

PLANO 2025

ASSOCIAÇÃO TURISMO DE CASCAIS
VISITORS & CONVENTION BUREAU

CASCAIS

The Charm of the Atlantic Coast

ÍNDICE

Estado da arte | pág. 2

Estratégia | pág. 3

Objetivos

Principais pilares

Tendências

Plano de Comunicação e Marketing | pág. 6

Marketing Digital

Member's Community

Cascais Data Centre

Academia

Visitas de Imprensa

Media Off & Online

Produções Cinematográficas

Golfe

Living

Lazer

M&I

Sustentabilidade

Visitor Centre

Grandes Projetos | pág. 25

Plataforma Compensação de Impacte Ambiental

Cascais Wi-Fi

Plano de Eventos | pág. 28

Dotação Orçamental | pág. 29

ESTADO DA ARTE

O primeiro semestre do ano de 2024 registou uma tendência positiva em todos os indicadores económicos. Comparativamente ao mesmo período do ano anterior, tanto o número de dormidas como o número de hóspedes, apresentaram um aumento de 10,1% e 16,0%, respetivamente, contabilizando um total de 530 898 dormidas e 224 248 hóspedes.

Nos números apresentados apenas é considerada a hotelaria da região, compreendida entre as 5 e as 2 estrelas.

Em termos de indicadores de gestão, Cascais regista também uma subida quando comparado com o ano anterior.

O Preço Médio por Quarto Vendido (ARR) registou os 132,2€ (+9,4%), com uma Receita Média por Quarto Disponível (REV PAR) de 85,0€ (+12,7%) e uma Taxa de Ocupação de 64,3% (+1.9 p.p.). Em Lisboa, no mesmo período, o Preço Médio de Quarto Vendido (ARR) registou 145,26€ com uma Receita Média por Quarto Disponível (REV PAR) de 102,48€.

No que aos mercados internacionais diz respeito, o mercado que mais cresceu na região foi os Estados Unidos da América. Este destino verificou um crescimento percentual de 43,6% face ao primeiro semestre de 2023, seguido de Alemanha com um aumento de 21,2% e da Bélgica com 18,1%.

De uma forma geral todos os mercados apresentaram subidas de indicadores, fator animador para Cascais.

ESTRATÉGIA

OBJETIVOS

ATRAÇÃO DO DESTINO

- Aumentar a notoriedade do destino junto dos mercados-alvo;
- Criação de produtos e ofertas diferenciadoras para o visitante;
- Dinamização do passaporte de golfe digital.

DINAMIZAÇÃO DA INDÚSTRIA

- Incrementar o preço médio e REVPAR da região, procurando captar os segmentos mais adequados para este objetivo;
- Impulsionar o setor turístico na região, dinamizando a atividade dos nossos Associados, promovendo encontros e criando um Cascais mais forte;
- Intermediação entre a oferta de oportunidades formativas para o setor e a angariação de formandos entre a rede de contactos da ATC;
- Continuação da aposta em eventos da indústria.

SEGMENTOS E OPORTUNIDADES

- Promoção de sinergias entre a organização de eventos e a atividade promocional regular do destino;
- Dinamização junto das equipas do Turismo de Portugal espalhadas pelo mundo;
- Aposta em conteúdos próprios para promoção do destino;
- Dinamização das Cidades Geminadas com Cascais.

EXPERIÊNCIA NO DESTINO

- Qualificar a experiência do visitante, com enfoque na entrega de serviços digitais relevantes;
- Incremento de uma política de sustentabilidade transversal a toda a *customer journey*, aproveitando as melhores práticas dos diferentes Associados;
- Dar novos passos no caminho da digitalização do destino com o investimento na criação de uma rede Wi-Fi extensível a toda a região, cobrindo os principais pontos de interesse e empresas turísticas;
- Colocar as novas tecnologias ao serviço do turista.

PRINCIPAIS PILARES

CONHECIMENTO

- Utilizar os dados recolhidos e *Business Intelligence* para criar campanhas de promoção mais eficazes e focadas;
- Dinamizar iniciativas com a Nova SBE e a ESHTe que permitam desenvolver esta área em conjunto com os empresários locais;
- Tornar os números um ativo efetivo para a gestão mais focada, que promova o alcance de resultados mais rápidos e duradouros;
- Criação de novas parcerias com a Academia para tornar Cascais num destino mais resiliente e sustentável;
- Aposta na percepção.

DIGITALIZAÇÃO

- Criar processos de automatização da promoção e desenvolvimento do processo de criação;
- Criar sinergias entre a rede de Wi-Fi pública e as redes detidas pelos Associados, de forma a permitir ao turista o usufruto de todos os recursos digitais;
- Dinamizar processos de gestão mais eficientes e de melhor utilização dos

recursos disponíveis;

- Comunicação uniformizada e comunicação cruzada.

TENDÊNCIAS

TECNOLOGIA

Aceleração da adoção da tecnologia nos negócios. Aumento do conhecimento do consumidor, com impacto no produto entregue. Integração de tecnologia nos negócios, potenciando o conhecimento do consumidor e levando ao incremento de qualidade no produto entregue.

- Aposta em *Business Intelligence*;
- Incremento das parcerias estratégicas para aceleração de adoção de tecnologia;
- Market Place.

SEGMENTOS

Novas oportunidades a nível de destinos de menor dimensão com ênfase na sustentabilidade e uma vivência *outdoor*.

- Aposta no segmento lazer;
- Promoção com mensagem de sustentabilidade, natureza, aventura e *outdoor* (“O novo luxo”);
- Comunicação junto de audiências em vez da anterior abordagem de mercados.

COMPORTEAMENTO

Adaptabilidade a novos perfis de clientes e de mercados.

- Comunicação de boas práticas;
- Aposta na criação de comportamento responsável da marca “Cascais” e do espírito “Cascalense”.

PLANO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

PROJECTO TIMEOUT CASCAIS

- Criação de conteúdos editoriais e em parceria;
- Desenvolvimento da Revista anual "CASCAIS" & conjunto de ações promocionais paralelas;
- Revista Time Out – Flash Verão – agenda;
- Criação de conteúdos para site Time Out Cascais;
- Criação de conteúdos e dinâmicas para a página de instagram Time Out Cascais.

WEBSITE E PLATAFORMAS ONLINE

- Manutenção dos domínios e alojamento dos websites (Visit Cascais, AweSome Cascais e Associados);
- Atualizações, melhorias e desenvolvimento de novas funcionalidades no website principal - Visit Cascais;
- Integração dos websites independentes (Living in Cascais e Cascais Destination Wedding) no website principal;
- Plano de suporte e manutenção anual da Cascais Virtual;
- Plataformas de apoio à gestão das redes sociais (onlypult & swonkie);

PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS

- Serviços de apoio de: copy, traduções, design, conceito e produção de campanhas;
- Desenvolvimento, produção e impressão de materiais diversos;
- Filmes promocionais temáticos de curta duração e campanhas específicas;
- Filmes promocionais e cobertura dos grandes eventos;
- Novo filme promocional diferenciado de forma a contemplar futuros prémios;
- Novo filme promocional de Golfe;

- Participação em concursos e prémios nacionais e internacionais;
- Loja Online – criação de conteúdos para acompanhamento de coleções e produtos.

CAMPANHAS

- Campanha de acompanhamento da plataforma AWESOME CASCAIS;
- Campanha de acompanhamento de Golfe & Passaporte de Golfe;
- Campanha de lançamento da plataforma de Sustentabilidade;
- Campanha dedicada ao segmento de Casamentos;
- Campanhas temáticas originais – redes sociais.

MATERIAL PROMOCIONAL & ATIVAÇÃO MARCA

- Desenvolvimento de materiais promocionais de apoio a eventos e visitas de inspeção e imprensa;
- Desenvolvimento de produtos e coleções para o Cascais Visitor Center;
- Desenvolvimento de parcerias e consignações para o Cascais Visitor Center;
- Manutenção dos materiais promocionais de apoio ao turista;
- Stand de ativação de marca para presença eventos.

MEMBER'S COMMUNITY

ENTIDADES PARCEIRAS:

- Associação Portuguesa da Agências de Viagens e Turismo (APAVT)
- Associação Regional dos Hoteleiros - Cascais, Sintra Mafra, Oeiras (ARHCESMO)
- Associação Comercial do Concelho de Cascais (AECC)
- Confederação do Turismo Português (CTP)
- Associação dos Hotéis de Portugal (AHP)
- Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP)
- Associação Turismo de Lisboa (ATL)

- Fundação D.Luís I
- Turismo de Portugal

Ao longo de 2025, propõe-se continuar o trabalho de proximidade com os Associados que compõe o universo de membros, considerando sempre as oportunidades para a angariação de novos parceiros:

- Envio de comunicação eletrónica aos Associados com informação de atividades e pontos de situação de mercados;
- Organização do Dia do Associado - BETTER TOGETHER IN CASCAIS;
- Assessoria jurídica com vista a disponibilizar informação previamente tratada sobre diplomas, programas de apoio e nova legislação;
- Gestão de questões colocadas pelos Associados;
- Admissão de novas adesões e gestão do universo de Associados atual, promovendo o contacto próximo;
- Angariação de novos Associados.

CASCAIS DATA CENTRE

- Aquisição de estudos de mercado, nos principais países emissores para Cascais e de produto;
- Análise de dados da presença digital - Google Analytics;
- Aquisição de dados que permitam entender os interesses do turista de mercados emissores estratégicos – Estudo Perfil Turista;
- Recolha e análise de dados estatísticos de performance do destino, na vertente hoteleira, de golfe e de indicadores económicos;
- Aquisição de estudos que caracterizem o perfil do turista, o seu comportamento e interações no nosso destino – Rede WI-FI e SIBS;
- Avaliação da Performance Turística por parte dos residentes para

monitorização de Qualidade de vida – Questionário ao Residente;

- Tratamento de dados, análise e utilização estratégica de informação recolhida através da Plataforma Transparent, focada no segmento do Alojamento Local.

ACADEMIA

Para o ano de 2025 iremos continuar a colaborar com as seguintes entidades:

- Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE);
- Escola de Hotelaria e Turismo do Estoril (EHTE);
- Nova SBE;
- Westmont Institute;
- Lisbon MBA (Consórcio Nova SBE e Católica Lisboa).

VISITAS DE IMPRENSA

Em consonância com os resultados estatísticos de Cascais este ano, pretende-se consolidar os mercados onde temos apostado para garantir a vinda de media em regime regular: Reino Unido, Irlanda e Alemanha.

No caso do Reino Unido e do mercado nacional pretende-se dar continuidade à assessoria de imprensa já existente, com um serviço anual que tem permitido criar um incremento considerável da presença mediática de Cascais nos mercados.

Por outro lado, pretende-se incrementar acesso a media nos mercados intermédios com potencial e interesse para os Associados como é o caso dos EUA e Benelux, bem como iniciar ações anuais de angariação de media dos países nórdicos: Suécia, Noruega e Dinamarca.

Em relação aos restantes mercados de atuação, utilizaremos a plataforma de contacto Travmedia, estabeleceremos parcerias com as Delegações do Turismo de Portugal, com as companhias aéreas e com os intermediários da operação turística, nomeadamente na angariação de oportunidades de mediatização, bem como nos

contactos estabelecidos de forma direta com jornalistas e meios de comunicação em Feiras de Turismo, nas quais a Associação participa.

Pretende-se manter a utilização de visitas de imprensa como veículo principal de difusão de media, devidamente associadas à realização de fóruns e manutenção de assessorias de imprensa, como garantias para angariação austada de media. A parceria com a TAP e delegações mantém-se, sem custo associado.

No que toca os objetivos temáticos, pretende-se capitalizar os eventos da região com maior atratividade para o segmento, nomeadamente o Millennium Estoril Open, Estoril Classics, IRONMAN, AGEAS Cool Jazz e Chefs on Fire como argumentos para o convite, para além dos temas genéricos de visita, com programas focados nos segmentos de natureza, gastronomia, nómadas digitais, turismo de casamentos e negócios.

Considerando os pedidos crescentes de apoio a processos de filmagem e reportagens fotográficas e a atratividade de Cascais nesta área, onde a ATC presta apoio logístico e burocrático, será importante explorar e incrementar esta área de trabalho.

[PARTICIPAÇÃO NOS EVENTOS MEET THE MEDIA – fevereiro | IRLANDA, DUBLIN](#)

Considerando o potencial do mercado irlandês, a variedade de voos e a qualidade deste evento (no qual participámos em 2023), importa voltar à realização do mesmo. Neste fórum de media conseguimos uma diversidade relevante de contactos que nos tem permitido receber media da Irlanda por períodos de dois anos consecutivos.

[PARTICIPAÇÃO NOS EVENTOS IMM – março | ALEMANHA](#)

O IMM consiste num fórum de media organizado pela Travmedia, no qual temos vindo a participar. Este ano de 2024 conseguimos angariar todos os meios presentes em Cascais provenientes da Alemanha e Áustria através deste evento, pelo que se justifica

a sua manutenção para 2025. De salientar que o mesmo realiza-se no dia antes da ITB, o que se afigura conveniente, para garantir a nossa participação também nesta feira.

ROADSHOW– maio | REINO UNIDO

À semelhança de 2024 importa dar continuidade às reuniões presenciais com media britânicos, de forma individual. No ano de 2024 foram efetuadas reuniões em Londres e Brighton, propondo-se manter as duas cidades, mas com jornalistas e bloggers diferentes. Propomos acrescentar uma terceira cidade, nomeadamente Manchester, com boa cobertura de voos para Portugal.

Travel News Market – dezembro | SUÉCIA

Existe um pedido crescente por parte da hotelaria de Cascais por media dos países nórdicos, sobretudo da Suécia e Dinamarca. Após auscultação do Turismo de Portugal local, concluímos que este evento será a melhor oportunidade para angariação de meios. Trata-se de uma feira de turismo multi-facetada, com a possibilidade de construção de agenda própria, direcionada apenas para esta área.

MEDIA OFF & ONLINE

SERVIÇOS DE ASSESSORIA

Aquisição de serviços de assessoria avulsos para multimercados estratégicos, tais como EUA, Espanha, França, Alemanha e Brasil.

PARCERIA TURISMO DE PORTUGAL

Angariação de media e divulgação de eventos através das delegações que trabalham com a nossa Associação.

VISITAS DE IMPRENSA

Dar continuidade às muitas propostas e conversações já auscultadas em 2024 para

visitas de imprensa e *influencers*.

PRODUÇÕES CINEMATOGRÁFICAS

- Suporte logístico à realização de séries, filmes, documentários e sessões fotográficas nacionais e internacionais de marcas de prestígio na região;
- Apoio na angariação de locais de produção, fornecedores e intermediação na organização dos trâmites legais.

GOLFE

Durante o ano de 2025 a estratégia será alinhada com o objetivo de apresentar um golfe renovado. Um golfe que funde as tradições da modalidade com o *tão próprio estilo de vida de Cascais*.

Trata-se de ir ao encontro de uma tendência global, onde o golfe se vem tornando mais e mais popular, e com demografias mais amplas e abrangentes.

Do nível e variedade do golfe, à cultura, gastronomia, estilo de vida, e hospitalidade, Cascais, proporciona tudo o que um visitante de golfe qualificado procura; há, no entanto, oportunidade para fazer mais, e aumentar o reconhecimento do destino, designadamente nos principais mercados europeus do Reino Unido, Alemanha, França, Escandinávia, Espanha e Suíça, bem como nos Estados Unidos, não só para golfistas, mas também para o turista exigente - que joga golfe - mas também quer experimentar uma cultura excepcional e usufruir de experiências memoráveis.

OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS

- Aumentar notoriedade da marca Cascais garantindo que Cascais está no *top of mind* dos visitantes exigentes, que valorizam aquilo que Cascais tem para oferecer além do Golfe;
- Aumentar as reservas de voltas de golfe, via Cascais Digital Golfe Passaporte, elevando a notoriedade deste instrumento;
- Aumentar o gasto médio e a duração média da estadia, incentivando a

utilização do Passaporte de Golfe, bem como todos os ativos hospitalidade/turismo na região.

INICIATIVAS PROPOSTAS

Transversais

- Alinhar uma única mensagem para o Golfe em Cascais que esteja em sintonia com o que são as tendências globais, que seja apelativa e eficaz para atuais audiências, mas também para as audiências emergentes;
- Criação de um novo filme promocional para o Golfe em Cascais e continuação, em parceria com a Time Out Cascais, do desenvolvimento de uma coleção de reels de golf, nos campos de golfe de Cascais para partilha no instagram;
- Produção de ShortReports periódicos sobre o Golfe a nível global, designadamente tendências internacionais, principais números e mercados constituindo informação fundamental para a tomada de decisão para o Turismo de Cascais, bem como os campos de golfe parceiros;
- Preparação de candidaturas internacionais para prémios/reconhecimentos do Cascais Digital Passport.

GOLF PASSPORT NOVAS PARCERIAS

Considerando o cliente final, colocar o Produto Cascais Golf Passport em outras plataformas disponíveis em outros mercados.

IAGTO EUROPEAN CONVENTION 19-21 maio | (Gran Canaria) e IGTM 20-23 outubro | Cannes

Participação nos 2 eventos internacionais de golf (B2B) mais importantes.

THE CASCAIS PRESS TRIP 2025

Considerando o sucesso das Press Trip anteriores, o objetivo para 2025 será replicar o conceito, trazendo a Cascais jornalistas de primeira linha representando publicações de prestígio de todo o mundo como é o caso da Forbes, El Mundo, Ten Golf entre outras.

Durante a viagem, os jornalistas teriam uma agenda apelativa e diversificada, experimentando o melhor que Cascais tem a oferecer, um evento cultural/musical de renome, visitando e jogando nos campos de golfe da região, mostrando que Cascais é muito mais do que Golfe.

FAMTRIPS Cascais 2025

Proporcionar a experiência de “viver” Cascais aos nossos parceiros e potenciais parceiros internacionais, será prioritária a organização de FAMTRIPS para operadores de golfe internacionais.

Paralelamente, e como já tem vindo a ser feito, será mantido um diálogo ativo com os operadores parceiros.

FAM TRIP EUA

Dado o potencial e crescimento deste mercado, propomos uma FAMTrip exclusiva Estados Unidos para operadores de golfe qualificados em parceria com os campos da região, em que, entre outras fontes, os operadores serão selecionados nas reuniões realizadas durante a IAGO North America.

OUTRAS AÇÕES JUNTO DOS MEDIA & INFLUENCERS

Além das Press Trips já mencionadas, pretendemos dedicar esforços a um contacto mais consistente e durante todo o ano junto dos media de golfe e *LifeStyle*, recorrendo a *influencers*, bem como entrevistas a figuras-chave.

CAMPANHAS INTERNACIONAIS CASCAIS DIGITAL GOLF PASSPORT - Google, Facebook e Instagram

Realização de Campanhas de Vendas/Conversão, dirigidas a mercados alvo nas redes sociais Facebook e Instagram, e Google Search.

PARCERIAS ESTRATÉGICAS – MERCADO ESPECÍFICOS

Tendo como objetivo a ativação do Cascais Golf Passport em mercados-chave, a presença nas redes sociais por si só nem sempre permitirá a penetração em todos os mercados alvo. Neste contexto, considera-se relevante a realização de parcerias com operadores locais em mercados como a Escandinávia, Suíça, Alemanha, como forma de chegar ao nosso cliente final.

P54 APOIO E CONSULTORIA

Apoio da Performance54 à implementação da estratégia de golfe traçada para Cascais, que inclui comunicação nas redes sociais, assessoria de imprensa na área do golfe, produção de artigos e comunicações para o nosso website, campanhas de notoriedade do destino e do Passaporte de Golfe, entre outros.

LIVING CASCAIS

O produto Living in Cascais tem como objetivo promover e divulgar Cascais nos mercados internacionais como destino único e de excelência para viver no estrangeiro, destacando também as extraordinárias condições para *remote workers*.

Considerando os mercados alvo, e com base nos dados de tráfego/procura da plataforma Imovirtual (Fonte: Forbes Portugal), o Brasil (3,24%) ocupa o primeiro lugar do ranking da procura de casa em Portugal por parte de estrangeiros. Segue-se a França (2,54%), os EUA (1,62%), a Suíça (1,60%) e o Reino Unido (1,26%).

CASCAIS EXPERIENCE, RIO DE JANEIRO (MULTIMERCADOS)

Cascais Experience, Rio de Janeiro é uma iniciativa singular do Turismo de Cascais que tem como objetivo principal a ativação/divulgação/ da marca Cascais junto de um público-alvo diferenciado/exclusivo, com elevado poder de compra, no mercado brasileiro, Rio de Janeiro.

Neste contexto, serão realizados 2 momentos exclusivos Cascais no Rio de Janeiro – Itanhangá Golf Club e Cocktail no Hotel Fasano RJ - complementados pela presença de Cascais no Fórum In Voyage Rio de Janeiro.

Estas 3 iniciativas serão uma excelente oportunidade para apresentar o destino Cascais, um destino também exclusivo, que se destaca pelo seu tão especial e inigualável estilo de vida, onde todos os dias parecem dias de férias, com um ambiente superdescontraído e muito boa energia, e onde se encontram todas as comodidades, equipamentos e infraestruturas de uma moderna cidade europeia. “O melhor sítio para viver um dia, ou a vida inteira.”

O Cascais Experience, Rio de Janeiro reunirá a elite do Rio de Janeiro, media, assim como profissionais do sector do segmento de luxo.

Contará com o apoio do Turismo de Portugal e da TAP Portugal

"CASCAIS CALLING: LIFE, BUSINESS, AND BEYOND"

A ideia central é destacar Cascais como um destino ideal para viver, investir e crescer, através de histórias reais de expats que já fizeram essa escolha. A campanha forçar-se-á focar em valores como qualidade de vida, segurança, beleza natural e oportunidades de negócios.

OUTRAS INICIATIVAS

- Get together Cascais Expats e outros parceiros – Iniciativas em parceria com o maior grupo de expats de Cascais, para estrangeiros a viver em Cascais;
- Desenvolvimento de novo website dirigido ao segmento Living;
- PressTrips de jornalistas e *influencers* da especialidade: Move abroad, life style, Real Estate.

LAZER

Promoção através de uma estratégia de multimercados. O presente plano foi elaborado em parceria com os Associados da região, em sessão de trabalho conjunta.

[ACCESS TRAVEL LUXURY SHOW – 25 a 27 de fevereiro | Cascais, Portugal](#)

Fórum no segmento de lazer de luxo, organizado em Cascais (Quinta da Marinha Resort) e com o apoio financeiro da ATC para as atividades.

Buyers: 55 compradores de viagens de luxo selecionados do Reino Unido, Escandinávia, Itália, Espanha, França, Suíça, Portugal, entre outros

Conceito: Workshop baseado em reuniões pré-agendadas B2B, além de atividades premium para experienciar o destino.

[BTL - 12 a 16 de março | Lisboa, Portugal](#)

A BTL, Feira Internacional de Turismo de Lisboa, é o maior evento do setor de turismo em Portugal. Reunindo profissionais da indústria, empresas, destinos e o público geral, a BTL é um espaço de *networking*, inovação e apresentação de tendências.

Na edição de 2025, espera-se um foco crescente em turismo sustentável, novas tecnologias e experiências imersivas para os viajantes. Além disso, o evento trará oportunidades de negócios para empresas de diferentes segmentos e reforçará a importância do turismo como motor de desenvolvimento econômico e cultural. O Turismo de Cascais estará inserido no stand da Região de Lisboa, com mesa própria.

PRIVATE LUXURY FORUM – 2 a 5 de abril | Marbella, Espanha

Trata-se de um evento direcionado ao segmento de lazer de luxo com maior incidência nos FIT's, onde nos é dada a oportunidade de reunir com 50 agentes de viagem, oriundos do mercado europeu e outros mercados prioritários.

O formato é de reuniões 1:1 (B2B), de 15 minutos, entre *suppliers* e *buyers*, sendo que o programa do fórum contempla reuniões da parte da manhã, e ações de *networking*/atividades à tarde, tudo dentro de um resort onde se encontram todos alojados. Um outro ponto importante, é que o interesse é validado previamente à marcação das reuniões, num sistema disponibilizado pela organização, promovendo assim uma maior qualidade para os contactos.

ILTM LATIN – 5 a 8 de maio | São Paulo, Brasil

ILTM Latin, uma feira dirigida ao segmento de lazer, com o formato de reuniões B2B, onde marcamos presença inseridos no stand de Portugal (a maior representação institucional da feira).

O mercado brasileiro é muito concentrado enquanto tour operação, sendo que no caso do destino Portugal, mas principalmente pelo posicionamento mais elevado que confere ao produto.

EMOTIONS TRAVEL – 2 A 5 de junho | Madrid, Espanha

O Emotions é especializado em luxo e *lifestyle*. Os eventos são seletivos, muito focados e cuidadosamente seletivos nos *buyers* deste segmento.

O formato é muito idêntico aos restantes fóruns *leisure*.

O formato é de reuniões 1:1 (B2B), de 15 minutos, entre *suppliers* e *buyers*, sendo que o programa do fórum contempla reuniões da parte da manhã, e ações de *networking*/atividades à tarde, tudo dentro de um resort onde se encontram todos alojados. Um outro ponto importante, é que o interesse é validado previamente à marcação das reuniões, num sistema disponibilizado pela organização, promovendo assim uma maior qualidade para os contactos.

PORTUGAL IN LOVE – TBD

A 4ª edição do fórum internacional de casamentos Portugal in Love, uma iniciativa do jornal TNews, os expositores são nacionais e *wedding planners* de 13 mercados, nomeadamente dos Emirados Árabes Unidos, Brasil, EUA, Reino Unido, Espanha, Líbano, França, Itália, Suíça, Suécia, Alemanha, Áustria e Portugal.

Formato de 2 dias com reuniões, atividades para incentivar ao *networking*.

APOIO A FAM TRIPS | VISITAS DE INSPEÇÃO | OPERADORES

Ações junto a Operadores Turísticos internacionais, visando as eficazes visitas de familiarização ao Destino (Famtrips) para agentes de viagem e ainda campanhas promocionais para os clientes finais, com as quais se pretende potenciar a imagem e a consequente venda da região. Pretende-se também alargar estas visitas para os Wedding Planners internacionais/nacionais e imprensa da especialidade, no mesmo sentido do ano de 2024. Apoio aos Associados do setor.

Pretende-se ainda, dentro deste âmbito, o apoiar o evento “Summit Trend CVC Brasil” em abril de 2025.

M&I

No âmbito do Apoio à Venda, assistimos a uma mudança de paradigma na aproximação aos mercados, que impõe a mudança de formato das ações dirigidas aos mercados de intervenção, baseando o apoio ao seu negócio na presença em feiras e fóruns internacionais (B2B) enquanto *umbrella* da oferta da região, investir na organização de ações de familiarização e de conhecimento *in loco* do destino, e a exploração de novos *clusters*, nomeadamente nos mercados de Alemanha, Reino Unido, França.

INVOYAGE RIO DE JANEIRO – 08 a 11 de fevereiro | Rio de Janeiro, Brasil

Reuniões com as principais agências de incentivos, cerca de 45 reuniões B2B.

Incentivos e eventos de luxo no Fairmont Copacabana, na cidade brasileira.

Buyers: 30% USA / 10% América Latina / 30% UK / 20% EU / 10% MEA & APAC

Suppliers: 5% USA / 5% América Latina / 15% UK / 50% EU / 25% MEA & APAC

M&I FLAGSHIP BROOKLYN – 09 a 12 de fevereiro | Brooklyn, EUA

Neste Fórum são realizadas cerca de 45 reuniões com buyers provenientes dos diversos mercados (EUA, Canadá e Europa).

Este Fórum é organizado num Hotel onde ficam hospedados tanto os *buyers* como os *suppliers*, havendo assim a oportunidade de um maior *networking*, promovido através de almoços/jantares e atividades durante os três dias.

M&I FEST GLOBAL – 16 a 20 de março | Marraquexe, Marrocos

Neste Fórum são realizadas cerca de 45 reuniões com *buyers* provenientes dos diversos mercados (EUA, Canadá e Europa).

Este Fórum é organizado num Hotel onde ficam hospedados tanto os *buyers* como os *suppliers*, havendo assim a oportunidade de um maior *networking*, promovido através de almoços/jantares e atividades durante os três dias.

IMEX - 20 a 22 de maio | Frankfurt, Alemanha

A IMEX Frankfurt é uma das maiores feiras de negócios e eventos do mundo, voltada para o setor de MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions). Realizada anualmente em Frankfurt, na Alemanha, a feira reúne milhares de expositores e profissionais da indústria de eventos, turismo e hospitalidade. A IMEX oferece uma plataforma para *networking*, troca de ideias e aprendizagem, com uma vasta programação de palestras, *workshops* e encontros de negócios. O Turismo de Cascais estará inserido no stand do Turismo de Portugal, com mesa própria.

INVOYAGE – 21 a 24 de setembro | Abu Dhabi, Emirados Árabes Unidos

Reuniões com as principais agências de incentivos, cerca de 45 reuniões B2B.

Incentivos e eventos de luxo no St. Regis Saadiyat Island, na capital cultural e política dos Emirados Árabes Unidos.

Buyers: 30% USA / 10% América Latina / 30% UK / 20% EU / 10% MEA & APAC

Suppliers: 5% USA / 5% América Latina / 15% UK / 50% EU / 25% MEA & APAC

IBTM - 18 a 20 de novembro | Barcelona, Espanha

A IBTM Barcelona é uma das principais feiras globais dedicadas ao setor MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions), realizada anualmente em Barcelona, Espanha. O evento reúne profissionais de eventos, turismo e hospitalidade de todo o mundo, criando um ambiente propício para *networking*, fechamento de negócios e troca de conhecimentos. Com uma programação diversificada de conferências, palestras e encontros de negócios, a IBTM é uma plataforma estratégica para o lançamento de inovações, promoção de destinos turísticos e desenvolvimento de parcerias comerciais no setor de eventos corporativos e incentivos. O Turismo de Cascais estará inserido no stand do Turismo de Portugal, com mesa própria.

OPORTUNIDADES A ABRAÇAR:

- Há uma oportunidade de recolher eventos/conferências de maior dimensão combinando eventos presenciais e virtuais;
- Tendência para se afastar o mais possível dos centros urbanos e procura por destinos de apoio de tamanho médio (segundas cidades com boa acessibilidade);
- Infraestruturas locais de qualidade e proximidade a universidades, áreas tecnológicas e centros de negócios;
- Sustentabilidade - Mais valor para as empresas e marcas que estão comprometidas com a sustentabilidade e com as iniciativas locais.

APOIO A FAM TRIPS | VISITAS DE INSPEÇÃO | OPERADORES

Ações junto a Operadores Turísticos internacionais, visando as eficazes visitas de familiarização ao Destino (Famtrips) para agentes de viagem e casas de incentivo, com as quais se pretende potenciar a imagem e a conseqüente venda da região.

Pretende-se ainda, dentro deste âmbito, o apoiar o evento “Incentive Research Foundation” no primeiro trimestre de 2025.

SUSTENTABILIDADE

O Turismo é um dos setores de crescimento mais rápido do mundo, com impactes positivos na economia e na dinamização de diversas atividades económicas, designadamente na restauração, hotelaria, transportes, conduzindo à criação de muitos postos de trabalho, diretos e indiretos

Por outro lado, o Turismo, é também responsável por impactes negativos no ambiente, nas comunidades, na cultura e autenticidade dos destinos.

Num tempo em que – rumo à Sustentabilidade - o Mundo se reinventa em todas as suas vertentes e sectores, não existem dúvidas de que o sector do Turismo precisa também de ser repensado e reformulado, no sentido de proporcionar experiências de viagem e lazer significativas, de baixo impacte, que não ponham em causa o ambiente e as comunidades dos destinos turísticos.

A Visão desenhada para Cascais é ser o *melhor lugar para viver um dia ou a vida toda*. Toda a estratégia do Município de Cascais é focada nas pessoas e na qualidade de vida de todos os que vivem, trabalham ou estudam em Cascais.

Assim, também nesta matéria, Cascais desenvolve todos os esforços para estar na linha da frente, assumindo-se como um farol de sustentabilidade em Portugal, profundamente comprometido com os princípios de desenvolvimento sustentável a

todos os níveis da estrutura do Município, nas suas políticas de desenvolvimento local, estratégia de crescimento e iniciativas.

Em março de 2024, Cascais foi reconhecido com o prémio *Platina da Green Destination Foundation*, que promove a sustentabilidade dos destinos turísticos, galardoando e certificando os mesmos de acordo com critérios ambientais, culturais, económicos, sociais e de gestão.

O Turismo de Cascais, no universo de entidades que compõem o Destino Cascais, tem um papel determinante. Seja pelas ações e iniciativas que são diretamente da sua responsabilidade, mas também – e talvez com uma força mais preponderante – pela sua função agregadora, dinamizadora e influenciadora na esfera de todos os *stakeholders* da atividade turística em Cascais.

Os desafios do Turismo Sustentável exigem uma abordagem de gestão do Turismo diferente, que se afaste do paradigma do crescimento e se concentre na valorização e qualidade do destino, na experiência significativa que se pretende oferecer, e que contribua para a qualidade de vida dos cascalenses, protegendo o ecossistema, valorizando a cultura, a autenticidade e a comunidade local.

Durante o ano de 2025, na área da Sustentabilidade, estão previstas as seguintes iniciativas:

PLATAFORMA COMPENSAÇÃO DE IMPACTE AMBIENTAL

Lançamento de solução tecnológica projetada para oferecer aos visitantes de Cascais, bem como às empresas organizadoras de eventos em Cascais, a oportunidade de entender e mitigar o impacte ambiental das suas viagens/eventos, através de uma contribuição financeira num projeto ambiental/conservação local, que tem por base o cálculo das emissões de carbono da viagem/evento (mais detalhes em “Grandes Projectos”)

EVENTO TURISMO E SUSTENTABILIDADE

Encontro internacional sobre Turismo e Sustentabilidade, organizado pelo Turismo de

Cascais em parceria com Breeze, que trará a Cascais Speakers Internacionais de renome nesta matéria.

INICIATIVAS DE COMPENSAÇÃO AMBIENTAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL COM PARCEIROS E PROMOTORES DE EVENTOS

Planeamento e operacionalização de iniciativas que visam compensar o impacto ambiental de eventos realizados em Cascais, bem como da atividade/serviços de parceiros.

BENCHKMARKETING TOURISM BOARDS

Estudo sobre as melhores práticas, iniciativas e estratégias desenvolvidas por *Tourism Boards* internacionais, que se destacam na temática da Sustentabilidade (Valência, Singapura, Belize e Nova Zelândia).

DIAGNOSTICO PARCEIROS TURISMO | PARTILHA DE BOA PRÁTICAS

Levantamento de iniciativas e medidas na área da sustentabilidade desenvolvidas pelos parceiros do Turismo de Cascais. O *report* poderá ser seguido de workshops entre parceiros para partilha de ideias e das melhores práticas implementadas.

ROADMAP SUSTENTABILIDADE EM CASCAIS

Criação de conteúdos e divulgação dos mesmo aos visitantes de Cascais; *Visit Cascais Dicas de sustentabilidade* (alojamento, atividades, locais, restaurantes, etc)

FERRAMENTA FOREST

Elaboração de Relatório de Sustentabilidade da ATC através da ferramenta FOREST - Ferramenta Organizacional e Reporte da Sustentabilidade no Turismo (Turismo de Portugal).

CASCAIS SUSTAINABILITY PRESSTRIP

Organização de Visitas de Imprensa com jornalistas/*influencers* dedicados à temática Turismo&Sustentabilidade.

VISITOR CENTER

- Promoção do novo espaço CVC para a realização de eventos, lançamentos e conferências;
- Promoção da marca “Cascais” através da venda de material de promoção exclusivo;
- Divulgação do projeto “De Cascais para o mundo” – Realização de exposições e venda de obras de arte de artistas residentes no concelho de Cascais;
- Participação no Observatório com recolha e tratamento de dados estatísticos;
- Promover o novo espaço de Coworking dirigido a Nómadas Digitais;
- Criação do projeto *ATC Talks*, uma iniciativa para a promoção de debates temáticos sobre o Turismo e os seus desafios, com a participação dos Associados da ATC;
- Workshops temáticos em parceria com empresas Associadas no sentido de sensibilizar e captar jovens para cursos ligados à indústria turística;
- Dinamização anual do suporte de promoção dos Associados “Cascais Weekly”;
- Participação em grandes eventos com stand de venda de material promocional;
- “Época Baixa” criar pequenos eventos/showcases dos Associados, promovendo os espaços e atividades dos mesmos;
- Loja online, melhorar o *packaging* e metodologia de envios, proporcionando uma melhor experiência ao consumidor final.

GRANDES PROJETOS

PLATAFORMA COMPENSAÇÃO DE IMPACTE AMBIENTAL

Lançamento de solução tecnológica projetada para oferecer aos visitantes de Cascais, bem como às empresas organizadoras de eventos em Cascais, a oportunidade de

entender e mitigar o impacto ambiental das suas viagens/eventos, através de uma contribuição financeira num projeto ambiental/conservação local, que tem por base o cálculo das emissões de carbono da viagem/evento.

As principais funcionalidades desta inovadora plataforma incluem: 2 calculadoras - Calculadora de Impacte de Viagem e Calculadora de Impacte para eventos; conexão dos visitantes/eventos com iniciativas locais de sustentabilidade ambiental apoiadas pelo Turismo de Cascais/Município.

CASCAIS WI-FI

Projeto de produção de um Programa de Inteligência Turística, que terá várias vertentes:

- Oferta de uma rede de WiFi combinado a oferta pública existente e a cedência parcial de rede por parte das empresas associadas da ATC;
- Vertente empresarial - Dotar a ATC e os seus membros de ferramentas que permitam conhecer em profundidade os fluxos turísticos da região, caracterizar e segmentar os diferentes perfis de turistas, através dos interesses e localizações visitadas;
- Vertente focada no turista – Considerando que o turista, ao aceder à rede WiFi terá acesso a conteúdos promocionais e comerciais das empresas associadas da ATC, com o acesso a esta informação detalhada, as empresas poderão interagir de forma sustentada com o seu potencial cliente, adaptando a sua oferta às características acima verificadas, numa solução única de combinação entre a oferta e a procura. Esta iniciativa irá assim promover as vendas cruzadas, bem como o fluxo de informação e comunicação;
- Criação de QR Codes com conteúdo interativo nos principais pontos turísticos de Cascais. A informação apresentada poderá remeter para rotas turísticas ou para qualquer outro conteúdo que se considere pertinente;
- Desenvolvimento Interface – Será desenvolvido um interface ao utilizador, considerando como objetivo final a ligação à internet mas como objetivos

CASCAIS

secundários a recolha de e-mail para posterior contactos bem como de informação estatística útil e comunicação em forma de newsletters.

PLANO DE EVENTOS

Os eventos têm um papel central na dinamização do tecido empresarial local, pelo impacto direto que encerram, e pela capacidade de projeção do destino que a eles está associado.

O calendário de eventos para 2025 prevê a realização de um conjunto de eventos que concorrem para o reforço do posicionamento de Cascais, considerando as suas características e o leque abrangente de oferta que dispõe.

Os critérios de escolha englobam fatores como a projeção internacional, impacto direto na economia local, capacidade de difusão da marca “Cascais” a nível internacional e perceção do destino como *high-end*.

- Millennium Estoril Open
- IRONMAN + IRONMAN 70.3
- Chefs on Fire
- AGEAS CoolJazz
- Montepio Meia-Maratona Cascais
- Capítulo Perfeito
- IBERCUP Cascais
- IBERCUP Estoril
- Eventos de Vela (Clube Naval de Cascais)
- EDP Maratona de Lisboa
- Festas do Mar
- Conferências do Estoril
- Capítulo Perfeito
- Cascais Ópera
- Estoril Classics

DOTAÇÃO ORÇAMENTAL

ORÇAMENTO GLOBAL 2025 (Proposta)

PLANOS	DOTAÇÃO
Plano de Marketing	1 572 677,96€
Plano de Eventos	2 500 000,00 €
TOTAL	4 072 677,96 €

PLANO DE MARKETING CASCAIS 2025 - PROPOSTA	VALOR (€)
PROMOÇÃO DO DESTINO - VISITORS	831 608,71€
PLATAFORMAS DIGITAIS	121 800,00€
PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS	270 500,00 €
CAMPANHA DE MEIOS	30 000,00 €
ASSESSORIA DE IMPRENSA E EVENTOS	115 000,00 €
PRESS & INFLUENCERS TRIPS	65 000,00 €
FORUNS MEDIA ONLINE & TRAVMEDIA	16 000,00 €
FAM TRIPS & VISITAS DE INSPECÇÃO	25 000,00 €
MATERIAL PROMOCIONAL	55 000,00 €
ENVIOS DE MATERIAL	1 500,00 €
DIA DO ASSOCIADO	15 000,00 €
DESPESAS COM ASSOCIADOS	3 000,00 €
FORUNS DE LAZER	80 784,00 €
ATIVAÇÃO DE MARCA	20 000,00 €
GESTÃO DAS AÇÕES	127 424,71 €
SEGUROS	7 400,00 €
PROMOÇÃO DO DESTINO - LIVING	76 182,22€
CASCAIS RIO EXPERIENCE - MULTIMERCADOS	40 000,00 €
GESTÃO DAS AÇÕES	36 182,22 €
PROMOÇÃO DO DESTINO - CONVENTION BUREAU	240 502,35€
IMEX FRANKFURT	12 000,00 €
IBTM	12 000,00 €
FORUNS M&I	90 500,00 €
FAM TRIPS E VISITAS DE INSPECÇÃO	25 000,00 €
FUNDO CAPTAÇÃO EVENTOS	30 000,00 €
GESTÃO DAS AÇÕES	71 002,35 €
PROMOÇÃO DO DESTINO - GOLFE	108 000,00€
APOIO COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PERFORMANCE 54	48 000,00 €
PROJETO GOLF PASSPORT PASSPORT AWARDS MEMBERSHIPS MARKETING ASSETS	20 000,00 €
FORUNS ESPECIALIZADOS GOLFE - IGTM	8 000,00 €
FORUNS ESPECIALIZADOS GOLFE - IAGTO EUROPEAN CONVENTION 2025	5 000,00 €
FAM TRIPS/PRESS TRIPS APOIOS TO	27 000,00 €
SUSTENTABILIDADE	15 000,00€
Sustentabilidade	15 000,00 €
ATIVAÇÃO DE EVENTOS	100 000,00€
ATIVAÇÃO DE EVENTOS	100 000,00 €
PROMOÇÃO DO DESTINO - POSTO DE TURISMO	145 384,68
SEGUROS	2 955,35 €
MANUTENÇÃO	17 506,82 €
GESTÃO DAS AÇÕES	94 922,51 €

MATERIAL DE PROMOÇÃO	30 000,00 €
INOVAÇÃO - DATA CENTER	56 000,00€
MANUTENÇÃO PLATAFORMA DE INTEGRAÇÃO DE DADOS	1 000,00 €
CRM	20 000,00 €
ESTUDO ALOJAMENTO LOCAL	20 000,00 €
ESTUDO DO PERFIL DO TURISTA	15 000,00 €

CASCAIS

The Charm *of the* Atlantic Coast