



município de anadia

PEDT.ANADIA'2027

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo
Município de Anadia

IDTOUR
UNIQUE SOLUTIONS



MUNICÍPIO DE ANADIA
PRAÇA MUNICÍPIO 14, 3780-202 ANADIA
T: 231 510 730 | F: 231 510 739
GERAL@CM-ANADIA.PT
WWW.CM-ANADIA.PT

PROMOTOR

PROJETO

PEDT.ANADIA '2027
Plano Estratégico de
Desenvolvimento do Turismo do
Município de ANADIA

DATA

2018, junho

CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS

CM de Anadia; Miguel Rolo;
Rota da Bairrada; Associados ARB



IDTOUR – UNIQUE SOLUTIONS, LDA
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE SANTIAGO
PAVILHÃO 1, 3810-193 - AVEIRO
T: 234 380 312 | F: 234 401 529
GERAL@IDTOUR.PT
WWW.IDTOUR.PT

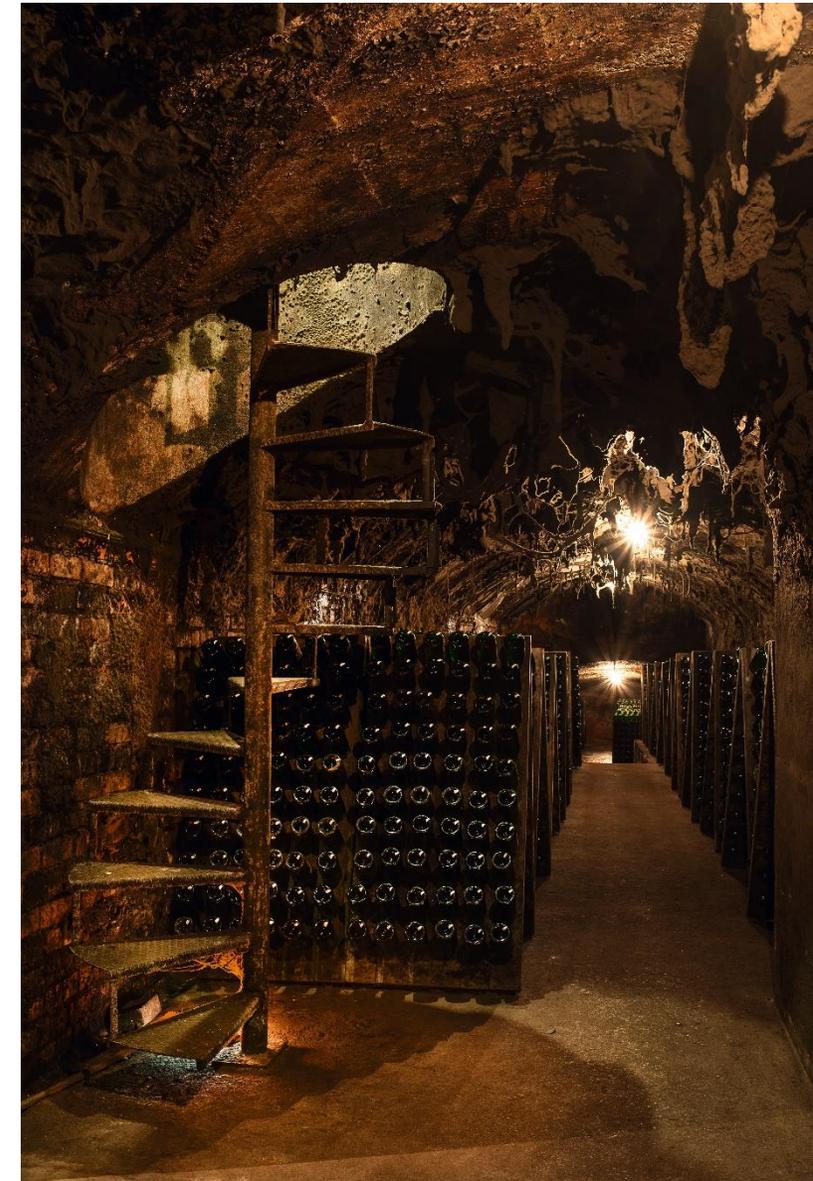
PRODUÇÃO

EQUIPA

Coord. Científica: Carlos Costa

Equipa do Projeto: Nuno Lopes
José Mendes
Isabel Martins
Ana Gonzalez

Equipa de Suporte Tânia Ventura
João Pardinha
Vanessa Lamego
Rui Costa
Zelia Breda



Sumário Executivo	04
01. Síntese Metodológica	07
02. Enquadramento Geográfico e Administrativo	09
03. Caracterização Demográfica	12
04. Caracterização Socioeconómica	16
05. Caracterização da Atividade Turística	24
06. Tendências Globais	47
07. Análise SWOT	52
08. Estratégia de Desenvolvimento	57
09. Governança e Parceiros	84
10. Bibliografia	87






município de anadia



Sumário Executivo

O turismo é uma atividade económica bastante elástica, com capacidade para gerar impactos relevantes nos territórios que a acolhem e a assumem enquanto atividade âncora, de prioridade estratégica para a afirmação do seu desenvolvimento e crescimento económico, uma vez que gera emprego em franjas da população ativa mais vulneráveis ao desemprego. O turismo potencia ainda externalidades económicas na malha mais fina do tecido empresarial do 'destino', através das diferentes cadeias de valor que convocam múltiplas atividades económicas do território, das menos especializadas às mais criativas.

Assim, é também por esta razão que o turismo se assume como uma relevante alavanca económica e social, demonstrando capacidade para atrair novas empresas e investimentos, promovendo a articulação entre os setores público e privado e potenciando dinâmicas que importa incentivar, como a regeneração urbana, a conservação do património e do edificado devoluto, o empreendedorismo jovem, ou a reintrodução de atividades e tradições julgadas perdidas na história.

Contudo, o turismo é uma atividade de capital intensivo, muito condicionado pelas novas tendências e modas ou por alterações no padrão de compra e consumo dos consumidores - hoje mais dependentes das tecnologias e das redes sociais - o qual chama a si a imperiosa necessidade de investimento contínuo na manutenção e valorização do espaço público, nas infraestruturas e equipamentos centrais de apoio (ex., acessibilidades, saúde, comunicações, outros), ou ainda na garantia da formação contínua dos 'ativos humanos'.

À semelhança de outros destinos nacionais, o turismo no município de Anadia encontra a sua génese no início do século XX com as Termas da Curia. A 'Curia' viria a granjear grande notoriedade nacional e internacional – não só pelas águas mas também pelo ambiente 'palaciano' ali vivido –, atraindo muitos visitantes e personalidades influentes da vida social e cultural do país à época (diplomatas, políticos, escritores, outros), que se manteve até quase ao virar do século. O território e as memórias da Curia são, no seu todo, um baluarte patrimonial do município de Anadia que importa preservar e valorizar, através de investimentos que reflitam as novas tendências da procura.

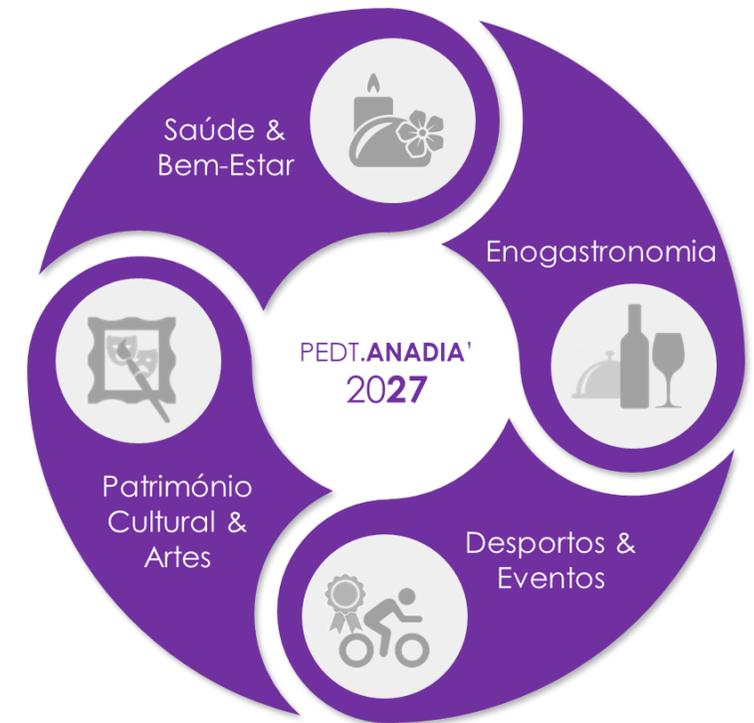
Para se compreender as dinâmicas mais atuais e distintivas de Anadia, importa ter em consideração a localização do município no 'coração' da 'Região Demarcada da Bairrada'. Anadia assume a liderança da produção certificada de vinhos, onde sobressaem os 'Vinhos Espumantes' enquanto principal vocação económica do município, à qual se junta o 'Leitão da Bairrada' - configurando 'o casamento perfeito' - enquanto atributos que justificam a forte ligação económica e cultural de Anadia aos municípios bairradinos que partilham a mesma identidade: Águeda, Cantanhede, Mealhada e Oliveira do Bairro.

A afirmação da marca 'Anadia, Capital do Espumante' pretende assim sublinhar esta preponderância produtiva, enquanto posicionamento que vem em reforço da notoriedade e da dinâmica da marca 'Bairrada' e do papel que esta região assumiu na história da produção de vinhos espumantes em Portugal.



Importa manter (ou reforçar) esta afirmação, e o respetivo investimento neste eixo estratégico, em benefício da consolidação das marcas 'Anadia' e 'Bairrada'. Deverá ser sempre garantida uma lógica de articulação com os municípios parceiros em torno das 'plataformas' de cooperação associativa – regionais e nacionais, e ainda com os polos de conhecimento situados em Aveiro e Coimbra, dando continuidade às estratégias de promoção do valor das marcas no mercado nacional e internacional já encetadas. Desta forma, por influência, são potenciados maiores índices de reconhecimento da qualidade dos produtos pelos consumidores, visando, conseqüentemente, e entre outras vantagens, a alavancagem do potencial enoturístico do território.

Nos últimos 15 anos, a autarquia e os agentes (públicos e privados) têm vindo a desenvolver um significativo esforço de investimento na oferta e na qualificação de equipamentos desportivos e culturais, dotando o território de um potencial turístico único na região 'Centro de Portugal', que merece, também por isso, a devida atenção. A sua 'história cultural' assenta em atributos fortemente valorizados pelas novas tendências da procura turística e combina produtos e argumentos que poucos territórios em Portugal dispõem em seu benefício. Em síntese, o desafio de Anadia para a área do turismo passa pela reinvenção/ revitalização das ofertas turísticas convencionais do território (ex., termalismo e enoturismo) e pela integração inteligente de atividades tradicionalmente excêntricas ao setor do turismo (ex., desporto, artes e indústria) no novo produto turístico do município.



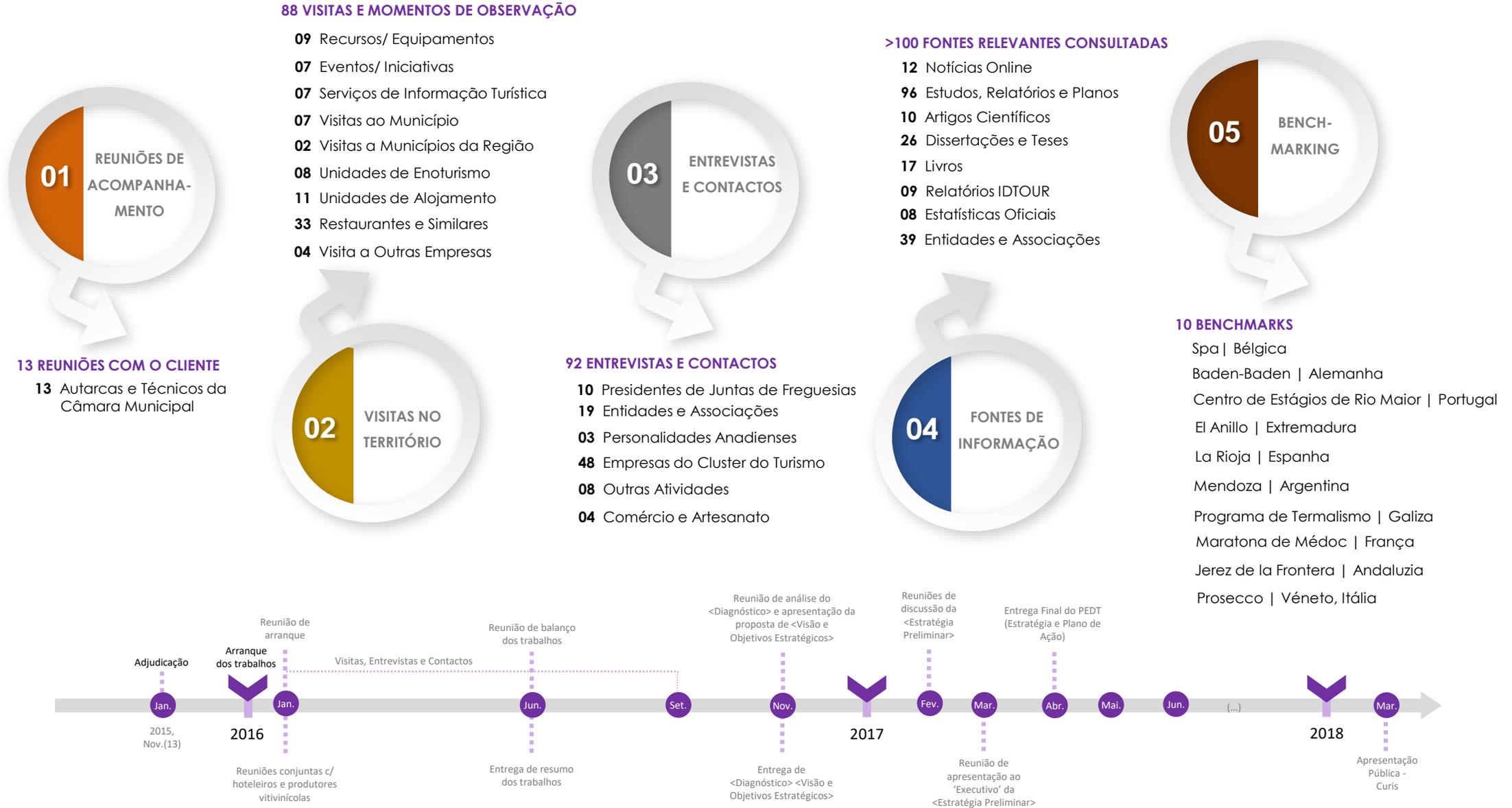



município de anadia



01.

Síntese Metodológica



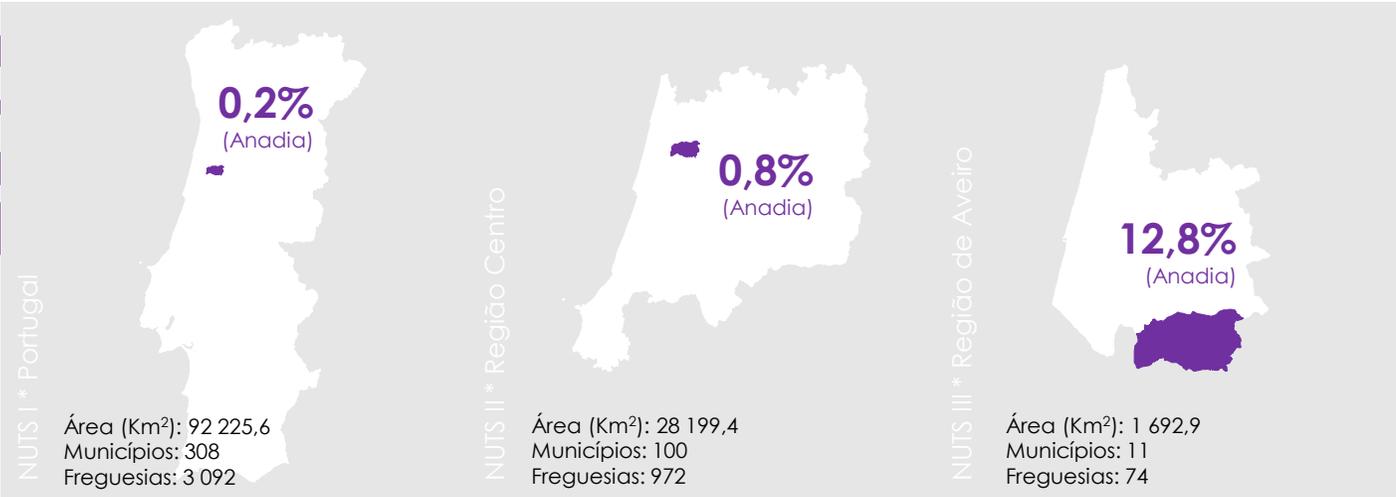



município de anadia



02. Enquadramento Geográfico e Administrativo

2016



Estrutura Organizacional Institucional Transversal Multinível



Abordagem **Top-Down**

Abordagem **Bottom-Up**

Estrutura Organizacional Institucional Específica (Turismo) Multinível



A estrutura organizacional da administração pública articula-se a diferentes escalas geográficas, sendo que se observa uma progressiva descentralização de competências, conferindo aos órgãos regionais, sub-regionais e locais da administração pública uma maior autonomia e capacidade de intervenção.

Neste contexto, as Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (constituídas no início da década 80, então designadas de Comissões de Coordenação Regional) assumem-se como órgãos desconcentrados da Administração Central à escala regional, enquanto a dimensão sub-regional é assegurada pelas Comunidades Intermunicipais (criadas na primeira década do novo milénio) e ao nível local, as Câmaras Municipais assumem a gestão do território e são o garante da capacidade intervenção de proximidade, uma vez que as Juntas de Freguesia apresentam evidentes limitações técnicas, administrativas e financeiras.

Na área do turismo, a estrutura organizacional apresenta uma limitação de âmbito sub-regional, o que exige maior capacidade de intervenção neste setor de atividade às Câmaras Municipais. A dimensão regional é assegurada pelas Entidades Regionais do Turismo (constituídas no final da primeira década do novo milénio, no âmbito do processo de reorganização administrativa das antigas regiões de turismo).

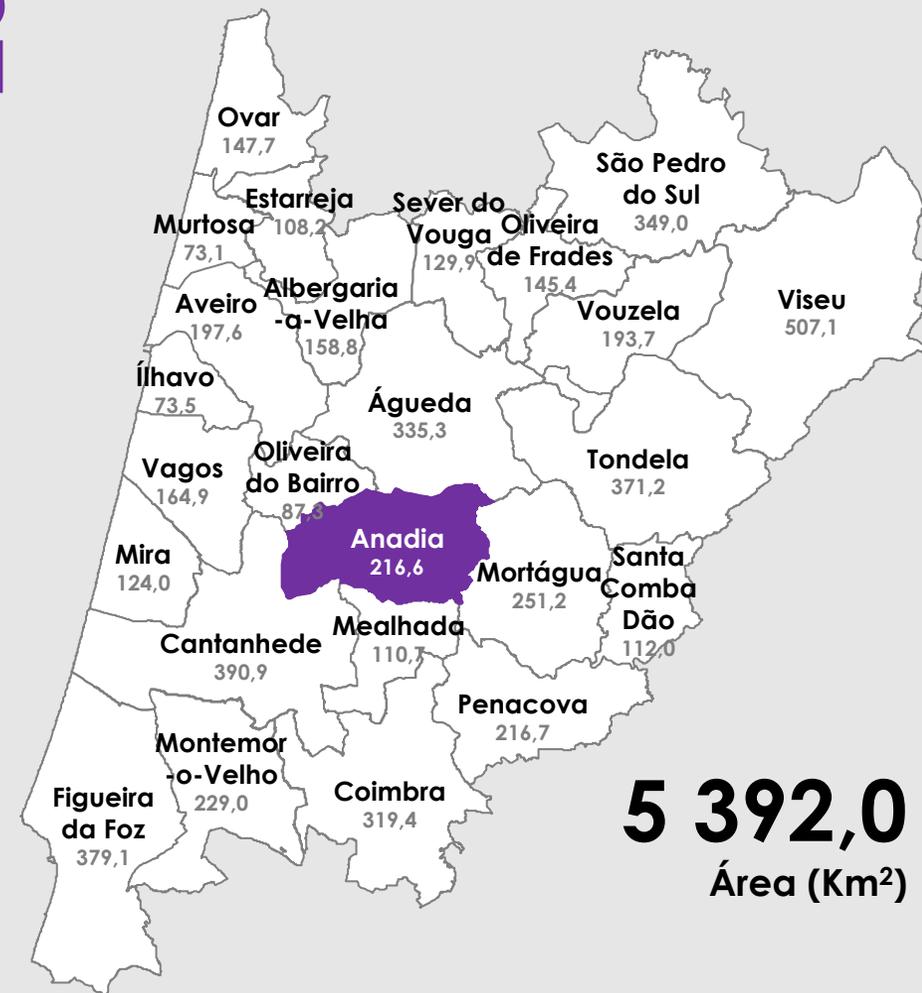
O município de Anadia (formado por dez freguesias, com características e perfis distintos), enquadra-se na Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro (CIRA) e, consequentemente, na Região Centro (Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro). Assim, a análise da informação disponível procurará, sempre que possível, integrar estas diferentes dimensões territoriais.

No entanto, e ainda que se reconheça esta organização administrativa de base regional, as características endógenas do território e as oportunidades conferidas pelo modelo de desenvolvimento turístico exigem a análise e avaliação do 'território de proximidade e integração turística do município de Anadia', o qual compreende o espaço territorial da CIRA e os municípios de proximidade da Região de Coimbra (Cantanhede, Coimbra, Figueira da Foz, Mealhada, Mira, Montemor-o-Velho, Mortágua e Penacova) e de Viseu Dão Lafões (Oliveira de Frades, Santa Comba Dão, São Pedro do Sul, Tondela, Viseu e Vouzela), correspondendo a uma área total equivalente a 5 392,0 km².

2016

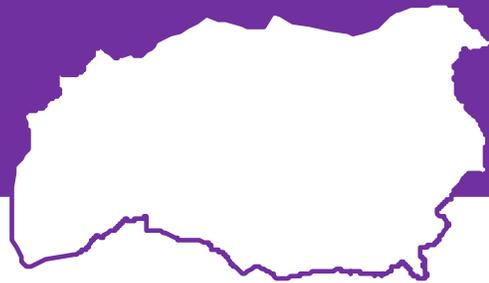
Área Referente ao Território de Proximidade e Integração Turística do Município de Anadia, por municípios, 2016, (Km²)

Fonte: INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2016)





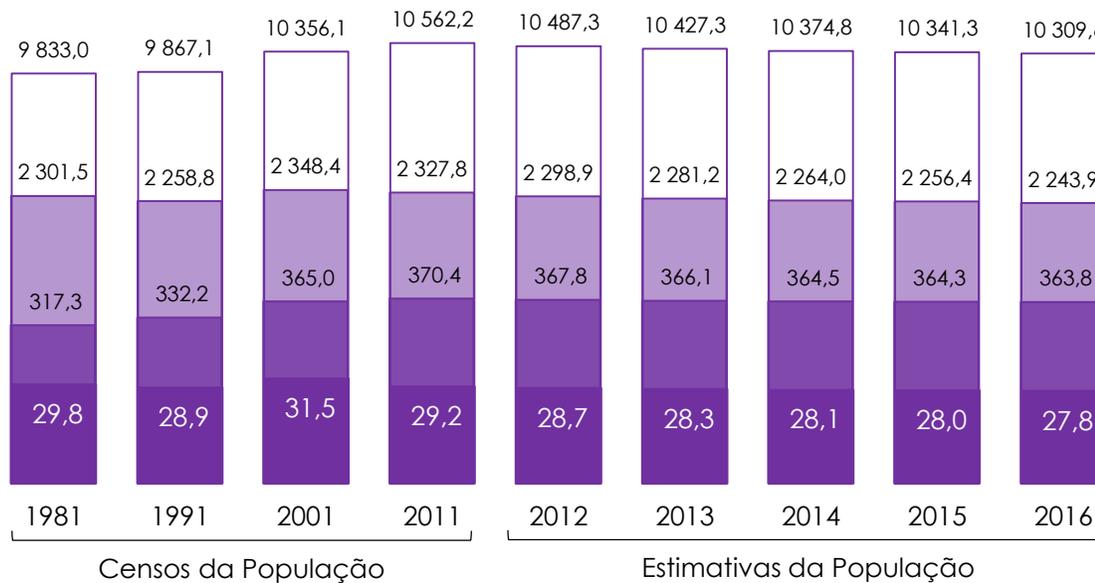
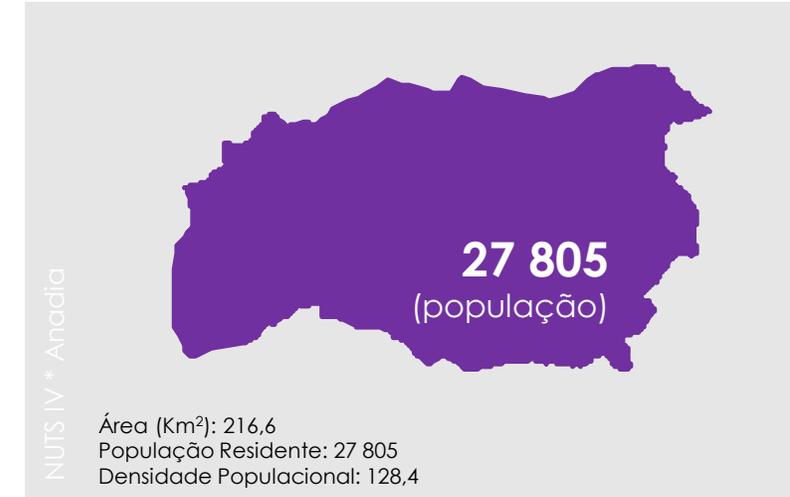
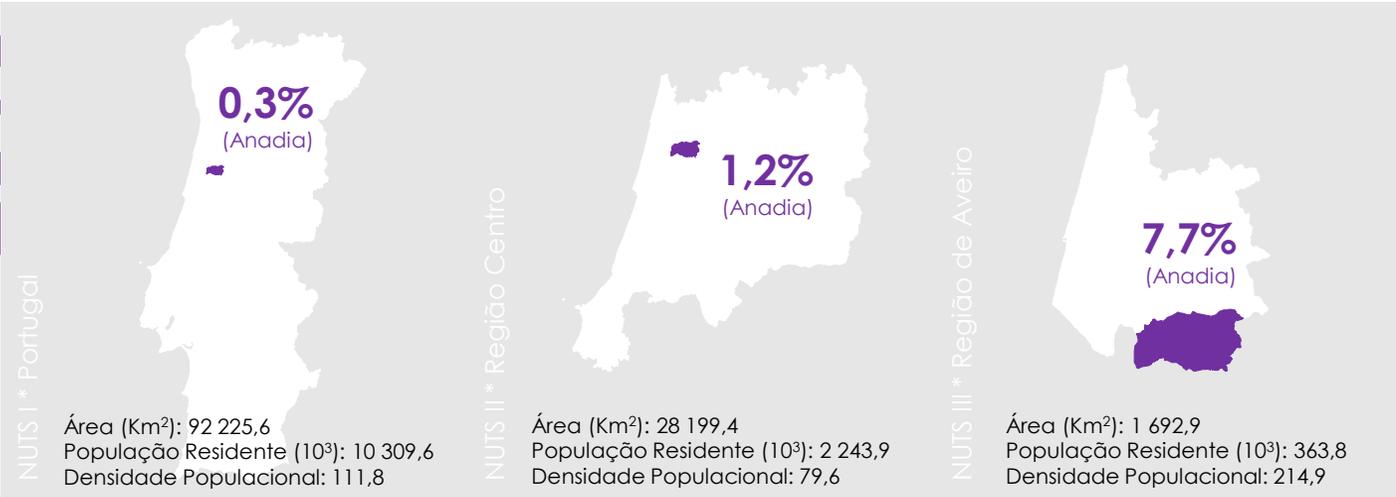

município de anadia



03.

Caraterização Demográfica

2016



Portugal
 Δ 2011/81: **+7,4%**
 Δ 2016/12: **-1,7%**

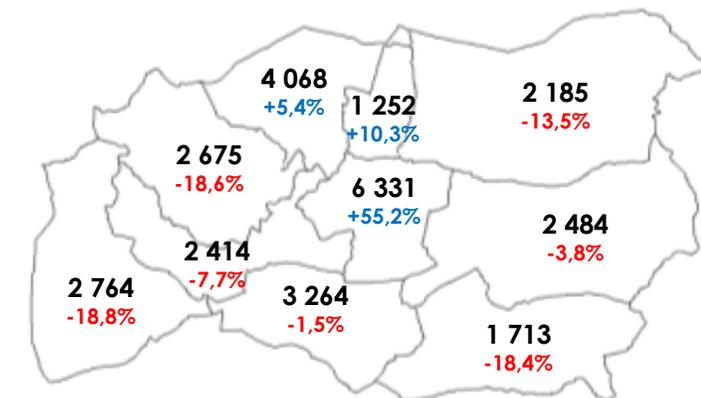
Região Centro
 Δ 2011/81: **+1,1%**
 Δ 2016/12: **-2,4%**

Região de Aveiro
 Δ 2011/81: **+16,7%**
 Δ 2016/12: **-1,1%**

Anadia
 Δ 2011/81: **-2,2%**
 Δ 2016/12: **-3,0%**

População Residente do Município de Anadia, por Freguesias, 2011 e Δ 2011/1991

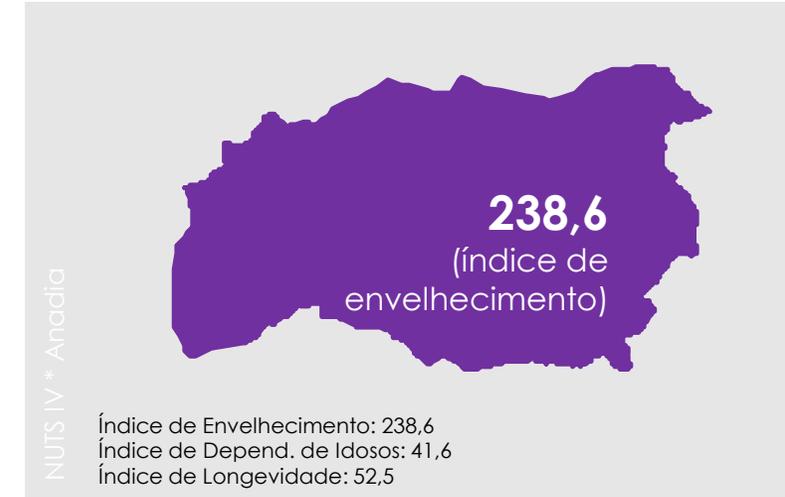
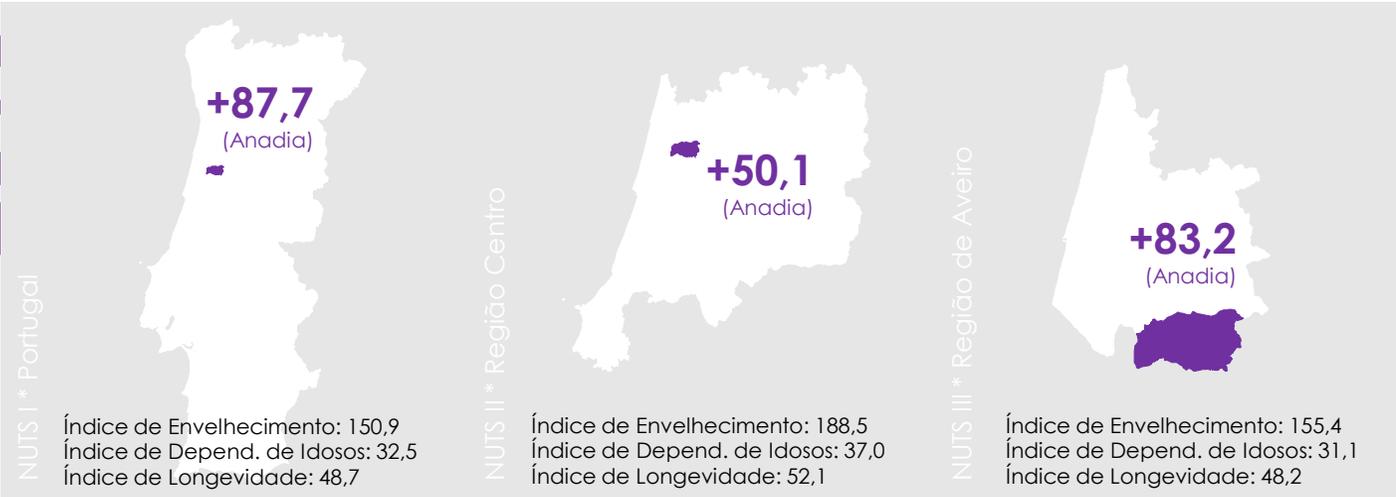
Fonte: INE (Censos 1991/ 2011)



Evolução da População Residente em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no município de Anadia

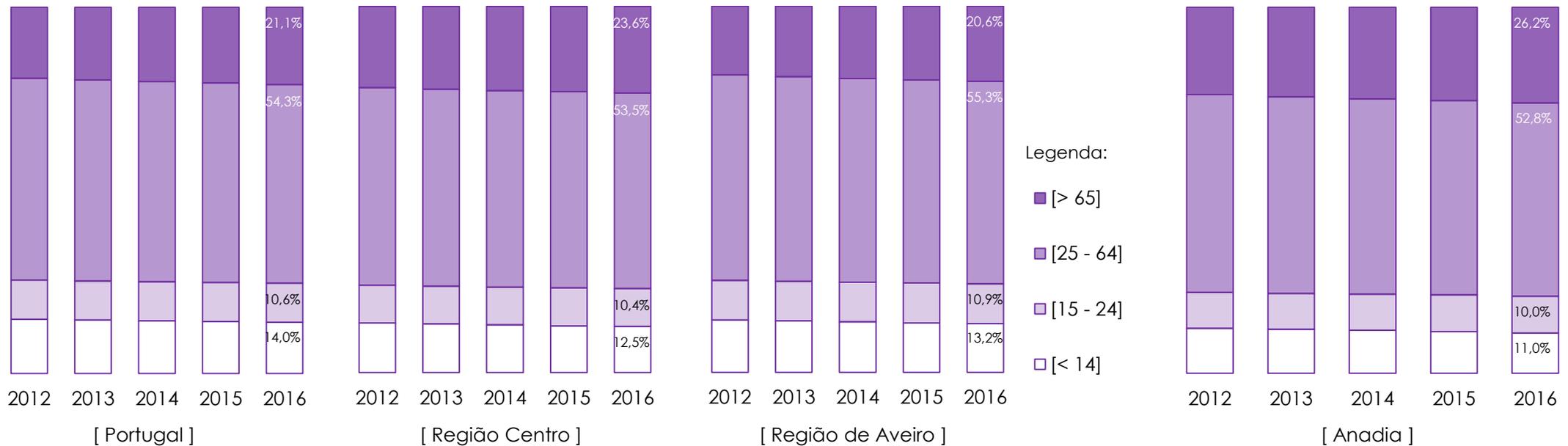
Fonte: INE (Censos 1981/ 91/ 01/ 11; Estimativas da População 2012/ 13/ 14/ 15/ 16)

2016



Evolução da População Residente, por Estratos Etários, em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia

Fonte: INE (Estimativas da População 2012/ 13/ 14/ 15/ 16)



A população residente no município de Anadia, em conformidade com os Censos (INE), registou o valor mais elevado em 2001 (31 545 residentes). Ainda segundo a mesma fonte (Censos da População), para o período 1981-2011, observou-se um decréscimo da população residente equivalente a 2,2%, enquanto na Região de Aveiro se assinalou um acréscimo de 16,7%.

Ao nível local, a evolução da população residente entre 1991 e 2011 regista um crescimento assinalável na freguesia de Arcos e Mogofores (+55,2%) e mais moderado em Avelãs de Caminho (+10,3%) e Sangalhos (+5,4%), enquanto as restantes freguesias assinalaram decréscimos da população residente, com maior relevância para Vilarinho do Bairro (-18,8%), Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas (-18,6%) e Vila Nova de Monsarros (-18,4%).

No que concerne ao período 2012-16, segundo as Estimativas da População (INE), observou-se um decréscimo ligeiro da população residente nas diferentes escalas territoriais em análise, sendo que o município de Anadia registou a variação negativa mais elevada (-3,0%), fazendo com que a população residente do município se fixasse nos 27 805, em 2016.

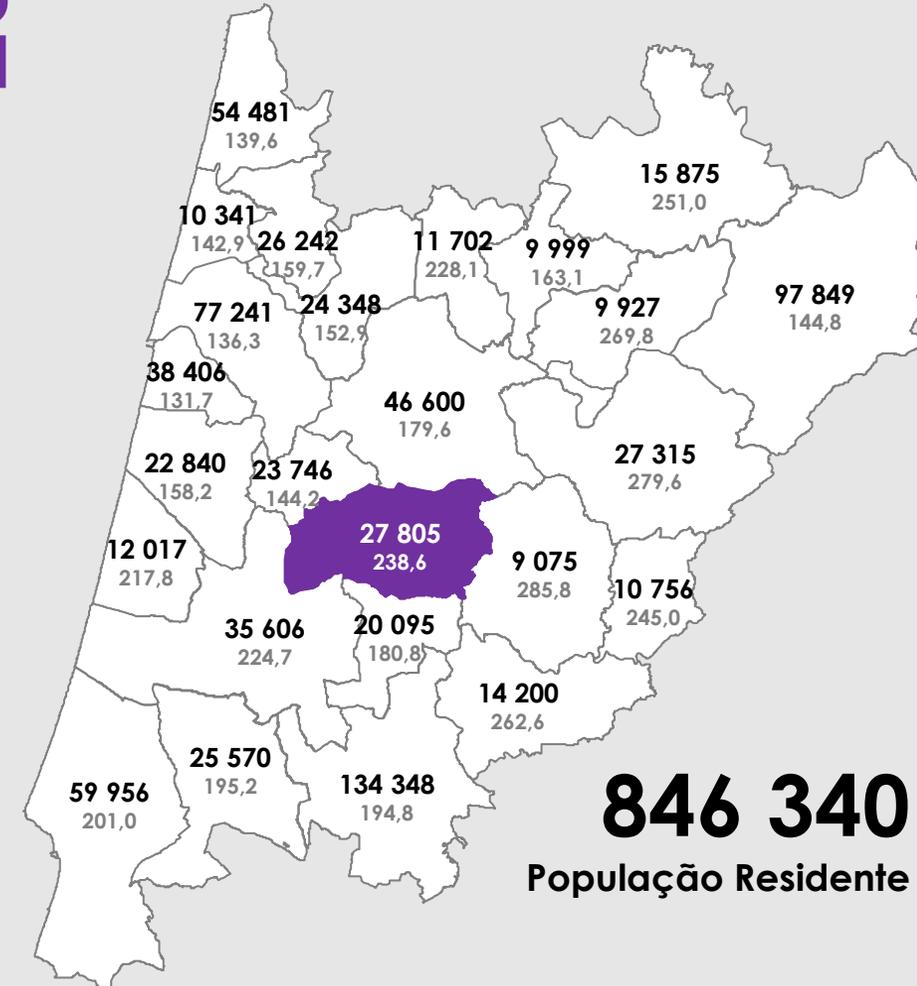
A evolução da população residente, segundo estratos etários, denúncia uma nova configuração da pirâmide etária, que mais se assemelha a um 'pentágono', dado o crescente envelhecimento da população. Este fenómeno não é exclusivo do município de Anadia, antes assume-se como uma tendência das sociedades ocidentais. Para o efeito, observa-se um agravamento do índice de envelhecimento, que, de acordo com a informação disponível, atingiu, em 2016, os 238,6 no município de Anadia (mais de ¼ da população residente no município tem mais de 65 anos de idade).

Relativamente ao 'território de proximidade e integração turística do município de Anadia' observa-se uma evidente diferença do comportamento do indicador de envelhecimento para os municípios localizados a Este de Anadia (à exceção de Viseu e Oliveira de Frades, todos os municípios registam valores mais elevados para o índice de envelhecimento) e a Oeste (todos os municípios apresentam valores inferiores). Ainda assim, e de acordo com a informação disponível para 2016, este espaço territorial concentra cerca de 850 mil residentes, ou seja, potenciais consumidores dos recursos turísticos, das atividades e iniciativas promovidas pelo município de Anadia.

2016

População Residente e Índice de Envelhecimento da População do Território de Proximidade e Integração Turística do Município de Anadia, por Municípios, 2016

Fonte: INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2016)



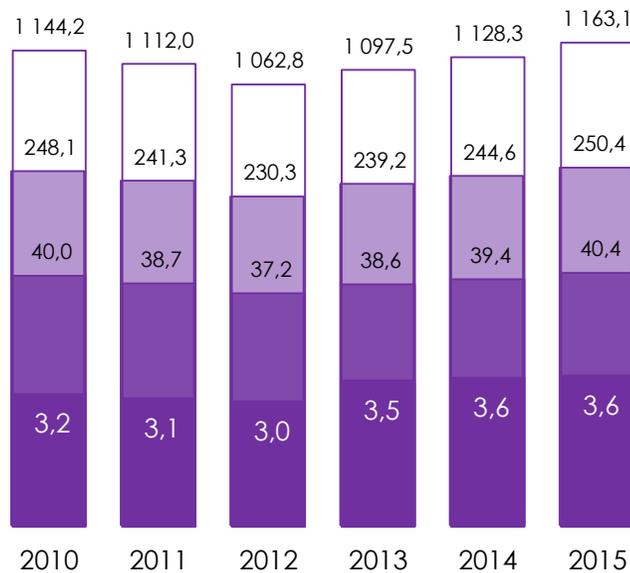
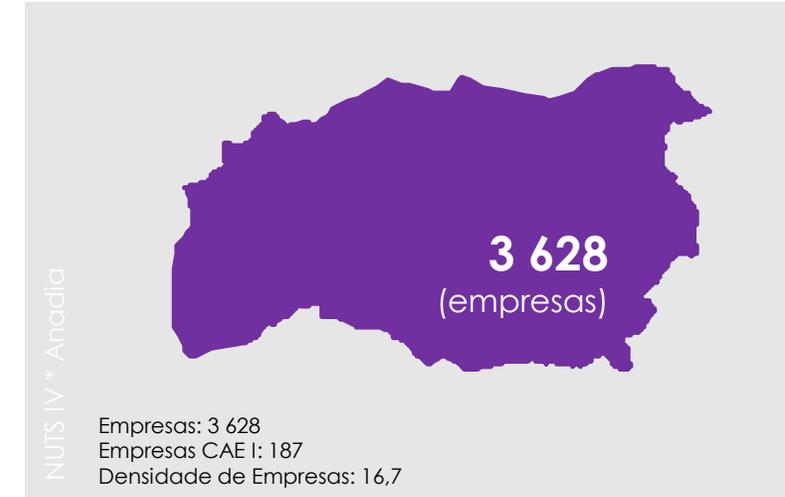
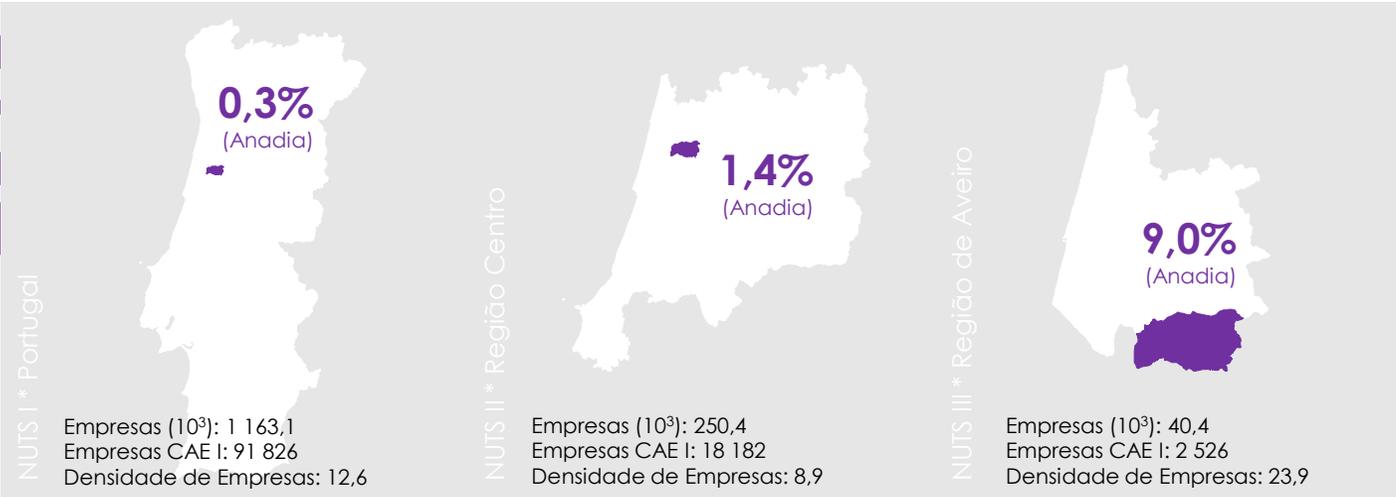
846 340
População Residente



04.

Caraterização Socioeconómica

2015



Portugal

△ 2015/10: **+1,7%**
 △ 2015/14: **+3,1%**

Região Centro

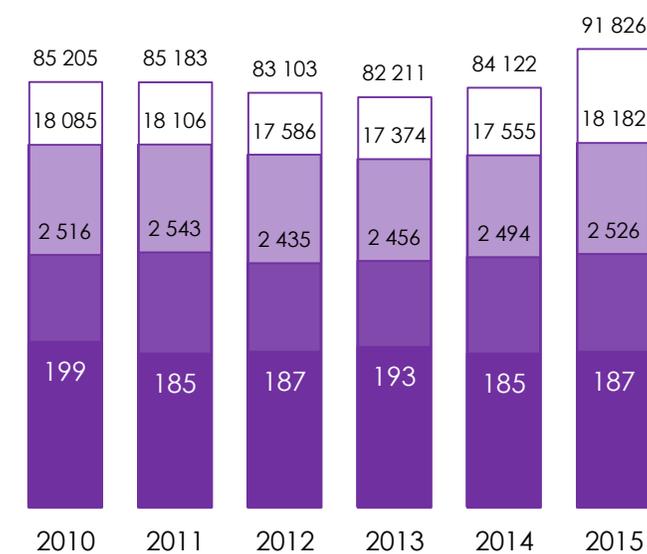
△ 2015/10: **+0,9%**
 △ 2015/14: **+2,4%**

Região de Aveiro

△ 2015/10: **+1,2%**
 △ 2015/14: **+2,7%**

Anadia

△ 2015/10: **+14,0%**
 △ 2015/14: **+1,5%**



Portugal

△ 2015/10: **+7,8%**
 △ 2015/14: **+9,2%**

Região Centro

△ 2015/10: **+0,5%**
 △ 2015/14: **+3,6%**

Região de Aveiro

△ 2015/10: **+0,4%**
 △ 2015/14: **+1,3%**

Anadia

△ 2015/10: **-6,0%**
 △ 2015/14: **+1,1%**

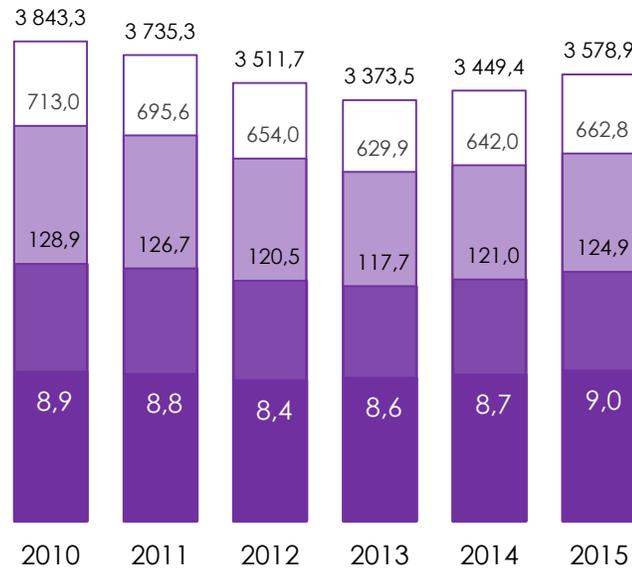
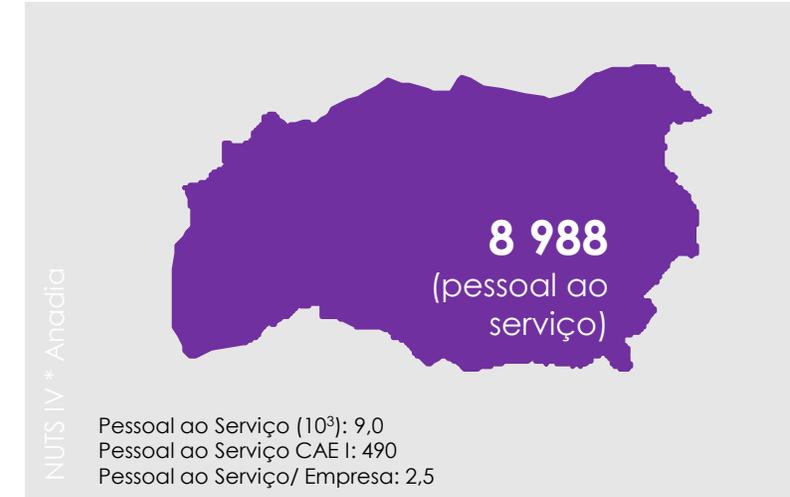
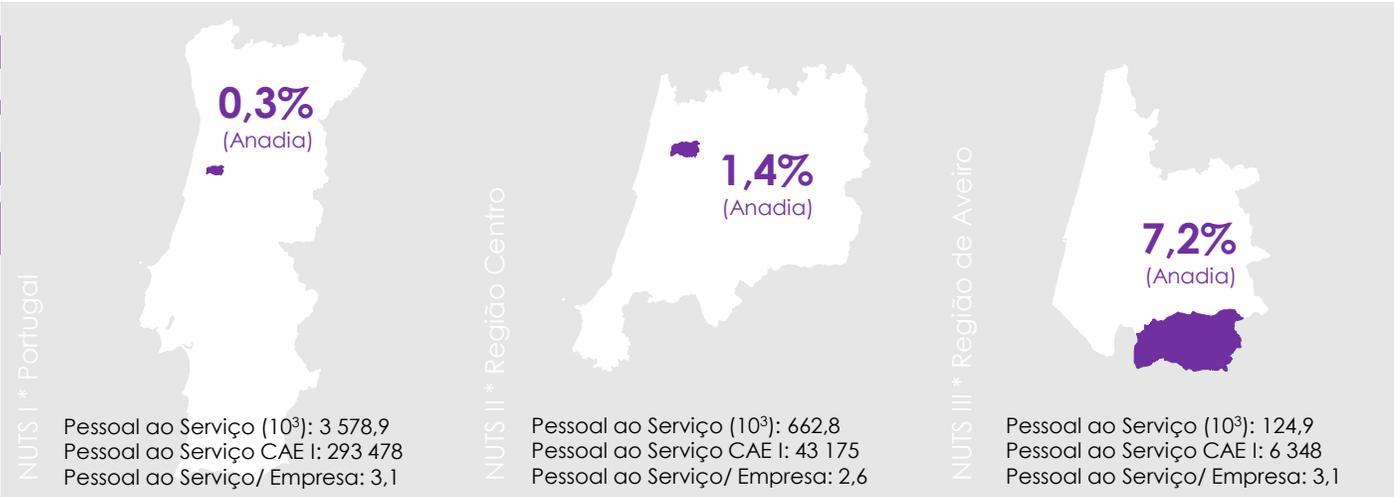
[Principais Atividades Económicas (CAEs)]

[CAE I – Alojamento e Restauração e Similares]

Evolução do Número de Empresas (10³) e especificamente da CAE I (Alojamento e Restauração e Similares) em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia

Fonte: INE (SCIE 2010/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15)

2015

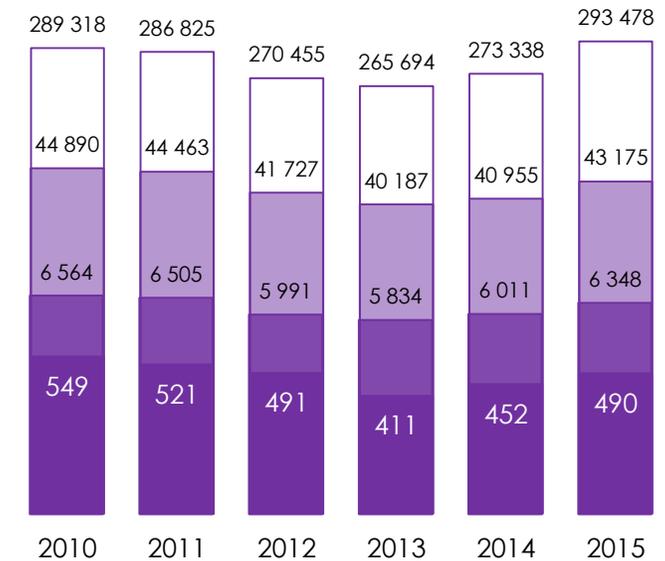


Portugal
 Δ 2015/10: **-6,9%**
 Δ 2015/14: **+3,8%**

Região Centro
 Δ 2015/10: **-7,1%**
 Δ 2015/14: **+3,2%**

Região de Aveiro
 Δ 2015/10: **-3,1%**
 Δ 2015/14: **+3,2%**

Anadia
 Δ 2015/10: **+0,8%**
 Δ 2015/14: **+2,7%**



Portugal
 Δ 2015/10: **+1,4%**
 Δ 2015/14: **+7,4%**

Região Centro
 Δ 2015/10: **-3,8%**
 Δ 2015/14: **+5,4%**

Região de Aveiro
 Δ 2015/10: **-3,3%**
 Δ 2015/14: **+5,6%**

Anadia
 Δ 2015/10: **-10,7%**
 Δ 2015/14: **+8,4%**

[Principais Atividades Económicas (CAEs)]

[CAE I – Alojamento e Restauração e Similares]

Evolução do Pessoal ao Serviço nas Empresas (10³) e especificamente nas Empresas da CAE I (Alojamento e Restauração e Similares) em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia

Fonte: INE (SCIE 2010/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15)

O Sistema de Contas Integradas das Empresas (SCIE), produzido pelo INE, assinala para o período 2010-15 um acréscimo relevante do número de empresas no município de Anadia (+14,0%), determinando no último ano do período um total de 3 628 empresas, enquanto para os demais âmbitos territoriais em observação registaram-se acréscimos inferiores a 2,0% para o número de empresas.

A evolução do pessoal ao serviço nas empresas registou, para o mesmo período, um decréscimo assinalável a nível nacional (-6,9%) e regional (-7,1%), enquanto o município de Anadia evidenciou um ligeiro aumento (+0,8%), determinando que o pessoal ao serviço nas empresas do município se fixasse nos 8 988, em 2015.

Relativamente às empresas que integram a CAE I (Alojamento e Restauração e Similares), entre 2010-15, observou-se para o município de Anadia um decréscimo do número de empresas (-6,0%), consubstanciando a única quebra registada face aos demais espaços territoriais em análise. Contudo, em 2015, o município de Anadia apresentou uma variação homóloga positiva de 1,1%, perfazendo um total de 187 empresas das áreas do alojamento e da restauração e similares, enquanto os restantes espaços territoriais assinalaram acréscimos superiores do número de empresas.

O pessoal ao serviço nas empresas que integram a CAE I registou também uma quebra significativa para o período em observação (2010-15), ainda que no último ano deste período se tenha assinalado variações homólogas positivas para todas as dimensões territoriais, superando mesmo os desempenhos observados para o número de empresas, o que incrementa o número médio de pessoas ao serviço por empresa.

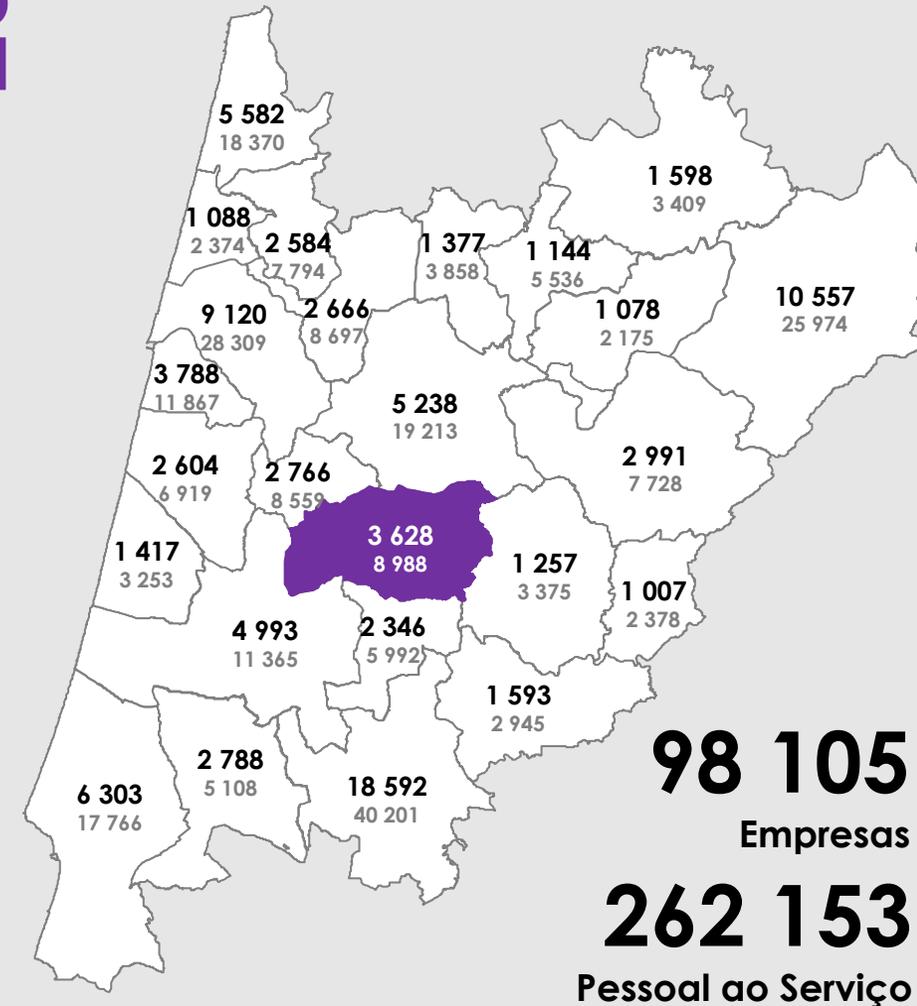
No município de Anadia, o número de pessoas ao serviço por empresa fixou-se nos 2,5, em 2015. Este valor médio é similar ao registado especificamente para as empresas que integram os subsetores do alojamento e da restauração e similares do município.

Em 2015, a atividade económica no 'território de proximidade e integração turística do município de Anadia' concentrava um universo de mais de 98 mil empresas, as quais eram responsáveis por gerar mais de 262 mil postos de trabalho. Neste território, destacam-se três municípios que, pelas suas características endógenas, económicas e socioculturais, concentram o maior número de empresas e, conseqüentemente, de empregos – Coimbra (18 592 empresas; 40 201 empregos), Viseu (10 557 empresas; 25 974 empregos) e Aveiro (9 120 empresas; 28 309 empregos).

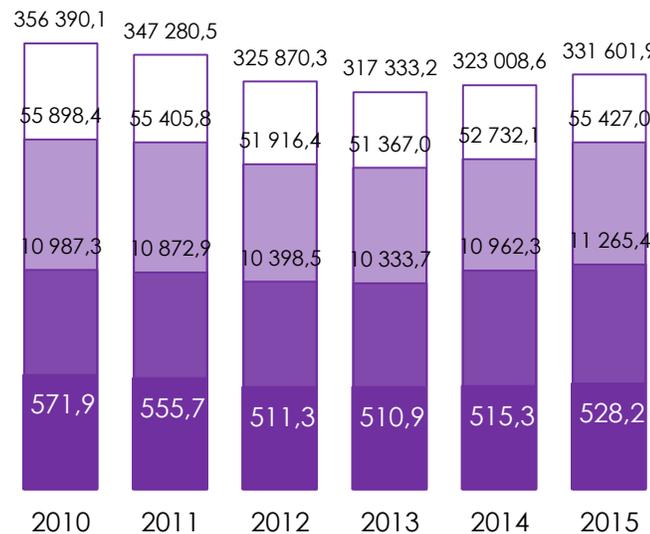
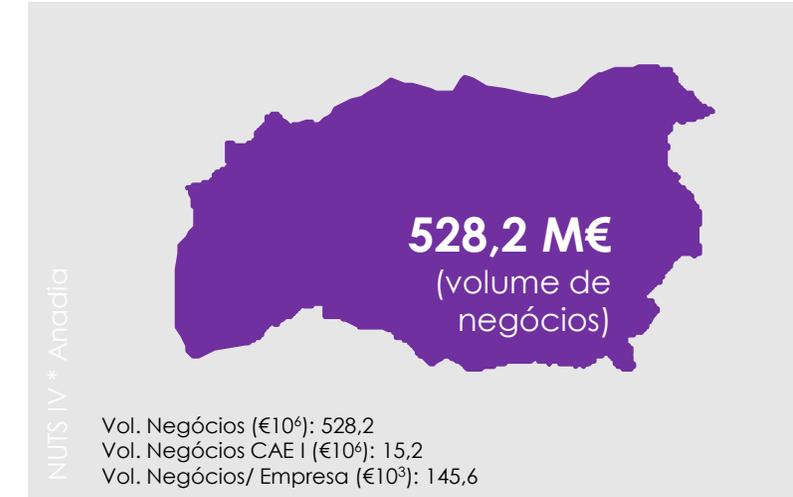
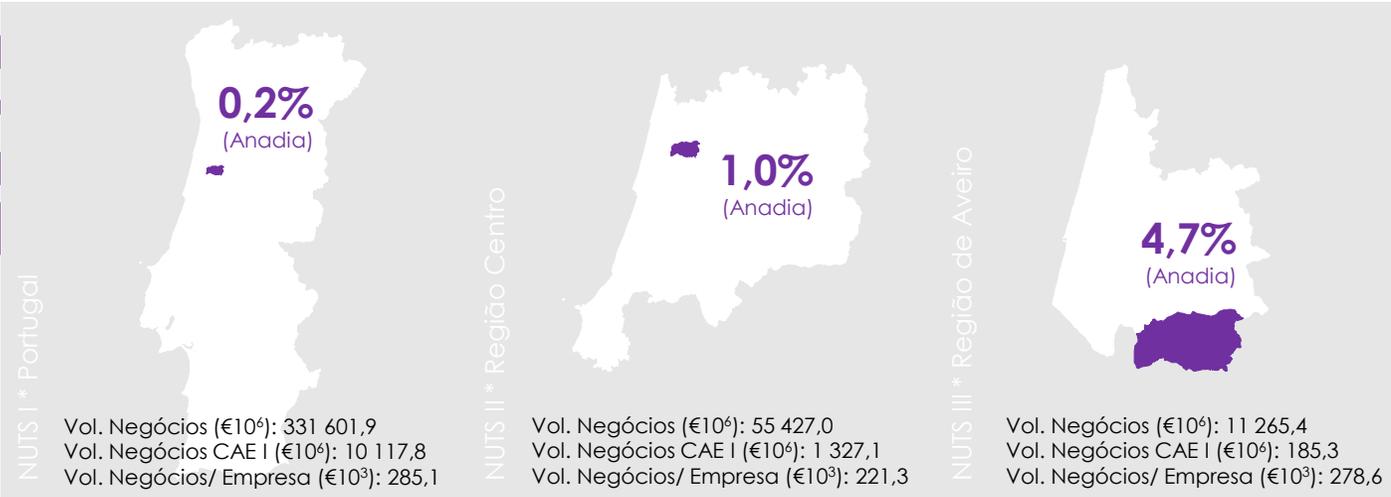
2015

Empresas e Pessoal ao Serviço nas Empresas do Território de Proximidade e Integração Turística do Município de Anadia, por Municípios, 2015

Fonte: INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2015)



2015



Portugal

Δ 2015/10: **-7,0%**
 Δ 2015/14: **+2,7%**

Região Centro

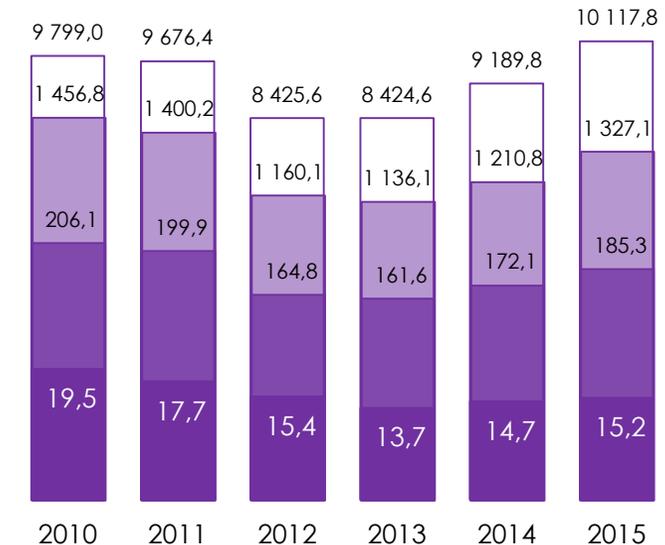
Δ 2015/10: **-0,8%**
 Δ 2015/14: **+5,1%**

Região de Aveiro

Δ 2015/10: **+2,5%**
 Δ 2015/14: **+2,8%**

Anadia

Δ 2015/10: **-7,6%**
 Δ 2015/14: **+2,5%**



Portugal

Δ 2015/10: **+3,3%**
 Δ 2015/14: **+10,1%**

Região Centro

Δ 2015/10: **-8,9%**
 Δ 2015/14: **+9,6%**

Região de Aveiro

Δ 2015/10: **-10,1%**
 Δ 2015/14: **+7,6%**

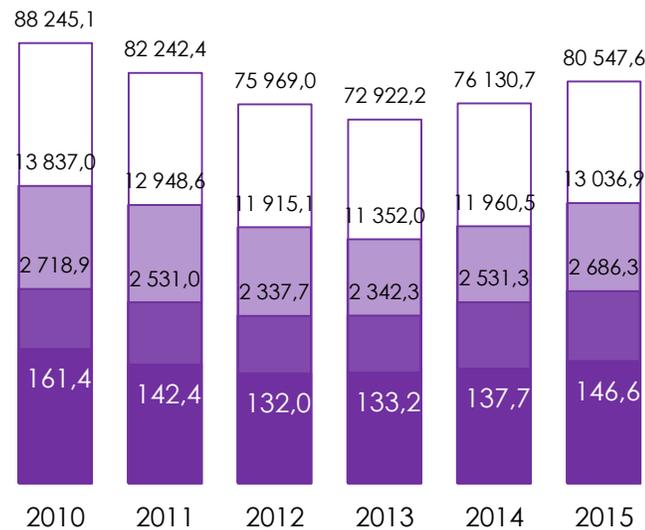
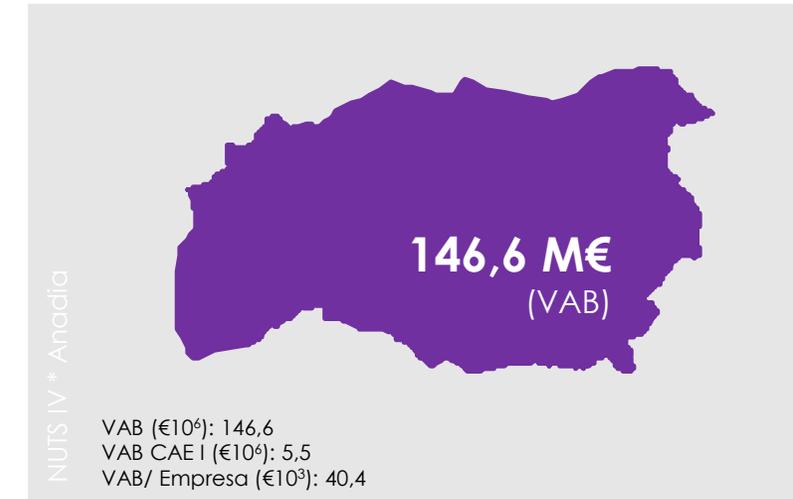
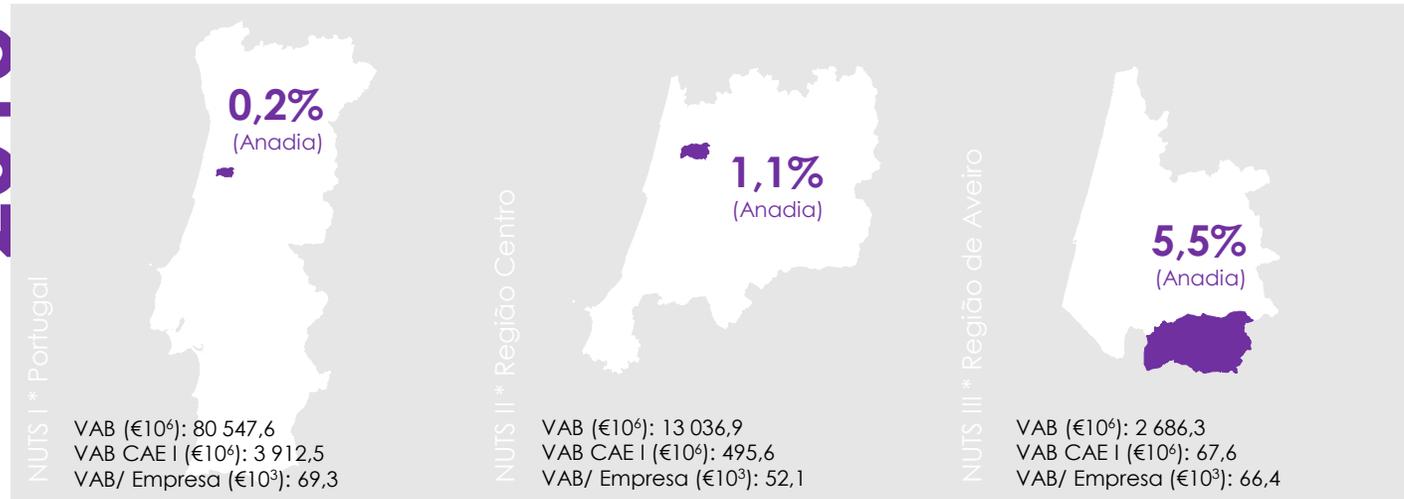
Anadia

Δ 2015/10: **-22,3%**
 Δ 2015/14: **+3,4%**

[Principais Atividades Económicas (CAEs)]

[CAE I – Alojamento e Restauração e Similares]

2015

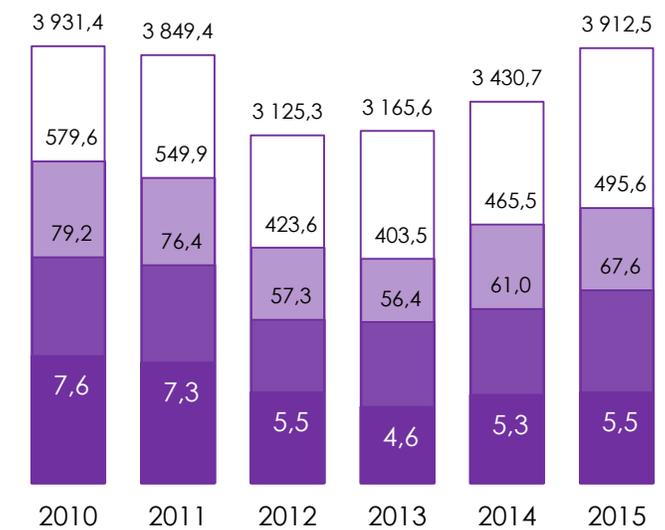


Portugal
 Δ 2015/10: **-8,7%**
 Δ 2015/14: **+5,8%**

Região Centro
 Δ 2015/10: **-5,8%**
 Δ 2015/14: **+9,0%**

Região de Aveiro
 Δ 2015/10: **-1,2%**
 Δ 2015/14: **+6,1%**

Anadia
 Δ 2015/10: **-9,2%**
 Δ 2015/14: **+6,5%**



Portugal
 Δ 2015/10: **-0,5%**
 Δ 2015/14: **+14,0%**

Região Centro
 Δ 2015/10: **-14,5%**
 Δ 2015/14: **+6,5%**

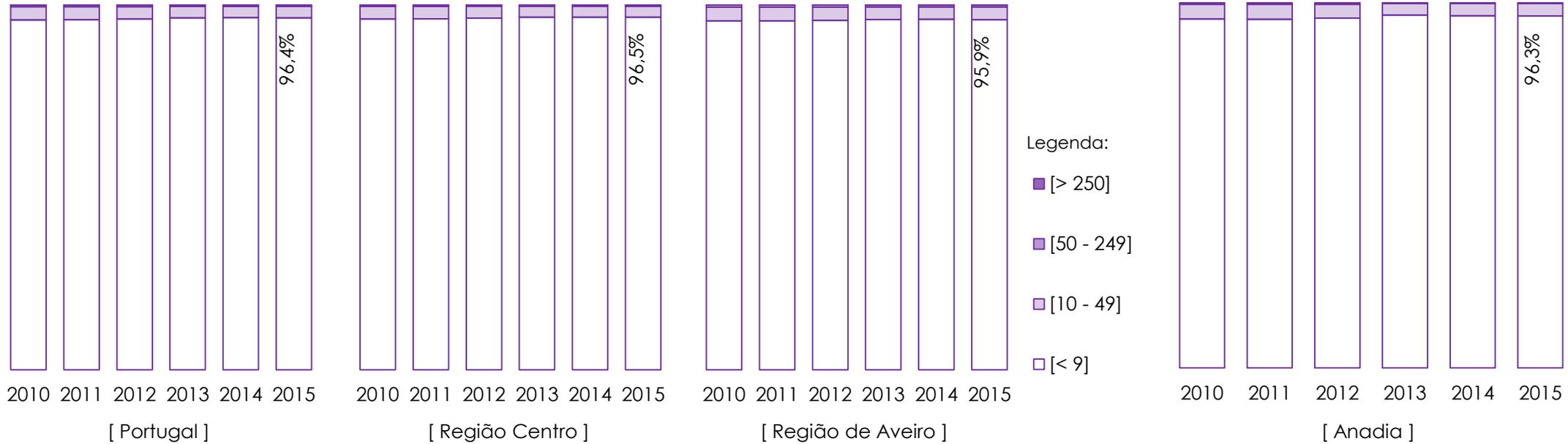
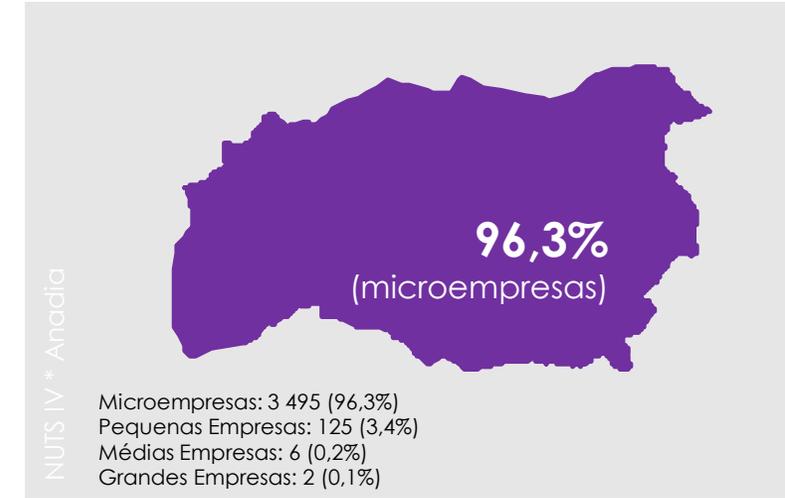
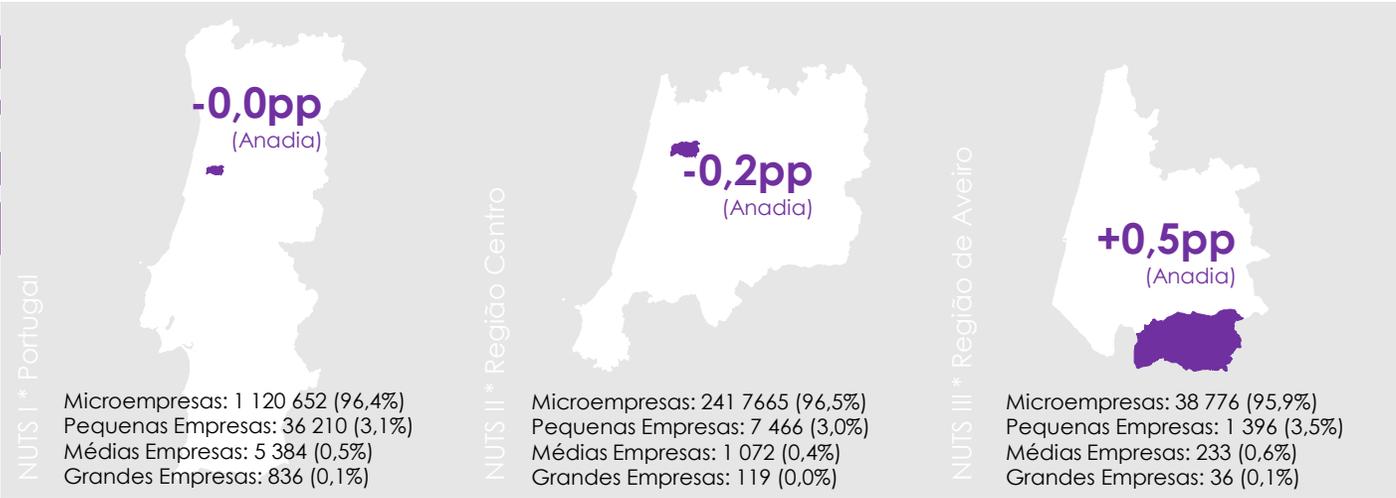
Região de Aveiro
 Δ 2015/10: **-14,6%**
 Δ 2015/14: **+10,8%**

Anadia
 Δ 2015/10: **-28,5%**
 Δ 2015/14: **+3,0%**

[Principais Atividades Económicas (CAEs)]

[CAE I – Alojamento e Restauração e Similares]

2015



Evolução da Dimensão das Empresas (escalões de pessoal ao serviço) em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia

Fonte: INE (SCIE 2010/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15)

A estrutura empresarial do município de Anadia, em termos relativos, é similar à média da sub-região da CIRA, da média da região Centro e da média nacional, ainda que o peso relativo das médias empresas (empresas que empregam entre 50 e 249 pessoas) seja manifestamente inferior às demais escalas territoriais.

A atividade económica gerada pelas empresas, observada através do volume de negócios e do valor acrescentado bruto (VAB), registou, para o período 2010-15, uma contração de 7,6% do volume de negócios e de 9,2% do VAB no município de Anadia, apesar do acréscimo homólogo registado em 2015 para ambos os indicadores, 2,5% e 6,5%, respetivamente.

No que concerne especificamente às empresas dos subsetores do alojamento e da restauração e similares, o volume de negócios e o VAB assinalaram, para o período 2010-15, decréscimos em todas as escalas territoriais (à exceção do volume de negócios a nível nacional), ainda que o comportamento observado no município de Anadia tenha sido mais negativo. No entanto, os resultados apurados em 2015 denunciam a retoma da atividade económica, com o município de Anadia a registar crescimentos homólogos na ordem dos 3% (+3,4% no volume de negócios; +3,0% no VAB) e os demais âmbitos territoriais a acompanharem esta tendência, assinalando mesmo variações homólogas manifestamente positivas.

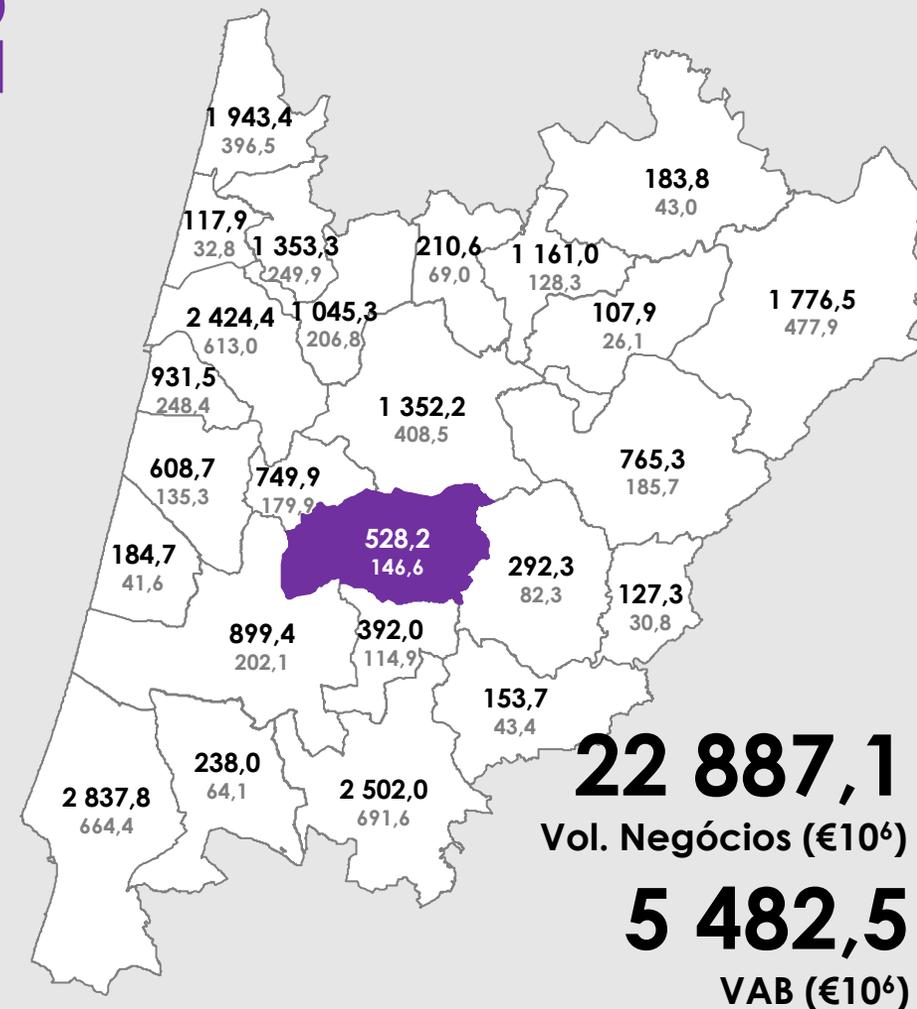
Em 2015, o volume de negócios médio por empresa no município de Anadia atingiu os 145,6 mil euros, o que corresponde a um valor significativamente inferior ao registado nas demais escalas territoriais em análise. Relativamente às empresas da CAE I, o valor médio do volume de negócios por empresa alcançou os 81,2 mil euros, em 2015, o que representa um valor médio superior ao observado na região de Aveiro e na região Centro (73,3 mil euros e 73,0 mil euros por empresa, respetivamente).

As empresas do 'território de proximidade e integração turística do município de Anadia' geraram, em 2015, cerca de 23 mil milhões de euros de volume de negócios e de 5,5 mil milhões de euros de VAB. Neste território, o maior destaque é atribuído ao desempenho assinalável das empresas do município da Figueira da Foz (2 837,8 milhões de euros de volume de negócios; 664,4 milhões de euros de VAB), ainda de salientar as capitais de distrito, com maior relevância para o município de Coimbra (2 502,0 milhões de euros de volume de negócios; 691,6 milhões de euros de VAB).

2015

Volume de Negócios e VAB gerado pelas Empresas do Território de Proximidade e Integração Turística do Município de Anadia, por Municípios, 2015, €10⁶

Fonte: INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2015)





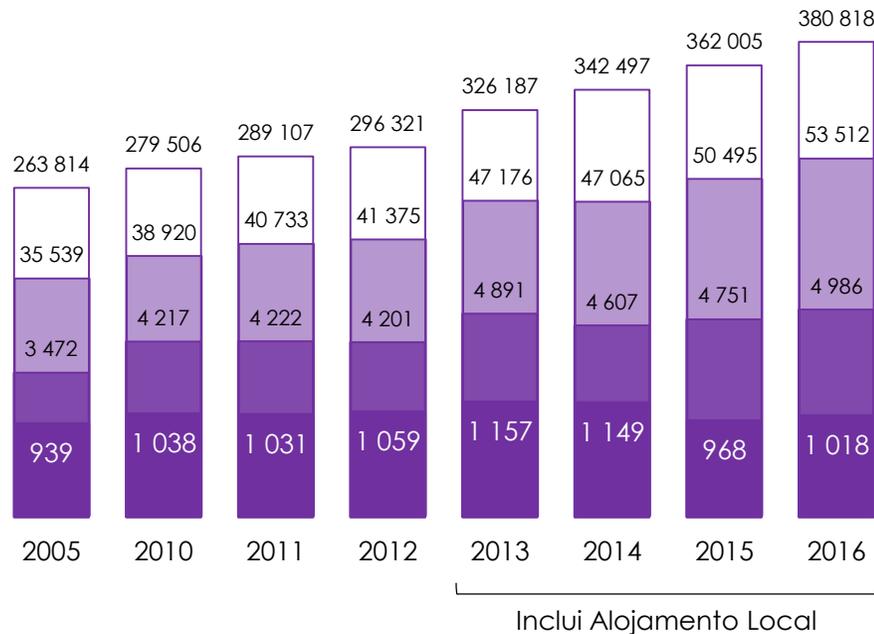
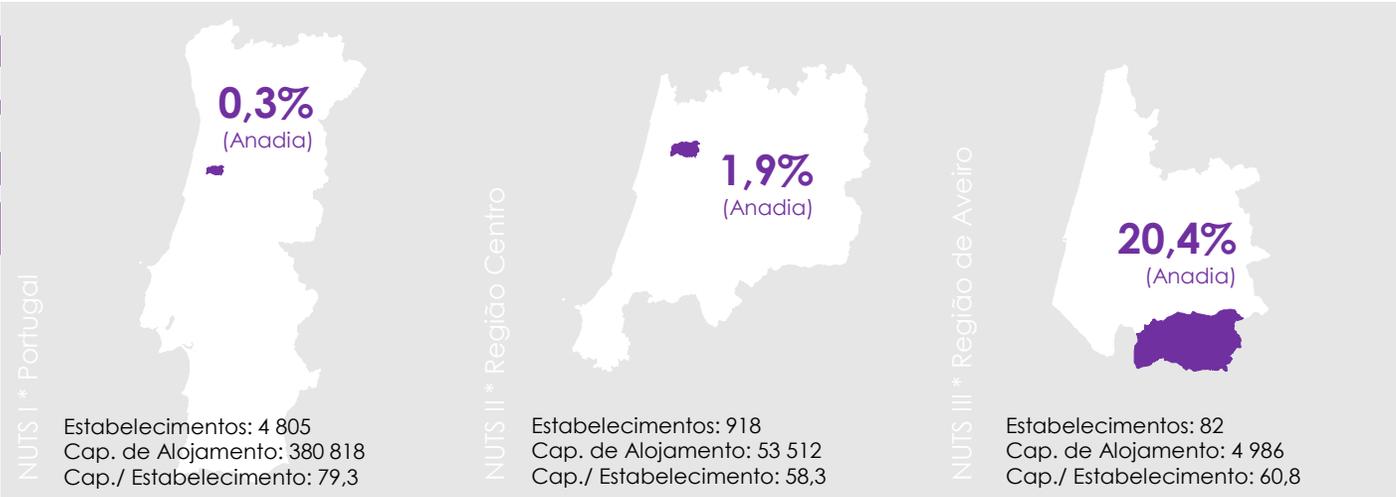

município de anadia



05.

Caraterização da Atividade Turística

2016



Portugal

△ 2016/05: **+44,4%**
△ 2016/15: **+5,2%**

Região Centro

△ 2016/05: **+50,6%**
△ 2016/15: **+6,0%**

Região de Aveiro

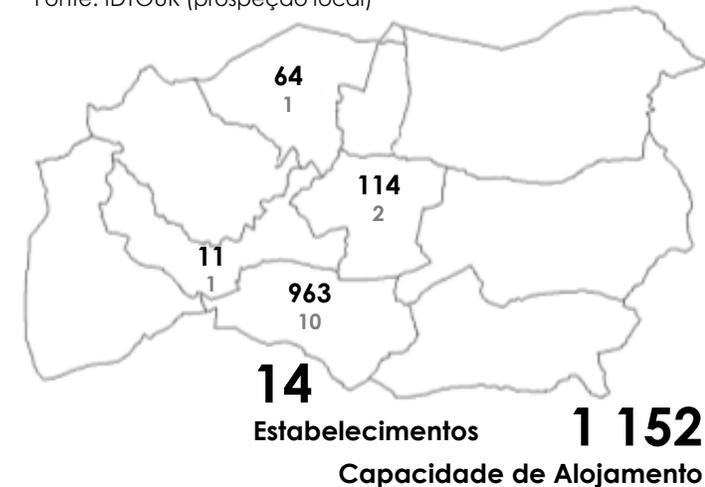
△ 2016/05: **+43,6%**
△ 2016/15: **+4,9%**

Anadia

△ 2016/05: **+8,4%**
△ 2016/15: **+5,2%**

Número de Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento no Município de Anadia, por Freguesias, 2017

Fonte: IDTOUR (prospecção local)



Evolução da Capacidade de Alojamento em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia

Fonte: INE (Anuários Estatísticos da Região Centro 2005/ 10/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15/ 16)

O subsetor do alojamento turístico assume-se como uma das principais atividades características do turismo, em virtude do conceito 'turismo' remeter necessariamente para a pernoita no destino. Esta circunstância determinou que desde a génese da atividade turística o subsetor do alojamento fosse o mais monitorizado, assumindo-se mesmo como referencial estruturante da avaliação da performance turística.

A informação disponível sobre este subsetor em concreto é particularmente relevante para conhecer e aprofundar as dinâmicas da atividade turística nos respetivos territórios. Assim, observa-se que para o período 2005-16, a oferta de unidades de alojamento turístico registou um incremento assinalável (alavancada no crescimento exponencial das unidades de Alojamento Local).

No que concerne à evolução da capacidade de alojamento, a mesma assinalou uma dinâmica positiva de crescimento, ainda que mais moderada relativamente ao desempenho dos estabelecimentos, facto que se circunscreve no perfil das unidades de Alojamento Local (unidades de micro e pequena dimensão). No caso específico de Anadia verificou-se que o último ano do período em análise registou uma variação homóloga positiva de 5,2%. A informação recolhida no território confirma que, atualmente, a oferta disponível corresponde a 1 152 camas.

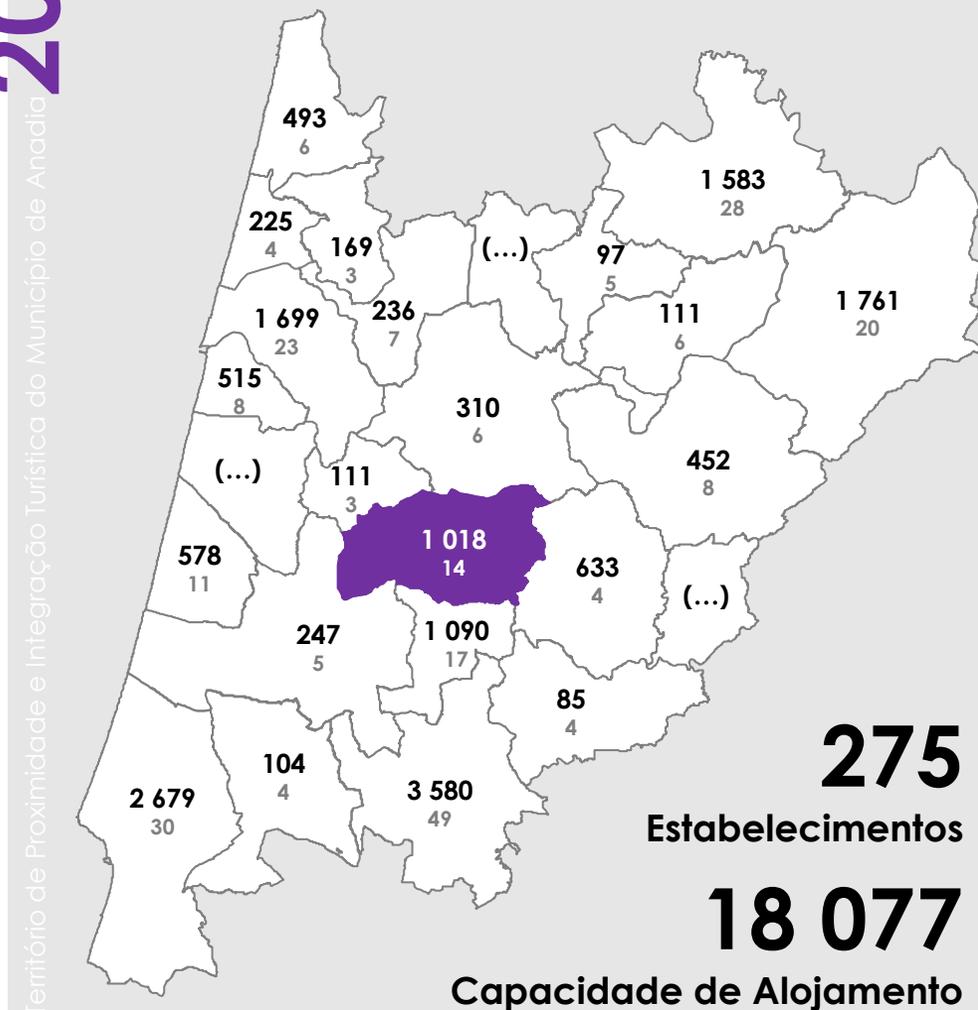
A informação apurada para o 'território de proximidade e integração turística do município de Anadia', em 2016, determina um universo de 275 estabelecimentos de alojamento, os quais dispõem de mais de 18 mil camas. Nesta geografia emergem cinco municípios com maior capacidade de alojamento instalada, entre os quais se destacam as capitais de distrito (Coimbra – 3 580 camas; Viseu – 1 761 camas; e Aveiro – 1 699 camas) que beneficiam objetivamente dos respetivos contextos de centralidade associados aos perfis característicos dos seus centros urbanos.

Por outro lado, destaca-se o município da Figueira da Foz (2 679 camas), que tem ancorado à sua oferta significativa as condições balneares favoráveis do território, enquanto em São Pedro do Sul (1 583 camas) são as excelentes características geológicas que potenciaram o crescimento e o desenvolvimento do turismo, assumindo-se mesmo como o principal destino termal nacional. No 'coração' da Bairrada, para além do município de Anadia, destaca-se também o município da Mealhada, intrinsecamente ancorado no Luso/ Buçaco.

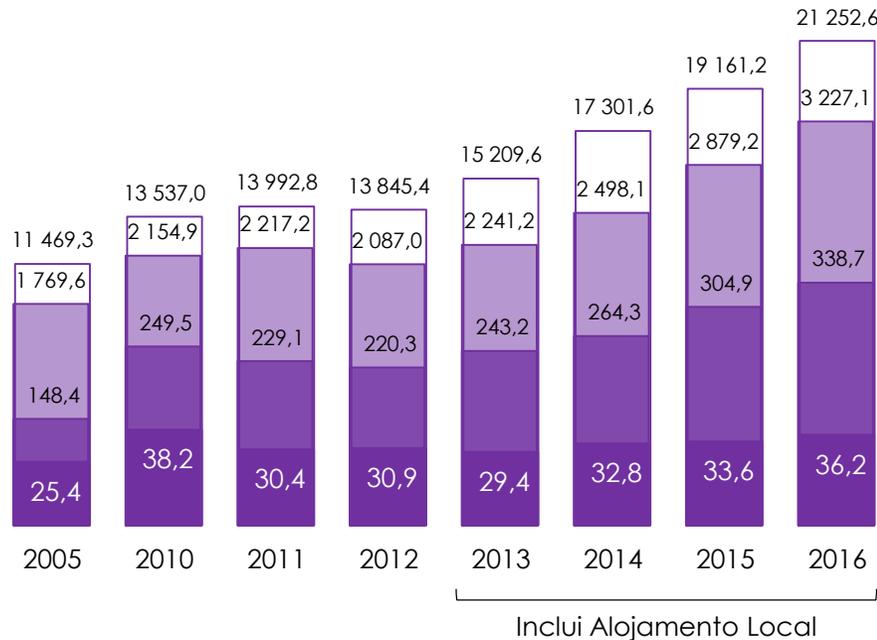
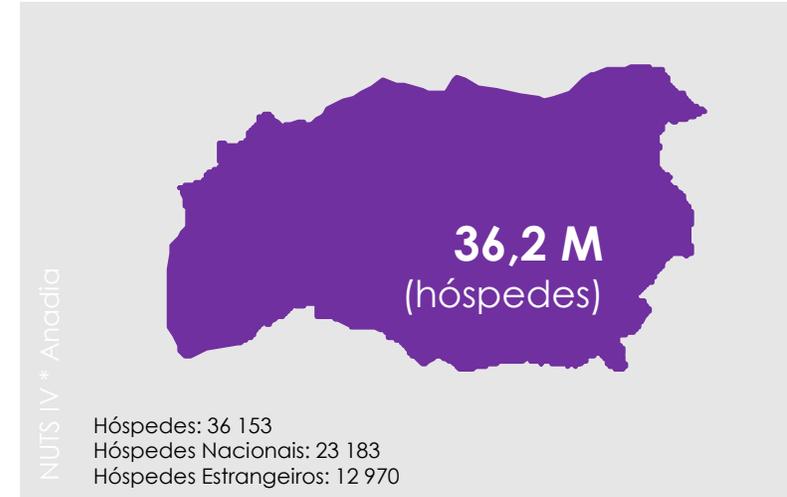
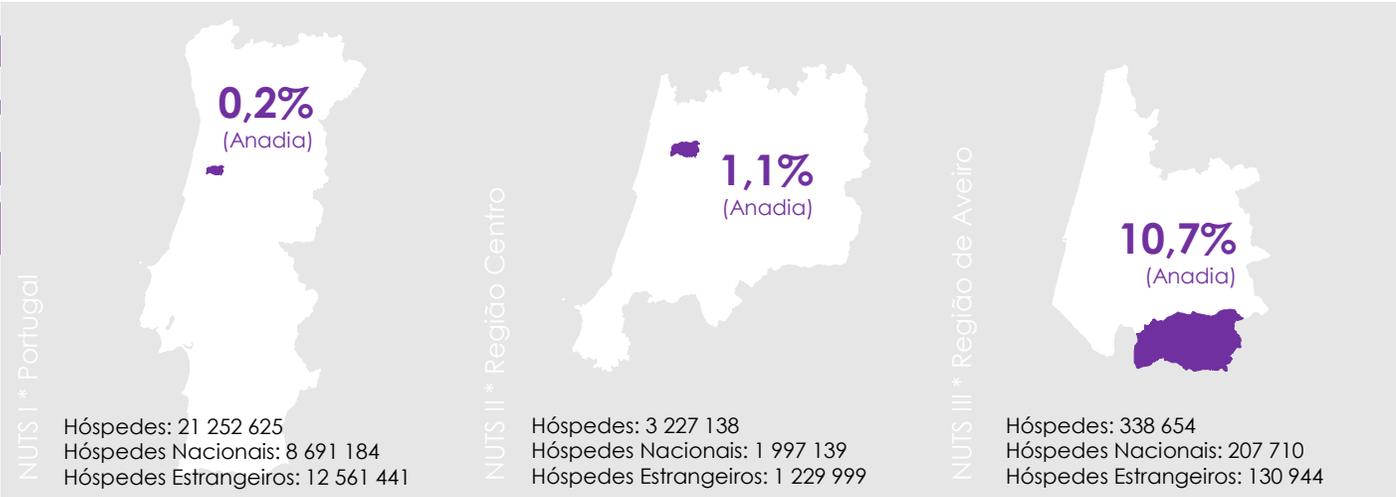
2016

Número de Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento nos Estabelecimentos do Território de Proximidade e Integração Turística do Município de Anadia, por Municípios, 2016

Fonte: INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2016)



2016



Portugal

Δ 2016/05: **+85,3%**
 Δ 2016/15: **+10,9%**

Região Centro

Δ 2016/05: **+82,4%**
 Δ 2016/15: **+12,1%**

Região de Aveiro

Δ 2016/05: **+128,1%**
 Δ 2016/15: **+11,1%**

Anadia

Δ 2016/05: **+42,4%**
 Δ 2016/15: **+7,7%**



59,1%



40,9%

38,1%

61,9%

38,7%

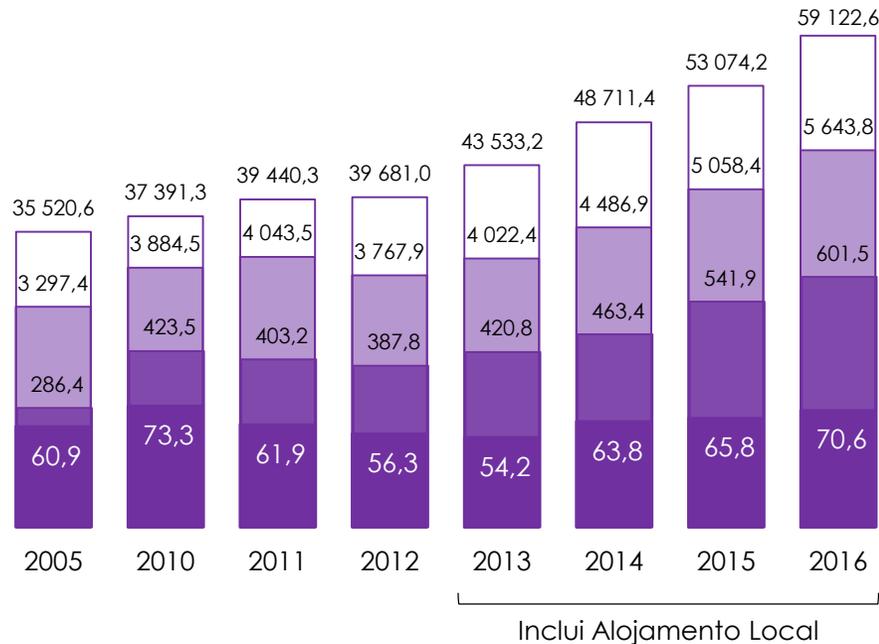
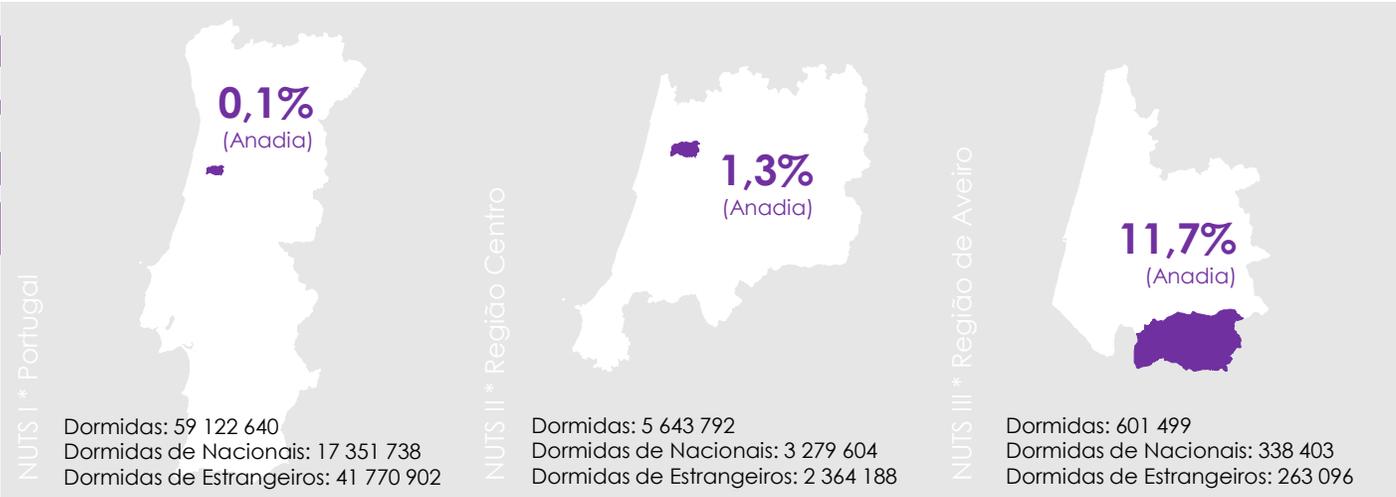
61,3%

35,9%

64,1%

Número de Hóspedes (Nacionais e Estrangeiros) nas Unidades de Alojamento Turístico em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia, 2016, %

2016



Portugal

Δ 2016/05: **+66,4%**
Δ 2016/15: **+11,4%**

Região Centro

Δ 2016/05: **+71,2%**
Δ 2016/15: **+11,6%**

Região de Aveiro

Δ 2016/05: **+110,0%**
Δ 2016/15: **+11,0%**

Anadia

Δ 2016/05: **+15,9%**
Δ 2016/15: **+7,3%**



70,7%



29,3%

41,9%

58,1%

43,7%

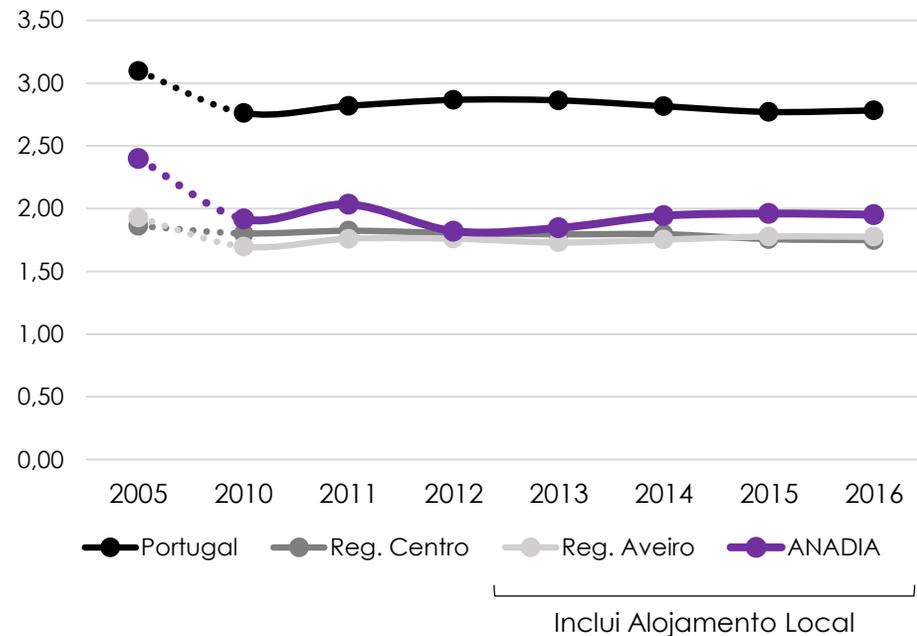
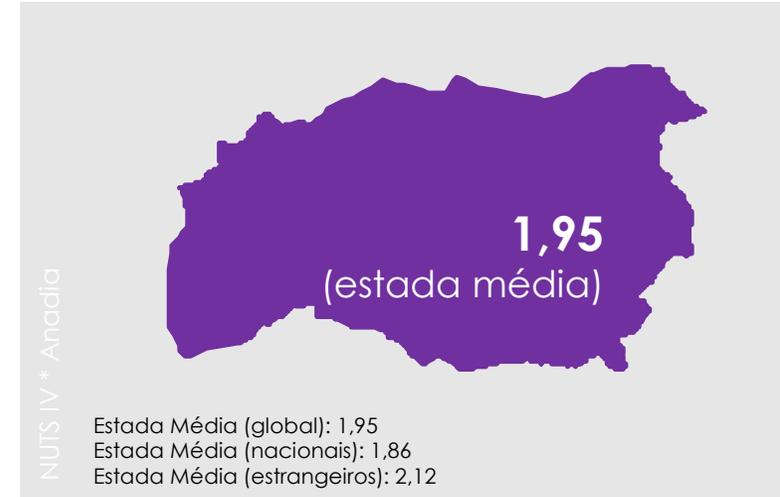
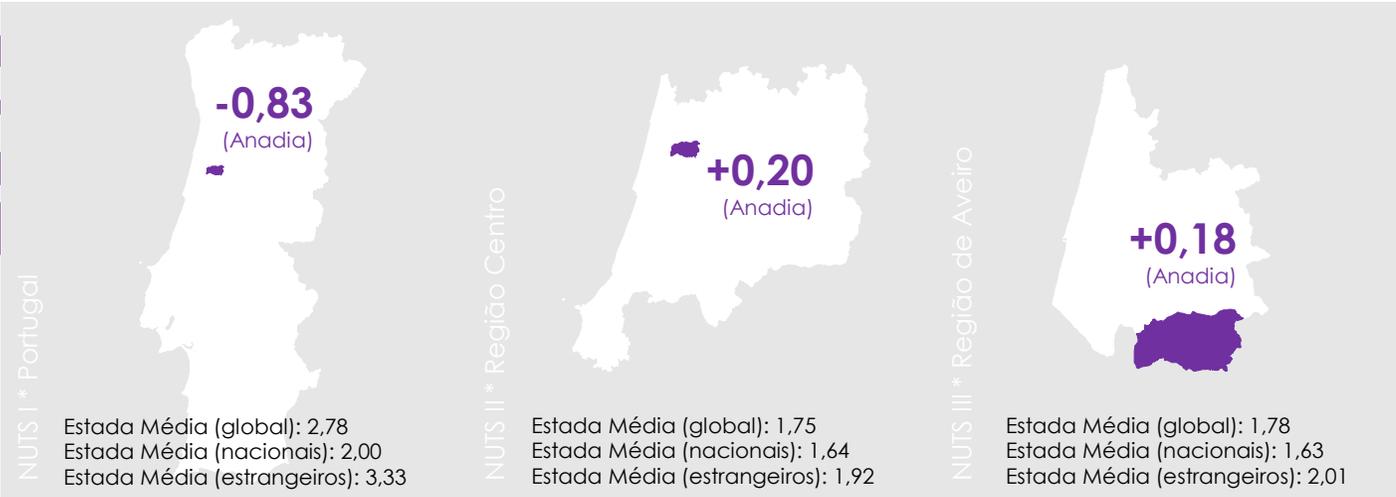
56,3%

38,9%

61,1%

Número de Dormidas (Nacionais e Estrangeiros) nas Unidades de Alojamento Turístico em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia, 2016, %

2016



Portugal
 Δ 2016/05: -10,2%
 Δ 2016/15: +0,4%

Região Centro
 Δ 2016/05: -6,1%
 Δ 2016/15: -0,5%

Região de Aveiro
 Δ 2016/05: -7,9%
 Δ 2016/15: -0,1%

Anadia
 Δ 2016/05: -18,6%
 Δ 2016/15: -0,4%



Estada Média (Nacionais e Estrangeiros) nas Unidades de Alojamento Turístico em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia, 2016, (noites)

A evolução da procura nas unidades de alojamento turístico, observada através do número de hóspedes e de dormidas, denuncia um crescimento contínuo e sustentado nos últimos anos, alcançando-se máximos históricos em 2015 e, posteriormente, em 2016. No caso específico de Anadia, os máximos registados em 2010 (38,2 mil hóspedes e 73,3 mil dormidas) ainda não foram ultrapassados apesar das performances positivas observadas nos últimos dois anos.

No que se refere ao país de residência dos hóspedes, verifica-se que a nível nacional os mercados externos assumem maior relevância, enquanto na região Centro e nas respetivas sub-regiões em análise, é o mercado interno que concentra maior peso relativo, o que reforça ainda mais a necessidade de 'abrir' estes territórios aos fluxos turísticos internacionais. Esta opção estratégica é ainda mais importante quando se verifica que, em média, os mercados externos apresentam estadas médias mais elevadas e também gastos médios diários superiores ao mercado interno.

Os principais mercados externos do município de Anadia, mas também da região de Aveiro e da região Centro, são os mercados externos de proximidade (Espanha e França), os quais concentram, respetivamente, 43,6%, 55,6% e 42,6% da procura externa, enquanto os mesmos mercados a nível nacional representam apenas 20,9%.

O crescimento mais acelerado do número de hóspedes face ao número de dormidas confirma também uma tendência que tem vindo a caracterizar o turismo nos últimos anos – decréscimo progressivo das estadas médias – em virtude da maior repartição dos períodos de férias e da facilidade em viajar. Contudo, os valores registados na região Centro (1,75 noites) e na região de Aveiro (1,78 noites) são manifestamente inferiores à média nacional (2,78 noites) e mesmo ao município de Anadia (1,95 noites).

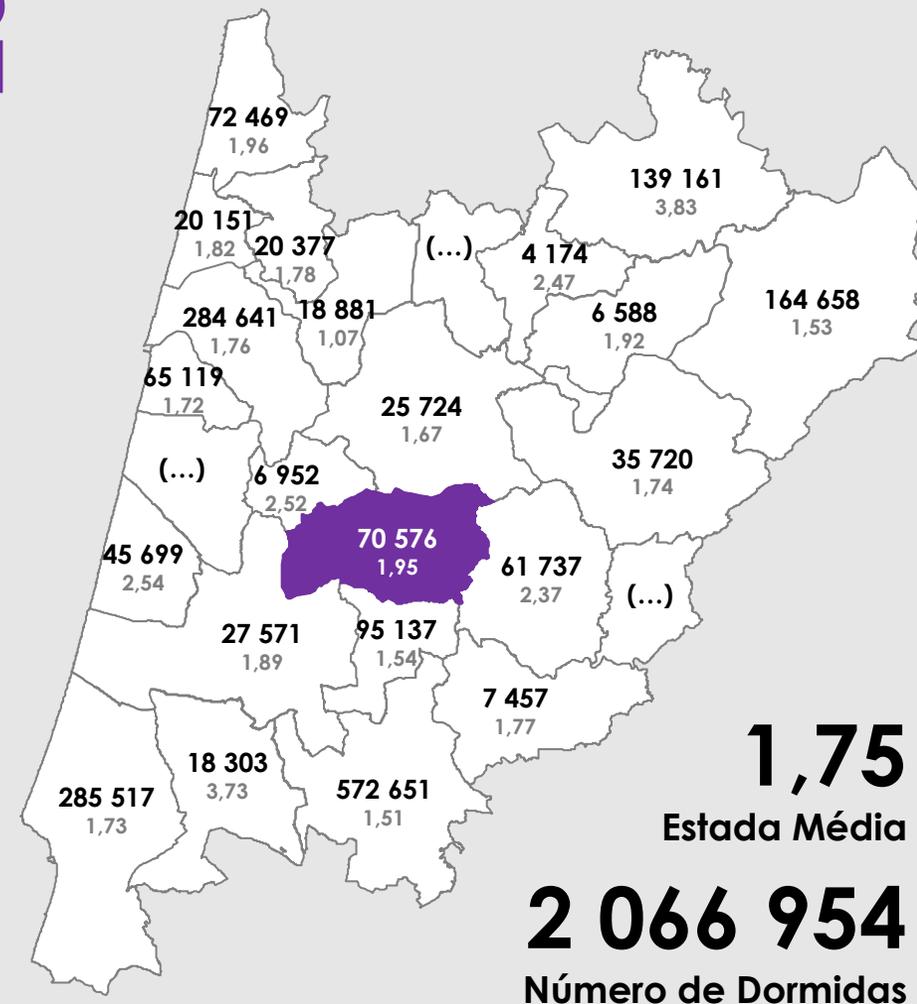
Em 2016, o número de dormidas nas unidades de alojamento turístico do 'território de proximidade e integração turística do município de Anadia' ultrapassou os 2,0 milhões, destacando-se neste particular os municípios de Coimbra (572,7 mil), da Figueira da Foz (285,5 mil) e de Aveiro (284,6 mil), os quais concentravam 55,3% das dormidas totais neste território, demonstrando a sua relevância turística neste espaço geográfico.

Os valores apurados para a estada média denunciam objetivamente a incapacidade dos agentes do território em fixarem os turistas, pelo que se exige maior disponibilidade aos diferentes agentes do território em organizar e estruturar novas ofertas turísticas, mais compósitas e integradas que 'prendam' o turista nesta região.

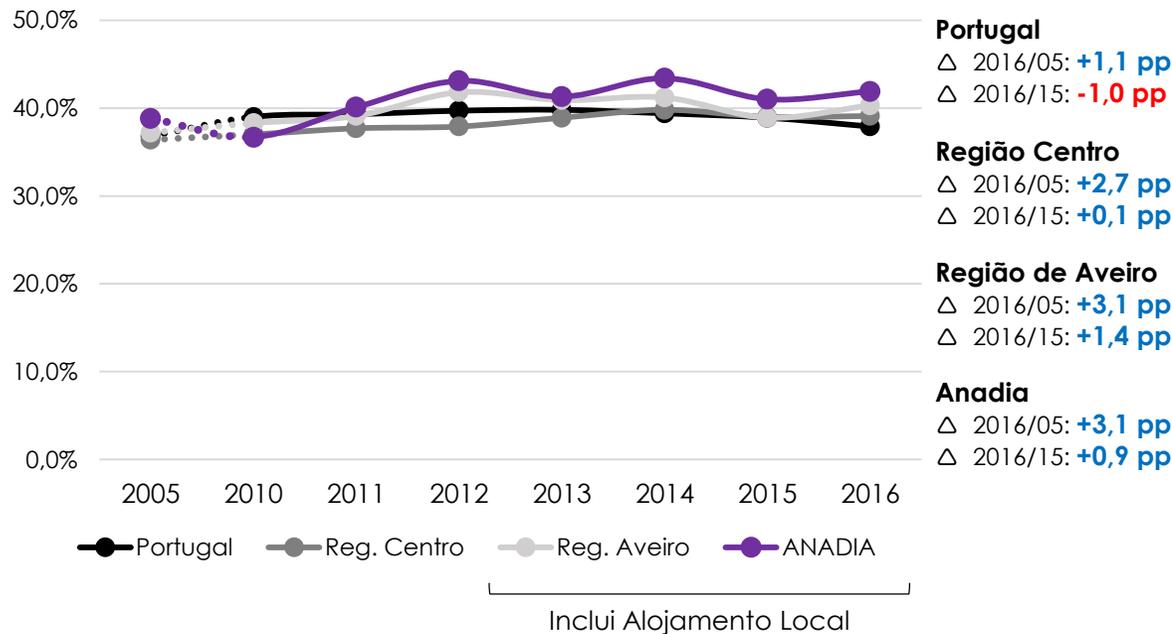
2016

Número de Dormidas e Estada Média nas Unidades de Alojamento no Território de Proximidade e Integração Turística do Município de Anadia, por Municípios, 2016

Fonte: INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2016)



2016



A taxa de sazonalidade é o indicador que determina o peso relativo dos três meses de maior procura registada num ano civil (geralmente corresponde aos meses de julho, agosto e setembro) face ao total anual, constituindo uma 'chave mestra' no setor do turismo, uma vez que apresenta de forma objetiva a volatilidade da procura.

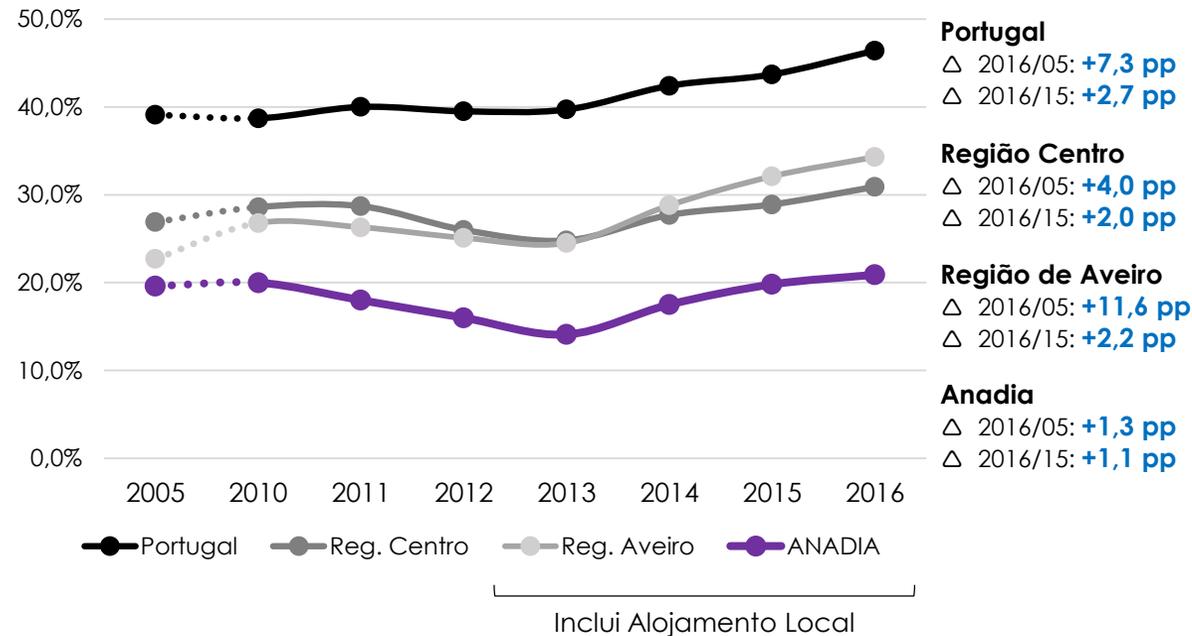
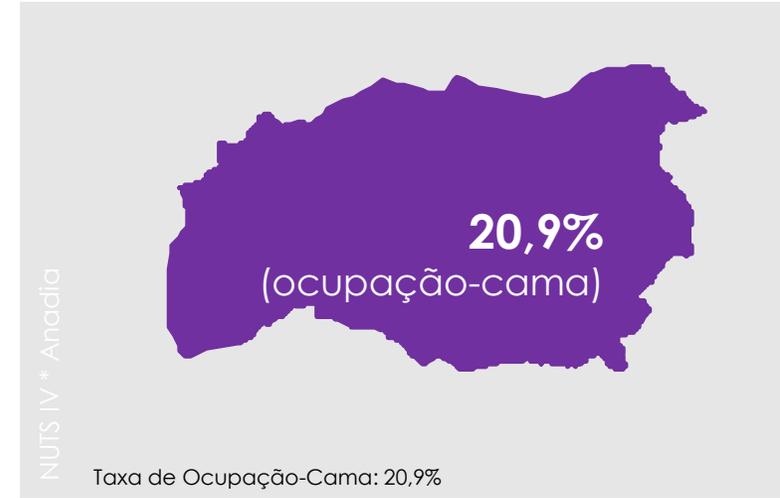
Em conformidade com os dados apurados, verifica-se que o período em análise regista um agravamento da taxa de sazonalidade para as diferentes escalas territoriais, apesar da contração homóloga observada no último ano do período para Portugal (2016).

Em 2016, o município de Anadia apresentava uma taxa de sazonalidade de 41,9%, ligeiramente superior aos demais territórios (40,3% para a região de Aveiro, 39,1% para a região Centro e 37,9% para o total nacional).

Evolução da Taxa de Sazonalidade nas Unidades de Alojamento Turístico em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia (%)

Fonte: INE (Anuários Estatísticos da Região Centro 2005/ 10/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15/ 16)

2016



A taxa de ocupação-cama é um indicador essencial para avaliar a performance turística das unidades de alojamento, na medida em que correlaciona a oferta disponível com a procura observada.

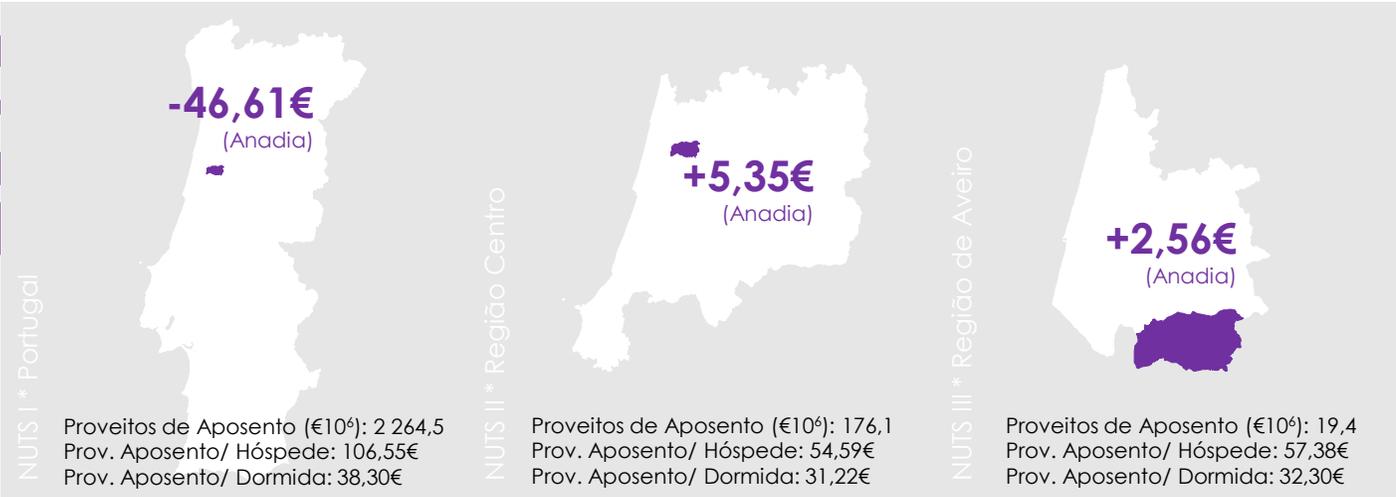
A informação apurada para o período analisado (2005-16) denuncia uma tendência de crescimento positivo da taxa de ocupação-cama nas diversas dimensões territoriais em análise, ainda assim os valores do presente indicador no município de Anadia são manifestamente baixos (20,9%).

A região Centro apesar de registar índices médios de ocupação-cama superiores aos observados no município de Anadia, os mesmos são igualmente insuficientes (30,9%), enquanto na região de Aveiro assinalou-se um crescimento sustentável nos últimos anos, fixando-se nos 34,3%, em 2016. Contudo, ainda distantes da média nacional desse ano, 46,4%.

Evolução da Taxa de Ocupação-Cama nas Unidades de Alojamento Turístico em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia (%)

Fonte: INE (Anuários Estatísticos da Região Centro 2005/ 10/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15/ 16)

2016



Portugal

Δ 2016/05: **+84,4%**
 Δ 2016/15: **+19,2%**

Região Centro

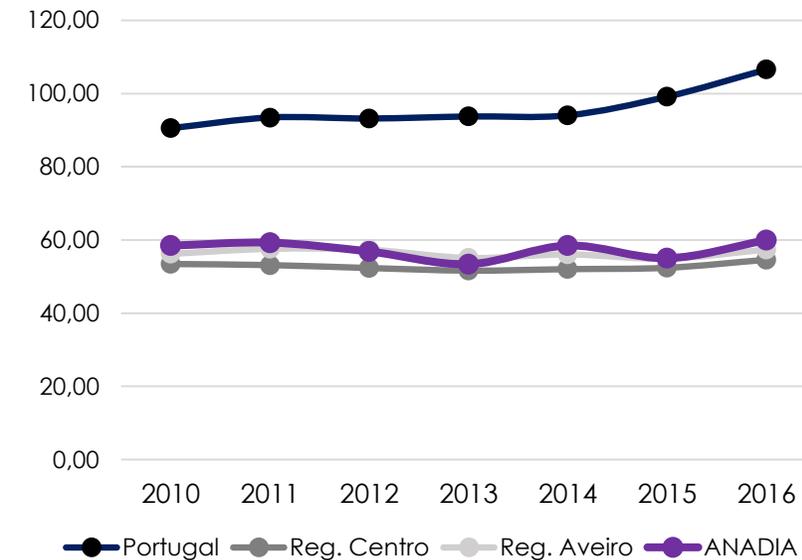
Δ 2016/05: **+53,0%**
 Δ 2016/15: **+16,8%**

Região de Aveiro

Δ 2016/05: **+38,6%**
 Δ 2016/15: **+16,1%**

Anadia

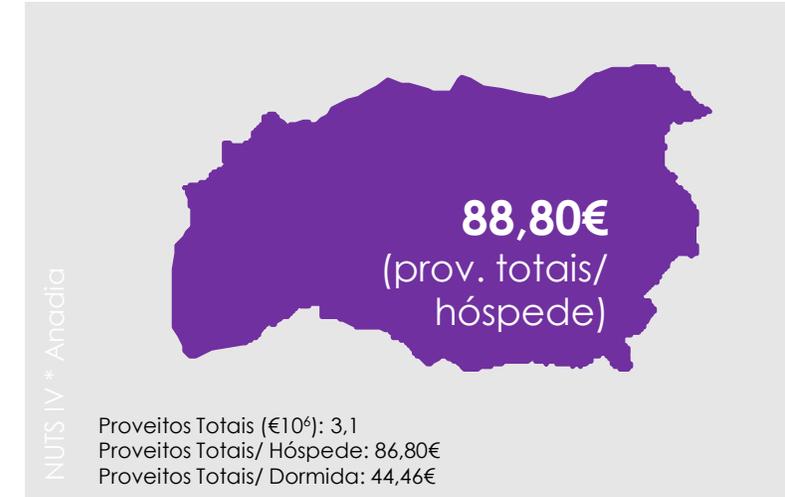
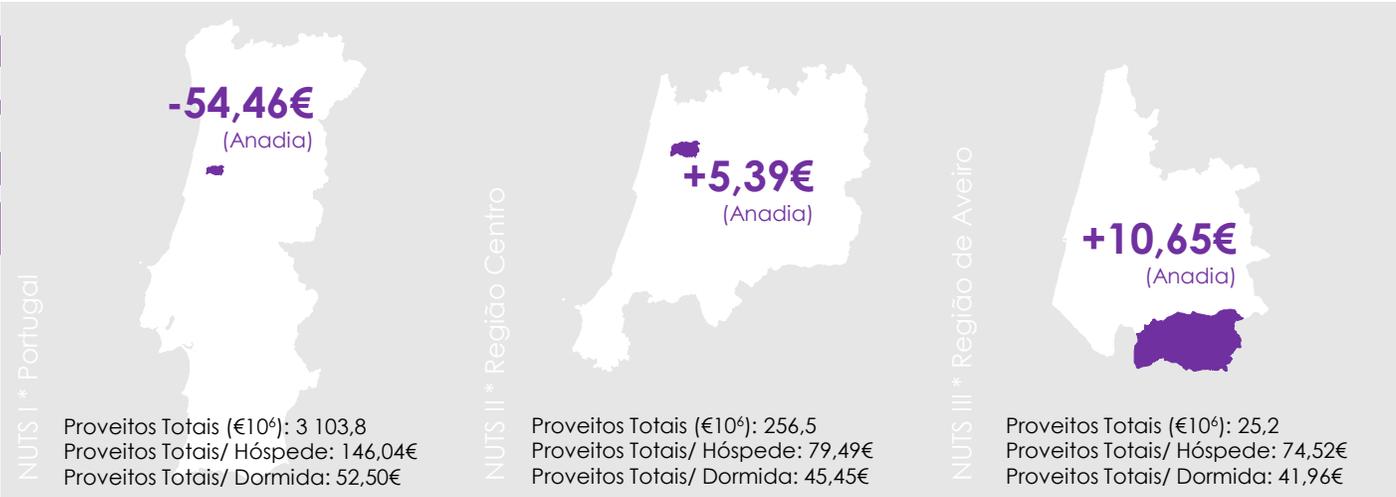
Δ 2016/05: **-3,0%**
 Δ 2016/15: **+17,3%**



Evolução dos Proveitos de Aposento nas Unidades de Alojamento Turístico e dos Proveitos Médios de Aposento por Hóspede em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia (€10⁶)

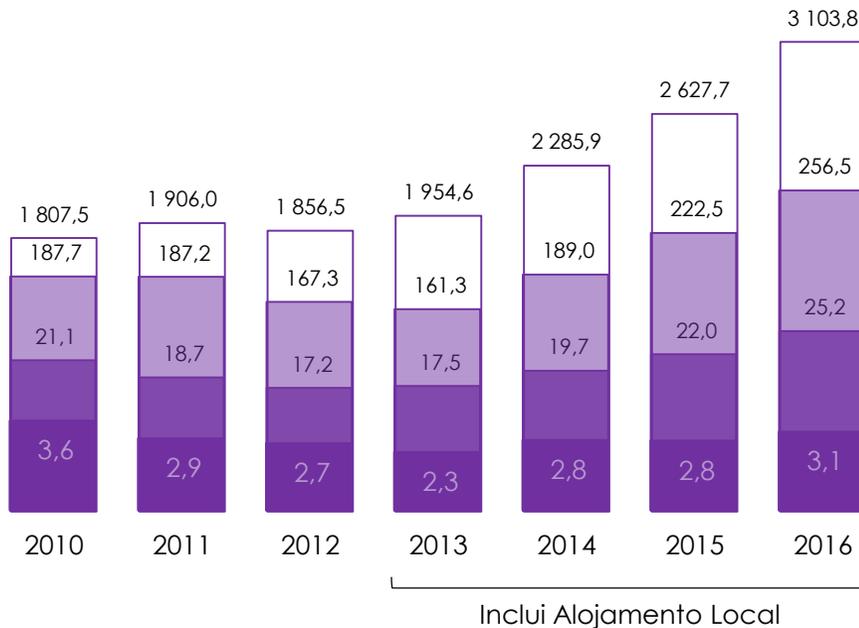
Fonte: INE (Anuários Estatísticos da Região Centro 2010/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15/ 16)

2016



Evolução dos Proveitos Totais nas Unidades de Alojamento Turístico e dos Proveitos Médios de Aposento por Hóspede em Portugal, na Região Centro, na Região de Aveiro e no Município de Anadia (€10⁶)

Fonte: INE
 (Anuários Estatísticos da Região Centro 2010/ 11/ 12/ 13/ 14/ 15/ 16)



Portugal

Δ 2016/05: **+71,7%**
 Δ 2016/15: **+18,1%**

Região Centro

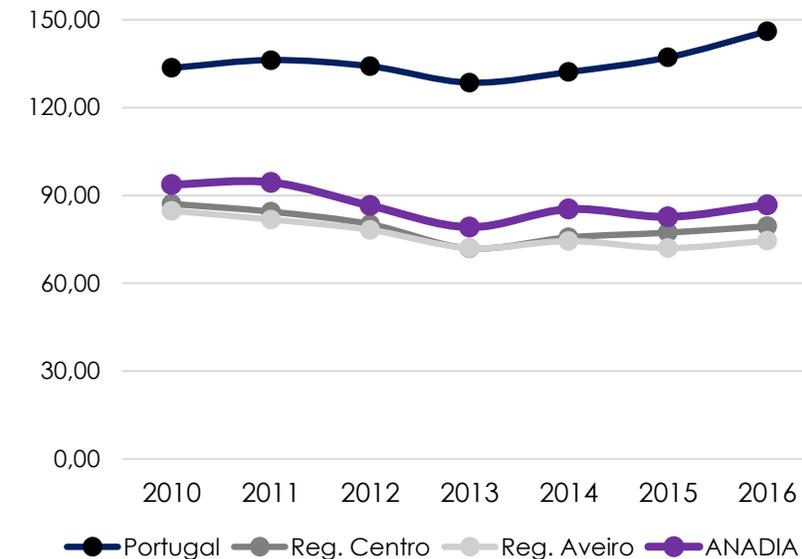
Δ 2016/05: **+36,7%**
 Δ 2016/15: **+15,3%**

Região de Aveiro

Δ 2016/05: **+19,4%**
 Δ 2016/15: **+14,9%**

Anadia

Δ 2016/05: **-12,4%**
 Δ 2016/15: **+13,1%**



Os proveitos de aposento e os proveitos totais gerados nas unidades de alojamento confirmam a importância económica deste subsetor. Em conformidade com os resultados apurados, verifica-se que os proveitos de aposento assinalaram um crescimento positivo generalizado para o período de 2010 a 2016, sendo que no município de Anadia, este indicador não acompanhou a tendência registada nas outras escalas territoriais em observação.

Esta constatação decorre do facto do primeiro ano em análise (2010) coincidir com o melhor ano turístico de sempre do município de Anadia. Não obstante, os resultados apurados para o último ano do período confirmam uma variação homóloga positiva, acompanhando os acréscimos registados no número de hóspedes e de dormidas nas unidades de alojamento do município.

A análise dos proveitos de aposento por hóspede denuncia uma diferença significativa dos valores apurados para a média nacional (sempre superiores a 90€ para o período em análise) e para os demais territórios, visto que os mesmos situam-se na ordem dos 55€ por hóspede. Neste âmbito, os resultados observados para o município de Anadia são ligeiramente superiores aos registados na região Centro e na região de Aveiro.

Relativamente aos proveitos totais por hóspede verifica-se igualmente uma diferença significativa dos resultados observados para a média nacional em comparação com as restantes escalas territoriais em análise, ainda assim, o município de Anadia regista melhor desempenho que a média registada na região de Aveiro.

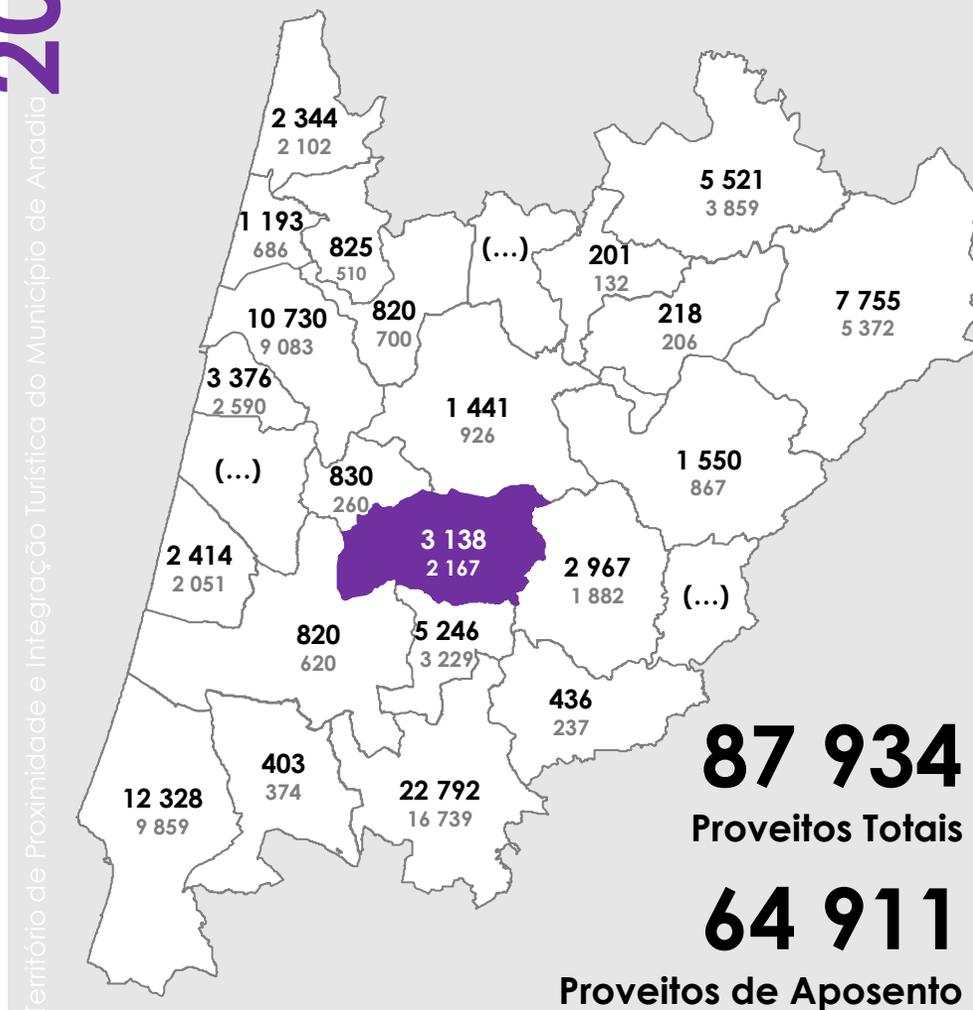
O 'território de proximidade e integração turística do município de Anadia', em 2016, registou cerca de 65 milhões de euros de proveitos de aposento e de 88 milhões de euros de proveitos totais nas unidades de alojamento turístico do território. Os municípios de Coimbra, de Aveiro e da Figueira de Foz assumem particular relevância no contexto regional, confirmando para estes indicadores monetários os resultados já evidenciados para os indicadores físicos, nomeadamente no que concerne ao número de hóspedes e de dormidas registados nas unidades de alojamento turístico.

No que se refere exclusivamente aos municípios que integram o 'coração' da Bairrada, para além do município de Anadia, destacam-se necessariamente os municípios da Mealhada (5,2 milhões de proveitos totais) e de Águeda (cerca de 1,4 milhões de proveitos totais), o que assinala também a vitalidade deste subsetor neste território.

2016

Proveitos Totais e de Aposento nas Unidades de Alojamento no Território de Proximidade e Integração Turística do Município de Anadia, por Municípios, 2016, (€10³)

Fonte: INE (Anuário Estatístico da Região Centro, 2016)

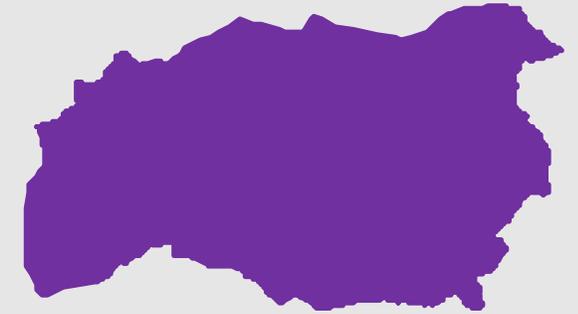


Recursos e Espaços Naturais

Património **Natural**

67

Recursos Turísticos Primários



II Paisagem Vinícola II

São Lourenço do Bairro, Paredes do Bairro e Ancas

II Lagoas II

Chispar de Cima, Torres, Paul de Ancas e Olho de Aguium

II Rios e Ribeiras II

Cértima, Levira e Serra

II Barragens e Albufeiras II

Gralheira, Saidinho e Porcão

II Área Florestal/ Zona Serrana II

Avelãs de Cima, Moita e Vila Nova de Monsarros

II Parques e Jardins II

Parque da Curia, Parques de Merendas, Parques Infantis

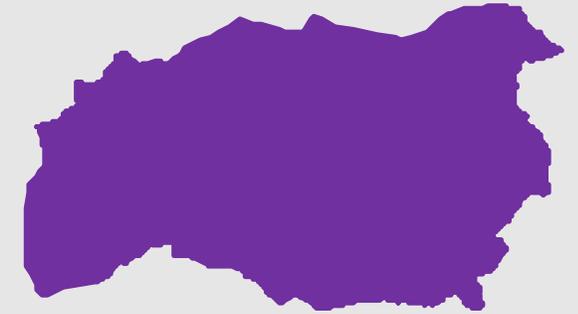


Património **Cultural**
(monumental, artístico e etnográfico)

Recursos e
Património
Cultural

283

Recursos Turísticos Primários



II Património Arqueológico II

Vestígios da Ocupação Romana

II Património Arquitetónico Religioso II

Igrejas e Capelas

II Edifícios de Valor Arquitetónico II

Palace Hotel da Curia, Estação Vitivinícola da Bairrada, Casas Senhorais

II Recursos Culturais Artísticos II

Espaços Museológicos, Museu do Vinho da Bairrada, Aliança Underground Museum

II Recursos Etnográficos II

Ranchos Folclóricos e Etnográficos, Artesanato, Tradições Locais

II Património Classificado II

Imóveis classificados

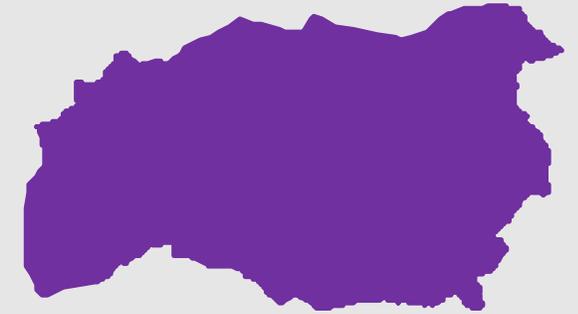


Infraestruturas e Equipamentos (desportivos, culturais e recreativos, lazer e negócios)

Desporto,
Cultura e
Negócios

151

Recursos Turísticos Primários



II Equipamentos Desportivos II

Complexo Desportivo, Centro de Alto Rendimento, Pavilhões Gimnodesportivos, Courts de Ténis

II Equipamentos Culturais II

Biblioteca Municipal, Centro Cultural, Cineteatro, Espaços Museológicos

II Equipamentos de Negócio II

Espaços, Auditórios e Salas para Reuniões, Conferências e Congressos

II Infraestruturas de Lazer e Recreio II

Campo de Golfe da Curia, Ciclovia da Curia, Percursos Pedestres



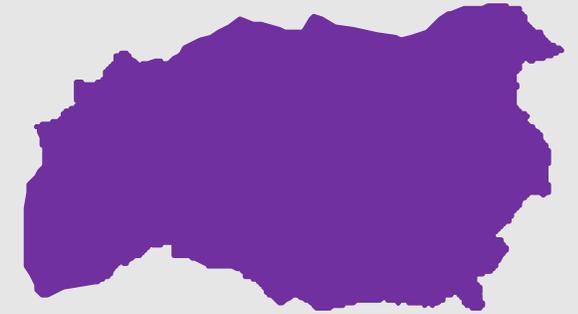
Iniciativas e **Eventos**

(desportivos, culturais e recreativos, religiosos e negócios)

Desportivos,
Recreativos e
Culturais

313

Recursos Turísticos Primários



II Eventos Desportivos II

Provas (nacionais e internacionais) de Ciclismo, Gym Sport, Calendários Nacionais e Regionais

II Eventos Culturais II

Programação do Cineteatro, Atividades da Biblioteca Municipal, Exposições Temporárias, Artes

II Eventos Recreativos II

Programa de Animação Termal, Feira de Artesanato e Velharias, Feira Medieval

II Eventos de Negócio II

Encontro com o Vinho e Sabores da Bairrada, Anadia Capital do Espumante

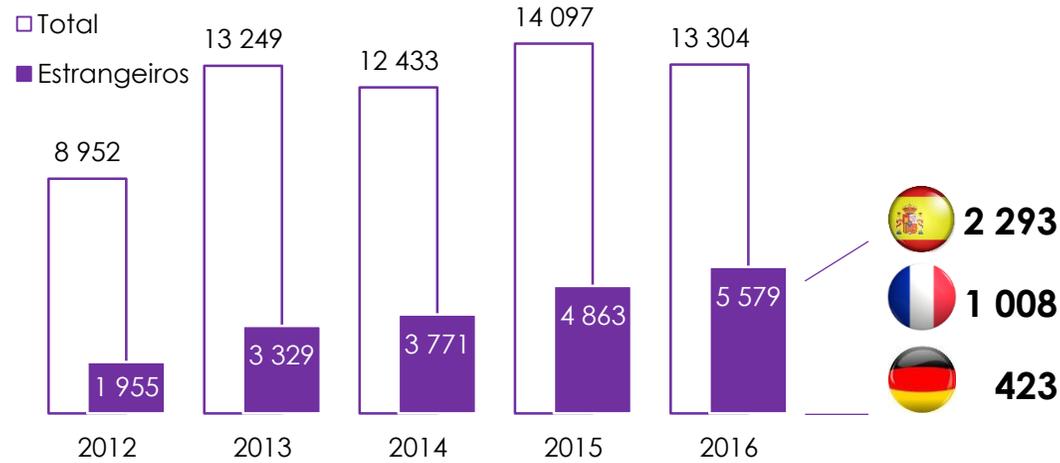
II Eventos Religiosos II

Festas Religiosas e Romarias

II Outros Eventos II

Anadia Fashion Night, Às Sextas na Praça

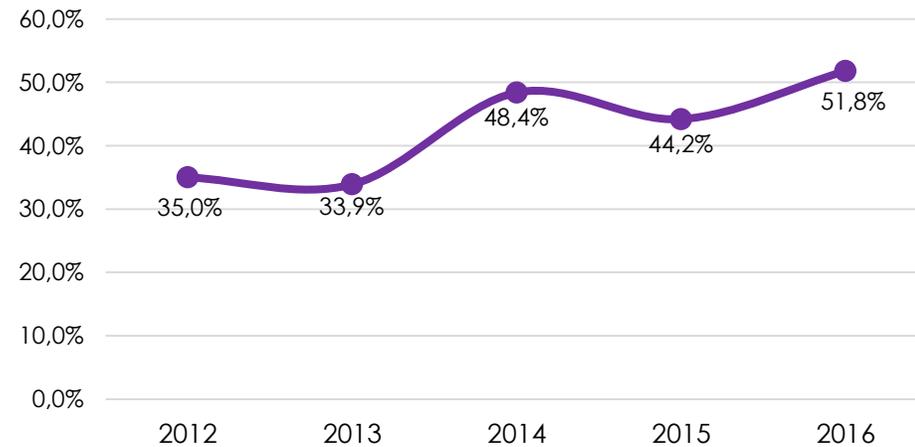




Total
 Δ 2016/12: **+48,6%**
 Δ 2016/15: **-5,6%**

Nacionais
 Δ 2016/12: **+10,4%**
 Δ 2016/15: **-16,3%**

Estrangeiros
 Δ 2016/12: **+185,4%**
 Δ 2016/15: **+14,7%**



Total
 Δ 2016/12: **+16,8 pp**
 Δ 2016/15: **+7,6 pp**

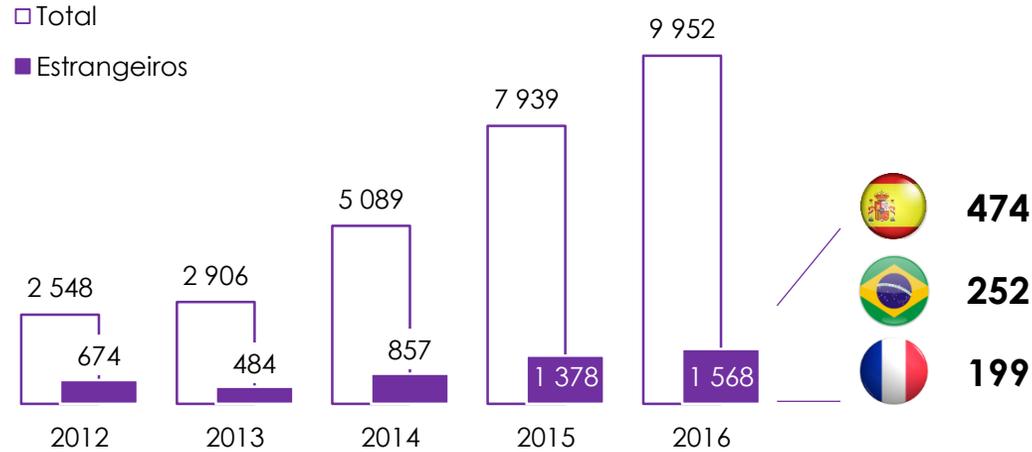


Evolução do Número de Visitantes, Nacionais e Estrangeiros, no Posto de Turismo da Curia, 2012 - 2016

Fonte: TCP

Evolução da Taxa de Sazonalidade no Posto de Turismo da Curia, 2012 - 2016

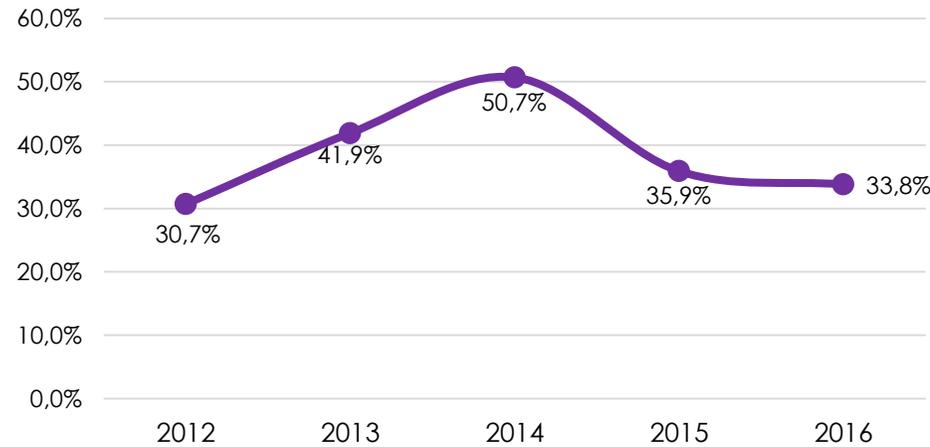
Fonte: TCP



Total
 Δ 2016/12: **+290,6%**
 Δ 2016/15: **+25,4%**

Nacionais
 Δ 2016/12: **+347,4%**
 Δ 2016/15: **+27,8%**

Estrangeiros
 Δ 2016/12: **+132,6%**
 Δ 2016/15: **+13,8%**



Total
 Δ 2016/12: **+3,1 pp**
 Δ 2016/15: **-2,1 pp**



Evolução do Número de Visitantes, Nacionais e Estrangeiros, no Espaço Bairrada, 2012 - 2016

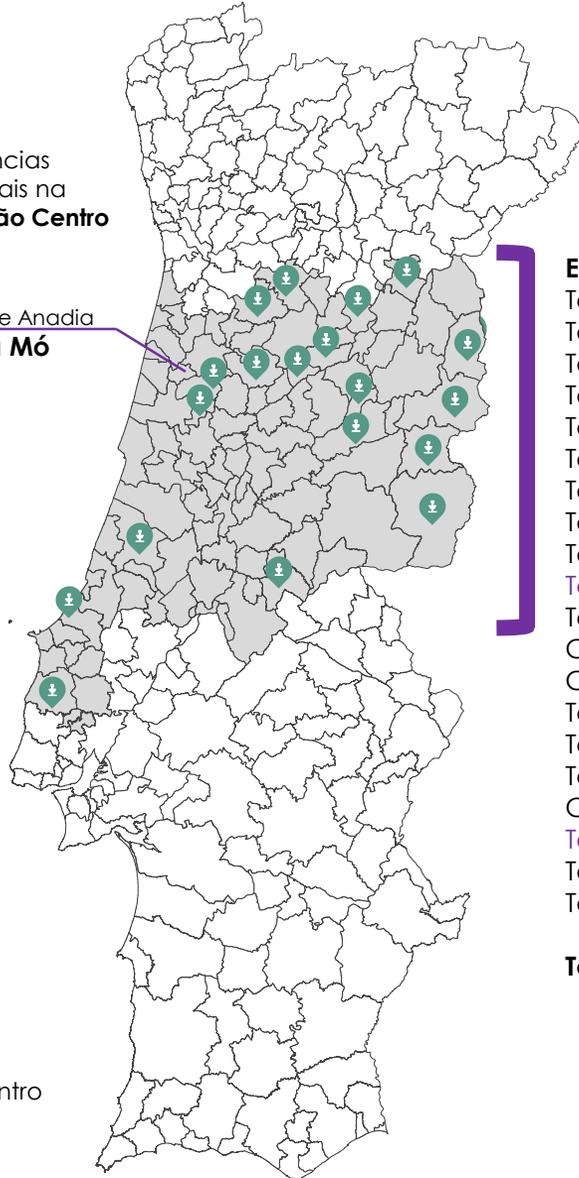
Fonte: Rota da Bairrada

Evolução da Taxa de Sazonalidade no Espaço Bairrada, 2012 - 2016

Fonte: Rota da Bairrada

20 Estâncias
Termais na
Região Centro

Estâncias Termais de Anadia
Curia e Vale da Mó



Estâncias Termais da Região

Termas do Cró	.18 159 (93,7%)
Termas de São Pedro do Sul	.15 955 (21,3%)
Termas da Longroiva	.05 543 (89,1%)
Termas da Felgueira	.04 542 (39,5%)
Termas do Luso	.03 593 (78,4%)
Termas de Almeida	.03 028 (74,1%)
Termas de Unhais da Serra	.02 888 (72,0%)
Termas de Monfortinho	.02 268 (57,2%)
Termas do Carvalho	.02 024 (36,5%)
Termas da Curia	.01 666 (35,7%)
Termas de Alcafache	.01 395 (00,0%)
Caldas da Cavaca	.00 701 (52,4%)
Caldas de Sangemil	.00 687 (09,9%)
Termas do Vimeiro	.00 558 (31,9%)
Termas da Ladeira de Envendos	.00 431 (51,3%)
Termas das Águas	.00 205 (00,0%)
Caldas de Manteigas	.00 181 (48,6%)
Termas do Vale da Mó	.00 092 (00,0%)
Termas de Monte Real	.00 000 (00,0%)
Termas das Caldas da Rainha	.00 000 (00,0%)

Total da Região Centro .63 916 (59,2%)

Frequência
Termal'2016



TERMAS CENTRO
by Termas de Portugal

Bem-Estar
Termal



Estâncias
Termais da
Região Centro

Frequência Termal
Global nas Estâncias
Termais da Região
Centro, 2016

Fonte: TP/ DGEG

Evolução do Número de Inscrições nas Estâncias Termais do Município de Anadia, Termalismo Clássico e Bem-Estar Termal, 2012 - 2016

Fonte: TP/ DGEG



Total

Δ 2016/12: **+1,9%**

Δ 2016/15: **+1,4%**

Termalismo Clássico

Δ 2016/12: **-18,8%**

Δ 2016/15: **-3,5%**

Bem-Estar Termal

Δ 2016/12: **+103,1%**

Δ 2016/15: **+12,5%**



Receitas Globais'2016



Termalismo Clássico

- Doenças Metabólico-Endócrinas,
- Cálculos e Infecções Urinárias
- Hipertensão Arterial
- Doenças Reumáticas e Músculo-Esqueléticas
- Doenças do Aparelho Circulatório

Bem-Estar Termal

- Relaxamento/ Anti-stress
- Beleza/ Estética
- Nutrição/ Emagrecimento/ Saúde



Termalismo Clássico

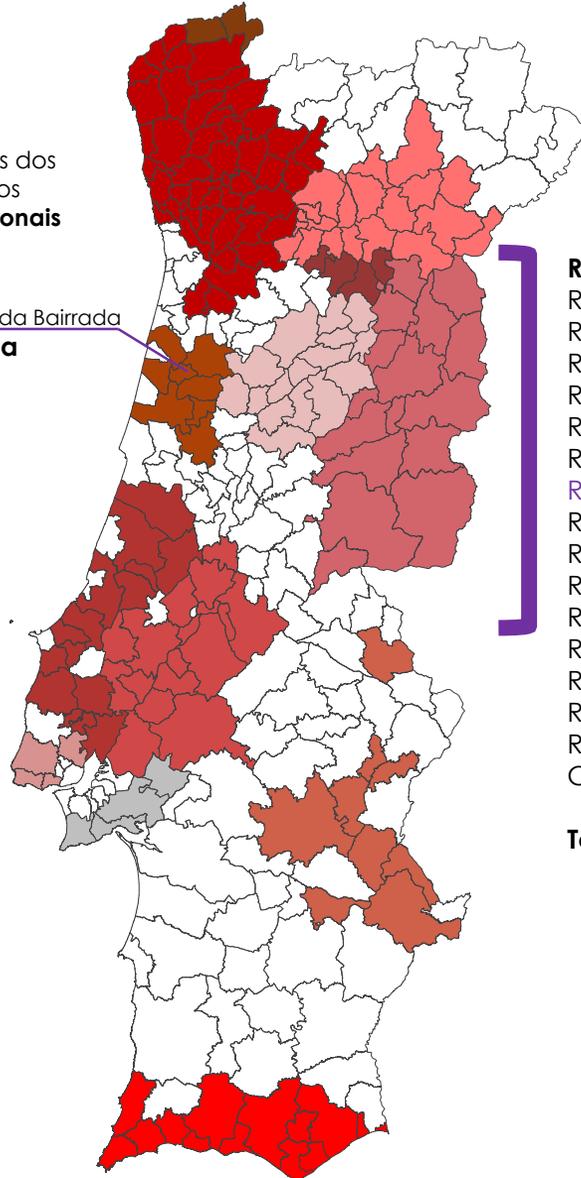
- Doenças do Sangue
- Doenças Gastro-Hepáticas

Receitas Globais das Estâncias Termais do Município de Anadia, 2016

Fonte: TP/ DGEG

15 Rotas dos Vinhos Nacionais

Região Vitivinícola da Bairrada
Rota da Bairrada



Rotas dos Vinhos Nacionais

Rota do Vinho Verde Alvarinho	.041,9 (34,4%)
Rota dos Vinhos Verdes	.138,7 (37,0%)
Rota do Vinho do Porto	.344,0 (81,1%)
Rota das Vinhas de Cister	.124,9 (84,6%)
Rota do Vinho da Beira Interior	.002,1 (49,3%)
Rota do Vinho Dão	.007,5 (47,0%)
Rota da Bairrada	.082,3 (19,0%)
Rota dos Vinhos de Lisboa	.031,5 (71,4%)
Rota dos Vinhos de BCC	.004,4 (49,9%)
Rota dos Vinhos do Tejo	.018,6 (34,0%)
Rota dos Vinhos da Pe. Setúbal	.160,7 (61,9%)
Rota do Vinho do Alentejo	.172,5 (55,8%)
Rota dos Vinhos do Algarve	.024,9 (89,5%)
Rota dos Vinhos da Ilha do Pico	.015,7 (65,2%)
Rota dos Vinhos da Madeira	.000,0 (00,0%)
Caves de Vila Nova de Gaia	1 017,4 (85,8%)

Total das Rotas Nacionais 2 194,3 (71,3%)

Procura Enoturística 2015 (10³)



Gastronomia e Vinhos (Enoturismo)

Mercado Externo



Número de Visitantes nas Adegas, Quintas e Caves Nacionais (Players Enoturísticos), 2015

Fonte: ARVP/ IDTOUR

[Players Enoturísticos da Bairrada]



Serviços e Facilities %

Loja	92
Sala de Provas	92
Sala de Eventos	75
Espaço Museológico	42
Restaurante	42
Alojamento	17
Outros	08

% Atividades Oferecidas

- 100** Venda de Vinhos
- 100** Visitas Guiadas às Instalações
- 92** Provas de Vinhos
- 67** Refeições Temáticas
- 50** Eventos Temáticos
- 50** Visitas Guiadas às Vinhas
- 17** Atividades de Animação Turística
- 08** Experiências Enoturísticas
- 08** Provas de Produtos Regionais



% Atividades Procuradas

- 92** Visitas Guiadas às Instalações
- 58** Provas de Vinhos
- 50** Venda de Vinhos
- 33** Refeições Temáticas
- 08** Visitas Guiadas às Vinhas
- 00** Atividades de Animação Turística
- 00** Eventos Temáticos
- 00** Experiências Enoturísticas
- 00** Provas de Produtos Regionais

ANADIA, Capital do Espumante
[Posicionamento Competitivo]



Gastronomia e Vinhos (Enoturismo)



Leitão à Bairrada
[7 Maravilhas da Gastronomia Nacional]

Perfil da Oferta
Enoturística da Região
da Bairrada (Players
Enoturísticos), 2015

Fonte: ARVP/ IDTOUR



Número de Visitantes' 2015

82 267

Visitantes (enoturistas)
△ 2015/14: **+17,9%**

19,0%

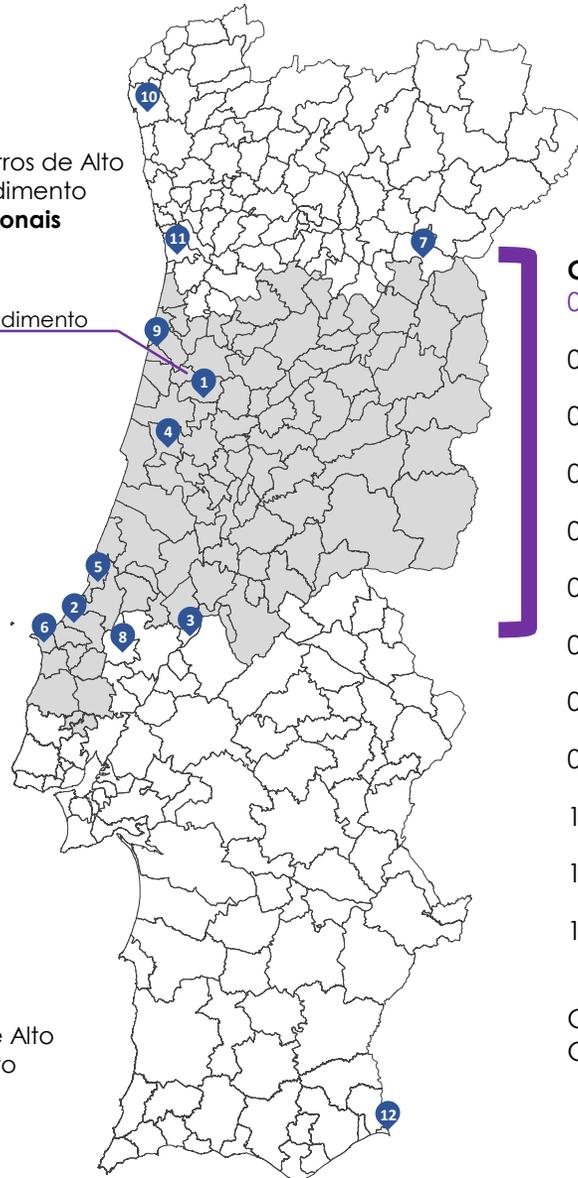
81,0%

Perfil da Procura
Enoturística na Região
da Bairrada (Players
Enoturísticos), 2015

Fonte: ARVP/ IDTOUR

12 Centros de Alto Rendimento Nacionais

Centro de Alto Rendimento
ANADIA



Centros de Alto Rendimento Nacionais

- 01. CAR Anadia
(Ciclismo, Esgrima, Ginástica, Judo)
- 02. CAR Caldas da Rainha
(Badminton)
- 03. CAR Golegã
(Hipismo)
- 04. CAR Montemor-o-Velho
(Canoagem, Natação, Remo, Triatlo)
- 05. CAR Nazaré
(Bodyboard, Longboard, Surf)
- 06. CAR Peniche
(Bodyboard, Longboard, Surf)
- 07. CAR Pocinho (Vila Nova de Foz Côa)
(Remo)
- 08. CAR Rio Maior
(Natação)
- 09. CAR São Jacinto (Aveiro)
(Bodyboard, Longboard, Surf)
- 10. CAR Viana do Castelo
(Bodyboard, Longboard, Surf)
- 11. CAR Vila Nova de Gaia
(Taekwondo, Ténis de Mesa)
- 12. CAR Vila Real de Santo António
(em análise)

Centro Desportivo Nacional do Jamor (Oeiras)
Cidade do Futebol (Oeiras)



Centros de Alto Rendimento Nacionais

Número de Centros de Alto Rendimento em Portugal, 2016

Fonte: Fundação do Desporto




município de anadia



06. Tendências Globais

Tendências Globais e Consequências para o Turismo

O conhecimento e compreensão das tendências globais constitui hoje uma importante ferramenta de apoio à decisão que as organizações, tendem a valorizar cada vez mais a par das tendências setoriais e internas. Para as nações, territórios, empresas ou clusters que pretendam assumir um papel proactivo a reforçar a sua competitividade e liderança quer nas áreas de desenvolvimento e/ou de negócios onde se posicionam, quer nos mercados que pretendem alcançar, a produção e avaliação das tendências assume particular relevância e consubstancia uma boa prática que induz à inovação.

Não obstante ao facto destas tendências globais representarem fenómenos exógenos ao ambiente interno das organizações, devem constituir um dos pressupostos de base no momento de avaliação de novos investimentos em infraestruturas, equipamentos, programas ou produtos/ negócios. Em particular, considerando os investimentos cujos impactos podem afetar a qualidade de vida das populações, a dinâmica económica e empresarial, ou a sustentabilidade económico-financeira da organização num determinado contexto de evolução e desenvolvimento.

O turismo é uma atividade humana (de pessoas para pessoas) e económica (gera riqueza, assente na prestação de serviços com valor pecuniário, prestados sobretudo por agentes privados que visam a rentabilidade e o lucro), de âmbito interdisciplinar, muito dependente de diversas atividades (económicas, sociais, ambientais, culturais e tecnológicas); apresenta por estas razões uma grande necessidade de monitorizar permanentemente as tendências para antecipar a introdução de inovações que possam determinar a competitividade e o sucesso das decisões. A inércia e o desconhecimento das evoluções poderá, ao invés, determinar o insucesso das políticas adotados ou dos novas negócios lançados.

Os destinos turísticos que procuram manter a liderança no mercado, ao nível da procura e da oferta, estão por isso a adotar cada vez mais o recurso à análise de tendências que transvazem a área do turismo. Desta forma, mantêm em alerta a capacidade de antecipar cenários negativos e de acelerar vantagens que se podem perspetivar.



Em Portugal, o contexto socioeconómico particularmente difícil conduziu à necessidade de diversas entidades introduzirem a análise de tendências nacionais e internacionais nos seus processos de planeamento. Constituem disso exemplos os documentos 'Turismo 2020 - Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal' e 'Estratégia Turismo 2027', apresentados pelo Turismo de Portugal em 2014 e 2017, respetivamente.

À data de elaboração do documento para o horizonte 2014-2017, Portugal estava em fase de resolução do processo da intervenção externa pela TROIKA, iniciado em 2011. Nestes cenários de crise e de restrições orçamentais, a análise de tendências assume particular importância dada a ponderação que importa assegurar ao nível dos investimentos que podem ficar condicionados pelo comportamento dos mercados. Efetivamente, a contenção observada no investimento público, a par da forte contração do consumo privado, impulsionada pelo aumento significativo do custo de vida das famílias (aumento dos preços dos serviços basilares: água, gás, eletricidade, e outros produtos do 'cabaz família' devido ao ajustamento da taxa de IVA), contribuiu para a desaceleração económica nacional com impacto na procura interna.

No entanto, as políticas adotadas a partir de 2014 contribuíram para a retoma ténue do ciclo de crescimento económico do país, e consecutivamente para a retoma paulatina do mercado interno (devido aos ligeiros aumentos no rendimento disponível das famílias, associado ao ainda 'baixo custo do dinheiro'), uma tendência inscrita em cenários e metas que Portugal soube no geral cumprir, contribuindo para o crescimento que se assiste.

Num processo de construção de políticas e programas de ação para o turismo num dado território torna-se muito relevante o conhecimento sobre o comportamento dos principais indicadores críticos para este setor. Importa ainda monitorizar regularmente estes indicadores para avaliar a evolução dos cenários e das metas estabelecidas, bem como rever as conclusões a retirar.

Assim, apresentam-se de seguida um conjunto de tendências (demográficas e socioculturais, económicas, ambientais, tecnológicas e dos transportes) observadas a nível nacional e internacional, em áreas críticas para a compreensão do comportamento dos consumidores e as respetivas implicações na atividade do turismo, apresentadas para o período de 2015-2020.



DEMOGRÁFICAS E
SOCIOCULTURAIS

- ❑ Envelhecimento acelerado populacional (baixo índice de natalidade)
- ❑ Diminuição da dimensão do agregado familiar
- ❑ Preocupações crescentes com a saúde, alimentação e bem-estar
- ❑ Crescimento da classe média em economias emergentes
- ❑ Crescentes preocupações sociais e ambientais por parte dos consumidores
- ❑ Evolução e modificação dos gostos, necessidades e preferências dos consumidores
- ❑ Procura por experiências únicas e verdadeiras (as experiências de viagens anteriores influenciam as opções de viagens futuras)



CONSEQUÊNCIAS PARA O TURISMO

- ❑ Short and city breaks mais frequentes ao longo do ano conduzem ao desenvolvimento de novas experiências e eventos na época baixa
- ❑ Procura de serviços de saúde (médicos e estéticos) em países com custos mais acessíveis, com infraestruturas e condições naturais propícias para o bem-estar (novos destinos)
- ❑ Procura por produtos de bem-estar, fitness, antistress, retiros espirituais, boot-camps
- ❑ Tendência para destinos considerados mais benéficos para a saúde (preocupação com a saúde e o bem-estar)
- ❑ Interesse pelo turismo cultural e programas específicos segmentados para diferentes públicos (ex., turismo sénior)
- ❑ Procura de férias mais ativas e turismo de aventura

Fonte: IDTOUR (2018)



CONSEQUÊNCIAS PARA O TURISMO

- ❑ Ambiente global mais competitivo e turistas mais atentos ao rácio qualidade-preço
- ❑ Economias emergentes dão lugar ao aparecimento de novos destinos e de novos mercados emissores
- ❑ Globalização aumenta as expectativas de viagens dos mais jovens, o que exige a disponibilização de informação e serviços de qualidade, através dos meios de comunicação de vanguarda
- ❑ Dificuldade em fidelizar os visitantes a destinos e marcas, devido à tendência para estes diminuírem o seu número de visitas repetidas e à procura de novas experiências e produtos noutros destinos
- ❑ Globalização conduz ainda ao aumento das viagens a familiares e amigos (VFR) e dos intercâmbios entre estudantes

- ❑ Globalização continuada da produção e do consumo de bens e serviços
- ❑ Crescimento do rendimento per capita nos países mais desenvolvidos
- ❑ Surgimento e crescimento de novos mercados de dimensão global
- ❑ Intensificação dos acordos de mercado e remoção de barreiras às transações internacionais
- ❑ Forte expansão do PIB a preços correntes, entre 1990 e 2018, das economias indiana e chinesa
- ❑ Aparecimento de novos mercados contribuirá para as economias em transição (Europa Central e de Leste) e em desenvolvimento (Ásia e Sul da Ásia)



- ❑ Alterações climáticas profundas
- ❑ Maiores preocupações ambientais por parte das comunidades, organizações e instituições (públicas e privadas)
- ❑ Adoção de boas práticas ambientais, valorização da reciclagem e desenvolvimento de mecanismos e sistemas para a eficiência energética
- ❑ Proliferação da certificação ambiental
- ❑ Contínua necessidade de racionalização dos recursos e desenvolvimento e maior utilização de energias alternativas
- ❑ Aumento de normas de regulamentação ambiental



CONSEQUÊNCIAS PARA O TURISMO

- ❑ Erosão costeira que causa forte impacto nos destinos de sol e praia
- ❑ Alterações nos fluxos turísticos com um aumento da procura em épocas baixas
- ❑ Aumento dos custos de manutenção e operação de atrações turísticas naturais (ex., praias, estâncias de neve, rios)
- ❑ Maior consciência ambiental por parte dos turistas (valorização dos destinos sustentáveis)
- ❑ Aumento da procura por atividades associadas ao turismo de natureza e conseqüente aparecimento de produtos mais sofisticados e segmentados neste segmento
- ❑ Tendência para maior procura de produtos naturais e/ou biológicos
- ❑ Alteração e adaptação das estratégias de gestão e de marketing às questões ambientais

Fonte: IDTOUR (2018)



CONSEQUÊNCIAS PARA O TURISMO

- ❑ Maior controlo exercido pelos turistas, devido à crescente possibilidade de comparação de preços e produtos
- ❑ Uso das tecnologias em viagem através de plataformas digitais para consulta de informação e compra de produtos turísticos e culturais online
- ❑ A procura antecipada de informação sobre serviços, viagens, entre outros, aumenta o conhecimento prévio e, consequentemente, as expectativas sobre esses serviços e destinos
- ❑ Crescente desintegração das vendas através dos canais online de distribuição (desintermediação da operação)
- ❑ Acréscimo da procura por ofertas criativas e interativas, onde o consumidor é simultaneamente produtor, ator e espectador

- ❑ Crescente importância da Internet como canal de comunicação, informação e comercialização de bens e serviços
- ❑ Disponibilização de mais e melhor informação ao nível global
- ❑ Aparecimento de novos canais de comunicação e sistemas de reserva e de pagamento
- ❑ Automatização crescente das operações e processos de gestão, produção e consumo
- ❑ Crescente importância da conectividade e das redes digitais
- ❑ Preponderância crescente do marketing digital
- ❑ Democratização progressiva do acesso à cultura, assente na partilha de conteúdos online



- ❑ Desenvolvimento de combustíveis e energias alternativas mais económicos
- ❑ Surgimento de soluções de transportes mais sustentáveis
- ❑ Contínuo aumento da presença das companhias aéreas de low-cost em aeroportos secundários
- ❑ Crescente surgimento de novas rotas aéreas (redes de mobilidade aéreas à escala global)
- ❑ Investimento em comboios de alta velocidade, resultando em preços mais reduzidos, maior velocidade e melhor serviço
- ❑ Evolução tecnológica e aumento da segurança nas vias marítimas, e crescente oferta de portos marítimos para cargas e pessoas com excelentes condições operacionais



CONSEQUÊNCIAS PARA O TURISMO

- ❑ Aparecimento de novos destinos devido ao desenvolvimento das acessibilidades e soluções de transportes
- ❑ Surgimento contínuo de novos mercados de visitantes para segmentos da procura /ex., cruzeiros)
- ❑ Mudanças nos padrões das viagens em consequência do desenvolvimento das companhias low-cost
- ❑ Para viagens curtas, a via ferroviária será um forte competidor com as companhias aéreas
- ❑ Reordenamento turístico progressivo dos centros urbanos com aumento das limitações de circulação de autocarros, potenciando as plataformas intermodais
- ❑ Implementação de mais e maiores terminais de cruzeiros, devido à procura crescente deste segmento de turismo

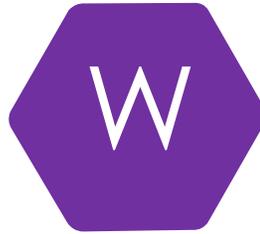
Fonte: IDTOUR (2018)



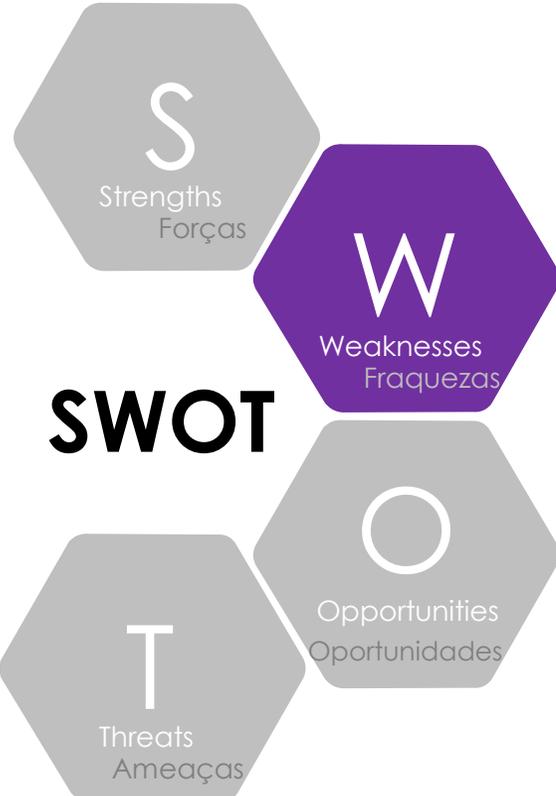
S FORÇAS



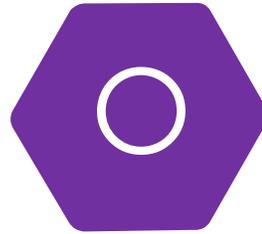
- ❑ Localização estratégica do município entre três importantes polos urbanos e empresariais da região Centro: Aveiro, Coimbra e Viseu;
- ❑ Proximidade à rede de autoestradas nacional e ao aeroporto do Porto;
- ❑ Especialização económica da região centrada na produção vitivinícola, nas indústrias da cerâmica e das bicicletas, e no turismo;
- ❑ Integração na 'Região Demarcada da Bairrada', e afirmação da identidade cultural enogastronómica 'Bairradina' (vinhos e leiteão);
- ❑ Especialização económica e produtiva, e afirmação dos atributos identitários, através da marca 'Anadia, Capital do Espumante';
- ❑ Existência de excelentes unidades enoturísticas, e crescente oferta de serviços e experiências de elevada qualidade;
- ❑ Importância da marca 'Curia', da história e da qualidade da água termal, como elemento identitário de grande relevância;
- ❑ Existência de espaços, equipamentos e serviços de excelência para eventos, nomeadamente para as atividades cicláveis;
- ❑ Acolhimento e realização de eventos desportivos com projeção nacional e internacional;
- ❑ Capacidade da oferta hoteleira instalada confere relevância ao destino no panorama da região Centro, de Aveiro e da Bairrada;
- ❑ Existência de formação técnica especializada orientada para o setor do turismo, no município e na região envolvente;
- ❑ Pró-atividade dos agentes do município para o associativismo e trabalho em rede em diferentes escalas (local, regional, nacional e internacional).



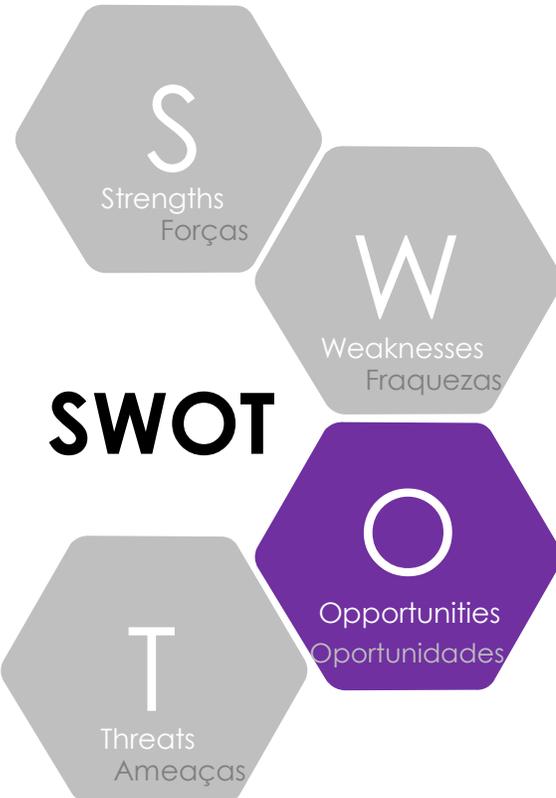
FRAQUEZAS



- ❑ Anadia e região da Bairrada entendidas como ponto de passagem e visita, e não como destino de estada prolongada de lazer;
- ❑ Legibilidade cultural, económica e turística da marca 'Anadia' pouco reconhecida, em processo de construção;
- ❑ Estado de conservação do património termal e do parque das termas da Curia, e desaproveitamento do potencial turístico;
- ❑ Sinalização turística do município;
- ❑ Proposta de valor da oferta hoteleira com necessidade de reposicionamento face às tendências da procura;
- ❑ Taxa de ocupação da hotelaria do município face às médias registadas na região Centro e na região de Aveiro;
- ❑ Oferta de agentes e atividades de animação turística, e de agências de incoming (DMCs) sedeadas em Anadia e na Bairrada;
- ❑ Modelo de programação da animação termal para a Cúria;
- ❑ Expressão dos eventos com potencial de atração/fixação turística, e alcance da promoção internacional/ nacional;
- ❑ Atravessamento rodoviário do município entre a Malaposta e a Mealhada através da EN1/ IC2, e ligação à A1;
- ❑ Conservação de alguns imóveis públicos e privados com relevante interesse patrimonial identitário a merecer salvaguarda e revitalização urgente (estação vitivinícola, caves, edifícios de arquitetura civil tradicional portuguesa ou bairradina).

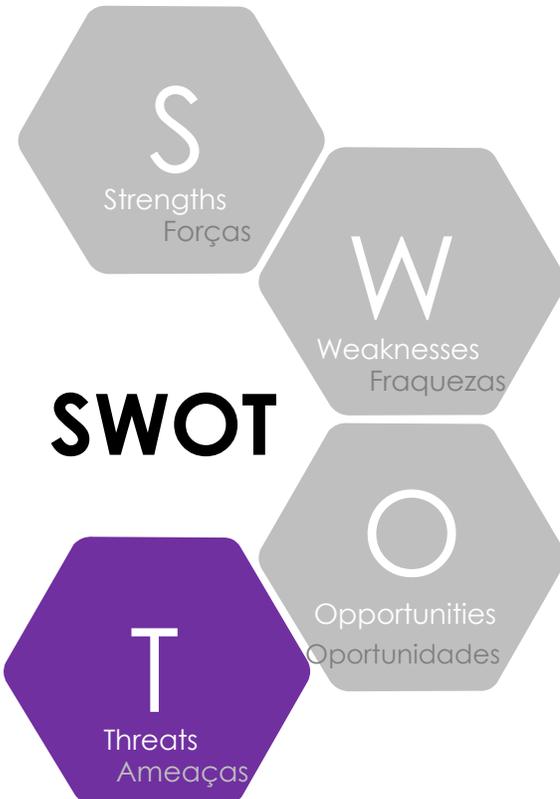


OPORTUNIDADES



- ❑ Tendência internacional de crescimento da procura turística com impacto na procura global de produtos turísticos consolidados (pe. turismo cultural, turismo de negócios e eventos, e turismo de saúde e bem-estar) e de produtos emergentes em consolidação (pe. turismo gastronómico, enoturismo, turismo de natureza e ar-livre, e turismo médico);
- ❑ Promoção e afirmação internacional da excelência do destino 'Portugal' assente em fatores distintivos como o clima, a gastronomia e o vinho, e a qualidade do alojamento e serviços de apoio ao turista;
- ❑ Expansão das operações aéreas low-cost no Porto, e crescimento da procura dos mercados de proximidade aérea - centro e norte da Europa (pe. França, UK, Benelux, ...) tenderá a potenciar crescentemente a procura nas regiões Centro e Norte;
- ❑ Inovação global do termalismo, e reposicionamento das atividades e dos serviços alinhados com novas propostas de saúde e bem-estar;
- ❑ Adoção do turismo criativo por atividades industriais, empresariais e artísticas para valorização dos produtos, das marcas e das artes;
- ❑ Contexto económico e social favorável à regeneração urbana e recuperação de imóveis, e aproveitamento turístico-cultural destes;
- ❑ Proliferação dos canais online de distribuição, comercialização e promoção, e conseqüente segmentação do mercado;
- ❑ Integração do CAR Anadia na rede nacional dos CARs e promoção internacional conjunta;
- ❑ Alinhamento da estratégia de produtos com a estratégia do 'Turismo do Centro de Portugal' (TCP) e do Turismo de Portugal (TP);
- ❑ Programas de incentivos comunitários e nacionais (Portugal 2020, TP), e apoio ao empreendedorismo jovem associado ao turismo.

T AMEAÇAS



- ❑ Tendência para o mercado enoturístico procurar regiões vitivinícolas com maior notoriedade devido a marcas/ regiões internacionalizadas;
- ❑ Desenvolvimento e/ou afirmação de novos destinos turísticos na região podem desviar os empreendedores e o investimento;
- ❑ Capacidade dos turistas compararem preços e verificarem as avaliações de outros consumidores colocam desafios à qualificação da oferta;
- ❑ Estabilização das estadas médias dos turistas em Portugal devido às boas ligações aéreas em low-cost;
- ❑ Pacificação do clima de conflito internacional em diversas geografias que afetaram os destinos concorrentes (Norte de África, Sul da Europa);
- ❑ Inexistência de um organismo sub-regional com estrutura profissional para o apoio ao desenvolvimento e integração de produtos turísticos;
- ❑ Reduzido nº de empresas de animação na Bairrada e de agências de incoming (DMCs, recetivos e PCOs) na região, enfraquece a presença da Bairrada nos circuitos nacionais e internacionais da captação turística;
- ❑ O perímetro florestal do município e o risco de incêndio que o território nacional apresenta;
- ❑ As alterações do padrão de consumo dos segmentos da procura de bem-estar e a suscetibilidade às novas tendências de lifestyle.




município de anadia



08.

Estratégia de Desenvolvimento

08.1. Introdução

O plano estratégico para o setor do turismo no concelho de Anadia – PEDT.Anadia 2027 - constitui um quadro de referência para a atuação da autarquia em articulação com os agentes e parceiros do território; é, por essa razão, um documento que visa promover a reflexão e os consensos necessários para nortear as ações individuais e coletivas a concretizar ao longo do seu período de vigência, não podendo ser entendido como um fim em si mesmo, nem condicionar a execução de outras soluções para além daquelas que o documento apresenta, desde que estas cumpram o desígnio de gerarem mais impactos e benefícios para o concelho.

Durante o processo de realização dos estudos de base e do plano propriamente dito, as prioridades e os eixos de intervenção preconizados foram entendidos como os mais relevantes para o sucesso turístico global do território. Esta evidência decorre ainda da análise de diversos documentos estruturantes e regulamentares do município, a auscultação alargada dos agentes locais, a análise do contexto macro-político e social, da conjuntura macro-económica, das tendências nacionais e internacionais, bem como da observação das dinâmicas de Anadia, da Bairrada, da região Centro, e em Portugal no geral.

O turismo é uma atividade muito exposta a fatores exógenos – sobretudo para ‘países periféricos’ como Portugal, muito dependente dos transportes aéreos – os quais os DMOs nacionais e regionais têm naturais limitações para determinar ou controlar, podendo contudo, com o apoio das autarquias e demais parceiros, procurar antecipar, prevenir ou mitigar as consequências mais negativas para as atividades turísticas, através de acordos, subsídios, ou do exercício da influência sobre os decisores, mas também pela capacidade de inovar e qualificar a oferta dos territórios potenciando a sua atratividade, papel em que as autarquias assumem particular destaque.

Este documento assume-se assim como um ‘farol’ para a atuação não só do município, como dos parceiros e agentes que procuram o concelho de Anadia para realizarem os seus investimentos e/ou dinamizarem atividades turísticas. O PEDT.Anadia 2027 assume-se ainda como um guião de trabalho para os diferentes departamentos que irão contribuir para a prossecução deste plano no horizonte 2027, o qual preconiza um modelo de atuação integrado muito

ambicioso e inovador, capaz de produzir alterações relevantes ao nível da qualificação e reinvenção da oferta instalada.

É por tudo isto um plano exigente, muito dependente do trabalho realizado em rede com as entidades parceiras, que pretende relançar o concelho para um novo futuro ao nível do turismo, contribuindo para aumentar a visibilidade, notoriedade e valorização dos polos de atratividade, das marcas identitárias identificadas e dos produtos a ela associados, afirmando o território e as experiências que melhor retratam e posicionam o valor e os argumentos turísticos do concelho.

LINHAS DE CONCRETIZAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO:

- O plano estratégico deverá ser operacionalizado através da elaboração de ‘planos de ação bienais’ os quais constituem oportunidades para repensar as prioridades e avaliar a evolução das metas definidas;
- As prioridades definidas devem ser debatidas e consensualizadas, e devem ser revistas e alteradas sempre que ocorram circunstâncias exógenas e endógenas que o justifiquem;
- A revisão das prioridades e dos programas de intervenção (os ‘caminhos’) deve ter em consideração as opções e o trabalho em curso ao nível da Região de Aveiro e da Região Centro, alinhando opções e estratégias, e trabalhando em projetos que interliguem a economia turística de mais concelhos;
- A definição de uma estrutura de missão interna e a garantia de alocação de recursos (financeiros e humanos) adequada aos objetivos definidos e aos projetos a implementar;
- As decisões de aprovação, licenciamento e implantação de novos projetos devem ter em consideração a avaliação da respetiva sustentabilidade económica, social e ambiental dos próprios projetos e do território, bem como a garantia da acessibilidade inclusiva que deve ser assegurada a todas as pessoas em todos os equipamentos e serviços do concelho
- A seleção de mercados deve ser feita no âmbito da elaboração dos planos de ação, a definir com os parceiros para cada produto estratégico.

08.2. Princípios de Atuação e Fatores Críticos para o Sucesso

As autarquias têm vindo a assumir um papel cada vez mais preponderante no desenvolvimento do turismo, na atração de visitantes e de novos públicos ao seu território e na captação/atração de novos investimentos, serviços e atividades. Esse trabalho pode ocorrer internamente ao nível das diferentes áreas funcionais de atuação das autarquias, as quais genericamente se podem dividir em áreas com influência direta ou indireta face à sua relevância para a persecução dos objetivos de dinamização turística dos seus territórios:



Assim, a definição de um quadro de intervenção das autarquias para o turismo deve ainda ter em consideração as limitações da sua atuação, a qual, devido ao âmbito e natureza dos serviços públicos, prioriza sobretudo a resposta às necessidades dos residentes e aos desafios das empresas instaladas, desígnios estes que estão inscritos no regime jurídico das autarquias que regula e delimita o seu funcionamento, a estrutura (política e técnica), as regras subjacentes ao investimento e ao financiamento, bem como a realização de despesas.

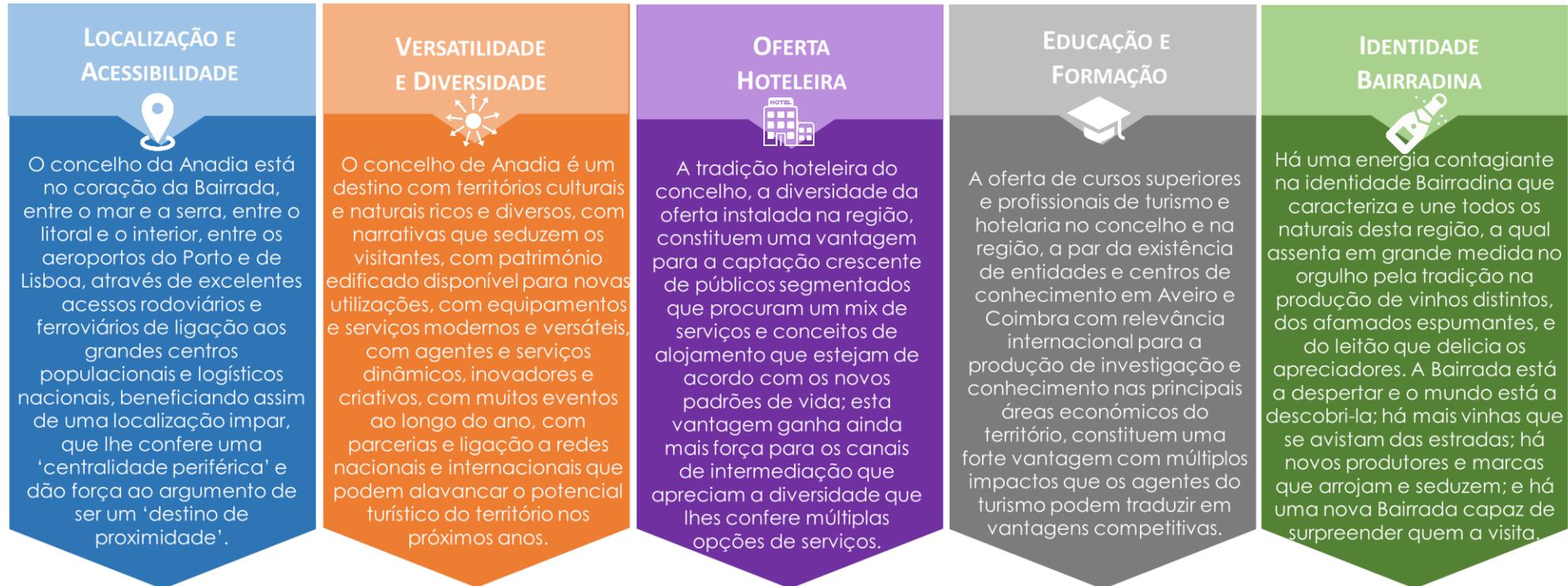
O trabalho a desenvolver pelas autarquias ao nível do apoio e incentivo ao setor do turismo não se esgota nas suas funções internas pois este pode e deve ser realizado em parceria com diferentes entidades, sobretudo com todos os agentes que operem serviços e atividades turísticas no território com vista à captação de clientes ou públicos nos diferentes mercados de aposta.

Tendo em consideração estes princípios de atuação, importa sinalizar alguns fatores críticos que podem vir a definir o sucesso deste plano estratégico para o turismo do concelho de Anadia, nomeadamente:

- **Garantia da sustentabilidade económico-financeira** dos projetos inscritos nos programas de intervenção face ao orçamento anual da autarquia.
- **Envolvimento da comunidade** em projetos com impacto direto na qualidade de vida dos residentes.
- **Introdução de fatores de inovação nos recursos turísticos associados aos 'patrimónios do vinho'**, que afirmam a marca 'Anadia, Capital do Espumante' e sustentam o papel do município na marca 'Bairrada'.
- **Reinvenção da marca Curia**, e capacidade de trabalhar de forma integrada e comprometida para o reforço da atratividade deste importante 'pólo turístico' do concelho e da região.
- **Definição de uma estrutura de governança**, com a **adoção de processos participados de monitorização das metas** com os parceiros, com vista a estreitar a cooperação com os agentes locais para permitir a reflexão sobre a visão e os objetivos estratégicos, e assim proceder à revisão dos programas de intervenção (PIs) sempre que se justificar.
- Definição de um modelo partilhado para o financiamento do esforço de **captação de eventos desportivos internacionais**, aberto aos agentes que pretendam participar.
- **Funcionamento de uma estrutura operacional permanente**, vocacionada e preparada para prestar serviços de elevada qualidade de âmbito internacional, alocada e dimensionada à escala da ambição preconizada no plano, devidamente articulada com os parceiros.
- **Reforço das parcerias e das ações articuladas com os agentes locais e regionais** representativos das fileiras empresariais do concelho, do setor ou com vocação/ potencial para o turismo.

A não verificação destes fatores deverá conduzir a uma reflexão entre os parceiros sobre os cenários alternativos de solução que permitam definir novos programas de intervenção ou projetos mais relevantes para os objetivos estabelecidos.

08.3. Fatores Competitivos... traduzem a capacidade do concelho afirmar os atributos distintivos e o seu posicionamento, onde a combinação de todos os fatores diferenciadores contam para a construção de uma proposta de valor única, impossível de copiar



08.4. Visão Estratégica para o Turismo do Município de Anadia // Horizonte 2027

O QUE OFERECER?

2 a 4
anos

2020/ 22

valorizar e promover ...

- ... eventos e experiências ancoradas nas marcas '**Bairrada**', '**Curia**', '**Anadia**' e '**Velódromo**'
- ... propostas de saúde e bem-estar que apelam ao romance, à saúde e à revitalização através da **água termal e das atividades de ar-livre**
- ... experiências criativas e culturais, de celebração e reencontro, através dos **vinhos e da gastronomia, do desporto, das artes, das tradições e das memórias**
- ... qualidade e profissionalismo no acolhimento a **eventos desportivos e empresariais**.

O QUE GARANTIR?

4 a 6
anos

2022/ 24

reinventar/ introduzir, estruturar e reposicionar ...

- ... o mix de experiências integradas assente nas marcas identitárias '**Curia**' e '**Vale da Mó**'
- ... a proposta de valor do '**Velódromo Nacional**' em Sangalhos e do **Complexo Desportivo**
- ... as **ofertas culturais, criativas e artísticas** de base local

dinamizar e potenciar ...

- ... desenvolvimento de projetos **em parceria** com **redes e plataformas colaborativas nacionais e internacionais**, com vista à promoção e notoriedade dos produtos turísticos com maior potencial de dinamização económica, social e cultural do território.

COMO SER RECONHECIDO?

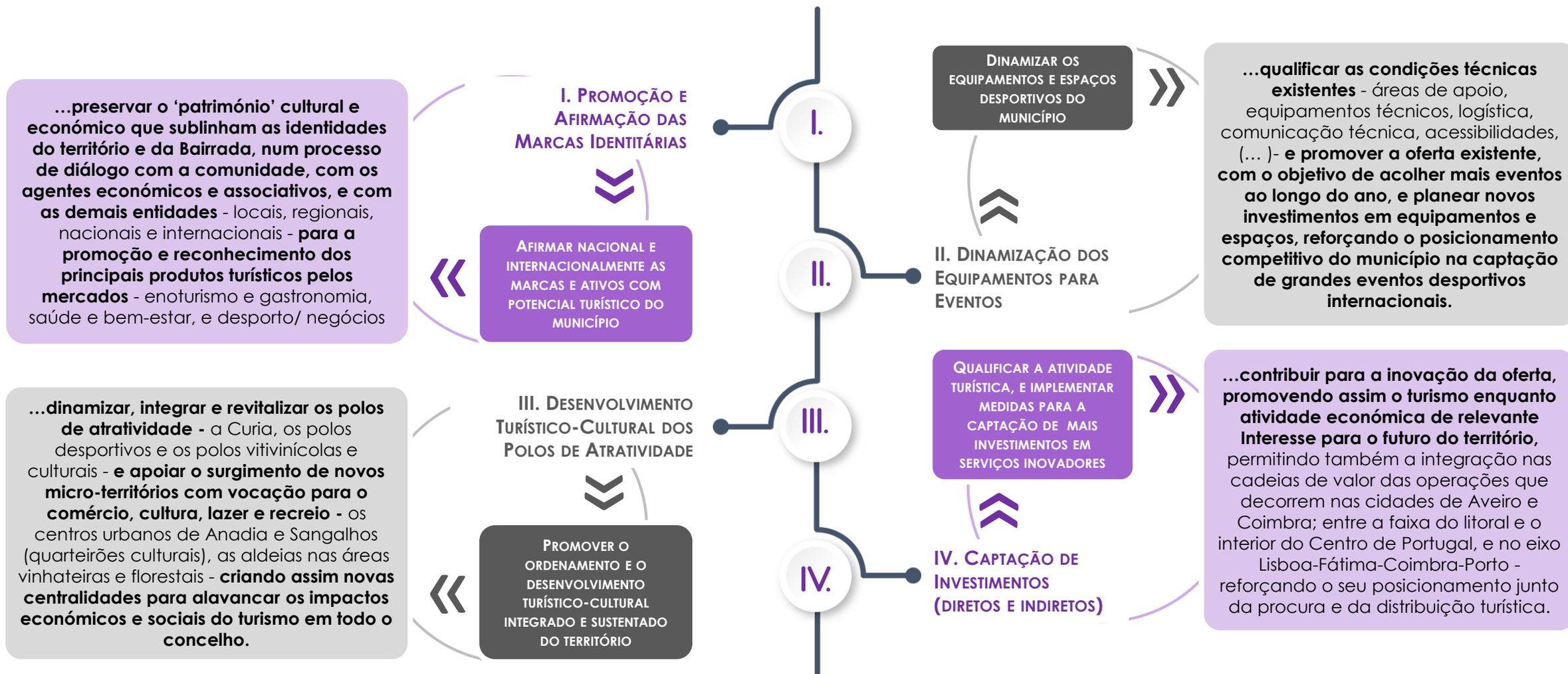
6 a 10
anos

2027 ...

consolidar, afirmar e projetar o município de Anadia ...

- ... **destino enogastronómico** de excelência, diversificado, criativo e inclusivo no **Centro de Portugal**, ancorado nos atributos das marcas **Bairrada** e **Curia**, pontificado pelo património identitário – o **espumante**, a **casta бага**, as **caves**, o **leitão** e as **termas** – que lhe conferem uma dimensão e notoriedade internacional.

08.5. Objetivos Estratégicos para o Turismo



08.6. Produtos Turísticos Prioritários... decorrem dos fatores competitivos e identitários, do reforço da qualificação, dinamização e promoção, e da captação de novos investimentos públicos e privados.

- Desígnios
- Áreas de Produção Turística
- Produto(s)
- Motivações
- Agentes
- MARCAS E ATIVOS CENTRAIS
- Recursos e Serviços



A tradição termal da Curia e de Vale da Mó constitui um dos mais importantes ativos turísticos do concelho de Anadia. É ao termalismo que se deve o surgimento da oferta hoteleira diversificada e de grande qualidade que se ergueu ao redor das Termas e do Parque da Cúria a partir dos anos 20, e cuja notoriedade e glamour ultrapassava fronteiras, traço distintivo que se perpetuou até ao presente e que importa reinventar e reposicionar.

O Parque da Curia – um magnífico jardim de época, localizado no coração da Bairrada – constitui um baluarte da região que é, também, um reduto de memória coletiva da comunidade a qual anseia pela sua salvaguarda e revitalização.

As tendências internacionais ditam o ressurgimento do termalismo em novos formatos e produtos ancorados em propostas de valor que enfatizam o lazer e o bem-estar em detrimento do valor 'curativa' das águas, apesar deste património, pelas suas inegáveis qualidades para a saúde, ainda se manter como âncora para uma nova atratividade que importa contudo repensar para projetar os próximos 100 anos.



Na última década a marca Bairrada, ancorada nos produtos 'vinhos' e 'leitão', entrou num processo de evidente e notável transformação que importa agora consolidar e afirmar quer através dos traços diferenciadores da região – a tradição do espumante e das caves, ou ainda a casta Baga – quer através de novos investimentos 'nas vinhas, adegas e caves' ou no território envolvente, quer ainda nas atividades propriamente ditas de 'turísticas', que sejam capazes de combinar cada vez mais a oferta de alojamento e as narrativas da região.

O potencial e o sucesso turístico destes segmentos - a enogastronomia e o enoturismo - que estão ainda em desenvolvimento, irão depender da capacidade dos agentes da Bairrada reforçarem o nível de cooperação já alcançado para apresentarem propostas de experiências inovadoras, de novos espaços apelativos, e de eventos distintivos, comunicados com criatividade para públicos sofisticados junto do mercado nacional e internacional, pois o nível de inovação atingido por destinos concorrentes é já apreciável num mercado em grande expansão.

08.6. Produtos Turísticos de Aposta... decorrem da necessidade de programar e estruturar, de procurar novos modelos de financiamento, e de captação de novos mercados e públicos.

Desígnios

a Estruturar e Dinamizar

a Introduzir e Potenciar

Áreas de Produção Turística

Produto(s)

Motivações

Agentes

MARCAS E ATIVOS CENTRAIS

Recursos e Serviços



O desporto constitui uma 'paixão' para o concelho de Anadia assumida com grande determinação pela autarquia e pelos agentes nos últimos vinte anos, os quais, em conjunto, souberam trabalhar e conferir uma nova atratividade a este território constituindo hoje um importante pilar da imagem do concelho e da procura turística.

Neste domínio, os investimentos transversais em todo o concelho, conferem uma notável capacidade ao município de receber ao longo do ano provas desportivas e eventos de natureza diversa - ciclismo, btt, ginástica, judo, esgrima, basquetebol, kickboxing, squash, natação, rugby, hóquei em patins, futebol, golfe, hipismo, ... que contribuem de forma significativa para a qualidade de vida da população residente e para a dinamização social e económica das diferentes localidades como pe. Anadia, Curia, Sangalhos, Moita, Arcos, entre outras.

O ecletismo desportivo do concelho tem o seu ponto mais alto nas modalidades cicláveis, para as quais podemos encontrar diferentes ofertas e agentes que consideram Sangalhos/ Anadia como um centro de referência internacional.

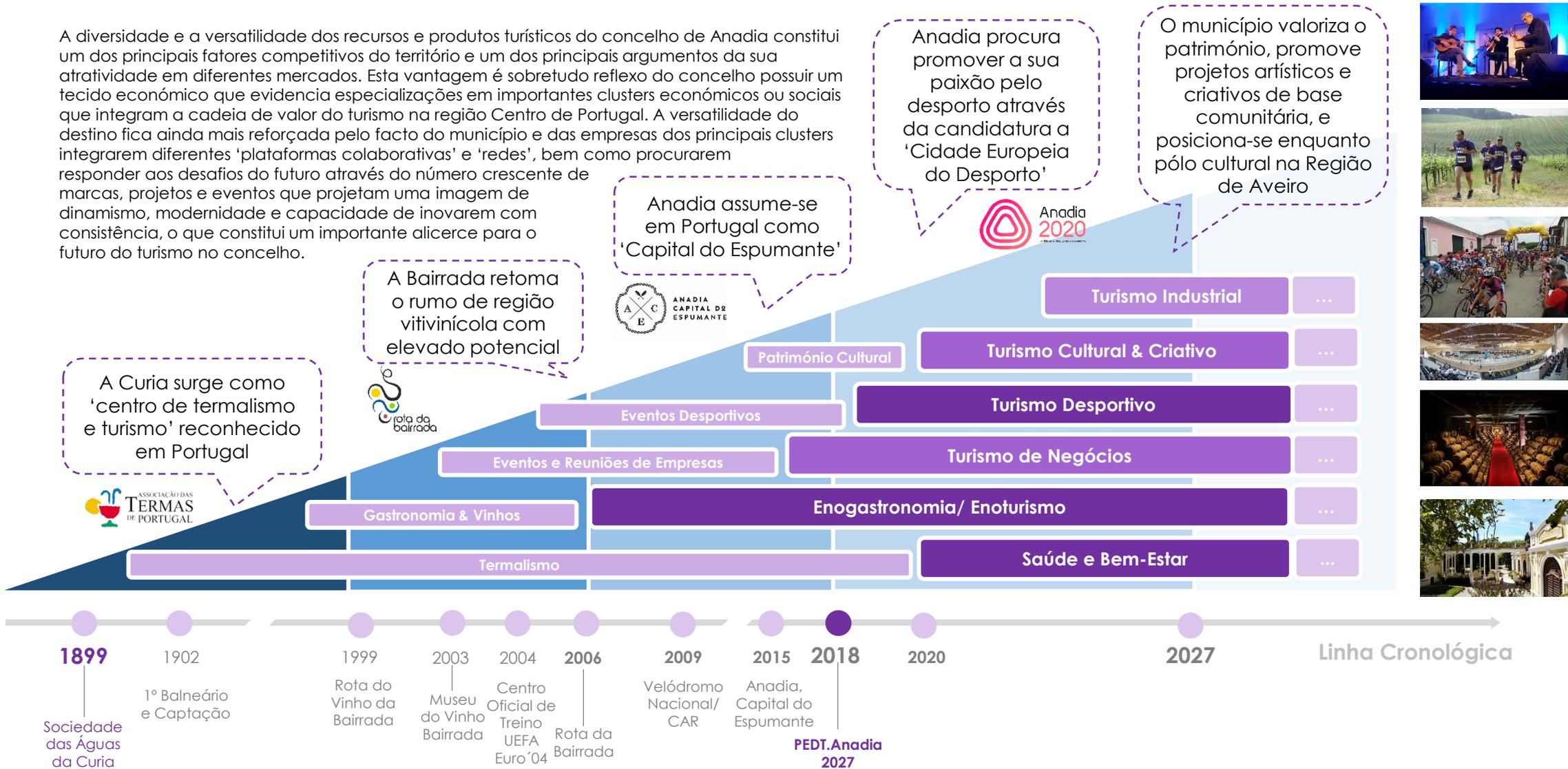


O potencial do património e das artes no concelho de Anadia está ainda por revelar na sua plenitude, apesar da intensificação das vivências e do nº de eventos organizados, da musealização do vinho, ou do nº de coletividades e associações aqui sedeadas que se dedicam à dinamização e promoção cultural do território nas suas diferentes tradições, expressões, géneros e 'produtos', e que atestam a sua natureza eclética e criativa. Existem ainda áreas de valorização e salvaguarda patrimonial e de promoção artística que importa assegurar através de mais 'palcos', mais articulação, e maior capacidade de programar projetos de base com a comunidade que integrem as diferentes zonas e vivências ao longo do ano.

As indústrias da bicicleta e da cerâmica também conferem ao concelho duas heranças da memória muito presente na comunidade, as quais se projetam com muito dinamismo no futuro; por isso é relevante equacionar como se poderá valorizar e interpretar este património que compõe a identidade cultural compósita do destino, tornando assim 'Anadia' numa experiência única e irrepetível na sua globalidade

08.6. Perspetiva Progressiva para os Produtos Turísticos, no Horizonte 2027

A diversidade e a versatilidade dos recursos e produtos turísticos do concelho de Anadia constitui um dos principais fatores competitivos do território e um dos principais argumentos da sua atratividade em diferentes mercados. Esta vantagem é sobretudo reflexo do concelho possuir um tecido económico que evidencia especializações em importantes clusters económicos ou sociais que integram a cadeia de valor do turismo na região Centro de Portugal. A versatilidade do destino fica ainda mais reforçada pelo facto do município e das empresas dos principais clusters integrarem diferentes 'plataformas colaborativas' e 'redes', bem como procurarem responder aos desafios do futuro através do número crescente de marcas, projetos e eventos que projetam uma imagem de dinamismo, modernidade e capacidade de inovarem com consistência, o que constitui um importante alicerce para o futuro do turismo no concelho.



08.7. Metas'2027

		2016	2027	2027/16
Objetivo Estratégico 1	Aumentar CAPACIDADE	1,0 m	1,5 m	+44,9%
	Aumentar AQUISTAS	1,8 m	2,9 m	+65,8%
	Aumentar HÓSPEDES	36,2 m	64,3 m	+77,9%
Objetivo Estratégico 2	Aumentar DORMIDAS	70,6 m	131,7 m	+86,6%
	Aumentar PROVEITOS APOSENTO	2,2 M	4,1 M	+89,2%
Objetivo Estratégico 3	Aumentar PROVEITOS TOTAIS	3,1 M	6,2 M	+97,6%
	Aumentar ESTADA MÉDIA	1,95 (nts)	2,05 (nts)	+0,10
Objetivo Estratégico 4	Aumentar OCUPAÇÃO-CAMA	20,9%	27,3%	+6,4pp
	Diversificar MERCADOS EMISSORES(*)	43,6%	39,5%	-4,1pp
	Diminuir SAZONALIDADE	41,9%	38,0%	-3,9pp

(*) Peso relativo dos mercados externos de proximidade (Espanha e França), face ao total da procura externa observada nas dormidas.

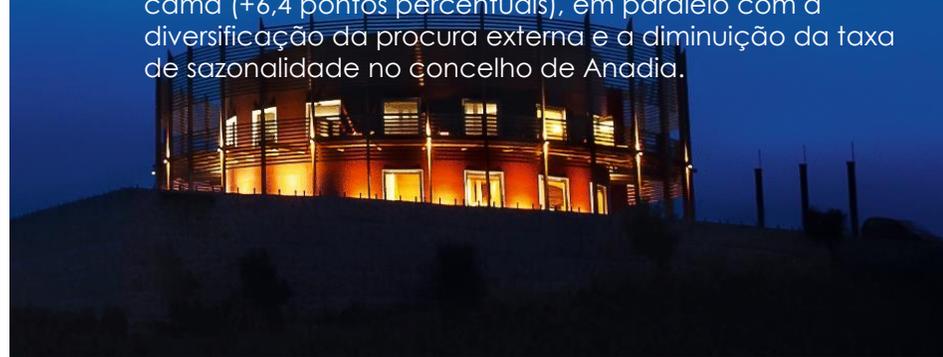
2016-27

As metas estabelecidas no presente Plano Estratégico projetam-se para o horizonte 2027 e contemplam uma análise das condições observáveis no concelho de Anadia, mas também nos espaços geográficos adjacentes, e nas condições macroeconómicas nacionais e internacionais.

Assim, perspetiva-se uma evolução positiva da atividade turística no concelho, confirmando o desempenho favorável deste setor de atividade, observado nos últimos anos. Neste sentido, prevê-se ainda que a capacidade de alojamento no território evolua de forma moderada nos próximos anos.

Por outro lado, será expectável que a procura nas unidades de alojamento e nas estâncias termais do território evidencie uma dinâmica de crescimento mais acelerada que a observada para a oferta. Enquanto a evolução dos proveitos gerados pelas unidades de alojamento do território possam assinalar acréscimos médios superiores aos perspetivados para os indicadores físicos (número de hóspedes e de dormidas nas unidades de alojamento), este desempenho compreenderá também a evolução favorável da própria taxa de inflação que se prevê nos próximos anos.

Este comportamento contribuirá ainda para incrementar, ainda que de forma ligeira, as estadas médias (+0,10 noites) e de forma mais acelerada as taxas médias de ocupação-cama (+6,4 pontos percentuais), em paralelo com a diversificação da procura externa e a diminuição da taxa de sazonalidade no concelho de Anadia.



08.8. Programas de Intervenção... caminhos e prioridades traduzidas na definição de áreas de atuação, e na proposta de projetos e ações consideradas mais relevantes para o desenvolvimento e promoção do turismo no Município de Anadia.

Patrimónios do 'Vinho' .01

Valorização e promoção do 'vinho' enquanto património local-regional e marca identitária territorial

Equipamentos Desportivos .02

dinamização dos equipamentos desportivos do município para captação de eventos e estágios relevantes, nacionais e internacionais

Pólos de Atratividade .04 Turística-Cultural

Revitalização, ordenamento e dinamização dos pólos de atratividade turístico-cultural do município - Curia, Anadia, Sangalhos, 'aldeias vinhateiras' e 'aldeias serranas'

Promoção Turística .06

Valorização das marcas identitárias e promoção turística do município integrado na região



03. Potencial da Bicicleta

Criação de uma oferta turística integrada em torno do potencial da bicicleta e dos modos de mobilidade suave no concelho e na região de Aveiro

05. Programação Cultural

Reinvenção e projeção nacional da programação cultural do município, em articulação com os produtos turísticos, e a animação nos pólos de atratividade

07. Informação e Interpretação

Integração do sistema de informação e interpretação turística do município e qualificação dos serviços de apoio ao visitante

08. Investimento Privado

Promoção e incentivo à captação de investidores turísticos privados e apoio aos empresários

08.8. PI.01: PATRIMÓNIOS DO 'VINHO'

Valorização e promoção do 'vinho' enquanto património local-regional e marca identitária territorial

O concelho de Anadia é por tradição um território vinhateiro localizado no coração da Bairrada, região que define em grande medida a identidade cultural dos naturais do município com a qual se identificam e na qual muito se orgulham em pertencer.

A Bairrada é das regiões vitivinícolas nacionais a que apresenta um carácter mais vincado e distinto porquanto os seus vinhos tranquilos e espumantes se demarcam dos vinhos das restantes regiões nacionais, apresentando características únicas, reconhecidas pelo mercado em geral e pelos especialistas (enólogos, escanções, críticos de vinhos, ...) em particular. Se há região que em Portugal pode assumir ser detentora de um 'terroir' é precisamente a Bairrada, pois apresenta traços que sublinham uma identidade muito própria, à qual se alia a gastronomia também ela única em Portugal onde o 'Leitão da Bairrada' é 'rei e senhor'.

O concelho de Anadia assume-se assim como um importante centro vitivinícola nacional no qual encontramos uma herança cultural única que poucos municípios vitivinícolas possuem: aqui encontramos o local onde os vinhos espumantes terão 'nascido' em Portugal, memória bem guardada na Estação Vitivinícola da Bairrada e nas 'caves' que se estabeleceram à volta da cidade de Anadia, aos quais se acrescenta ainda o 'Museu do Vinho da Bairrada', a Comissão Vitivinícola e os diversos produtores que em conjunto fazem a apologia da identidade 'bairradina' e justificam a marca 'Anadia, Capital do Espumante' que importa continuar a valorizar enquanto 'caminho' para potenciar os patrimónios do 'vinho'.



08.1. PI.01: PATRIMÓNIOS DO 'VINHO'

Valorização e promoção do 'Vinho' enquanto património local-regional e marca identitária territorial

PI.
01

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
1.1. Catalogar, estudar, valorizar e revitalizar o património concelhio, material e imaterial (tradições e memórias) do 'mundo do vinho'.	■					●		●	2020	2024	2027
1.2. Dinamizar roteiros e ações promocionais sobre os patrimónios vitivinícolas com relevante interesse para a identidade local e regional.	■		■			●		●	2020	2024	2027
1.3. Definir um circuito vinhateiro no concelho – os caminhos do vinho – com sinalização dos locais, acessos, paragens e interpretação da paisagem.	■		■		●	●		●	2020	2024	2027
1.4. Relançar um concurso/ evento de gastronomia que promova o 'paring' entre a gastronomia regional e os vinhos espumantes da Bairrada.	■					●			2020	2024	2027
1.5. Reformular o Museu da Bairrada (conteúdos, experiências, serviços, circuito de visita, polinucleação de coleções, estudo e conservação).	■	■	■			●		●	2020	2024	2027
1.6. Valorizar os vinhos espumantes e a história da produção em Anadia e na região da Bairrada, potenciando o produto como marca distintiva do município.	■					●			2020	2024	2027
1.7. Elaborar uma candidatura conjunta da Bairrada a 'Cidade Europeia do Vinho', em cooperação com a CVB, a Rota da Bairrada e os municípios vinhateiros.	■	■	■	■		●		●	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes

08.2. PI.02: EQUIPAMENTOS DESPORTIVOS

Dinamização dos equipamentos desportivos do município para captação de eventos e estágios relevantes, nacionais e internacionais

'Anadia é um concelho de muitas vocações' e o desporto é assumidamente uma dessas vocações na qual a autarquia tem investido bastante na última década, constituindo 'uma paixão cada vez mais arrebatadora, alimentada por grandes tradições, extraordinárias coletividades, exímios desportistas, excelentes infraestruturas, reconhecida vocação formativa, preocupação com a saúde e o bem-estar, fantástico espírito cívico e desportivo'.

Esta aposta traduz-se na existência de diversos equipamentos desportivos de grande qualidade, nos apoios às coletividades e aos atletas e na organização e acolhimento de importantes eventos nacionais e internacionais que contribuem para a dinamização social, turística e económica do território. Desportos como o ciclismo, o btt, a ginástica, o judo, a esgrima, o basquetebol, o kickboxing, o squash, a natação, o rugby, o hóquei em patins, o futebol, o golfe, o hipismo, entre outros, são hoje modalidades com forte implantação em Anadia, ao alcance de toda a comunidade, que produzem atletas de nível internacional, o que naturalmente irá gerar novas oportunidades de desenvolvimento e promoção do concelho e da região, obrigando também a encontrar respostas inovadoras para os desafios preconizadas no 'Plano Estratégico de Desenvolvimento Desportivo'.

A oferta de equipamentos desportivos, à qual se junta ainda a oferta de outros equipamentos e espaços culturais com boas condições para acolher eventos, constitui um importante ativo para as dinâmicas dos agentes do turismo (hotelaria, restauração, enoturismo, ...) da região, porquanto os eventos que o município tem vindo a acolher constituem uma mais-valia para a economia de toda a região, gerando impactos que ultrapassam as fronteiras do município. Importa agora encontrar um modelo de organização, funcionamento e promoção participado por todos os agentes locais e regionais que permita alavancar os benefícios colhidos, abrir espaço a novas apostas e fidelizar os agentes que organizam eventos.



08.2. PI.02: EQUIPAMENTOS DESPORTIVOS

Dinamização dos equipamentos desportivos do município para captação de eventos e estágios relevantes, nacionais e internacionais

PI.
02

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
2.1. Criar um 'Sport & Convention Bureau – em modelo de gabinete, de plataforma cooperativa, de contratualização com parceiros, ou de associação, com serviços dedicados, para captar mais eventos desportivos.	■	■	■	■			○		2020	2024	2027
2.2. Instituir um fundo municipal para captação de eventos desportivos internacionais, participado pelos agentes privados e outros parceiros.		■					○		2020	2024	2027
2.3. Produzir dossiers técnicos de informação para promotores/ organizadores de eventos desportivos de diferentes modalidades, em diferentes línguas.		■			○	○	○	○	2020	2024	2027
2.4. Produzir um website específico para a divulgação dos equipamentos e serviços de apoio aos promotores de eventos e desportistas.	■	■			○	○	○	○	2020	2024	2027
2.5. Dotar os equipamentos desportivos, centrais e de apoio, com boas condições de acesso para pessoas com mobilidade reduzida, e fomentar a inclusividade.		■					○		2020	2024	2027
2.6. Realizar viagens de prospeção internacional, participar em acontecimentos, feiras e certames desportivos e outros, para promoção e captação de eventos.	■	■			○	○	○	○	2020	2024	2027
2.7. Organizar fam-trips e press-trips no concelho para empresas, promotores de eventos, jornalistas e decision-makers relevantes no mundo do desporto e da cultura.	■	■			○	○	○	○	2020	2024	2027
2.8. Elaborar uma candidatura de Anadia a Cidade Europeia do Desporto em parceria com entidades do desporto, universidade(s), municípios da região.	■	■	■		○	○	○	○	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes

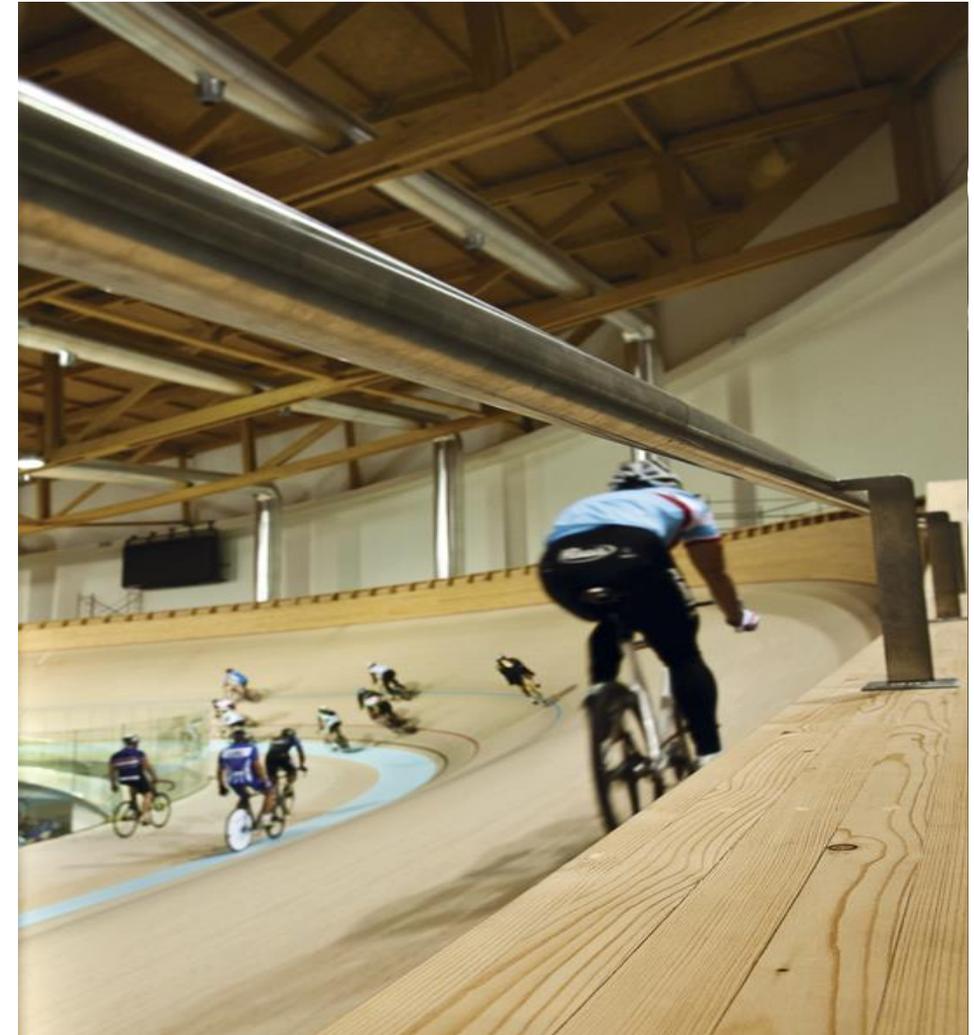
08.3. PI.03: POTENCIAL DA BICICLETA

Criação de uma oferta turística integrada em torno do potencial da bicicleta e dos modos de mobilidade suave no concelho e na região de Aveiro

A adoção da bicicleta, e de outros modos suaves de mobilidade, tem vindo a aumentar em popularidade nos últimos anos, retomando lentamente um espaço que perdeu devido à massificação dos modos de transporte a combustão, sendo uma opção para muitas pessoas nas suas deslocações diárias de curta distância. Nas atividades praticadas durante o tempo de lazer a bicicleta é sem dúvida um ativo muito relevante para o setor do turismo, constituindo já a principal motivação de viagem para muitos visitantes.

A nível global, e com base nestas evidências, os organismos do setor público têm procurado incentivar e apoiar investimentos nesta área. Também os agentes privados têm vindo a lançar produtos e experiências cada vez mais alargados que respondem às diferentes tendências e aos gostos destes públicos. Estas dinâmicas, do lado da procura e do lado da oferta, deixam assim antever com otimismo a possibilidade da bicicleta, num futuro próximo, poder desempenhar um papel ainda mais relevante no dia-a-dia das pessoas, e manter o crescimento da procura turística neste segmento.

A crescente procura pelas atividades de *cycling* tem provocado o surgimento de projetos como o 'Portuguese Trails' do Turismo de Portugal e a 'Grande Rota da Ria de Aveiro' dos 11 municípios da CIRA no qual Anadia é integrante. Estes projetos, entre outros, irão contribuir, a prazo, para o posicionamento de Portugal como destino internacional de *cycling & walking* onde Anadia pode assumir um importante papel. O município de Anadia é, na região de Aveiro, um dos municípios com maior tradição e cultura não só no uso da bicicleta mas também na sua produção, possuindo uma relação histórica com os desportos cicláveis em geral. Prova disso mesmo são os praticantes, as infraestruturas e as iniciativas existentes, a rede urbana de ciclovias, o Velódromo Nacional (CAR) em Sangalhos, e ainda os eventos e estágios desportivos que tem vindo a acolher.



08.3. PI.03: POTENCIAL DA BICICLETA

Criação de uma oferta turística integrada em torno do potencial da bicicleta e dos modos de mobilidade suave no concelho e na região de Aveiro

PI.
03

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
3.1. Criar uma rede integrada de ciclovias e trilhos pedestres (PRs/GRs) no concelho, com ligação prioritária entre Anadia, Curia, Sangalhos, serranias e vinhedos.	■	■	■		○		○		2020	2024	2027
3.2. Articular com os concelhos limítrofes a rede de ciclovias e trilhos pedestres: costa litoral (Eurovelo); GR da Ria de Aveiro; Caramulo e Buçaco; (...).	■	■	■		○		○		2020	2024	2027
3.3. Promover a implantação de centros de BTT e de apoio a cicloturistas, no interface entre os polos de atratividade, a zona serrana e as praias (Eurovelo).		■			○		○		2020	2024	2027
3.4. Melhorar as condições e sinalética dos caminhos de peregrinação: Caminho de Fátima; Caminho de Santiago.	■	■	■		○		○		2020	2024	2027
3.5. Criar em Sangalhos um espaço de musealização e interpretação sobre a história das duas rodas no concelho e na região, apostando em suportes digitais.	■	■		■	○	○	○	○	2020	2024	2027
3.6. Prosseguir os projetos de estudo para construção e dinamização de novos equipamentos desportivos que potenciem a captação e realização de mais eventos desportivos.		■			○		○		2020	2024	2027
3.7. Copromover a realização de eventos anuais de BTT, XCO, BMX, Ciclismo de Estrada e Indoor, e Pedestrianismo, numa escala regional, nacional e internacional.	■	■			○		○		2020	2024	2027
3.8. Fomentar projetos interpretativos, socio-educativos e desportivos que valorizem e promovam junto da comunidade local e dos visitantes: a 'herança da bicicleta', a preservação de memórias e da identidade, a saúde, e a prevenção rodoviária.	■	■	■	■	○	○	○	○	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes

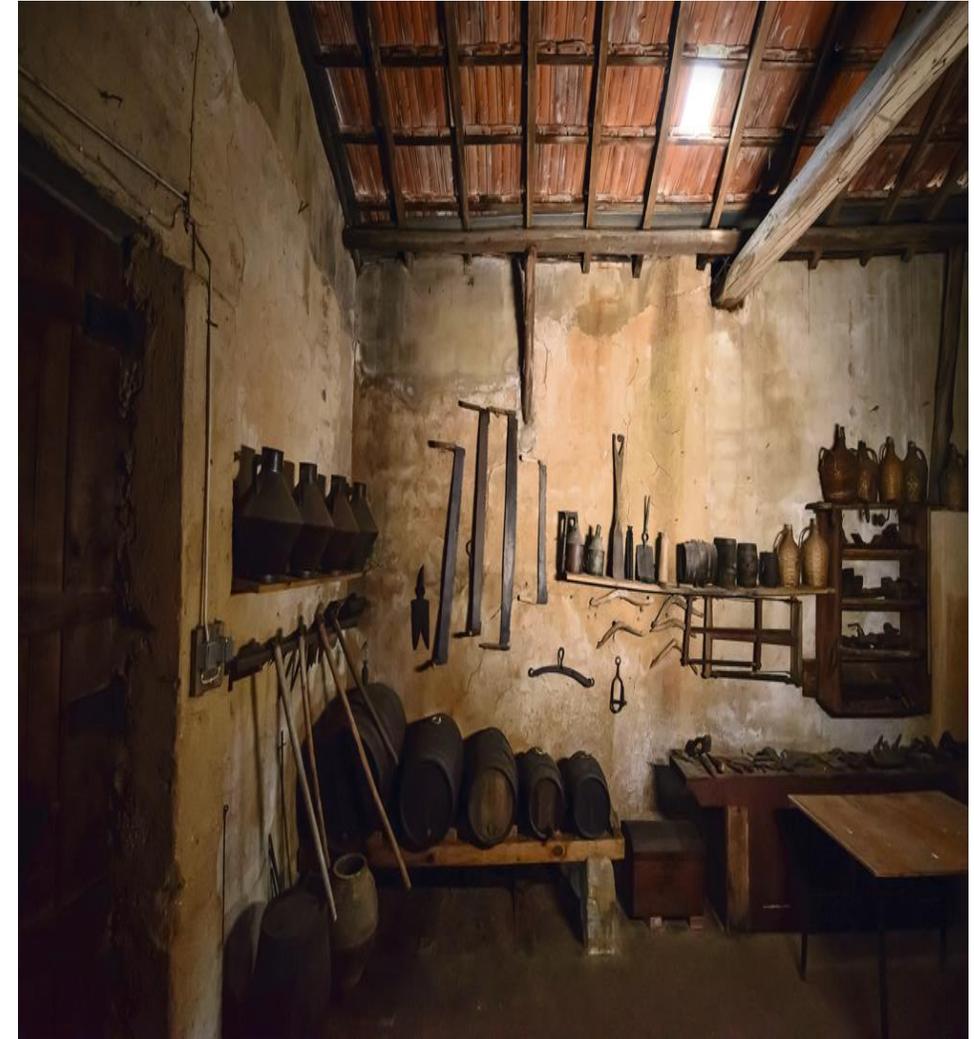
08.4. PI.04: POLOS DE ATRATIVIDADE TURÍSTICO-CULTURAL

Ordenamento, dinamização e revitalização dos polos de atratividade turístico-cultural do município de Anadia – Curia, Anadia, Sangalhos, 'aldeias vinhateiras' e 'aldeias serranas'

O turismo é cada vez mais uma atividade que vive da diversidade, da multiculturalidade, das tradições e de todas as experiências que diferenciam os lugares e as comunidades. O surgimento de novos segmentos da procura, disponíveis para vivenciar experiências autênticas, fora dos 'centros turísticos' e em contacto com a comunidade, está a permitir o aparecimento de novos destinos e rotas, mais criativas e diversificadas. O concelho de Anadia apresenta atrações e narrativas que devem ser estruturadas de forma integrada criando assim novos produtos e uma nova imagem turística.

A história do concelho de Anadia não se escreve sem a referência à Curia, um importante centro termal e turístico desde os anos vinte do séc. XX, a qual pela qualidade reconhecida da água, é ainda hoje uma marca reconhecida no mercado do termalismo clássico em Portugal que importa agora reinventar. Também Sangalhos e os lugares na envolvente assumem especial relevância enquanto pólos desportivos, vitivinícolas e empresariais do concelho, sendo o Velódromo Nacional um equipamento que celebra o passado 'ciclístico' desta localidade, constituindo uma memória bem viva que importa potenciar, a par das empresas vitivinícolas e de engarrafamento de vinhos, que aqui assumem grande preponderância económica e social

A EN1/ IC2 é um importante 'eixo económico' que divide o concelho em mais três pólos distintos mas complementares, muito relevantes para potenciar a fixação dos visitantes e promover a circulação interna: a cidade de Anadia - coração político, comercial e criativo que marca o pulsar do concelho; as aldeias nos territórios vinhateiros onde pontificam localidades como Amoreira da Gândara, Ancas, Paredes do Bairro e São Lourenço do Bairro; e as localidades serranas como Vale da Mó (importante fonte termal), Avelãs de Cima, Ferreiros, e V.N. de Monsarros.



08.4. PI.04: PÓLOS DE ATRATIVIDADE TURÍSTICO-CULTURAL

Revitalização, ordenamento e dinamização dos pólos de atratividade turístico-cultural do município - Curia, Anadia, Sangalhos, 'aldeias vinhateiras' e 'aldeias serranas'

PI.
04

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
4.1. Requalificar o 'Parque da Curia', os espaços e o edificado adjacente na envolvente externa, dinamizar o comércio local.	■	■		■	○			○	2020	2024	2027
4.2. Implementar o 'Centro de Interpretação da Curia – Casa da Água', um espaço de interpretação e exposição sobre a Curia e Vale da Mó, no antigo Posto de Turismo da Curia.	■				○	○	○	○	2020	2024	2027
4.3. Criar pontos de observação ou miradouros e interpretação da paisagem, com informação do concelho, devidamente sinalizados, no interface com as vias de acesso.			■		○	○	○	○	2020	2024	2027
4.4. Regenerar e revitalizar o centro urbano e comercial da cidade de Anadia - criar um 'Quarteirão Cultural e Comercial de Anadia'.	■	■	■	■		○	○	○	2020	2024	2027
4.5. Projetar a integração dos corredores pedestres e/ou cicláveis com as linhas verdes entre o centro urbano e os restantes pólos, com ajardinamento, zonas de descanso, parques infantis arborizados e sinalética informativa e de segurança.			■		○			○	2020	2024	2027
4.6. Criar/ requalificar e sinalizar zonas de estacionamento temporário ou duradouro para autocarros, auto-caravanas e carros, junto a pontos de interesse turístico.			■		○	○			2020	2024	2027
4.7. Ordenar e requalificar a EN1/IC2, entre Avelãs de Cominho e Aguium, melhorar a segurança e fluidez do atravessamento N-S do concelho, melhorar a perceção e imagem, e potenciar as ligações aos pólos de atração e aos pontos de interesse.			■		○	○	○	○	2020	2024	2027
4.8. Criar condições para o investimento na reabilitação dos imóveis com relevante interesse histórico ou urbanístico (públicos ou privados), bem como dos terrenos e dos 'vazios urbanos' com potencial para novas utilizações e dinâmicas.			■	■	○	○	○	○	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes

08.5. PI.05: PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Reinvenção e projeção nacional da programação cultural do município, em articulação com os produtos turísticos, e a animação nos polos de atratividade

A cultura, na sua aceção imaterial e sociológica, simultaneamente enquanto reflexo de identidades e veículo dos usos e costumes, das práticas e das características de uma comunidade, mas também enquanto produto (com espaço, palco e hora), assume diversas funções. A cultura é dinâmica e evolui, incorporando novas ideias, linguagens, técnicas e conceitos, adaptando-se a novos contextos, consumos, comportamentos e atores. A cultura pode entreter, mas deve sobretudo educar, capacitar, inquietar e provocar transformações mentais e sociais, sem a obrigatoriedade de existirem edifícios ou palcos físicos, podendo manifestar-se de forma espontânea enquanto prova de uma comunidade viva e orgulhosa das suas vivências, práticas e identidades.

É neste contexto que importa interpretar o objeto, alcance e relevância da inclusão do eixo de intervenção 'Programação Cultural' no PEDT.Anadia 2027, pois ele aglutina um conjunto de funções, produtos e ações que respondem não só ao setor do turismo, mas sobretudo aos anseios da comunidade, privilegiando o seu envolvimento, e cuja visão deve ser construída com outros fóruns internos, não se devendo esgotar neste documento.

A política de programação cultural do concelho de Anadia deve assim ser pensada à luz desta visão, sem privilegiar a 'cultura espetáculo' ou 'entretenimento', apenas com o fim único de animar os turistas. Contudo, importa assegurar uma programação mediada que propõe a oferta de eventos e experiências ao longo de todo o ano, gerando ofertas para todos os públicos, que reflitam preferencialmente as manifestações e produções locais de base comunitárias, a programar de forma integrada entre os diferentes agentes, lugares e 'pólos de atratividade' do concelho, sem palcos privilegiados mas antes com 'lugares cenário' adotados e vivenciados com alegria e paixão num ambiente experiencial único transformado em produto com atração para novos públicos.'



08.5. PI.05: PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Reinvenção e projeção nacional da programação cultural do município, e articulação com os produtos turísticos e a animação nos polos de atratividade

PI.
05

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
5.1. Reformular o modelo de programação cultural do concelho, assegurando um trabalho de mediação e de maior envolvimento e participação da comunidade nas dinâmicas culturais locais.	■		■		○			○	2020	2024	2027
5.2. Integrar a animação termal da Curia na programação cultural do concelho ao longo do ano para alcançar um maior envolvimento da comunidade local e dos agentes que desenvolvem atividades neste território.	■		■		○			○	2020	2024	2027
5.3. Criar um festival de artes no Parque da Curia, articulado com a programação cultural do concelho em diferentes espaços – Projeto Gota.	■		■			○		○	2020	2024	2027
5.4. Desenhar um projeto de animação e divulgação cultural das aldeias e das quintas/ vitivinicultores do concelho e da região – Aldeias Vinhateiras Bairradinas.	■		■	■		○		○	2020	2024	2027
5.5. Promover um projeto anual de dinamização do centro urbano de Anadia - o 'Quarteirão das Artes'.	■				○	○	○	○	2020	2024	2027
5.6. Organizar um programa anual de visitas, performances, exposições e experiências, em articulação com diversos agentes locais e regionais.	■		■		○	○	○	○	2020	2024	2027
5.7. Organizar projetos educativos/culturais para promover um maior conhecimento e vivência dos públicos infanto-juvenis em torno dos temas identitários do concelho.	■	■	■		○	○	○	○	2020	2024	2027
5.8. Reforçar o incentivo às associações culturais, recreativas ou empresariais do concelho para a dinamização de projetos culturais de base comunitária relevantes.	■		■					○	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes

08.6. PI.06: PROMOÇÃO TURÍSTICA

Valorização das marcas identitárias do concelho, e promoção turística do município integrado na região

A necessidade dos territórios promoverem e comunicarem o valor e a diferenciação dos seus atributos distintivos assume-se também com um dos principais desafios a responder para garantir a sua competitividade económica. Na atualidade, com o crescimento avassalador das redes sociais e da digitalização da sociedade, um dos vértices do sucesso dos destinos turísticos assenta, em grande medida, na capacidade destes comunicarem de forma segmentada e criativa para os diferentes mercados em que se posicionam e, assim, atraírem novos públicos para os diferentes produtos em que se especializam.

O turismo é um setor muito competitivo, que exige a adoção de estratégias de comunicação agressivas, continuadas, e muito cuidadas, através de diferentes canais e ferramentas, face ao posicionamento pretendido junto de uma audiência global. Em dez anos tudo mudou na comunicação das entidades e territórios, e na próxima década a inovação comunicacional irá intensificar-se. Assim, promover e comunicar um destino, junto dos públicos-alvo (B2C/ B2B), é cada vez mais uma missão complexa, exigente e criativa que exige uma progressiva e acelerada atualização nomeadamente das competências técnicas e das ferramentas.

O concelho de Anadia apresenta marcas identitárias que são âncoras para a sua promoção turística tais como 'Anadia, Capital do Espumante', 'Curia' e 'Bairrada', entre outras. Devido à natureza destas marcas, mas também devido à multiplicidade de opções e aos recursos (financeiros e humanos) a alocar à estratégia desenhada, bem com à dificuldade de medir os retornos em notoriedade e conversões de determinadas estratégias, os custos de comunicação turística devem ser ponderados e priorizados através dos planos de ação bienais, e impõem que o trabalho de promoção seja feito em estreita articulação com os diversos parceiros, com os quais se devem encontrar os patamares de entendimento e de trabalho que melhor contribuam para a afirmação e competitividade do território.



08.6. PI.06: PROMOÇÃO TURÍSTICA

Valorização das marcas identitárias e promoção turística do município integrado na região

PI.
06

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
6.1. Produzir roteiros e mapas locais e regionais, subordinados a temas relevantes para o concelho e para a região: espumante/caves, águas termais, arquitetura bairradina, cerâmica, bicicleta, (...).	■				○	○	○	○	2020	2024	2027
6.2. Criar website e soluções digitais para o turismo do concelho de Anadia, com páginas específicas para promover o potencial do turismo de saúde (Curia/ Vale da Mó), o turismo desportivo e divulgar as 'heranças' locais relevantes.	■				○	○	○	○	2020	2024	2027
6.3. Reforçar a estratégia de promoção e comunicação turística (B2C, B2B) em articulação com a TCP, a ARPT e o TP e diversos parceiros e agentes turísticos regionais e nacionais, através de suportes de promoção e de ações temáticas.	■				○	○	○	○	2020	2024	2027
6.4. Promover o turismo e a dimensão da cultura e do lazer em eventos (nacional e internacional) estratégicos temáticos das fileiras empresariais locais (vinhos, saúde, desporto, bicicleta, e cerâmica), em parceria com as entidades setoriais.	■				○	○	○	○	2020	2024	2027
6.5. Promover a marca Bairrada associada ao enoturismo e aos vinhos espumantes, em parceria com a CVB, os municípios bairradinos e a Rota da Bairrada.	■					○			2020	2024	2027
6.6. Promover no país e no estrangeiro o turismo desportivo em parceria com os Centros de Alto Rendimento, a Fundação do Desporto, os municípios envolventes, o 'Convention Bureau Centro de Portugal', entre outros parceiros.	■						○		2020	2024	2027
6.7. Promover o turismo de saúde em parceria com a Associação das Termas do Centro, a Associação das Termas de Portugal, o Health Cluster Portugal, entre outros parceiros.	■				○				2020	2024	2027
6.8. Reforçar as parcerias com as cidades envolventes ao concelho de Anadia e à Bairrada - Aveiro, Ílhavo, Mira, Figueira da Foz, Coimbra, Mortágua e Tondela em projetos setoriais ou de continuidade territorial.	■				○	○	○	○	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes

08.7. PI.07: INFORMAÇÃO E INTERPRETAÇÃO TURÍSTICA

Integração do sistema de informação e interpretação turística do município e qualificação dos serviços de apoio ao visitante

Um destino turístico não depende unicamente de um recurso, de uma infraestrutura, de um evento ou de uma atividade, mas sim da soma devidamente articulada e coerente destas valências numa oferta turística compósita, única e integrada no território.

Contudo, os agentes do território não devem confiar exclusivamente nas singularidades e valor intrínseco dos seus ativos turísticos, pois devem garantir as condições básicas necessárias para proporcionar uma experiência memorável e enriquecedora aos visitantes. Entre outras medidas, a resposta a este pressuposto passa por instalar sinalética direcional e interpretativa, produzir e divulgar suportes comunicacionais de carácter turístico-cultural, infraestruturar equipamentos de suporte à visitaçãõ; ativar serviços de apoio; e qualificar e formar os recursos humanos do setor.

Perante este cenário, e em virtude da segmentação e dos perfis dos visitantes, cada vez mais alargados, torna-se premente prestar serviços mais humanizados e informados aos visitantes, de forma a ganhar maior proximidade e conhecimento sobre o destino, permitindo que estes possam ser melhor compreendidos e usufruídos por um maior número de indivíduos.

O município de Anadia tem demonstrado uma crescente valorização e preocupação com as temáticas da informação e interpretação turísticas, procurando veicular informação útil através dos meios que dispõe, tanto em nome próprio, como por via de outras entidades de referência no território (como pe. a Rota da Bairrada), uma aposta que deverá continuar a assumir-se estratégica para Anadia.



08.7. PI.07: INFORMAÇÃO E INTERPRETAÇÃO TURÍSTICA

Integração do sistema de informação e interpretação turística do município e qualificação dos serviços de apoio ao visitante

PI.
07

Projetos/ Ações Propostas

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
7.1. Melhorar a sinalética integrada rodoviária e ferroviária dos locais, recursos e serviços considerados relevantes para o turismo.	■	■	■	■	○	○	○	○	2020	2024	2027
7.2. Assegurar o acesso a informação turística relevante aos visitantes, através de um sistema digital integrado (app, website, painéis interativos,) em todo o concelho.			■		○	○	○	○	2020	2024	2027
7.3. Garantir o atendimento/ acompanhamento turístico profissional em diferentes línguas aos visitantes nos espaços de grande afluência, durante todo o ano.	■	■			○	○	○	○	2020	2024	2027
7.4. Editar um mapa turístico local e regional de elevada qualidade gráfica e informativo, com as âncoras e destaques turísticos locais e regionais.	■	■	■	■	○	○	○	○	2020	2024	2027
7.5. Criar uma publicação anual impressa de carácter turístico-cultural em PT/ EN com os parceiros regionais, articulada com uma e-newsletter regular e uma agenda trimestral cultural e turística.	■				○	○	○	○	2020	2024	2027
7.6. Criar brochuras, roteiros e manuais de venda em PT/ ES/ FR/ EN para os produtos turísticos estratégicos (enoturismo, desporto & eventos, saúde/ termas, e património cultural).	■		■		○	○	○	○	2020	2024	2027
7.7. Monitorizar as necessidades formativas dos agentes do setor do turismo e apresentar soluções e ofertas na região que visem capacitar e qualificar os quadros e recursos humanos das empresas e das organizações.				■	○	○	○	○	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes

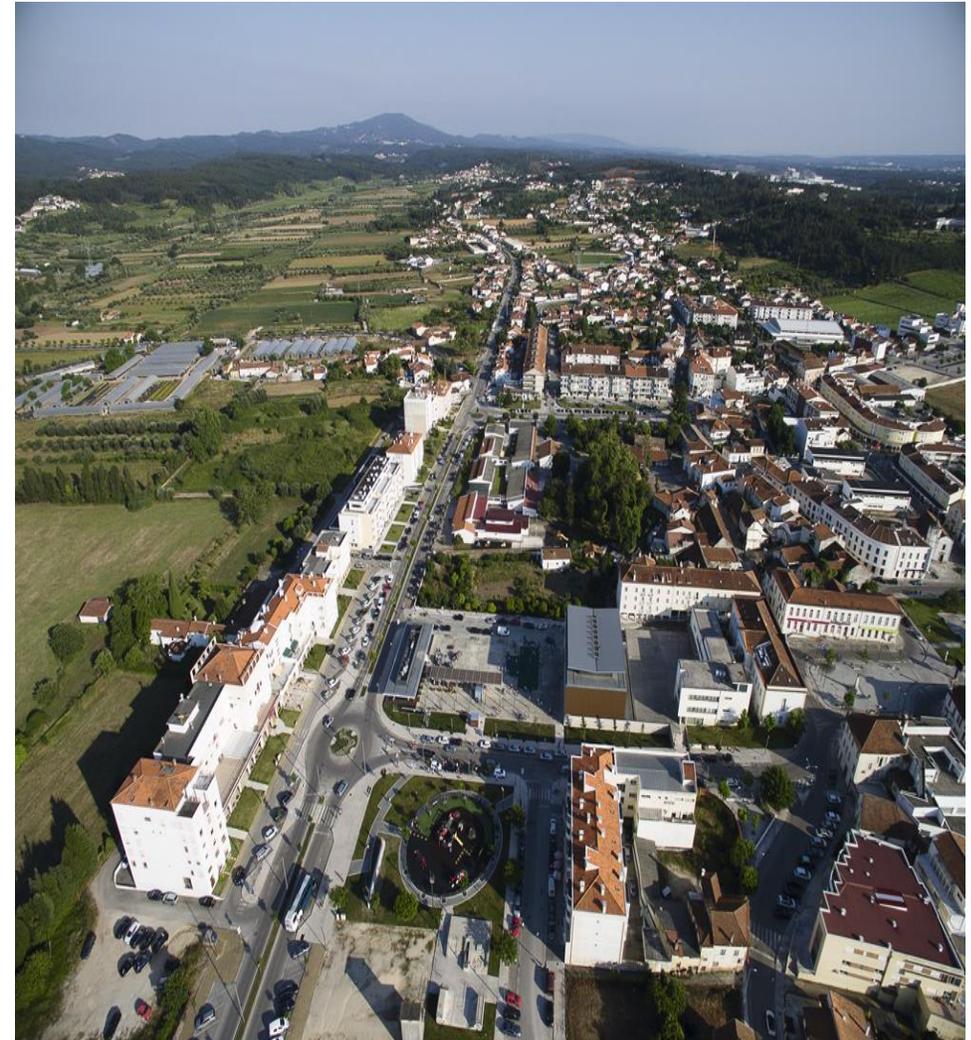
08.8. PI.08: INVESTIMENTO PRIVADO

Promoção e incentivo à captação de investidores turísticos privados e apoio aos empresários

Em linguagem de economistas, investir é aplicar algum tipo de recurso (dinheiro ou títulos) com a expectativa de receber um retorno futuro superior ao aplicado. Investir no turismo em Portugal (e em Anadia) é apostar no maior exportador de serviços do país e num dos principais motores da economia.

Nos últimos anos, ultrapassaram-se todos os recordes de dormidas, hóspedes, receitas e passageiros. Este crescimento acentuado do setor tem vindo a contribuir para que o investimento privado nesta área se torne cada vez mais relevante, considerando as boas possibilidades de retorno. A captação deste tipo de investimento deve ser um dos objetivos fulcrais do Município, visto que este contribui para a diminuição do desemprego, para a diversificação da economia, para o desenvolvimento local e para o reforço da competitividade do território.

O Programa 'Invest em Anadia' define um conjunto de medidas e mecanismos de apoio e incentivo à atividade empresarial do concelho. Contudo, importa considerar que, para além de atrair empreendedores e investimento (nomeadamente nas áreas estratégicas do concelho – vitivinicultura e enologia, mobilidade, desporto, ambiente, saúde e bem-estar, cerâmica, tecnologias da informação e comunicação e setores agrícola e florestal), o Município deve criar condições específicas para atrair mais empresas do setor do turismo e para contribuir para a criação de uma cadeia de valor turística relevante no concelho e na região.



08.8. PI.08: INVESTIMENTO PRIVADO

Promoção e incentivo à captação de investidores turísticos privados e apoio aos empresários.

PI.
08

Projetos/ Ações Propostas	Objetivos Estratégicos ¹				Produtos Estratégicos ²				Horizonte		
	I	II	III	IV					2020	2024	2027
	8.1. Organizar e participar em diversas iniciativas e eventos empresariais para captação de novos investimentos de relevância para o turismo.				■	○	○	○	○	2020	2024
8.2. Dinamizar os serviços de apoio ao investidor, em articulação com os agentes locais e regionais que trabalham para promover/ captar novos investimentos.				■	○	○	○	○	2020	2024	2027
8.3. Criar um espaço vocacionado para acolher empresas/ negócios ligados às artes plásticas e à criatividade.			■	■	○	○	○	○	2020	2024	2027
8.4. Organizar eventos que potenciam o networking entre agentes e empreendedores para promoção de novos negócios.				■	○	○	○	○	2020	2024	2027
8.5. Reforçar a comunicação digital com vista à identificação/ promoção de novas oportunidades de investimento no concelho.				■	○	○	○	○	2020	2024	2027
8.6. Inventariar os ativos turísticos locais e criação de dossiers de apoio à captação de investimento para a reconversão de imóveis, espaços e terrenos da autarquia.				■	○	○	○	○	2020	2024	2027
8.7. Desenhar medidas de apoio ao investimento e empreendedorismo na área do turismo (c/ apoio de instituições bancárias e outras organizações).			■	■	○	○	○	○	2020	2024	2027
8.8. Criar um fórum permanente para acompanhamento e debate do PEDT.Anadia 2027 entre as diversas entidades e os agentes empresariais que cooperam para o desenvolvimento e promoção do turismo, com encontros anuais ou semestrais.	■	■	■	■	○	○	○	○	2020	2024	2027

[1] Objetivos: I - Marcas Identitárias; II - Equipamentos; III - Desenvolvimento do Território; IV - Investimento // [2] Produtos:  Saúde & Bem-Estar  Enogastronomia  Desportos & Eventos  Património Cultural & Artes




município de anadia



09.

Governança e Parcerias

09. Governança e Parcerias (cont.)

O desenvolvimento do modelo proposto para a governança do PEDT.Anadia deve ter em consideração os seguintes pressupostos:

- Constituição de uma **estrutura de missão interna**, com uma agenda de trabalho anual ou bienal, que integre diferentes divisões ou gabinetes da autarquia, dotada dos recursos e meios necessários para a prossecução dos objetivos definidos, enquanto reflexo da multidisciplinidade do turismo e das atividades que o caracterizam;
- Organização de um **fórum setorial permanente** que integre um conjunto de parceiros locais, regionais e nacionais, que importa auscultar regularmente para a reflexão sobre a prossecução dos objetivos estratégicos, dos programas de intervenção e dos projetos definidos; deve ser organizado no modelo de sessão pública aberta, envolvendo e corresponsabilizando os agentes e empresários locais e regionais interessados no desenvolvimento do turismo no concelho de Anadia;
- Definição de uma estrutura técnica profissional - **gabinete de apoio** - com forte vocação internacional, ao apoio técnico à estrutura de missão, e à gestão e promoção da utilização dos equipamentos para eventos, em permanente avaliação de oportunidades para captação de eventos internacionais, a funcionar em articulação direta com as áreas funcionais da autarquia que se cruzam com o turismo (pe. desporto, cultura, economia, ...), procurando contribuir para o cumprimento dos objetivos e metas do plano estratégico;
- Nomeação de um técnico superior para acompanhar e monitorizar a execução do plano estratégico, estabelecer a articulação e a comunicação com os membros da estrutura de missão e do fórum permanente;
- Estabilidade e continuação da atuação assente numa estrutura técnica operacional permanente, capaz de comunicar fluentemente em línguas estrangeiras e de assegurar serviços de excelência ao longo dos 365 dias do ano, tendo em conta as exigências funcionais do setor do turismo e a ambição do PEDT.Anadia 2027, devidamente articulada com os parceiros regionais, capaz de prosseguir a visão estratégica preconizada;
- A escolha dos parceiros (atuais ou potenciais) que integram o modelo apresentado é meramente ilustrativa e não exaustiva, não devendo condicionar a definição das parcerias e apoios que o município entenda mais oportunas projeto-a-projeto, em cada momento do caminho a percorrer nos próximos anos.






município de anadia



10.

Bibliografia

Livros e Artigos

- Almanaque Desportivo do Distrito de Aveiro (1950), disponível em www.prof2000.pt/users/avcultur/almanspor50/page047.htm
- Almeida, M. V. (2009). Matriz de Avaliação do Potencial Turístico de Localidades Precetoras. In, Turismo em Análise, vol. 20 (3).
- Amorim, C. M. R. (2009). Ordenamento e Planeamento Ambiental de Zona Costeira. Balanços e Perspetivas. Dissertação de Mestrado em Ciências do Ambiente. Braga: UM – Escola de Ciências.
- Barambão, J. M. P. (2012). Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo Desportivo no Concelho de Sines, como forma de Combater a Sazonalidade. Dissertação de Mestrado em Marketing do Desporto. Lisboa: ISCTE.
- Bloom Consulting (BC) (2016). Portugal City Brand Ranking 2016, Municípios Portugueses. Lisboa.
- Buhalis, D. e Costa, C. (2006a). Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry. London: Elsevier.
- Buhalis, D. e Costa, C. (2006b). Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools. London: Elsevier.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. In Tourism Management, vol 21 (1), 97-16.
- Cabeleira, M. A. M. (2010). As tradições como fator de desenvolvimento turístico local no concelho de Chaves. Dissertação de Mestrado em Turismo (Gestão). Chaves: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro – Pólo de Chaves.
- Cabrita, S. J. S. (2012). O Turismo no Território e no Planeamento Territorial. Estudo de caso: O concelho de Faro. Dissertação de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos. UUALG – Faculdade de Economia.
- Cardoso, M. L. (2013). A importância da organização de eventos no turismo. Dissertação de Mestrado em Turismo. Porto: Universidade do Porto - Faculdade de Letras.
- Carvalho, P. (2009). Pedestrianismo e Percursos Pedestres. In Cadernos de Geografia (28/29), 193-204. Coimbra: FLUC.
- Catarino, M. S. G. (2011). O Desporto e o Turismo. Contributos na diferente oferta Turística-Desportiva existente no Algarve, em concreto no Município de Portimão. Dissertação de Mestrado em Gestão do Desporto. Lisboa: UTL – Faculdade de Motricidade Humana.
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000), In Análise Social, vol. XL (175).
- Costa, C. (2001). Seminário - Novas Estratégias para Turismo. Porto, AEP – Associação Empresarial de Portugal, pp. 79-81.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. e Wanhill, S. (2005). Tourism, Principles and Practice (3ª ed.). Essex: Pearson Education Limited.
- Cooper, C. e Hall, C. M. (2008). Contemporary Tourism: An International Approach. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Livros e Artigos (cont.)

- Coimbra, A. R. F. (2012). Termas da Curia: Abordagem da Arquitetura Termal. Dissertação de Mestrado em Arquitetura. Lisboa. Universidade Lusíada de Lisboa.
- Cunha, L. (2008). Avaliação do Potencial Turístico. *In Cogitur – Journal of Tourism Studies*, vol 1 (1).
- Crouch, G. I. (2007). Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes. Australia: Sustainable Tourism CRC.
- Crouch, G. e Ritchie, J. (1999). Tourism Competitiveness and Societal Prosperity. *In Journal of Business Research*, vol 44 (3), pp. 137-152.
- David, S. C. C. R. (2012). A Experiência da Marca em Enoturismo afeta o Comportamento do Consumidor? A Visão da Oferta. Dissertação de Mestrado em Marketing. Porto: UP – FEP Economia e Gestão.
- Echtner, C. M. e Ritchie, J. R. B. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *In The Journal of Tourism Studies* vol.14 (1), 37-48.
- Esteves, E. E. G. (2015). Animação Turística como Fator de Eleição de um Destino - Perspetiva do Visitante. Tese de Doutoramento em Ciências Empresariais. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- European Parliament (Policy Department B: Structural and Cohesion Policies – Transport and Tourism) (2009 e 2012). The European Cycle Route Network Eurovelo, Challenges and Opportunities for Sustainable Tourism, Study. Brussels: EU.
- European Travel Commission (ETC) (2006). Tourism Trends for Europe. Bruxelles: ETC.
- Félix, R. M. (2012). Gestão da Mobilidade em Bicicleta. Necessidades, fatores de preferência e ferramentas de suporte ao planeamento e gestão de redes. O caso de Lisboa. Dissertação de Mestrado em Engenharia do Território. Universidade Técnica de Lisboa – ISCTE.
- Ferreira, F. D. A. (2011). Percursos, Território e Património: O Caso de Vila Nova de Gaia. Dissertação de Mestrado e Turismo. Porto: Faculdade de Letras da UP – Departamento de Geografia.
- FPC (sd). Os anos 50, Alves Barbosa e Ribeiro da Silva Reeditam Duelo Nicolau-Trindade. Lisboa: FPC.
- Miranda, N. (2013). Análise da Competitividade e Desenvolvimento de Destinos Turísticos da Grande Lisboa e Oeste. Dissertação de Mestrado em Gestão das Organizações. Porto: Instituto Politécnico do Porto.
- Miranda, I. N. (2012). Os eventos como contributo para a diferenciação de um destino turístico: o caso do Programa Algarve - Os eventos de Animação e Música Pop. Dissertação de Mestrado em Turismo. Estoril: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Peixoto, C. L. C. (2014). Mobilidade Suave e a Bicicleta. Dissertação de Mestrado em PRU. Universidade de Aveiro - Departamento de Ciências Sociais, Políticas e do Território.

Livros e Artigos (cont.)

- Poon, A. (1993). *Tourism Technology and Competitive Strategies*. Oxon: Cab International.
- Pinto, F. C. (2008). *Enciclopédia das Festas Populares e Religiosas de Portugal*, Vol. 2.
- Reinhold: Mill, R. C., Morrison, A. M. (1985) *The Tourism System: An Introductory Text*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Republica Portuguesa (RP) (2015). *Programa do XXI Governo Constitucional 2015-2019*. Lisboa: RP.
- Ritchie, B. e Crouch, G. I. (2003). *The competitive Destination: a Sustainable Tourism Approach*. Oxon: Cabi International.
- Ritchie, B. e Crouch, G. I. (2000) Editorial. *The Competitive Destination: a Sustainable Perspective*. In *Tourism Management* (21), 1-7.
- Ribeiro, N. A. I. (2014). *O Turismo Desportivo como estratégia de competitividade para destinos turísticos: o caso da região de Lisboa*. Dissertação de Mestrado em Gestão. Lisboa: Instituto Superior de Gestão.
- Rosmaninho, N., Santos, A. e Gonçalves, R. (2007). *Anadia – Relance Histórico, Artístico e Etnográfico*. Porto: Reviver Editora.
- Santiago, M. J. (2005). *Leitão da Bairrada. História e Identidade de um Ícone Gastronómico*. Congresso de Ciências Veterinárias. 13 de Outubro, Cartaxo.
- Serreira, T. S. B. (2014). *Os eventos como promotores culturais do destino turístico. O caso das Capitais Europeias da Cultura*. Dissertação de Mestrado em Marketing e promoção Turística. Peniche: IPL, Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.
- Valentim, D. C. R. (2012). *A Importância do Património Natural na Escolha de um Destino. O Caso de Peniche*. Dissertação de Mestrado em Marketing e Promoção Turística. Peniche: IPL - Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.
- Viana, M. O. (2014). *Oferta e Procura Desportiva. Estudo de Caso de Guimarães Cidade Europeia da Cultura 2013*. Dissertação de Mestrado em Gestão Desportiva. Porto: UP – Faculdade de Desporto.
- Vilaça, M. I. C. (2015). *Mobilidade Sustentável: Interação entre veículos motorizados e utentes vulneráveis da via pública*. Dissertação de Mestrado em Sistemas energéticos Sustentáveis. Aveiro: Universidade de Aveiro – Departamento de Ambiente e Ordenamento.
- Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends*. Oxford: Elsevier.

Publicações

CCDRC (2015). Ficha Síntese PROT-C. Síntese do Modelo Territorial e das Normas Orientadoras do PROT-C para o Setor do Turismo (atualização em 04/2015).

CCDRC (2013). CRER 2020 Centro de Portugal – Plano de Ação Regional 2014-2020 (versão de trabalho). Coimbra: CCDRC.

CCDRC (2011). Proposta do PROT Centro. Coimbra: CCDRC.

CCDRC (2011). PROT Centro - Proposta do Plano, Diagnóstico e Contributos para uma Visão Estratégica Territorialisada da Região Centro. Vol. I – Fatores Estruturais e Dinâmicas de Evolução Tendencial do Modelo Territorial da Região Centro. Coimbra: CCDRC.

CCDRC (2011). PROT Centro - Proposta do Plano, Diagnóstico e Contributos para uma Visão Estratégica. Territorialisada da Região Centro. Vol. II – Visão e Opções Estratégicas de Suporte à Proposta de Modelo Territorial. Coimbra: CCDRC.

CCDRC (2008). PROT Centro – Sistema Urbano e Organização do Território, Diagnóstico e Visão. Coimbra: CCDRC.

Centro 2020 (2014). Brochura Centro 2020 – Programa Operacional do Centro 2014-2020. CCDRC.

CM Anadia (2016). Delimitação da Área de Reabilitação Urbana de Anadia. Anadia: CMA.

CM Anadia (2015). Plano Diretor Municipal – 1ª Revisão. Anadia: CMA.

CM Anadia (2015). Programa 'Invest em Anadia'. Anadia: CMA.

CM Anadia (2002). O Rosto do Vinho, Exposição de Rótulos de Anadia. Anadia: CMA.

CIM Região de Aveiro (2014). Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial 2014-2020. Aveiro: CIRA.

CIM Região de Aveiro (2014). Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial 2014-2020. Plano de Ação. Aveiro: CIRA.

CIM Região de Aveiro (2014). Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro. Fase 4 – Programa de Intervenção, Execução, Meios e Fontes de Financiamento. Aveiro: CIRA.

CIM Região de Aveiro (2014). Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro. Relatório de Síntese. Aveiro: CIRA.

CIM Região de Aveiro (2013). Plano Intermunicipal de Mobilidade e Transportes da Região de Aveiro. Fase 3 – Relatório de Planos de Ação. Aveiro: CIRA.

Comissão Europeia (2007). Livro Branco do Desporto. Bélgica: CE.

Comissão Europeia (2001). LEADER II – A Valorização do Turismo de Passeio Pedestre nos Territórios Rurais. Caderno nº 12. Bruxelas: Observatório Europeu Leader.

IMT (2012). Ciclando, Plano de Promoção da Bicicleta e outros Modos Suaves, 2013-2020. Lisboa: IMT.

Publicações (cont.)

IMT (2008 a 2015). Relatório de Tráfego na Rede Nacional de Autoestradas. Lisboa: IMT.

INE (2001 a 2015). Anuário Estático da Região Centro. Lisboa: INE.

INE (2001 a 2016). Estatísticas do Turismo. Lisboa: INE.

INE (2016). Estatísticas do Turismo 2015 – Atividade Turística Manteve Resultados Positivos em 2015. Lisboa: INE.

Turismo Centro de Portugal (2014). Plano de Marketing da Região Centro de Portugal. Aveiro: IPAM

Turismo de Portugal (2014). Turismo 2020 Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020. Lisboa: TP.

Turismo de Portugal (2017). Estratégia Turismo 2027 PORTUGAL. Lisboa: TP

UNWTO (2011). Tourism Towards 2030. Global Overview. Madrid: UNWTO.

UNWTO (2016). Tourism Highlights 2015. Madrid: UNWTO.

UNWTO (2005). Adapting the National Tourism Satellite Account (TSA) Project to Subnational Levels – A Discussion Paper. Madrid: World Tourism Organization.

Internet

Nacional

ABIMOTA, em www.abimota.pt

APICER, em www.apicer.pt

ARPT Centro de Portugal, em www.visitcentro.com/pt

Associação das Termas de Portugal, em www.termasdeportugal.pt

CCDR Centro, em www.ccdrc.pt

Centro 2020, em www.centro.portugal2020.pt

CIP Confederação Empresarial de Portugal, em <http://cip.org.pt/>

CM Águeda, em www.cm-agueda.pt

CM Anadia, em www.cm-anadia.pt

CM Cantanhede, em www.cm-cantanhede.pt

CM Coimbra, em www.cm-coimbra.pt

CM Ílhavo, em www.cm-ilhavo.pt

CM Mealhada, em www.cm-mealhada.pt

CM Mira, em www.cm-mira.pt

CM Oliveira do Bairro, em www.cm-olb.pt

CM Vagos, em www.cm-vagos.pt

CIM Região de Aveiro, em www.regiaodeaveiro.pt

Comissão Vitivinícola da Bairrada (CVB), em www.cvbbairrada.pt

Direção Geral de Energia e Geologia (DGEG), em www.dgeg.pt

Direção Geral do Património Cultural, em www.patrimoniocultural.pt

Direção Geral do Território (DGTerritório), em www.dgterritorio.pt

Internet (cont.)

Direção Regional de Cultura do Centro, em www.culturacentro.pt

Federação Portuguesa de Ciclismo, em www.uvp-fpc.pt

Federação Portuguesa de Ginástica, em www.fgp-ginastica.pt

Festivais de Verão 2015, em www.festivaisverao.com/Festivais-2015/index.html

Fundação do Desporto, em www.fundacaodesporto.pt

Geoatributo, Planeamento e Ordenamento do Território, em www.geoatributo.com

Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF), em www.icnf.pt

Jornal da Bairrada, em www.jb.pt/

Jornal Região Bairradina, em www.regiaobairradina.com

Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT), em www.imtt.pt

Instituto Nacional de Estatística (INE), em www.ine.pt

Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), em www.ivv.min-agricultura.pt

JF Avelãs Caminho, em www.avelasdecaminho.pt

JF Avelãs de Cima, em www.jf-avelasdecima.pt

JF Moita, em www.freguesiadamoita.eu

JF Sangalhos, em www.freguesiadesangalhos.eu

JF São Lourenço do Bairro, em www.jf-saolourencodobairro.pt

JF Vilarinho do Bairro, em www.freg-vilarinhodobairro.pt

JF Vila Nova de Monsarros, em

www.freguesiadevilanovademonsarros.eu

UF Arcos e de Mogofores, em www.freguesiadearcos.eu

UF Amoreira da Gândara, Paredes do Bairro e Ancas, em www.amoreiradagandaraparedesdobairroancas.pt

PORDATA, em www.pordata.pt

Programa 'Sentir Anadia' por CM Anadia, em <http://www.cm-anadia.pt/index.php/sentir-anadia-2>

Regeneração Urbana (CIP), em www.regeneracaourbana.cip.org.pt

RIS3 2020 Centro de Portugal, em <http://ris3.ccdrc.pt/index.php/ris3-documentacao/regional>

Rota da Bairrada, em www.rotadabairrada.pt

Turismo Centro Portugal (TCP), em www.turismocentro.pt

Turismo de Portugal, em www.turismodeportugal.pt

Travel BI por Turismo de Portugal, em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>

Internet (cont.)

Internacional

Baden-Baden, em www.baden-baden.de

Centro Internacional de Innovación Deportiva en el Medio Natural, 'El Anillo', em <https://crnelanillo.com>

CM Rio Maior, em www.cm-riomaior.pt

Complexo Desportivo Rio Maior Sports Centre, em www.desmor.pt

Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. Zone, em www.prosecco.it

Eurovelo, the European Cycle Route Network, em www.eurovelo.org

Experience Mendoza, em <http://www.experiencemendoza.com>

Jerez Andalucía de Cerca, em www.turismojerez.com

La Rioja Turismo, em <https://lariojaturismo.com>

The Vines of Mendoza, em www.vinesofmendoza.com

Thermes de Spa, em www.thermesdespa.com

Vinos de Jerez, Sherry Wines, em <http://www.sherry.wine/es>

Vivir Extremadura (El Anillo), em www.vivirextremadura.es

Le Marathon du Médoc, em www.marathondumedoc.com

Ourense a Provincia Termal – Programas Sociais en Balnearios, em <http://benourense.depourense.es/trenbalnearios/index.php/inicio-tren>

Organização Mundial de Turismo, (UNWTO), em www2.unwto.org/en

Recevin - Rede Europeia de Cidades do Vinho, em www.recevin.net

Rioja, em www.riojawine.com/es

Spa, em www.spatourisme.be




município de anadia

