PROGRAMA DE COMERCIALIZAÇÃO E VENDA/PCV - MERCADO INTERNO

2024

1. Enquadramento

O **Plano Estratégico para o Turismo da Região de Lisboa da Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa, ERT-RL e da Associação Turismo de Lisboa, ATL,** desenvolve a seguinte estratégia de produtos, assente em dois conceitos complementares – **Polos Turísticos** e **Produtos Transversais**:

A estratégia de desenvolvimento de produtos no novo Plano assenta em dois conceitos complementares – Polos turísticos e produtos transversais

Novo modelo territorial para o desenvolvimento do Destino

Polos turísticos

> Zonas do território com **vocação turística bem definida** , materializada em produtos âncora e produtos complementares

> **Um Polo representa uma "célula" do Destino Lisboa** sobre a qual irão estar focados os esforços de desenvolvimento da oferta

> Um Polo pode ter diferentes níveis de desenvolvimento turístico :

- **Consolidados** – foco chave do Destino, com elevada procura e necessidade de preservação e/ou reforço de qualificação
- **Em desenvolvimento** – foco importante no Destino com potencial para aumentar o nível de procura no curto/médio prazo carecendo de reforço da oferta em certas dimensões
- **A potenciar** – foco em estado de desenvolvimento incipiente mas com vocação e condições estruturais para ser um foco importante a médio/longo prazo

> As **fronteiras não têm de ser coincidentes com limites administrativos** – obedecem a um racional de atractividade turística claro e consistente com as motivações de mercados e segmentos alvo do Destino Lisboa

Produtos transversais

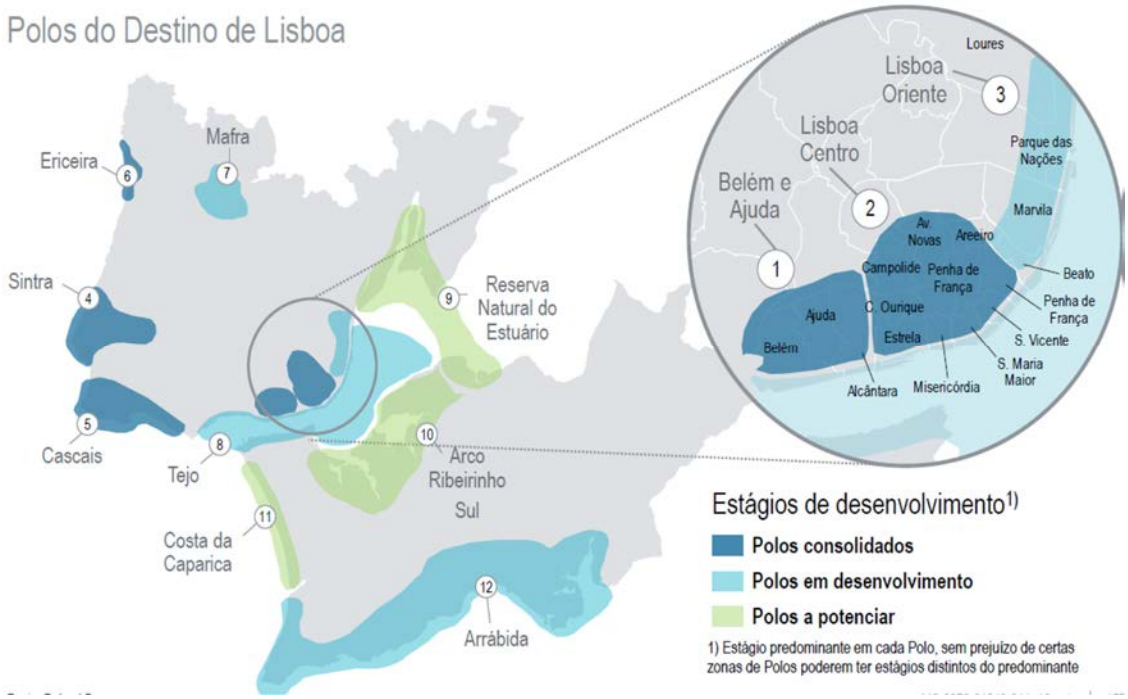
> A **diversidade do Destino Lisboa exprime-se ao longo do território** em diferentes pontos que partilham capacidade de resposta a uma mesma motivação

> Face à natureza da procura e potencial do Destino, às vocações e às ofertas locais, **identificam-se 5 produtos com massa crítica e de carácter transversal a todo o Destino**:

- MI
- Surf
- Sol e Mar
- Golfe
- Natureza

> Os **produtos transversais reforçam a coesão do Destino Lisboa** na medida em que uma mesma motivação turística pode ser servida por oferta espalhada por diferentes pontos do território

> Ao mesmo tempo, os **produtos transversais são um factor de forte enriquecimento da atractividade do Destino**, atendendo a que as ofertas de diferentes pontos se complementam entre si

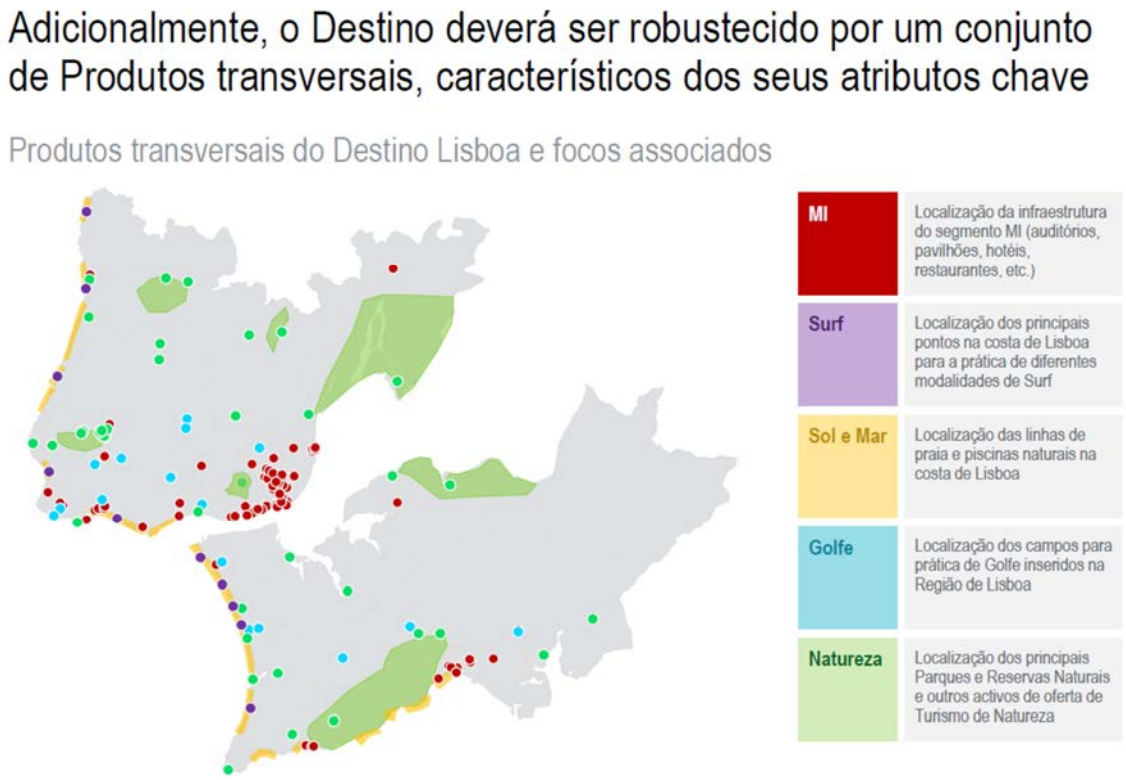


A estratégia de produtos do Destino assenta na combinação do foco de desenvolvimento de cada Polo em termos de Produtos e Qualificadores

Polo	Produtos						Qualificadores				Produto embrionário
	City Short Break	MI	Surf	Sol e Mar	Golfe	Natureza	Gastronomia e Vinho	Compras	Cultura	Eventos	Eno-turismo
Lisboa Centro	Produto "*umbrella*" do Destino										
Belém e Ajuda											
Lisboa Oriente											
Ericeira											
Mafra											
Sintra											
Cascais											
Tejo											
RN1) do Estuário											
Aᶜᵉ Ribeirinho Sul											
Caparica											
Arrábida											

1) Reserva Natural

Oferta complementar | Oferta âncora



Assim, a ERT-RL e a ATL criaram o presente programa destinado ao **apoio à comercialização e venda dos produtos das empresas** que operam:

a) Nos **Polos turísticos a potenciar;**
b) Nos **Polos Turísticos em Desenvolvimento;**
c) Ou sejam relativos a **Produtos Transversais**, com exclusão das que operem nos Polos Turísticos Consolidados**.**

O financiamento terá de ser globalmente assegurado, no mínimo, em **40%** por fundos provenientes das empresas podendo, no entanto, essa proporção variar em cada ação concreta.

Para efeitos das presentes normas, o Polo Turístico Lisboa Oriente é equiparado aos Polos Turísticos Consolidados.

2. <u>Programa de apoio às vendas</u>

O programa de apoio à comercialização e vendas no mercado interno inclui ações a desenvolver por empresas associadas da ATL dirigidas à estruturação e/ou comercialização dos produtos integrados nos Polos Turísticos a Potenciar e em Desenvolvimento e considerados nos Produtos Transversais (slides 1 a 4) no **mercado nacional**.

Podem ser admitidas candidaturas que incluam o **mercado Espanhol**, desde que numa perspetiva de mercado interno alargado (associando investimentos em Portugal e Espanha para comercialização e venda dos mesmos produtos).

O programa de apoio às vendas terá o orçamento anual que for previsto no orçamento da ATL, destina-se a ações propostas por grupos de empresas ou empresas individuais e dirigidas à estruturação e/ou

comercialização dos produtos integrados nos Polos Turísticos a Potenciar e em Desenvolvimento e considerados nos Produtos Transversais (slides 1 a 4).

O programa de apoio às vendas é financiado diretamente pelas empresas participantes e comparticipado pela ATL, podendo ainda beneficiar de outros financiamentos públicos ou privados.

As ações a incluir no programa de apoio às vendas poderão ser propostas à ERT-RL por grupos ou conjuntos de empresas ou por empresas individuais, desde que dirigidas à estruturação e/ou comercialização dos produtos integrados nos Polos Turísticos a Potenciar e em Desenvolvimento e considerados nos Produtos Transversais (slides 1 a 4).

No caso de as candidaturas ultrapassarem em 20% a dotação orçamental prevista, poderá proceder-se ao rateio entre todas as candidaturas aceites, na proporção das mesmas ou, em alternativa, à rejeição de candidaturas.

3. Condições Gerais

As propostas a apresentar deverão:

a) Ser enquadradas no Plano Estratégico para o Turismo da Região de Lisboa;
b) Basear-se preferencialmente em ações de comercialização e venda de experiências/ofertas/pacotes turísticos concretos, incluindo a descrição destas experiências (conteúdo; itinerário; duração; valores a visitar; etc.);
c) Indicar a identificação e registo no Registo Nacional de Turismo (RNT);
d) Indicar as ações a desenvolver no mercado nacional e espanhol por produto, devidamente fundamentadas e calendarizadas;
e) Referir os objetivos a atingir, devidamente quantificados, e os instrumentos de medição;
f) Descrever as práticas de sustentabilidade adotadas pelas empresas (gerir para a sustentabilidade; reduzir impacto ambiental; maximizar benefícios para as comunidades locais);
g) Indicar a comparticipação financeira pretendida;
h) Referir o financiamento assegurado e a respetiva origem, devidamente discriminada.

4. Condições de Financiamento

O financiamento das ações deverá ser parcialmente assegurado pelos interessados, nas seguintes condições:

a) No caso de ações propostas por grupos ou **conjuntos de empresas** os interessados deverão assegurar um financiamento próprio de, pelo menos, **40%**;
b) No caso de ações propostas por **empresas individuais** os interessados deverão assegurar um financiamento próprio de, pelo menos, **50%**;
c) Os planos a apresentar por grupos ou **conjuntos de empresas** não terão um montante mínimo definido e o montante máximo será de **30 mil euros**;
d) Os planos a apresentar por **empresas individuais** não terão um montante mínimo definido e o montante máximo será de **20 mil euros**;

e) Para **ações em Espanha** aplica-se o regulamento do PCV de Lisboa dedicado aos mercados internacionais.

5. Ações elegíveis

O apoio aos planos a apresentar por grupos ou conjuntos de empresas ou por empresas individuais destina-se aos seguintes **tipos de ações**:

a) **Participação em feiras ou certames** nacionais e em **certames regionais** em Espanha, bem como outras ações de promoção e venda, dentro dos seguintes limites:
   i. Despesas com transportes até ao limite de 550€, devidamente comprovadas por cada ação e por cada empresa participante;
   ii. Despesas com alojamento com um limite diário de 275€ e um máximo de 4 noites por cada ação devidamente comprovada e por cada empresa participante;
   iii. Para ações em Espanha o limite de despesas com transporte é de 650€ e as despesas com alojamento têm um limite diário de 275€ e um máximo de 3 noites por cada ação devidamente comprovada e por cada empresa participante.
   IV. Não são elegíveis despesas que venham a ser faturadas pela ATL (no contexto em que a ATL participe com módulo de destino).
b) **Ações de contato comercial** no território nacional e espanhol, incluindo aluguer de salas;
c) Ações de promoção e venda ou parcerias com **Operadores Turísticos**, incluindo campanhas de *hardselling*, participação em brochuras ou outras;
d) **Produção de material promocional**, de apoio à comercialização;
e) Campanhas ou **ações de publicidade** dirigidas ao mercado interno e espanhol *off* ou *on line*;
f) **Criação ou remodelação de websites** adaptados à promoção e venda dos produtos, excluindo despesas com manutenção dos mesmos;
g) **Fam trips**;
h) **Press trips**;
i) Outras que sejam consideradas adequadas ao fim em vista.

As **ações elegíveis** deverão respeitar os seguintes requisitos:

a) A execução dos planos deve ser da responsabilidade dos interessados;
b) Não serão financiados custos de estrutura e funcionamento das entidades proponentes, incluindo custos com salários, subsídios, despesas de representação, complementos, trabalho extraordinário e encargos sociais com pessoas, nem custos com contratos de prestação de serviços de pessoal não afeto ou a afetar especificamente à execução das ações propostas;
c) Não serão financiados serviços a prestar pela própria entidade;
d) O valor do IVA não será considerado elegível;
e) As faturas respeitantes às ações elegíveis deverão ter data de 2024, assim como a respetiva quitação;

Só serão comparticipadas/elegíveis as faturas emitidas após a data de apresentação da candidatura ao PCV.

6. Candidatura - Avaliação e seleção

As candidaturas deverão ser apresentadas diretamente pelas empresas que comercializam e vendem as experiências/ofertas/pacotes turísticos objeto das candidaturas.

O prazo limite de entrega das propostas termina às 17.30H do dia 31 de maio de 2024.

No caso de o orçamento disponível não ser esgotado com as candidaturas apresentadas até 31 de maio será aberta uma nova fase de candidaturas, que poderão ser apresentadas até 30 de setembro.

As decisões sobre as ações a apoiar, poderão ser negativas, em particular se o conjunto de candidaturas apresentadas pelas empresas excederem mais de 20% o orçamento previsto para o Programa, e terão em conta:

a) Orçamento disponível;
b) Ordem de apresentação das propostas à ERT-RL;
c) Mérito da proposta tendo em conta o impacto da mesma para o destino (aumento da procura) e a adequação à estratégia do Plano Estratégico para o Turismo da Região de Lisboa;
d) Nível de autofinanciamento assegurado;
e) Autorização para o exercício de atividades de Turismo de Natureza na Rede Nacional de Áreas Protegidas e na Rede Natura 2000 (quando aplicável);
f) Adoção de práticas de sustentabilidade (gerir para a sustentabilidade; reduzir impacto ambiental; maximizar benefícios para as comunidades locais);
g) As empresas serem associadas da ATL.

Em alternativa à rejeição prevista no parágrafo anterior poderá proceder-se ao rateio entre as candidaturas, na proporção das mesmas.

7. Condições de Pagamento

O benefício de apoios que venham a ser definidos fica dependente da não existência de dívidas à ATL, seja a que título for.

As faturas relativas às ações apoiadas deverão ser totalmente liquidadas pela entidade/s proponente/s e a comparticipação da ATL só será paga mediante apresentação das faturas e comprovativos de pagamento das mesmas.

Os interessados que beneficiarem de apoios terão que apresentar um relatório final das ações desenvolvidas, incluindo um resumo das mesmas, resultados obtidos face aos objetivos fixados e um relatório financeiro.

Os interessados deverão fornecer todas as informações e elementos solicitados pela ERT-RL / ATL, bem como o acesso aos respetivos comprovativos, desde que os mesmos sejam necessários para confirmar as condições de elegibilidade, a graduação de apoios, os elementos constantes dos relatórios ou outros dados relevantes.