias televisivas nos diversos continentes.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
X OPEN VELA COSTA DO ESTORIL/QUEBRAMAR CHRYSLER	10	150.000.000	40	2.500	600	5

## ESTORIL BILLABONG GIRLS FESTIVAL 2009



# Eventos

## ESTORIL BILLABONG GIRLS FESTIVAL 2009



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

Visando o incentivo ao desporto feminino em Portugal, o interesse que o surf suscita actualmente, bem como o crescimento exponencial na prática da modalidade por "Girls", e após o sucesso em 2008, leva-nos a concluir pela continuação na aposta em 2009, pela certeza de que realizar-se-á o maior encontro de surf feminino em Portugal.

A prova, a exemplo de 2008, irá ter uma classificação de 6 \*- competição de premiação máxima no circuito de qualificação – WQS, e que irá registar um prize money de cerca de 35.000 dólares, esperando-se a presença de algumas das melhores surfistas do mundo, tais como Jacqueline Silva, Jessi Miley-Dyer, Bruna Schmitz, Sally Fitzgibbons ou Rebecca Woods, que certamente aproveitarão a oportunidade de juntar pontos para o ranking mundial.

A par da competição as participantes e o público presente na praia poderão assistir a espectáculos de *free surf* feminino e masculino, aulas de hip-hop, Pilates, passagens de modelo e palestras com os melhores surfistas presentes.

No intuito de poder abarcar todas as interessadas na prática desta modalidade, ou para quem tenha aspirações de poder um dia chegar a vedeta do surf feminino, o último dia será preenchido por um campeonato exclusivamente dedicado a elas. As participantes terão oportunidade de participar no Billabong Girl Competition, dividido em Sub-12, Sub-16 e Open.

Encerrando os quatro dias do evento em apoteose, está programada, a exemplo de 2008, uma *Summer Party – Dress to Impress at Sun Shine* que será a festa oficial do Estoril Billabong Girls Festival.

# Eventos

## ESTORIL BILLABONG GIRLS FESTIVAL 2009



### INDICADORES DE IMPACTE

A análise dos indicadores de impacte, e as mais valias que advêm da realização, no Destino, de uma importante prova do calendário mundial do WQS e dada a abrangência e o carácter internacional da prova, irá seguramente concentrar no Estoril um grande numero de jornalistas da especialidade acreditados, competidores e acompanhantes, resultando num reforço da presença e da projecção, mais uma vez, da marca ESTORIL no mapa mundial dos eventos de surf.

A prova em termos de presença irá acolher competidoras de países diversos, tais como Austrália, Brasil, França e Estados Unidos, para citar os mais mediáticos e importantes na rota mundial do surf. A par da presença das melhores especialistas da modalidade e esperando-se inúmeras actividades paralelas tais como dança do ventre, yoga, hip-hop e muita música, pensamos que o evento de 2009 irá contar com a presença massiva do público.

Em termos de promoção do evento a organização projecta uma arrojada campanha publicitária sendo expectável um retorno para a marca Estoril a rondar os 2.000.000€, tendo como factor de comparação os números apurados para o evento de 2008, pelo Media Press Office das RockSisters.

Tratando-se de visitantes provenientes de um estrato social médio, a grande maioria, cerca de 70%, irá ficar instalada em unidades hoteleiras de 4\*. A par do alojamento teremos igualmente de realçar o sector da restauração que igualmente beneficiará com a estadia na zona de um tão quantificado número de visitantes.

# Eventos

## ESTORIL BILLABONG GIRLS FESTIVAL 2009



### PARTICIPANTES E PAÍSES

O número total esperado de participantes no evento, rondará os 600, divididos entre 130 competidores mundiais e seus acompanhantes, 220 participantes nacionais, 160 da organização e 95 jornalistas nacionais e internacionais.

Contamos com a presença de participantes e visitantes de Portugal, França, Espanha, Austrália, Brasil, Argentina, EUA, Peru, Hawaii, África do Sul, Nova Zelândia e Japão, num total de 12 países.

### VISITANTES E ESPECTADORES

Conforme atrás referido o número de visitantes e espectadores estimado para o evento de 2009 será de 20.000 durante os 4 dias do evento.

# Eventos

## ESTORIL BILLABONG GIRLS FESTIVAL 2009



### COBERTURA MEDIÁTICA

A cobertura mediática e televisiva do evento irá assentar na transmissão televisiva em canais generalistas e de cabo tais como SIC Notícias, RTP1, TVI, SIC e RTPN, Sport TV, SIC Radical, bem como em revistas de carácter social e da especialidade como Flash, Cosmopolitan, VIP, TV Guia, TV 7 Dias, Lux, Giggie, Ragazza, Performance entre outras.

Para além das revistas irão ser divulgadas através dos meios de comunicação diários como A Bola, Mundo Universitário, Metro Lisboa, Metro Porto, Destak, para citarmos alguns e ainda através da ferramenta Internet com notícias, entrevistas, opiniões em centenas de sites.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
ESTORIL BILLABONG GIRLS FESTIVAL	4	9.000.000	12	20.000	250	15

## ESTORIL COAST PRO – MUNDIAL DE SURF



# Eventos

## *ESTORIL COAST PRO – MUNDIAL DE SURF*



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

Em Portugal, a zona do Estoril é sem dúvida uma daquelas que concentra o maior número de surfistas em Portugal, sendo Carcavelos considerada a melhor praia do país para prática, todo o ano, do surf, bem como o Guincho muito justamente considerada uma das Mecas do surf europeu.

A realização do evento Estoril Coast Pró 2009, na Costa do Estoril marca de uma forma inequívoca o calendário europeu no que ao surf diz respeito.

Este evento, composto por duas provas, um europeu pró-júnior que trará à Costa do Estoril os melhores surfistas juniores da Europa e do mundo permitirá, não só aos surfistas nacionais medirem forças com os melhores do mundo como atrairá igualmente inúmero público jovem, do concelho de Cascais e dos concelhos limítrofes, como são Lisboa, Oeiras, Sintra, Mafra, Almada, entre outros.

O segundo evento é uma prova do circuito mundial de qualificação e tem a graduação de 6\*, a graduação máxima deste circuito, fazendo parte das cinco provas mais importantes da Europa em 2009. As outras provas realizam-se, duas em França, uma em Espanha, uma na Escócia, e mais uma em Portugal na zona da Ericeira.

# Eventos

## ESTORIL COAST PRO – MUNDIAL DE SURF



### INDICADORES DE IMPACTE

O Mundial de Surf movimenta directamente no período do evento cerca de 500 pessoas (atletas, organização e staff técnico) que gastam em média 300 € por dia durante os quinze dias.

O que objectivamente significa um encaixe financeiro directo na região de dois milhões de euros, entre hotéis, restaurantes, comércio e outros, para além do inúmero público que se desloca ao evento para assistir, bem como a inerente promoção internacional da região através dos diversos meios de comunicação.

As ondas da Costa do Estoril, nomeadamente as de Carcavelos e Guincho são de reconhecida qualidade mundial, pelo que a realização de uma prova de 6\* vai trazer a merecida notoriedade à Costa do Estoril como destino de surf na Europa.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
ESTORIL COAST PRO WQS - 6*	500	4	2.000	10	60	30	40.000 €	150.000 €	42.000 €	232.000 €	1,5	348.000 €

# Eventos

## *ESTORIL COAST PRO – MUNDIAL DE SURF*



### PARTICIPANTES E PAÍSES

O número de participantes e acompanhantes presentes no evento irá situar-se perto dos 500 pax, provenientes de cerca de 14 países nomeadamente Austrália, África do Sul, Alemanha, Brasil, Espanha, EUA, França, Itália, Havai, Japão, Portugal, Marrocos, Nova Zelândia e Reino Unido. Quanto à prova do Pró-Junior estamos a contar com cerca de 168 competidores inscritos e no que concerne ao mundial espera-se a presença de 196 atletas.

### VISITANTES E ESPECTADORES

No que toca à presença de espectadores e tendo em conta o número habitual de assistência de eventos de surf estimamos cerca de 40.000 pessoas nos seis dias de evento.

Em 2009, à semelhança de 2008 contamos ainda com um contingente de turistas espanhóis essencialmente da zona de Madrid e de Cádiz que se deslocam propositadamente a Portugal para assistir ao evento.

# Eventos

## ESTORIL COAST PRO – MUNDIAL DE SURF



### COBERTURA MEDIÁTICA

Do ponto de vista da cobertura televisiva e ao abrigo do contrato de distribuição entre o promotor e a uma empresa de distribuição de televisão, com contratos firmados com cadeias de televisão no mundo inteiro, podemos desde já garantir a cobertura mundial do evento.

A Eurosport está igualmente abrangida pelo acordo da distribuidora que garante a cobertura *live* no último dia do evento, para além de *highlights* diários de 12 minutos.

Todo o evento será visionado ao vivo na internet com imagem, som e *scores*, permitindo um universo potencial de espectadores de mais 500.000.000 *worldwide*.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
ESTORIL COAST PRO WQS - 6*	10	250.000.000	15	40.000	864	30

## VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO – TAÇA DO MUNDO DE TT



# Eventos

## VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO – TAÇA DO MUNDO DE TT



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

A constatação do sucesso alcançado em 2008 com a realização do Vodafone Rali Transibérico, única prova disputada na Europa a contar para a Taça do Mundo FIA de Todo o Terreno, bem como para os campeonatos de Portugal e Espanha de TT, Troféu Ibérico e Troféu RTP, traduzida nos rasgados elogios dos principais pilotos estrangeiros à chegada ao Estoril, leva-nos a continuar a apostar no apoio ao evento.

Ao nível de presença de concorrentes esta prova insere-se num lote restrito de eventos que são bafejados pela presença dos melhores especialistas da modalidade, tais como Stephan Peterhansel, Luc Alphand, Nani Roma, Nasser Al-Attiyah, Orlando Terranova, para além dos melhores especialistas nacionais como Pedro Granja, Miguel Barbosa, Filipe Campos, Nuno Inocêncio, Helder Oliveira, entre outros, representando as principais marcas que competem na Taça do Mundo como a BMW, Volkswagen, Mitsubishi, Nissan e Toyota.

Na prossecução da consolidação do estatuto de única prova europeia incluída na Taça do Mundo FIA TT, o organizador da prova tenciona alterar o figurino desta com a introdução de uma segunda etapa em Espanha, num total de seis dias de competição.

Tal pretensão segue a tendência iniciada em 2004, quando abandonou o formato de "baja" tendo vindo, desde então, a crescer, estendendo-se em 2005 a Espanha, e perfazendo no ano de 2008 um total de cinco etapas e mais de 1500 Kms de percurso cronometrado.

# Eventos

## VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO – TAÇA DO MUNDO DE TT



### INDICADORES DE IMPACTE

As mais valias que advêm da realização, na zona da marca promocional e turística Estoril, de uma prova, que pelo seu carácter de exclusividade ao nível europeu no calendário do FIA Cross-Country Rally World Cup, e também pela abrangência e o carácter internacional da prova, irá concentrar no Estoril concorrentes de renome mundial, jornalistas acreditados, e público afecto à modalidade em geral, sendo expectável e previsível o reforço, conforme atrás já foi referido, de Portugal como destino de excelência na rota do desporto motorizado, sendo de realçar a componente internacional da prova com o nosso principal mercado emissor, a Espanha, em posição de destaque.

Estimamos que o retorno mediático da marca Estoril e por inerência da marca Portugal irá situar-se numa fasquia perto dos 130.000€, segundo dados fornecidos pela empresa CISION Portugal, SA, considerada a maior empresa do mundo nas áreas da monitorização e avaliação de informação veiculadas nos meios de comunicação social.

As receitas globais geradas pela sua realização andarão na ordem dos 700.000€, sendo expectável que a grande maioria dos participantes e acompanhantes irão ficar instalados em hotéis de cinco estrelas. A estadia de um significativo grupo durante o período do evento trará igualmente um acréscimo na receita da restauração, conforme se pode verificar no quadro anexo.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO - TAÇA DO MUNDO DE TT	1.000	3	3.000	60	20	20	360.000 €	75.000 €	42.000 €	477.000 €	1,5	715.500 €

Estoril, Outubro 2008

# Eventos

## VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO – TAÇA DO MUNDO DE TT



### PARTICIPANTES E PAÍSES

Embora a previsão aponte para seis dias de competição na zona da Costa do Estoril os participantes, distribuídos por concorrentes, staff técnico e acompanhantes, irão permanecer somente três dias.

O número de intervenientes directamente ligados à prova irá rondar os 1.000 representando um universo de cerca de 20 países envolvidos.

### COBERTURA MEDIÁTICA

Com a parceria e acordo estabelecido entre Vodafone Rali Transibérico e a Eurosport Events, o rali pontuável para o FIA Cross-Country Rally World Cup, a partir da prova de 2008, o evento vai continuar a aumentar a notoriedade internacional através da importante plataforma da Eurosport, potenciando de uma forma inequívoca a prova portuguesa e o país.

Este importante acordo tem como objectivo principal valorizar este evento na sua globalidade através de um plano de promoção internacional, num pacote bastante inovador de televisão onde as transmissões em directo em toda a plataforma Eurosport, bem como a distribuição de direitos de transmissão para todo o mundo, prevendo-se em 2009 uma extensa cobertura televisiva na plataforma Eurosport num total de 24 horas incluindo directos, no já consagrado primeiro canal desportivo europeu com um share de audiência de mais de 112 milhões de lares em 59 países.

# Eventos

## VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO – TAÇA DO MUNDO DE TT



### COBERTURA MEDIÁTICA (cont.)

Prevê-se ainda que, através do Eurosport 2, o Eurosport Ásia o Eurosportnews e o eurosport.com procedam à cobertura da prova.

Não podemos deixar de realçar que, com este enquadramento, o Vodafone Rali Transibérico passou a ser o primeiro evento a juntar-se ao novo campeonato criado pela Eurosport Events, o Rally Raid Tour, uma novíssima marca que alterou o panorama internacional do desporto e dos eventos que fazem parte do FIA Cross-Country Rally World Cup.

A nível interno a prova irá ser transmitida pelos canais generalistas RTP1, RTP2, SIC e TVI, bem como através do cabo nos canais SIC Notícias, RTPN, Sport TV1 e Sport TV2, prevendo-se ainda a divulgação através da imprensa nacional, regional e especializada em mais de 1500 artigos de opinião.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO - TAÇA MUNDO TT	24	200.000.000	45	20.000	1.000	13

**ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP (ARWC)  
ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009**



# Eventos

*ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP (ARWC)*

*ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009*



## OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

A realização na Costa do Estoril, de um tão importante evento como o ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP (ARWC), que é em cada ano o culminar da reconhecida e prestigiada ADVENTURE RACING WORLD SERIES (ARWS), circuito internacional do mais elevado nível, continuará a colocar o Estoril, no calendário mundial dos Raides de Aventura, a par do Nordeste (Brasil), dos Alpes Marítimos (França), do Drakensberg\ Kuanza Zulu-Natal (África do Sul), da Baja Califórnia (USA\Mexico), do TurasMor (Irlanda), das Highlands (Escócia), do High Coast (Suécia), do High Country (Austrália), de Queenstown (Nova Zelândia) e de Castela-Leão (Espanha), e irá constituir um dos pontos altos do Turismo da Região durante o ano de 2009.

Tendo a Costa do Estoril como desígnio principal, a sua requalificação como um destino de alta qualidade também nas vertentes do turismo activo e de natureza, a realização de um evento desportivo deste teor, certamente contribuirá para a maximização do valor potencial da marca Estoril, resultando como tal num factor indispensável na programada estratégia de animação da zona.

O sucesso retumbante verificado em 2006, 2007 e aguardado em 2008, com o correspondente reconhecimento público, quer do ponto de vista técnico - desportivo, quer da organização, quer dos intervenientes, teve como resultado a atribuição ao nosso país do presente evento que é a final do circuito mundial e que atribui anualmente o Título de Campeão Mundial de Raides de Aventura.

# Eventos

## ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP (ARWC) ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO (cont.)

Este circuito, denominado ARWS que engloba os melhores Raides de Aventura, dotados de um prémio monetário global jamais distribuído nos desportos de aventura, tendo sido fixado pela organização, para o ano de 2009, um prémio global de €500.000, sendo €70.000 para o Estoril Portugal XPD Race e €430.000 divididos por cada uma das restantes dez provas.

### INDICADORES DE IMPACTE

Tratando-se de visitantes provenientes de um estrato social médio, a grande maioria, cerca de 70%, irá ficar instalada em unidades hoteleiras de 4\*. A par do alojamento teremos igualmente de realçar o sector da restauração que igualmente beneficiará com a estadia na zona de um tão quantificado número de visitantes.

A análise dos indicadores de impacte, e as mais valias que advêm da realização, na zona da marca promocional da Costa do Estoril, da mais importante prova do calendário anual do ARWS e dada a abrangência e o carácter internacional da prova, irá seguramente concentrar no Estoril um grande numero de jornalistas acreditados, competidores e acompanhantes, resultando num reforço da presença e da projecção, mais uma vez, da marca ESTORIL no mapa mundial dos Desportos de Aventura.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
A R W C - ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009	600	2	1.200	10	70	20	24.000 €	105.000 €	16.800 €	145.800 €	1,5	218.700 €

Estoril, Outubro 2008

# Eventos

*ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP (ARWC)*

*ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009*



## PARTICIPANTES, VISITANTES E ESPECTADORES

No que concerne à presença física na prova destacamos os mais de 500 competidores e acompanhantes, os cerca de 100 técnicos de comunicação social (jornalistas, fotógrafos, operadores de imagem e som, Web repórteres, etc.) de mais de 30 nacionalidades diferentes e os cerca de 20 000 espectadores que se aguardam, com presença física nos locais do evento, durante todo o período da prova.

## COBERTURA MEDIÁTICA

Em termos de cobertura televisiva, poder-se-á afirmar que o ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP irá desfrutar de uma cobertura a nível mundial, com acordos firmados com cadeias televisivas de 10 países, canais temáticos e generalistas, nomeadamente a ESPN Classic Sport Europe, com uma audiência potencial de 70.000.000 de telespectadores.

Acresce a este nível de cobertura, a emissão em directo para todo o mundo via WEB TV em canal dedicado e durante os cinco dias do evento – 120 horas de emissão contínua, com directos em *Prime Time*, notícias, *highlights* e spots publicitários permitindo colocar o evento, em termos de visibilidade internacional do destino ESTORIL e da marca PORTUGAL, num patamar de excelência.

# Eventos

*ADVENTURE RACING WORLD CHAMPIONSHIP (ARWC)  
ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009*



## COBERTURA MEDIÁTICA (cont.)

Este canal funcionará durante 3 meses e terá o seu pico de audiência durante a prova, a audiência estimada a nível mundial é de 15.000.000 de visitas e constituirá uma verdadeira novidade internacional na cobertura de eventos desportivos desta natureza.

Será ainda feito um enorme esforço de divulgação junto dos media tradicionais em suporte de papel e electrónicos, esperando-se mais de 500 publicações em 150 meios de 30 países diferentes, com um numero de leitores global estimado em 12.000.000.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
A R W C   ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009	18	70.000.000	15	10.000	330	16

*ESTORIL MUSIC FESTIVAL 2009*



  
Semanas de  
**Música**  
do Estoril



# Eventos

## ESTORIL MUSIC FESTIVAL 2009



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

O Estoril Music Festival, criado em 1975 é o mais antigo e prestigiado festival internacional de música do País pelo qual passaram, ao longo da sua história, mais de uma dezena de milhar de artistas procedentes de cerca de 60 países de todos os continentes.

Constituído por uma autêntica constelação de estrelas, desde famosos agrupamentos como a Royal Philharmonic Orchestra, de Londres, companhias de dança como o Ballet Nacional do México, ou artistas míticos da craveira de Rudolf Nureyev, Mstislav Rostropovich, Marcel Marceau, a conjuntos de renome mundial como The Swingle Singers ou Michael Nyman Band, têm contribuído para que o Estoril ocupe um lugar privilegiado no panorama musical internacional.

Membro da European Festivals Association (EFA) desde 1983, único representante de Portugal neste network representativo dos mais importantes festivais mundiais, o seu prestígio tem sido reconhecido em progressão ascendente. Primeiro, através da organização no Estoril das Assembleias-Gerais da EFA em 1985 e 1998 e em segundo lugar, pela eleição do seu director artístico em 1997 para o Comité Executivo e reeleição por três mandatos sucessivos até 2005, tendo, de novo, sido eleito para o triénio 2008-2011.

Por outro lado, o ecletismo do festival é um contributo para a promoção de valores artístico emergentes tanto ao nível interpretativo como criativo, apresentando em 34 anos de existência mais de três centenas de obras em estreia e várias dezenas de jovens músicos, hoje admirados pelo público.

# Eventos

## ESTORIL MUSIC FESTIVAL 2009



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO (cont.)

Através do seu projecto mais recente, teve, nos últimos cinco anos, a presença de 52 compositores da nova geração provenientes de diversas partes do globo, reforçando o impacto internacional da sua vocação universal e a imagem de marca de altíssimo nível artístico do Estoril, prevendo-se a manutenção de este nível de excelência e qualidade no decorrer do evento de 2009.

### INDICADORES DE IMPACTE

As características do Estoril Music Festival dão corpo ao conceito *Tradição – Inovação*. Em conjunto com as actividades complementares atraem um amplo leque de público, desde o jovem estudante ao estrato social mais estável e elevado, constituindo este último cerca de 45%.

A duração do festival de 2009, ao longo de 25 dias, é uma mais valia para a promoção do Estoril, traduzindo-se em estadas dos participantes e acompanhantes em unidades hoteleiras de 4\* e 5\*, isto para além do seu reflexo noutros sectores como o da restauração e comércio local.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
5*	4*	3*		5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas			
ESTORIL MUSIC FESTIVAL	100	25	2.500	30	60	10	150.000 €	187.500 €	17.500 €	355.000 €	1,5	532.500 €

Estoril, Outubro 2008

# Eventos

*ESTORIL MUSIC FESTIVAL 2009*



## VISITANTES E ESPECTADORES

Em virtude das diferentes características das diversas salas disponíveis no Estoril e Cascais, com lotações que vão dos 150 aos 1.100 lugares, prevê-se para 2009 um total de cerca de 10.000 espectadores.

## COBERTURA MEDIÁTICA

A presença de cerca de uma centena de artistas procedentes de Espanha, França, Itália, Eslovénia, Rússia, Hungria, China, Coreia, Turquia, Estados Unidos, Bélgica, Irlanda, Reino Unido, Alemanha, entre outros, terá uma promoção mundial através dos canais próprios e da EFA. De realçar a posição ocupada pelo Estoril Festival no ranking dos festivais mais visitados no site da EFA [www.efa-aef.eu](http://www.efa-aef.eu).

Com efeito, desde a criação do novo site em 2004, o Estoril mantém-se firme e ininterruptamente nos "Top 10" mais visitados num universo de 95 festivais (nos quais se incluem, a título excepcional, os de Jerusalém, Abu Dhabi, Osaka, e Cervantino (México) e 12 associações nacionais de festivais de 34 países. Visitado por mais de dois milhões de cibernautas, coloca o nome do Estoril num patamar de Interesse turístico cultural universal, sustentando a imagem de qualidade que se pretende transmitir.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
ESTORIL MUSIC FESTIVAL	0	2.000.000	0	10.000	100	18

---

**21º FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE  
LUSITANO**



# Eventos

## 21º FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE LUSITANO



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

Montado há já cerca de 5000 anos, o mais antigo cavalo de sela do Mundo chega ao limiar do século XXI reconquistando o esplendor de há dois mil anos, quando Gregos e Romanos o reconheceram como o melhor cavalo de sela da antiguidade.

Seleccionado como cavalo de raça e de combate ao longo dos séculos, é um cavalo versátil, cuja docilidade, agilidade e coragem, lhe permitem hoje competir em quase todas as modalidades do moderno desporto equestre, confrontando-se com os melhores especialistas.

No limiar do ano 2000 o Puro-sangue Lusitano volta a ser procurado como montada de desporto e de lazer, e como reprodutor pelas suas raras qualidades de carácter e antiguidade genética.

A sua raridade resulta de um pequeníssimo efectivo de cerca de 2000 éguas produtoras. Em Portugal, berço da raça, estão apenas em produção cerca de 1000 éguas, no Brasil 600, em França 200, distribuindo-se as restantes pelo México, Inglaterra, Bélgica, Alemanha, Itália, Canadá e Estados Unidos da América.

Hoje o efectivo da Raça Lusitana está em crescimento, sobretudo na Europa e no Brasil, onde há uma extraordinária progressão em quantidade e qualidade. Entre nós, a qualidade geral da produção tem aumentado muito, e tudo leva a crer que se venham a estabelecer novas linhas dentro da Raça, contribuindo para o seu progresso e assegurando a sua vitalidade.

# Eventos

## 21º FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE LUSITANO



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO (cont.)

Tratando-se de uma das marcas portuguesas de notoriedade internacional, a par da cortiça, do vinho do Porto, das faianças Vista Alegre para citar algumas, a continuação na aposta na realização de uma mostra como o Festival Internacional do Cavalo Puro-Sangue Lusitano, na excelente infra-estrutura do Hipódromo Municipal Manuel Possolo, em Cascais, afigura-se-nos de grande importância quer para a região quer para o país, pela reunião de cerca de 300 dos melhores e mais conceituados cavalos puro-sangue lusitanos que, durante 4 dias se apresentam a uma plateia cada vez mais internacional.

De facto este evento irá contar com a presença de um júri especializado, jornalistas credenciados, criadores nacionais e estrangeiros e de público em geral, do qual destacamos pela sua relevância um significativo número de visitantes e potenciais compradores estrangeiros, em número que rondará os 600, habituados que estão à qualidade de evolução do evento bem como da raça do puro-sangue lusitano.

A par das diversas actividades, no âmbito dos concursos, que terão lugar durante o período do evento, haverá ainda jornadas do Campeonato de Equitação de Trabalho, destinadas aos Cavalos Debutantes e Cavaleiros Consagrados bem com Dressage.

No encerramento do evento haverá um Gala Equestre onde se processarão demonstrações de Volteio e exercícios de demonstração de Alta Escola, da Escola Portuguesa de Arte Equestre, terminando com um carrossel dos cavaleiros de Equitação de Trabalho.

# Eventos

## 21º FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE LUSITANO



### INDICADORES DE IMPACTE

Prevendo-se a presença, durante o período de 4 dias de duração do evento, de perto de 75 dos melhores criadores nacionais da raça lusitana, bem como de perto de 600 visitantes estrangeiros estimamos, tendo como análise comparativa os números do evento de 2008, um reforço da presença dos participantes bem como dos espectadores no palco do evento.

A realização do Festival Internacional do Cavalo Puro-Sangue Lusitano, no Hipódromo Municipal Manuel Possolo, para além das mais valias em termos de qualidade e excelência do mesmo, desenrolar-se-á num ambiente confortável, de elevada riqueza cultural e na vizinhança de uma área altamente arborizada, onde ressaltam os valores naturais e culturais da zona, tudo se conjugando para podermos apresentar um evento englobado num Turismo selectivo, no sentido de continuar a ser qualificado de alta qualidade.

Tratando-se de visitantes provenientes de um estrato social médio alto, a grande maioria, cerca de 70%, irá ficar instalada em unidades hoteleiras de 4\* e 5\*. No que concerne às actividades paralelas ao evento esperamos um forte incremento na restauração da zona pela quantidade de visitantes esperados.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
5*	4*	3*		5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas			
21º FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE LUSITANO	600	4	2.400	30	40	30	144.000 €	120.000 €	50.400 €	314.400 €	1,5	471.600 €

Estoril, Outubro 2008

# Eventos

## 21º FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE LUSITANO



### PARTICIPANTES E PAÍSES

Dada a dinâmica de crescimento que o evento tem vindo a desenvolver contamos ter cerca de 450 participantes directos, representando cerca de 9 países para além de Portugal.

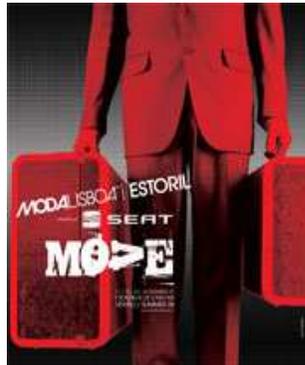
### VISITANTES E ESPECTADORES

Sendo um evento que junta à componente técnica e desportiva uma componente social espera-se a presença de convidados e espectadores a rondar os 1.200/dia o que, ao fim dos 4 dias do evento e tendo em conta o número referente aos participantes, poderemos chegar com relativa facilidade a um valor global de 4.800 pax.

### COBERTURA MEDIÁTICA

Tratando-se de um nicho muito específico e direccionado a cobertura do evento far-se-á através das revistas nacionais e internacionais da especialidade bem como pelos diversos sites internet relacionados com a promoção e divulgação do Cavalo Puro-Sangue Lusitano.

## MODA LISBOA|ESTORIL 2009



# Eventos

MODA LISBOA|ESTORIL 2009

ModaLisboa<sup>tm</sup>  
MODALISBOA| ESTORIL

## OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

A ModaLisboa|Estoril é o mais prestigiado e importante evento profissional de Moda em Portugal.

Este evento de 4 dias, que integra o calendário internacional de semanas de moda, tem como objectivo apresentar as colecções dos designers de Moda Nacionais a um público profissional que inclui imprensa, compradores, indústria têxtil, convidados dos criadores e representantes de áreas artísticas, culturais, empresariais e institucionais.

Tendo a Costa do Estoril como desígnio principal, a sua requalificação como um destino de alta qualidade, a realização da ModaLisboa|Estoril, certamente contribuirá para a maximização do valor potencial da marca Estoril, resultando como tal num factor indispensável na programada estratégia de animação da zona.

A tipologia das acções de promoção previstas no projecto ModaLisboa|Estoril, assenta num conjunto de iniciativas que serão no seu todo passíveis de reunir condições que visem promover interna e externamente a Moda Nacional e consequentemente a indústria têxtil e turística.

A ModaLisboa| Estoril irá inserir-se num calendário internacional de Semanas de Moda em que são apresentadas as colecções de autores e marcas, á semelhança da *London Fashion Week*, *Paris Fashion Week*, *Mercedes Benz Fashion Week* (Nova Iorque), *São Paulo Fashion Week*.

A deslocação de jornalistas internacionais especializados à ModaLisboa|Estoril viabiliza um melhor e mais contextualizado entendimento da Moda de Autor nacional e suas raízes culturais, potenciando largamente o Turismo, bem como, as mais diversificadas áreas da expressão cultural contemporânea.

Estoril, Outubro 2008

# Eventos

MODA LISBOA|ESTORIL 2009



## INDICADORES DE IMPACTE

A ModaLisboa|Estoril tem um público-alvo pertencente a um estrato social A/B captando publico internacional e proveniente de todo o país, e de vários a grande maioria, cerca de 40%, irá ficar instalada em hotéis de 4\* e 5\*. Por outro lado não poderemos deixar de salientar o importante sector da restauração que igualmente beneficiará com a estadia na zona de cerca de 40.000 visitantes.

As mais valias para a marca Estoril que advêm da realização, na sua zona do mais importante evento de Moda nacional, considerando ainda o factor de abrangência e o carácter internacional do evento, irá concentrar no Estoril vários opinion leaders, imprensa, compradores, indústria têxtil, convidados nacionais e estrangeiros e representantes de áreas artísticas, culturais, empresariais e institucionais, que reforçarão a imagem da marca Estoril no mapa do moda Internacional.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
MODA LISBOA ESTORIL	500	8	4.000	30	40	30	240.000 €	200.000 €	84.000 €	524.000 €	2,0	1.048.000 €

# Eventos

MODA LISBOA|ESTORIL 2009



## VISITANTES E ESPECTADORES

A ModaLisboa| Estoril tem uma média de 40.000 visitantes durante os 4 dias de evento, entre os quais se destacam cerca de 400 jornalistas (350 nacionais e 50 internacionais).

## COBERTURA TELEVISIVA

A ModaLisboa| Estoril estabelece várias e bem sucedidas parcerias de media, nomeadamente com diversas revistas de Moda e Lifestyle bem como um canal de televisão generalista, a SIC e um canal de cabo, SIC Mulher, bem como transmissão na SIC internacional.

Igualmente a ModaLisboa|Estoril tem um acordo com o canal televisivo internacional Fashion TV no valor estimado de 150.000 euros.

A nível nacional o espaço mediático ocupado pelo evento resulta num AEV (Advertising Equivalent Value) de cerca de 5.000.000 €.

GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
MODA LISBOA ESTORIL (2 eventos - Primavera e Outono)	20	10.000.000	15	80.000	2.000	2

Estoril, Outubro 2008

## 4.ª FEIRA DE ARTESANATO DO ESTORIL



# Eventos

## 46ª FEIRA DE ARTESANATO DO ESTORIL



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

Tratando-se do certame mais antigo de Portugal dedicado às artes populares, que irá perfazer em 2009, quarenta e seis anos de existência ininterrupta, pretendemos continuar a dar expressão e respectiva valorização aos cerca de 300 artesãos portugueses que mostram ao vivo as técnicas e tradições ancestrais do artesanato português, muito justamente considerado uma peça importante da promoção cultural do nosso país.

Este evento insere-se na oferta cultural e de animação e lazer da zona da Costa do Estoril, e a par da restante complementaridade da oferta turística, hotelaria, restauração e gastronomia, comércio, eventos desportivos e MICE, 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 com a abertura das Festas do Mar, a cargo da Autarquia de Cascais.

# Eventos

## 46ª FEIRA DE ARTESANATO DO ESTORIL



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO (cont.)

Na zona de restauração da Feira, tencionamos proporcionar aos visitantes não só a cozinha tradicional e regional portuguesa, mas também a sua padaria e confeitaria.

Conforme já referido a animação terá uma calendarização diária sendo que as noites de segunda a quinta estarão reservadas ao folclore e à música popular, ficando as sextas-feiras destinadas ao fado.

Aos sábados e domingos teremos actividades ligadas a outro género de espectáculo, nomeadamente ópera viva, sevilhanas, danças de salão entre outros.

### VISITANTES

Durante o período de vigência da Feira estamos a prever, tendo por base de comparação os números de 2008, que o local do evento será visitado por mais de 120.000 pax, sendo que cerca de 30 a 40% corresponderão a visitantes estrangeiros.

## 58ª EXPOSIÇÃO CANINA INTERNACIONAL DO ESTORIL



# Eventos

## 58ª EXPOSIÇÃO CANINA INTERNACIONAL DO ESTORIL



### OBJECTIVOS DA REALIZAÇÃO

Este importante evento na área cultural realiza-se ininterruptamente há 57 anos com o justo reconhecimento de permanente sucesso, manifestado por todos os que numa forma directa participam no evento, bem como por todos aqueles que têm tido a oportunidade de desfrutar de uma tão bela manifestação cultural, a qual tem lugar no excelente palco dos Jardins do Casino do Estoril.

Trata-se de uma grande exposição canina de verão, que tem vindo a engrossar de ano para ano o número de expositores e de participantes caninos que no ano de 2008 ascendeu a um total de 2.000 cães, o que coloca a exposição do Estoril como a maior realizada no nosso país.

Organizado pelo Clube Português de Canicultura este evento irá continuar a contar com o apoio da Turismo Estoril, situando como atrás foi referido entre os mais importantes realizados na Europa não tanto pelo número de participantes mas essencialmente pelos exemplares expostos vindos dos mais distintos países europeus a que se junta uma grande qualidade e categoria dos juízes convidados.

Contamos com a presença de juízes de grande renome mundial tais como Margaret Wildman, Damir Skok, Hassi Assenmacher, Boris Spoljaric, Sean Delmar, Frank Kane, entre outros.

Durante o período do evento iremos ter a realização de várias monográficas.

Estoril, Outubro 2008

# Eventos

## 58ª EXPOSIÇÃO CANINA INTERNACIONAL DO ESTORIL



### INDICADORES DE IMPACTE

A realização de uma tão vasta e variada manifestação cultural como a 58ª Exposição Canina Internacional do Estoril na zona da Costa do Estoril irá concentrar nos Jardins do Casino do Estoril, para além de todos os expositores e acompanhantes, jornalistas e *opinions leaders*, federações e público em geral, colocando, durante três dias, o Estoril no calendário internacional da especialidade.

As receitas totais geradas pela realização do evento, face à estimativa da presença de mais de 600 expositores, irá representar, conforme quadro anexo uma receita global de perto de 500.000€.

GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS						TOTAL €			
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
58ª EXPOSIÇÃO CANINA INTERNACIONAL DO ESTORIL	600	3	1.800	30	50	20	108.000 €	112.500 €	25.200 €	245.700 €	2,0	491.400 €

# Eventos

## 58ª EXPOSIÇÃO CANINA INTERNACIONAL DO ESTORIL



### PARTICIPANTES E PAÍSES

O histórico dos últimos anos indiciam uma perspectiva de crescimento sustentado do evento, prevendo-se que em 2009 estejam presentes mais de 600 expositores, dos quais cerca de 500 serão estrangeiros, em representação de diversos países europeus dos quais destacamos, pela sua importância enquanto mercados emissores para o Estoril, a Espanha, Itália e França.

### VISITANTES E ESPECTADORES

No que concerne a espectadores directos, isto é, com presença física no local do evento, e tendo como base de projecção para o ano de 2009 os números referentes a 2008, julgamos passível de termos uma média diária de perto de 2.500 pessoas, perfazendo um total de 7.500, distribuídos pelos três dias de duração do evento.

### COBERTURA MEDIÁTICA

A cobertura do evento é essencialmente direccionada para os jornais e revistas, nacionais e estrangeiras da especialidade, da qual destacamos, pelo seu carácter de revista exclusiva da actualidade de cães de beleza, a Show Dog's.

# Plano de Eventos e Animação Local

## Cobertura Mediática 2009



GRANDES EVENTOS 2009						
PREVISÃO COBERTURA MEDIÁTICA						
EVENTO	HORAS	AUDIÊNCIA PV	CANAIS TV	ESPECTADORES	PARTICIPANTES	
			BROADCASTS		NÚMERO	PAÍSES
ESTORIL PORTUGAL OPEN DE GOLFE	250	600.000.000	100	2.500	170	20
ESTORIL OPEN DE TÊNIS	90	400.000.000	80	50.000	300	28
X OPEN VELA COSTA DO ESTORIL/QUEBRAMAR CHRYSLER	10	150.000.000	40	2.500	600	5
CAMPEONATO DO MUNDO DE LASER - SB3	6	5.000.000	20	6.000	864	17
CASCAIS DRAGONS WINTER SERIES 6	3	5.000.000	18	10.000	140	16
ESTORIL COAST PRO WQS - 6* - ESTORIL SURF FESTIVAL	10	250.000.000	15	40.000	864	30
ESTORIL MUSIC FESTIVAL	0	2.000.000	0	10.000	100	18
BILLABONG ESTORIL GIRLS FESTIVAL - ESTORIL SURF FESTIVAL	4	9.000.000	12	20.000	250	15
SUPERLEAGUE FORMULA CHAMPIONSHIP/FIA HISTORIC FORMULA ONE	12	250.000.000	40	25.000	900	22
GCT PORTUGAL - GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5*	105	500.000.000	100	12.000	330	20
GRANDE PRÉMIO DE PORTUGAL MOTO GP	500	800.000.000	800	65.000	6.500	30
WORLD SERIES BY RENAULT	40	250.000.000	35	35.000	1.500	18
VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO - TAÇA MUNDO TT	24	200.000.000	45	20.000	1.000	13
CAMPEONATO DE ESPANHA DE GT	16	150.000.000	30	15.000	3.500	12
A R W C ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009	18	70.000.000	15	10.000	330	16
MODA LISBOA ESTORIL (2 eventos - Primavera e Outono)	20	10.000.000	15	80.000	2.000	2
<b>TOTAL</b>	<b>1108</b>	<b>3.651.000.000</b>	<b>1.365</b>	<b>403.000</b>	<b>19.348</b>	<b>282</b>

Para além da cobertura de TV os eventos são ainda cobertos via rádio, imprensa e internet.

PV - Potential Viwers

# Plano de Eventos e Animação Local

Receitas Directas 2009



GRANDES EVENTOS 2009												
PREVISÃO DE RECEITAS DIRECTAS EM €												
EVENTO	PAX	DIAS	DORMIDAS							TOTAL €		
			NUMERO DORMIDAS	% DE PAX			Valores estimados em €			RECEITAS		
				5*	4*	3*	5* - €200	4* - €125	3* - €70	Hoteleiras	Factor	Turísticas
ESTORIL PORTUGAL OPEN DE GOLFE	250	6	1.500	60	30	10	180.000 €	56.250 €	10.500 €	246.750 €	2,5	616.875 €
ESTORIL OPEN DE TÊNIS - ATP	300	7	2.100	40	30	30	168.000 €	78.750 €	44.100 €	290.850 €	2,5	727.125 €
X OPEN VELA COSTA DO ESTORIL - 9º QUEBRAMAR   CHRYSLER	800	4	3.200	40	60	0	256.000 €	240.000 €	0 €	496.000 €	2,5	1.240.000 €
CAMPEONATO DO MUNDO DE LASER - SB3	864	4	3.456	10	40	50	69.120 €	172.800 €	120.960 €	362.880 €	1,5	544.320 €
ESTORIL COAST PRO WQS - 6* - ESTORIL SURF FESTIVAL	500	4	2.000	10	60	30	40.000 €	150.000 €	42.000 €	232.000 €	1,5	348.000 €
CASCAIS DRAGON WINTER SERIES 6	60	26	1.560	70	30	0	218.400 €	58.500 €	0 €	276.900 €	2,5	692.250 €
21º FESTIVAL INTERNACIONAL DO CAVALO PURO-SANGUE LUSITANO	600	4	2.400	30	40	30	144.000 €	120.000 €	50.400 €	314.400 €	1,5	471.600 €
A R W C - ESTORIL PORTUGAL EXPEDITION RACE 2009	600	2	1.200	10	70	20	24.000 €	105.000 €	16.800 €	145.800 €	1,5	218.700 €
WORLD SERIES BY RENAULT	1.500	5	7.500	10	70	20	150.000 €	656.250 €	105.000 €	911.250 €	2,0	1.822.500 €
ESTORIL MUSIC FESTIVAL	100	25	2.500	30	60	10	150.000 €	187.500 €	17.500 €	355.000 €	1,5	532.500 €
CAMPEONATO GT ESPANHA	1.200	4	4.800	10	70	20	96.000 €	420.000 €	67.200 €	583.200 €	2,0	1.166.400 €
GCT PORTUGAL - GRANDE PRÉMIO DO ESTORIL 5*	220	5	1.100	90	10	0	237.600 €	13.750 €	0 €	251.350 €	2,5	628.375 €
GRANDE PRÉMIO PORTUGAL MOTO GP	6.500	4	26.000	40	40	20	2.080.000 €	1.300.000 €	364.000 €	3.744.000 €	2,0	7.488.000 €
VODAFONE RALI TRANSIBÉRICO - TAÇA DO MUNDO DE TT	1.000	3	3.000	60	20	20	360.000 €	75.000 €	42.000 €	477.000 €	1,5	715.500 €
SUPERLEAGUE FORMULA CHAMPIONSHIP/FIA HISTORIC FORMULA ONE	900	4	3.600	20	60	20	144.000 €	270.000 €	50.400 €	464.400 €	2,0	928.800 €
MODA LISBOA   ESTORIL	500	8	4.000	30	40	30	240.000 €	200.000 €	84.000 €	524.000 €	2,0	1.048.000 €
58ª EXPOSIÇÃO CANINA INTERNACIONAL DO ESTORIL	600	3	1.800	30	50	20	108.000 €	112.500 €	25.200 €	245.700 €	2,0	491.400 €
<b>TOTAIS</b>	<b>16.494</b>	<b>6,2</b>	<b>71.716</b>	<b>DISTR. %</b>			<b>4.665.120 €</b>	<b>4.216.300 €</b>	<b>1.040.060 €</b>	<b>9.921.480 €</b>	<b>1,8</b>	<b>19.680.345 €</b>