

# ORÇAMENTO E PLANO DE ATIVIDADES | 2024



<b>Introdução</b>	<b>3</b>
<b>Objectivos</b>	<b>4</b>
1. 20,0 mil milhões de euros de riqueza gerada pelo Turismo	4
2. Crescimento anual de 3% no gasto individual com a estadia	5
3. Avaliação média da visita de 7,86, numa escala de 1 a 10	6
4. 12,9% de "repeat visits"	6
5. 110 euros RevPar na hotelaria da Região de Lisboa	7
6. 20,6 Milhões de dormidas no alojamento turístico	7
<b>Orçamento</b>	<b>8</b>
1. Receitas	8
2. Despesas	11
<b>Plano de Atividades</b>	<b>12</b>
1. Resumo	12
2. Promoção Turística	12
3. Melhoria da informação e da experiência dos turistas	14
4. Programa de desenvolvimento do destino	15
5. Observatório e Gabinete de Estudos	15
6. Associativismo	16
7. Organização	16
<b>Síntese do Orçamento e Plano de Atividades</b>	<b>17</b>
Síntese	17

## INTRODUÇÃO

---

Depois de dois anos de pandemia do Covid-19, que ainda afetou a atividade turística em 2022, assistimos em 2023 a uma recuperação acelerada, que ultrapassou as melhores expectativas.

De facto, as estimativas finais para 2023 apontam para resultados superiores aos de 2019 em quase todos os indicadores, com especial incidência nos de cariz económico: as dormidas no alojamento turístico situar-se-ão próximo dos 20 milhões (mais 11% que em 2022) e os proveitos totais superarão os 19 mil milhões de euros (mais 25% que em 2022).

Apesar de se ter verificado simultaneamente um aumento generalizado dos custos, nomeadamente de mão de obra, de energia e de outros fornecimentos e de serviços, bem como dos custos financeiros, o saldo será bem positivo ao nível dos resultados das empresas turísticas que, em geral, apresentarão um crescimento real.

Estando o ajustamento realizado, espera-se para 2024 uma maior moderação nos indicadores do Turismo. De qualquer modo, a crescente reputação do destino Portugal e, em especial, do destino Lisboa confere alguma confiança, apesar de algumas ameaças a nível da situação económica nalguns mercados e dos vários conflitos internacionais.

No plano interno da Associação Turismo de Lisboa as perspetivas continuam positivas, quer a nível da sua sustentabilidade financeira, quer a nível da sua capacidade de intervenção, confirmando e reforçando a tendência verificada no ano anterior.

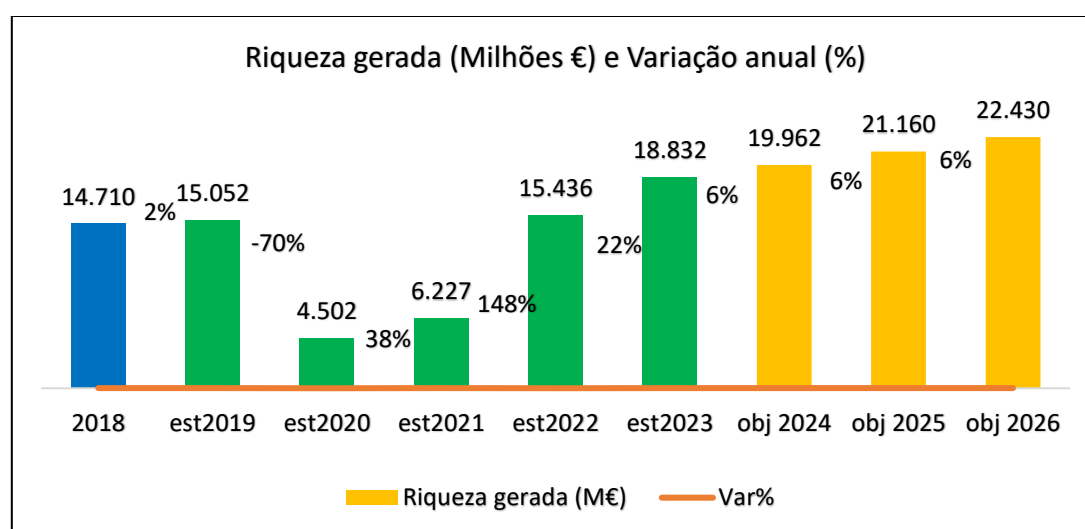
No contexto da pandemia, a Direção do Turismo de Lisboa decidiu suspender o Plano Estratégico 2020-24 durante os anos de 2020 e 2021, para o retomar em 2022, estendendo o seu período de vigência até ao final de 2026.

No início de 2022 procedeu-se, com o apoio da Roland Berger, à reavaliação do Plano Estratégico, de forma a incorporar os efeitos da pandemia, tendo sido decidido manter os seus objetivos globais inicialmente fixados, para o final do novo período de vigência.

Os objetivos agora definidos para 2024, tendo em conta o referido no parágrafo anterior, partem do pressuposto global de que os indicadores, sobretudo os económicos, já ultrapassaram, em 2023, os registos do período pré-pandemia.

Assim, os objetivos definidos para 2024 seguem já um “ritmo de cruzeiro” face ao estabelecido no Plano Estratégico e são os seguintes:

### 1. 20,0 mil milhões de euros de riqueza gerada pelo Turismo

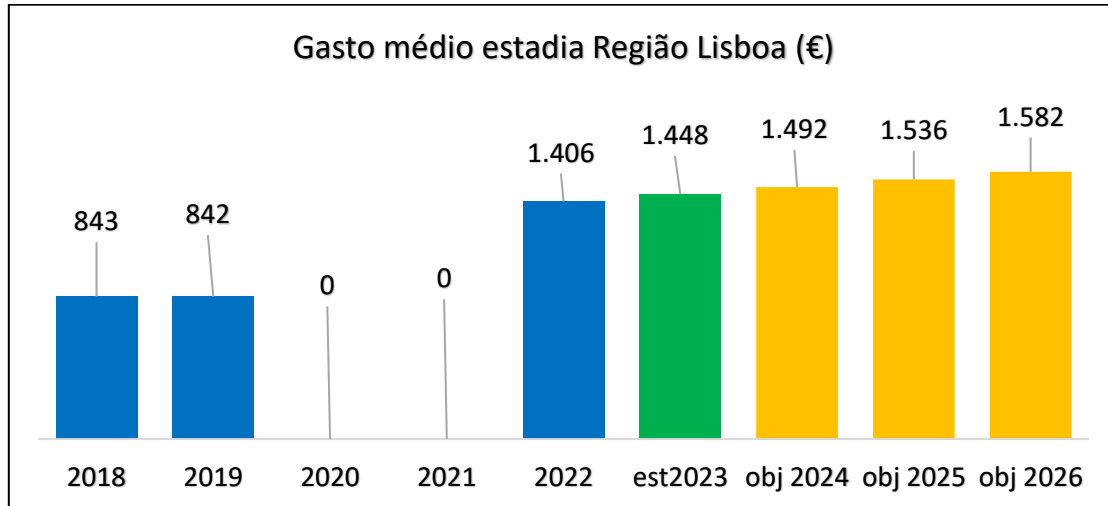


Partindo do valor calculado pela Deloitte no “Estudo de Impacte Macroeconómico do Turismo na Cidade e na Região de Lisboa” (14,7 mil milhões de euros em 2018), estimaram-se os valores para 2019 (+2% que no ano anterior), 2020 (-70%), 2021(+38%), 2022 (+148%) e 2023(+22%).

A partir de 2024 volta-se ao ritmo anual de crescimento previsto no Plano Estratégico (6%), de modo a alcançar 22.430 milhões de euros de riqueza gerada pelo Turismo na Região de Lisboa em 2026.

Em 2024, o objetivo será alcançar um valor de geração de riqueza atribuído ao Turismo de 20,0 mil milhões de euros.

## 2. Crescimento anual de 3% no gasto individual com a estadia



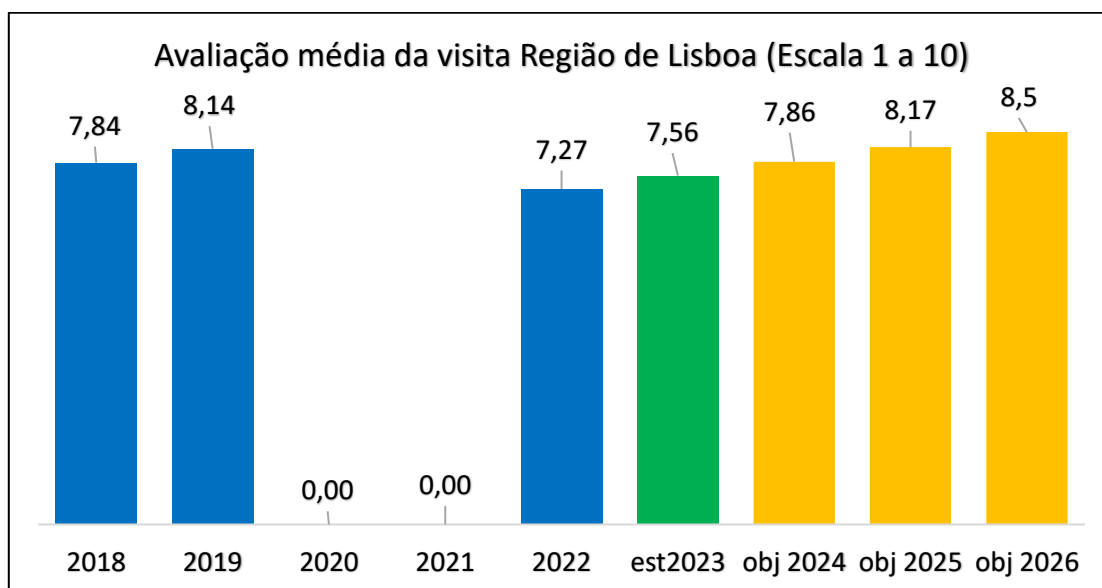
Partindo de um valor de 843 euros de gasto médio individual com a estadia na Região de Lisboa em 2018, o Plano Estratégico estabelecia como objetivo para 2024 alcançar uma taxa de crescimento médio anual de 3%.

Não tendo existido apuramento nos anos de 2020 e 2021, em 2022 este indicador teve um valor de 1.406 euros (bastante acima do período pré-pandemia e a confirmar com o resultado de 2023 que ainda não é conhecido).

Para 2024 e anos seguintes, o objetivo é assegurar o percurso inicialmente definido de um crescimento médio anual de 3% neste indicador, de forma a atingir um valor de 1.582 euros em 2026.

De acordo com este critério, o valor a atingir em 2024 será de 1.492 euros.

### 3. Avaliação média da visita de 7,86, numa escala de 1 a 10

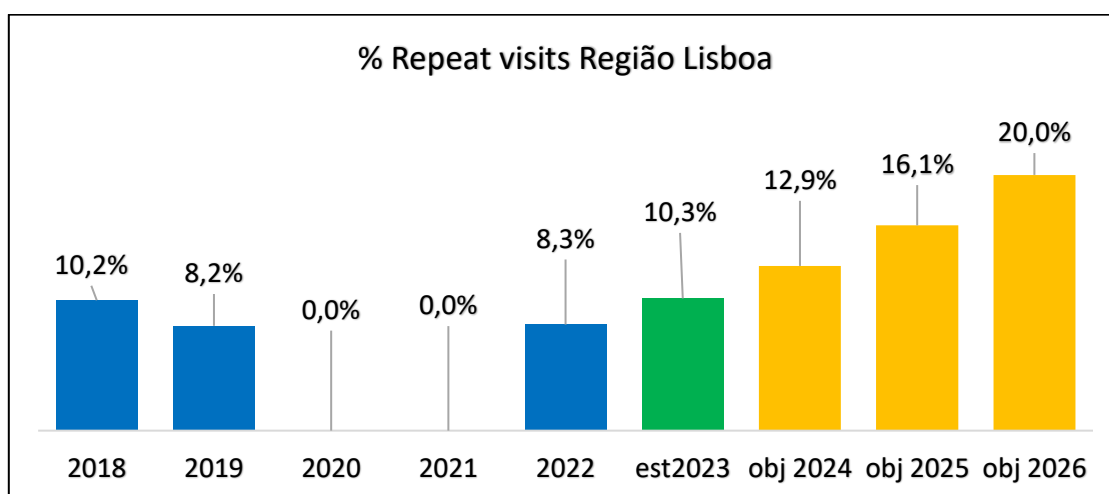


Partindo de uma classificação média de 8,14 em 10 para a satisfação geral com a visita à Região de Lisboa em 2019, o Plano estabelece como objetivo para 2026 alcançar uma classificação de 8,5 neste indicador.

Tendo em conta o valor de 8,14 já verificado em 2019, mas também o valor comparativamente mais baixo registado em 2022 (7,27), assume-se um crescimento linear a partir de 2024 até 2026, que permita alcançar o objetivo inicial.

Assim, o objetivo será alcançar em 2024 um valor de 7,86.

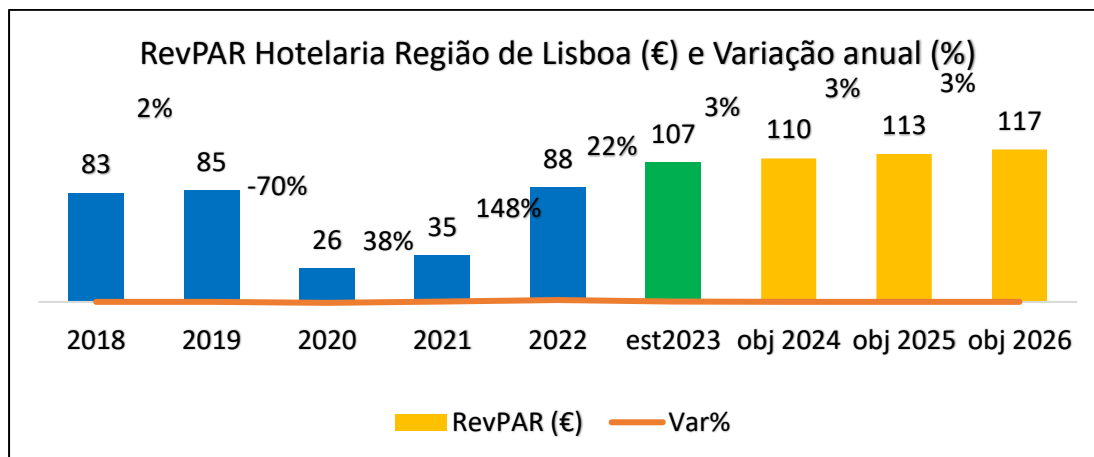
### 4. 12,9% de "repeat visits"



Partindo de uma percentagem de 8,2% de *repeat visits* na Região de Lisboa em 2019, estabeleceu-se no Plano como objetivo para 2026 alcançar 20% neste indicador.

Assumindo que, em 2023, este indicador se situa em 10,3%, e pressupondo um crescimento linear de 2023 até 2026, o objetivo será alcançar em 2024 um valor de 12,9%.

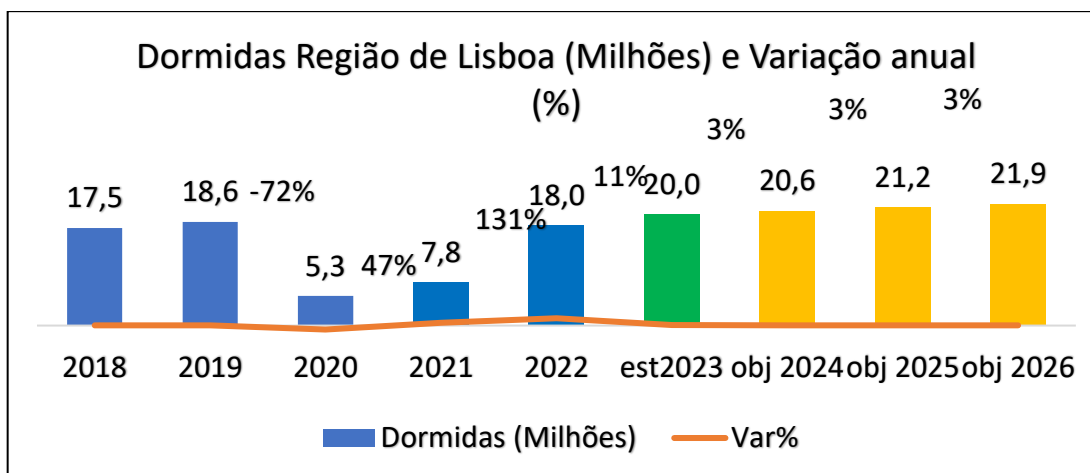
### 5. 110 euros de RevPAR na hotelaria da Região de Lisboa



Partindo de um valor estimado de 107 euros em 2023, perspetiva-se um ritmo anual de crescimento estabelecido pelo Plano Estratégico (3%) de molde a alcançar um RevPAR na Região de Lisboa de 117 euros em 2026.

Assim, para 2024, o objetivo será alcançar um valor 110 euros.

### 6. 20,6 Milhões de dormidas no alojamento turístico



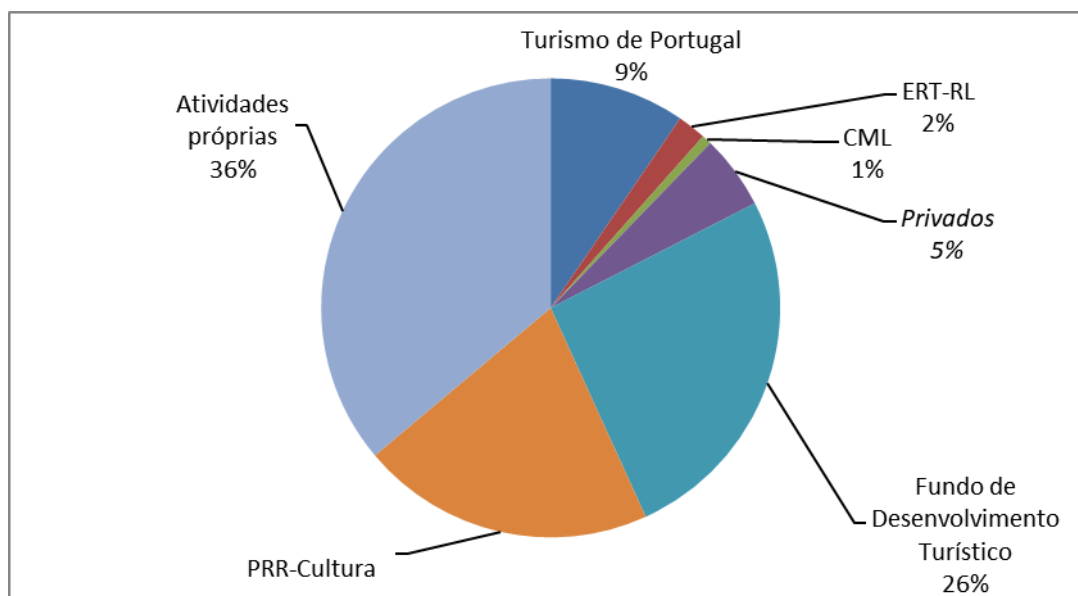
Partindo de um valor estimado de 18 milhões de dormidas em 2022, perspetiva-se que em 2023 este indicador possa ainda ter um crescimento superior ao ritmo estabelecido pelo Plano Estratégico (11%).

A partir de 2024, o objetivo de crescimento será de 3% ao ano, de molde a alcançar um volume de 21,9 milhões de dormidas na Região de Lisboa em 2026.

Para 2024, o objetivo será alcançar um número de 20,6 milhões.

## 1. Receitas

As receitas previstas no orçamento para 2024 atingem um montante global de **72,659,841** de euros, assim distribuídos:



Relativamente a anos anteriores a composição de receitas tem alterações significativas.

Uma delas é o desaparecimento do subsídio da CML, de cerca de 4 milhões de euros/ano, previsto no Protocolo de Colaboração entre as duas entidades, cuja última versão data de 2012. Em consequência das recomendações feitas pelo Tribunal de Contas este subsídio deixa de ser devido.

Por outro lado, é registada uma receita de 500 mil euros relativa a um contrato-programa a celebrar com a CML, que se encontra em negociação.

Regista-se também um proveito de 3 milhões de euros relativo a contrapartidas do Casino Lisboa, no âmbito do respetivo Plano de Obras legalmente previsto, a financiar pelo Turismo de Portugal mediante acordo da CML.

Outra alteração significativa é o peso do financiamento para o PRR-Cultura, projeto de beneficiação de 15 Museus e Monumentos do Estado na Cidade de Lisboa, que a ATL está a executar na sequência de Protocolo oportunamente celebrado com a DGPC e a CML. Em execução deste Protocolo haverá um investimento significativo nos anos de 2024 e 2025.



Quanto às receitas de atividades próprias elas incluem as rendas dos concessionários do Terreiro do Paço e da Zona Ribeirinha, bem como do Lisboa Camping e do Mercado da Ribeira. Neste capítulo há uma alteração relevante relativamente ao ano anterior, que é o facto de um grande concessionário (SOAUTO) ter entregue o espaço que ocupava e pelo qual pagava uma renda mensal de superior a 60 mil euros. Apesar de esta entrega também ter diminuído o valor da renda da zona ribeirinha que a ATL tem que pagar à CML, há ainda um diferencial que a ATL deixa de receber.

Este capítulo inclui também as receitas da exploração dos espaços da ATL (Pátio da Galé e Pavilhão Carlos Lopes), do *Lisboa Card* e dos equipamentos da ATL (Arco da Rua Augusta, Lisboa Story Centre, Centro Interpretativo da História do Bacalhau, Pilar 7, Centro Tejo, Estação Sul e Sueste, Doca da Marinha, Mitos & Lendas de Sintra, Newsmuseum e Museu do Tesouro Real), operacionalmente geridos pela Lismarketing, empresa pertencente à ATL.

Relativamente ao *Lisboa Card*, que é o produto *premium* da ATL, prevê-se um significativo aumento de proveitos devido à atualização dos preços e a um crescimento moderado nas quantidades vendidas. O aumento dos preços justifica-se em parte pela inflação, mas sobretudo pela melhoria do conteúdo do cartão, que passa a incorporar os equipamentos geridos pela EGEC, principalmente o Castelo de S. Jorge e o Padrão dos Descobrimentos.

Relativamente às quotizações, prevê-se um crescimento moderado relativamente ao ano anterior resultante de um saldo positivo do número de associados e de uma atualização dos valores, embora abaixo da inflação verificada no período.

No que concerne aos Planos de Comercialização e Vendas (PCVs) para os mercados externos prevê-se um crescimento resultante do um aumento de procura por parte das empresas para este programa. Relativamente aos PCVs para o mercado interno, em parceria com a ERT-RL, espera-se um nível de investimento semelhante ao ano anterior.

No capítulo das receitas próprias incluiu-se, ainda, a incorporação dos dividendos da Lismarketing relativos ao exercício do 2023, que foi bastante positivo.

Quanto às receitas provenientes de entidades públicas, elas resultam de protocolos/acordos duradouros ou de candidaturas, nomeadamente no âmbito do FDTL – Fundo de Desenvolvimento Turístico de Lisboa.

Como já se referiu, não se prevê subsídios provenientes da CML ao abrigo do Protocolo de Cooperação em vigor entre as duas entidades, registando-se uma verba proveniente de um

contrato-programa a celebrar entre a CML e a ATL para, em parte, cobrir o financiamento das ações de interesse municipal que a ATL continua a desenvolver ao abrigo do referido Protocolo.

A ATL tem, ainda, um Acordo de Cooperação com a Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa (ERT-RL), um Protocolo com o Turismo de Portugal (TdP) para a promoção externa e o já referido Protocolo com a DGPC e a CML para execução do PRR – Museus e Monumentos de Lisboa.

Relativamente à ERT-RL, o financiamento resulta de um Acordo de Cooperação existente desde 2009, que será renovado por mais cinco anos. Este financiamento tem duas componentes, uma destinada a co-financiar a ATL, enquanto Agência Regional de Promoção Turística, para executar o programa de promoção externa contratualizado com o TdP e a outra para financiar um programa de ações anualmente proposto no âmbito da execução da delegação de atribuições e competências da ERT na ATL.

O financiamento do TdP destina-se a co-financiar o programa regional de promoção externa contratualizado entre este Instituto e as ARPT – Agências Regionais de Promoção Turística.

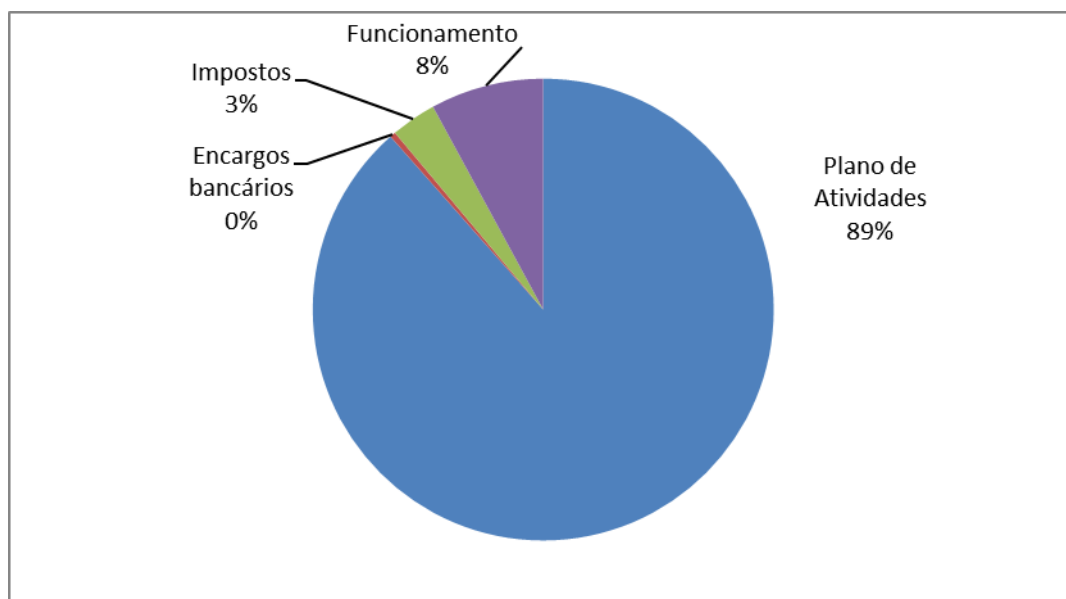
As receitas provenientes do Fundo de Salvaguarda do Património Cultural são destinadas à execução do programa PRR-Museus e Monumentos de Lisboa, nos termos do Protocolo celebrado com a DGPC e a CML.

As receitas provenientes do Fundo de Desenvolvimento Turístico de Lisboa dizem respeito a candidaturas aprovadas ou em via de apresentação, estando previsto que, em 2024, o FDTL financie as candidaturas de apoio à *Websummit*, a candidatura para a Dinamização da Procura, a candidatura para o Apoio a Eventos de Impacto Turístico e uma candidatura a apresentar para reabilitação e dinamização da Tapada das Necessidades. Estão ainda em estudo mais algumas candidaturas pontuais, que não se incluem no Orçamento e Plano porque não estão devidamente consolidadas.

A percentagem de financiamento público será, em 2024 de cerca de 49%. O financiamento para execução do PRR-Cultura, que tem especial incidência nos anos de 2024 e 2025, faz subir significativamente o peso do financiamento público.

## 2. Despesas

É a seguinte a estrutura de despesas previstas no Orçamento para 2024:



Do total das receitas orçamentadas, cerca 8% (5,765,291 euros) são destinados a despesas de funcionamento, cerca de 88% (64,286,406 de euros) ao Plano de Atividades, cerca de 3% (2,316,086 de euros) a impostos e cerca de 1% (292,058 de euros) a encargos bancários.

No funcionamento incluem-se os custos com o pessoal, a gestão e manutenção dos espaços da ATL e outras despesas correntes de funcionamento.

Os custos com pessoal representam apenas cerca de 2% das receitas totais. Tendo em conta a inflação, prevê-se no orçamento uma atualização salarial de 5%. Prevê-se, ainda, uma verba de cerca de 126 mil euros para o prémio de incentivo aos trabalhadores, a atribuir em função do salário e do desempenho profissional.

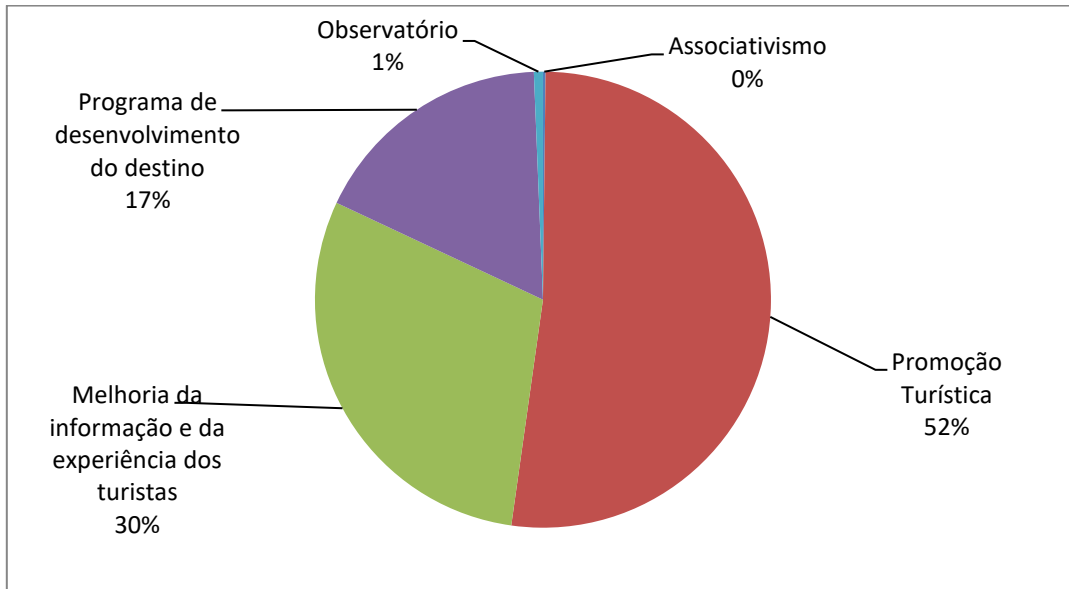
Relativamente a encargos bancários estão orçamentados cerca de 292 mil euros para liquidar as últimas prestações de empréstimos contraídos para investimentos antigos, ficando a ATL sem qualquer financiamento.

Os impostos incluem o pagamento de IVA (1,350,000 euros) e de IRC (961,086) relativamente a atividades tributadas.

# PLANO DE ATIVIDADES

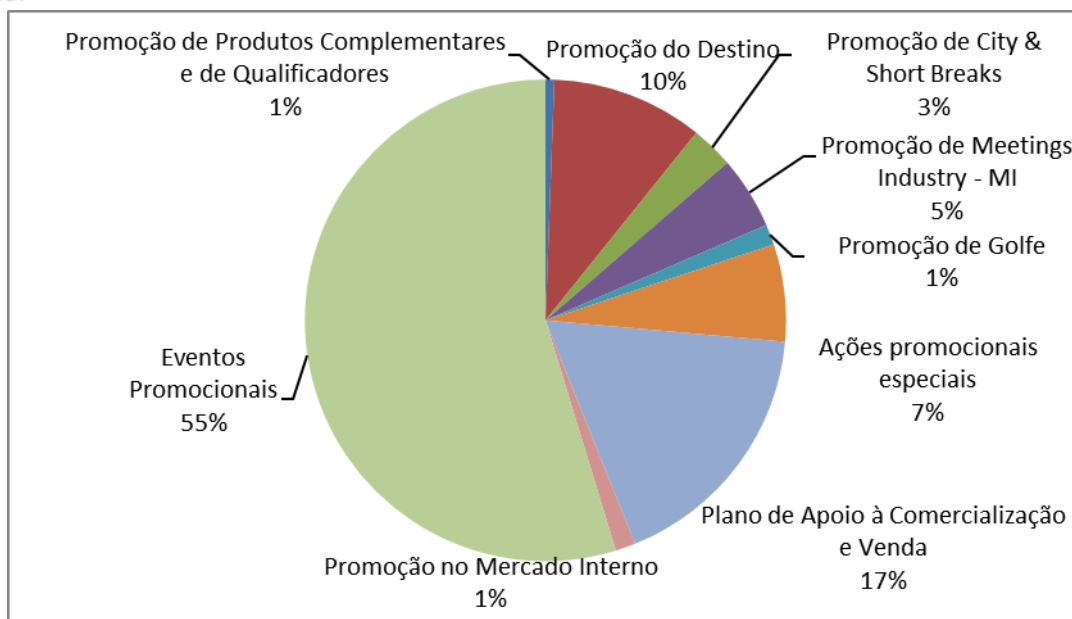
## 1. Resumo

O Plano de Atividades para 2024, no montante de 64,286,406 euros, inclui os seguintes capítulos:



## 2. Promoção Turística

Para a promoção está prevista uma despesa total de 25,564,851 de euros, distribuída da seguinte forma:



Este capítulo inclui as ações previstas no Plano Regional de Promoção Turística Externa contratado com o TdP, as ações previstas no “Plano de Promoção Extraordinário com o Turismo de Portugal”, as ações previstas no projeto para a Dinamização da Procura, no Programa de Apoio a Eventos Promocionais, bem como o apoio à Websummit financiadas pelo FDTL, parte das ações financiadas pela ERT e ainda outras ações financiadas por meios próprios da ATL e dos seus associados.

Na componente da promoção propriamente dita estão previstos vários programas, coerentes com o Plano Estratégico, nomeadamente a promoção do Destino, a promoção dos produtos “City & Short Breaks”, “MI - Meetings Industry”, Golfe, Produtos Complementares e Qualificadores da Oferta, Ações Promocionais Especiais, PCV – Planos de Comercialização e Venda e Promoção no Mercado Interno.

Na promoção do destino destaca-se: a contratação de agências locais de comunicação em vários mercados europeus, nos EUA e no Brasil para propor e executar ações de promoção nesses mercados; o desenvolvimento de campanhas conjuntas com companhias de aviação; o projeto digital, incluindo o desenvolvimento e promoção do [www.visitlisboa.com](http://www.visitlisboa.com), e a campanha de promoção digital internacional do destino; a participação em feiras e outros certames internacionais; a edição de material promocional.

Na promoção de “City & Short Breaks” inclui-se o apoio a *press trips* e ações com os media Internacionais, as parcerias com Operadores Turísticos e *fam trips* com profissionais, e ações de contacto comercial com o *trade*, nomeadamente *workshops*, *roadshows*, etc.

Na promoção do MI inclui-se a promoção e apoio à captação de congressos e incentivos, nomeadamente através do Programa de Captação de Congressos de Lisboa, do “Portugal Events”, do apoio a *fam trips* e visitas de inspeção, de ações de contacto com *buyers* e da participação em certames internacionais especializados.

Relativamente ao produto Golfe o grande destaque vai para a realização em Lisboa da IGTM, o maior certame internacional deste produto, que vai dar uma projeção especial à marca “Lisboa Golfe Coast”, sem prejuízo da realização das restantes ações promocionais, nomeadamente parcerias com Operadores Turísticos especializados e *fam* e *press trips*.

Nestes programas há um reforço do financiamento em geral das ações que implicam estadias ou viagens de participantes estrangeiros, tendo em conta o aumento dos custos respetivos.

No que concerne a certames internacionais prevê-se a participação em mais duas feiras – TOP RESA e TTG Incontri – correspondendo à procura pelos associados.

Em contrapartida prevê-se uma redução do investimento em parcerias com companhias de aviação devido à procura por parte destes parceiros e à saturação do Aeroporto.

O Programa de Apoio à Comercialização e Vendas – PCV, que inclui planos de ação propostos e executados pelas empresas em conjunto com a ATL, será reforçado, de forma a corresponder à crescente procura.

Em 2024 será completada a execução do “Plano de Promoção Extraordinário com o Turismo de Portugal” assinado em 2023, incluindo três ações importantes: uma campanha de promoção internacional dirigida ao consumidor final em vários mercados, o apoio ao início da Vuelta na Região de Lisboa e a realização em Lisboa do evento “Colette President's Club 2024” deste operador americano.

De referir também o programa para o mercado interno, incluindo a participação na BTL e em diversas feiras regionais em Espanha, e os PVCs para o mercado interno.

Finalmente, o plano de atividades contempla uma verba para ações promocionais táticas, de forma a poder responder a desafios ou aproveitar oportunidades que surjam ao longo do ano.

As orientações do Plano Estratégico relativas a segmentos, mercados e ações promocionais serão respeitadas, continuando-se a privilegiar os segmentos de turismo que mais contribuem para a sustentabilidade do destino, nomeadamente o turismo individual de maior rentabilidade, com motivações culturais, gastronómicas e apetência para o *shopping* e os mercados mais adequados a esses segmentos, nomeadamente os europeus, os EUA e o Brasil.

### 3. *Melhoria da informação e da experiência dos turistas*

Neste capítulo incluem-se os projetos e ações que visam melhorar a experiência dos turistas, como os Postos de Turismo, a *Lisboa Shop*, o *Lisboa Card* e as atrações geridas pela ATL através da Lismarketing – Lisboa Story Centre, Arco da Rua Augusta, Mitos & Lendas de Sintra, Newsmuseum, Experiência Pilar 7, Centro de Interpretação da História do Bacalhau, Centro Tejo, Museu do Tesouro Real, Estação Sul e Sueste e Doca da Marinha.

O *Lisboa Card*, enquanto produto estratégico de Turismo Cultural, continuará a ser dinamizado e enriquecido com novos conteúdos. De sublinhar o Protocolo celebrado entre a ATL e a EGEAC que permitirá a integração dos equipamentos por esta geridos, com destaque para o Castelo de

S. Jorge, o Padrão dos Descobrimentos, o Museu do Fado e o Museu de Lisboa, na oferta dos portadores do cartão, sem pagamento adicional por estes.

Outra ação relevante neste capítulo é a publicação em suporte papel do guia Follow me, editado pela ATL, que divulga o essencial da oferta na região. A publicação deste guia e a sua oferta aos turistas, principalmente nos postos de turismo, onde são atendidos mais de 2 milhões de turistas por ano, contribuirá para a dinamização da oferta permanente e de eventos, bem como para o *cross selling* por toda a região.

#### 4. Programa de desenvolvimento do destino

As ações mais relevantes previstas neste programa em 2024 são as decorrentes da execução do PRR\_Cultura, a concretização do centro de interpretação nas Gares Marítimas de Alcântara e Rocha de Conde d'Óbidos que tem como tema central os painéis de Almada Negreiros e o lançamento de um novo projeto em colaboração com a CML, que é a reabilitação e dinamização do jardim histórico da Tapada das Necessidades, prevendo-se o início da concretização da primeira fase e intervenção.

Prevê-se ainda a intervenção em diversos equipamentos da ATL visando a sua modernização e melhoria de conteúdos. Destaca-se neste ponto a intervenção no *Lisboa Story Centre*, equipamento criado há cerca de 12 anos, que tem mais de 100 mil visitantes/ano e que necessita de renovação de conteúdos para continuar atrativo.

Finalmente, prevê-se que sejam realizadas em 2023 diversas ações de melhoria em vários espaços da ATL, nomeadamente no *Lisboa Welcome Center* (ar condicionado), na Doca da Marinha (desassoreamento periódico), no Pátio da Galé (eliminação de cheiros e ruído do restaurante) e nalguns dos espaços concessionados.

#### 5. Observatório e Gabinete de Estudos

O observatório continuará a desenvolver o trabalho de monitorização da atividade turística e de avaliação das ações desenvolvidas, incluindo a análise das estatísticas e de informações produzidas por outras entidades, a monitorização da atividade do alojamento e golfe através da Infogest, a realização dos inquéritos retomados depois da pandemia, incluindo os inquéritos ao grau de satisfação e à motivação e atividades desenvolvidas pelos turistas, bem como a realização de inquéritos aos passageiros do aeroporto, congressistas, golfistas e cruzeiristas.

O Observatório continuará a desenvolver em 2024, em colaboração com o TdP, as ações necessárias ao seu reconhecimento pela Organização Mundial do Turismo como Observatório

Regional para o Turismo Sustentável. Este processo implica, nomeadamente, a realização de um estudo de opinião dos residentes sobre o Turismo.

Neste capítulo está também previsto atualizar o “Estudo de Impacte Macroeconómico do Turismo”, realizar um estudo sobre o posicionamento da “Marca Lisboa”.

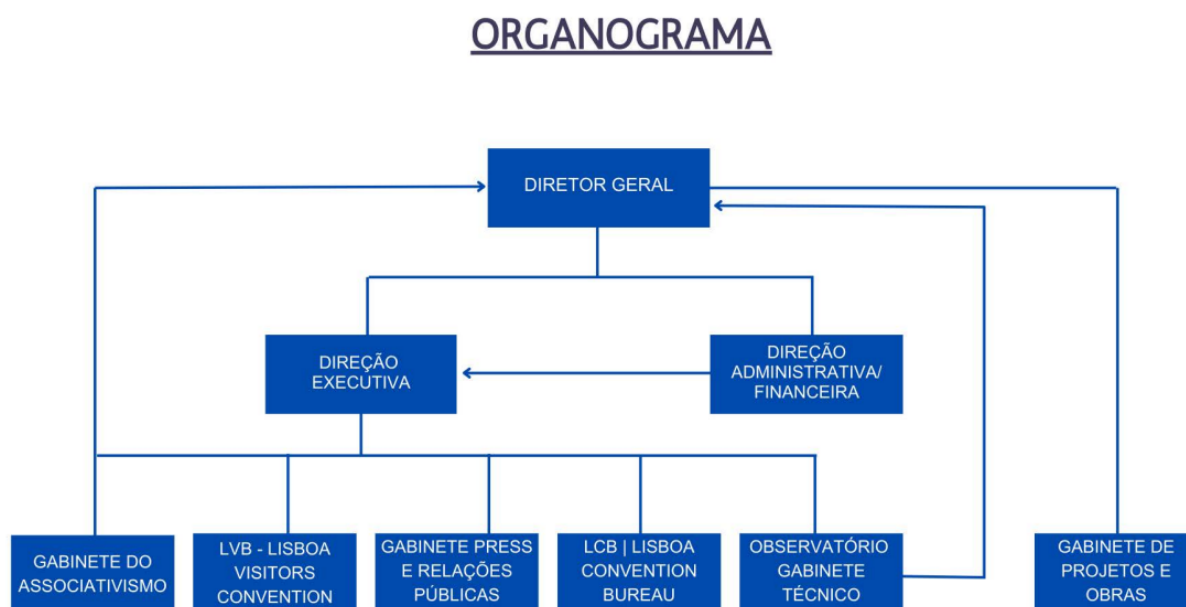
## 6. Associativismo

No âmbito do associativismo, o principal objetivo para 2024 será um aumento líquido de associados de 5%, pelo que é essencial melhorar os mecanismos de comunicação interna.

Quanto aos concessionários da ATL, será também feito um estreito acompanhamento às necessidades destes parceiros estratégicos.

## 7. Organização

Depois de algumas alterações verificadas em 2023, a estrutura orgânica da ATL para 2024 é assim constituída:





## Síntese do Orçamento e Plano de Atividades

### Síntese

ORÇAMENTO E PLANO DE ATIVIDADES	2024
<b>RECEITAS</b>	<b>72,659,841</b>
<b>Financiamento Turismo de Portugal</b>	<b>3,934,460</b>
Contrato para o Plano Regional de Promoção Externa	2,880,351
Apoio a eventos <i>Meetings &amp; Incentives</i> - MI (Portugal Events)	95,156
Plano de Promoção Extraordinário	958,953
<b>Financiamento da Entidade Regional de Turismo</b>	<b>1,469,588</b>
Acordo de Cooperação	749,500
Comparticipação para o Plano Regional de Promoção Externa	720,088
<b>Financiamento da CML</b>	<b>500,000</b>
Contrato Programa	500,000
<b>Fundo de Desenvolvimento Turístico</b>	<b>18,694,241</b>
Programa para a Dinamização da Procura	4,000,000
Comparticipação no <i>fee</i> da <i>Websummit</i>	3,576,377
Espaços para realização da <i>Websummit</i> , serviços e Wi-fi/TIC	7,067,864
Reabilitação e dinamização da Tapada das Necessidades	1,500,000
Programa de Apoio a Eventos de Impacto Turístico	2,550,000
<b>Outras Fontes de Financiamento</b>	<b>15,032,729</b>
PRR-Cultura	15,032,729
<b>Contrapartidas do Casino de Lisboa</b>	<b>3,000,000</b>
Plano de Obras	3,000,000
<b>Contribuições dos privados</b>	<b>3,788,000</b>
<b>Contribuições dos associados</b>	<b>1,240,000</b>
<b>Contribuição das empresas para o Plano de Apoio à Comercialização e Venda</b>	<b>2,548,000</b>
<b>Receitas de Atividades</b>	<b>26,240,823</b>
<b>Rendas</b>	<b>5,021,475</b>
<b>Cedências dos espaços da ATL</b>	<b>2,181,790</b>
<b>Produtos para turistas</b>	<b>15,735,809</b>
<i>Lisboa Card</i>	10,411,224
Arco da Rua Augusta	567,652
<i>Lisboa Story Centre</i>	1,430,345
Mitos e Lendas de Sintra	385,913
Experiência Pilar 7	479,136
Centro Interpretativo da História do Bacalhau	629,903
Newsmuseum	112,015
Atividade marítimo-turística na Estação Sul - Sueste e Doca da Marinha	449,637
Museu do Tesouro Real	1,269,984
<b>Outros</b>	<b>280,000</b>
<b>Distribuição de resultados Lismarketing</b>	<b>3,021,750</b>
PLANO DE ATIVIDADES	2024
<b>ASSOCIATIVISMO</b>	<b>82,500</b>
<b>Órgãos Sociais</b>	<b>8,000</b>
Reuniões	5,000
Despesas de representação	3,000
<b>Desenvolvimento do Associativismo</b>	<b>19,500</b>
Publicação do Relatório e Contas	2,500
Identificação dos Membros	2,000
Divulgação de atividades	15,000
<b>Participação em organizações</b>	<b>55,000</b>
Quotizações	45,000
Participação em congressos e reuniões	10,000

<b>PLANO DE ATIVIDADES</b>	<b>2024</b>
<b>PROMOÇÃO TURÍSTICA</b>	<b>25,564,851</b>
<b>Promoção do Destino</b>	<b>2,607,500</b>
<b>Agências de Comunicação nos mercados</b>	<b>500,000</b>
Agências de Comunicação nos mercados	500,000
<b>Parcerias com companhias de aviação</b>	<b>550,000</b>
Parcerias com companhias de aviação	550,000
<b>Projeto Digital</b>	<b>940,000</b>
Desenvolvimento e Manutenção do www.visitlisboa.com	270,000
Promoção do site, redes sociais e motores de busca	220,000
Campanha digital	450,000
<b>Participação em Feiras e outros Certames generalistas</b>	<b>527,500</b>
Fitur (Madrid)	70,000
Travel Week (S. Paulo)	20,000
ITB (Berlim)	70,000
WTM (Londres)	70,000
TOP RESA (Paris)	61,250
TTG Incontri	61,250
Workshops Turismo de Portugal	70,000
Outros Certames	105,000
<b>Edição de materiais promocionais</b>	<b>90,000</b>
Edição de materiais promocionais	90,000
<b>Promoção de City &amp; Short Breaks</b>	<b>730,000</b>
<b>Press Trips e ações com media</b>	<b>280,000</b>
<b>Parcerias com Operadores Turísticos</b>	<b>230,000</b>
<b>Fam Trips com Operadores e Agentes de Viagens</b>	<b>135,000</b>
<b>Ações de contacto comercial com o trade</b>	<b>85,000</b>
<b>Promoção de Meetings Industry - MI</b>	<b>1,248,007</b>
<b>Promoção e Apoio a Congressos e Incentivos</b>	<b>735,156</b>
Promoção e Apoio a Congressos e Incentivos	120,000
Programa de Captação de Congressos de Lisboa	427,031
Portugal Events	188,125
<b>Press Trips</b>	<b>17,351</b>
<b>Fam Trips e visitas de inspeção</b>	<b>100,000</b>
<b>Ações de contacto comercial com buyers</b>	<b>203,000</b>
<b>Participação em certames especializados de MI</b>	<b>192,500</b>
IBTM (Barcelona)	87,500
IMEX (Frankfurt)	35,000
IMEX América (Las Vegas)	70,000
<b>Promoção de Golfe</b>	<b>350,000</b>
<b>Press Trips</b>	<b>10,000</b>
<b>Parcerias com operadores turísticos</b>	<b>65,000</b>
<b>Fam Trips com Operadores e Agentes de Viagens</b>	<b>20,000</b>
<b>Ações de contacto comercial com o trade</b>	<b>35,000</b>
<b>IGTM</b>	<b>220,000</b>
<b>Promoção de Produtos Complementares e de Qualificadores</b>	<b>150,000</b>
<b>Promoção de Produtos Complementares e de Qualificadores</b>	<b>150,000</b>
<b>Ações promocionais especiais</b>	<b>1,668,953</b>
<b>Plano de Promoção Extraordinário com o Turismo de Portugal</b>	<b>958,953</b>
Campanha Internacional para o consumidor final	558,000
Início da Vuelta em Lisboa 2024	250,000
Colette President's Club 2024	150,953
<b>Outras ações promocionais especiais</b>	<b>710,000</b>
<b>Plano de Apoio à Comercialização e Venda</b>	<b>4,476,150</b>
<b>Programas com empresas individuais</b>	<b>2,685,900</b>
<b>Programas com grupos de empresas</b>	<b>1,790,250</b>
<b>Promoção no Mercado Interno</b>	<b>345,000</b>
<b>BTL</b>	<b>75,000</b>
<b>Promoção no Mercado Interior alargado</b>	<b>75,000</b>
<b>Plano de Apoio à Comercialização e Venda - Mercado interno</b>	<b>195,000</b>

<b>PLANO DE ATIVIDADES</b>	<b>2024</b>
<b>Eventos Promocionais</b>	<b>13,989,241</b>
Comparticipação no <i>fee</i> da <i>Websummit</i>	3,576,377
Espaços para realização da <i>Websummit</i> , serviços e Wi-fi/TIC	7,067,864
Programa de animação de Mafra/Ericeira	25,000
Programa de Apoio à Internacionalização de Festivais e Eventos Culturais	320,000
Programa de Apoio a Eventos Promocionais na Cidade de Lisboa	3,000,000
<b>MELHORIA DA INFORMAÇÃO E DA EXPERIÊNCIA DOS TURISTAS</b>	<b>16,240,552</b>
Publicação e distribuição do Guia Follow Me	320,000
Rede Regional de Informação Turística/ Postos de Turismo	342,764
<i>Lisboa Card</i>	10,411,224
Arco da Rua Augusta	450,711
<i>Lisboa Story Centre</i>	1,092,566
Mitos e Lendas de Sintra	299,932
Experiência Pilar 7	394,257
Centro Interpretativo da História do Bacalhau	518,608
Newsmuseum	98,126
Atividade marítimo-turística na Estação Sul - Sueste	266,037
Atividade marítimo-turística na Doca da Marinha	72,791
Museu do Tesouro Real	993,533
Outros projetos de melhoria da experiência	980,000
<b>PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO DESTINO</b>	<b>22,074,104</b>
Museu do Tesouro Real/ Palácio da Ajuda (Restaurante)	450,000
Rede de Cais no Tejo	50,000
PRR - Cultura	15,232,729
Gares Marítimas de Alcântara e Rocha Conde D'Óbidos	3,000,000
Reabilitação e dinamização da Tapada das Necessidades	1,500,000
Renovação dos equipamentos geridos pela ATL	740,000
Outros projetos de desenvolvimento do destino	1,101,375
<b>OBSERVATÓRIO E GABINETE DE ESTUDOS</b>	<b>324,400</b>
Inquéritos	120,000
Outros estudos	25,000
Cooperação com organizações internacionais	10,000
Aquisição de bases de dados e outros suportes	2,500
Atualização do Estudo de Impacte do Turismo	100,000
Estudo de opinião aos residentes	30,000
Estudo da Marca Lisboa	36,900
<b>TOTAL DO PLANO</b>	<b>64,286,406</b>
<b>FUNCIONAMENTO</b>	<b>5,765,291</b>
<b>Custos com o pessoal</b>	<b>1,456,120</b>
<b>Gestão e manutenção dos espaços do Turismo de Lisboa</b>	<b>3,927,171</b>
<i>Lisboa Welcome Center</i>	447,780
Terreiro do Paço	893,980
Pátio da Galé e Sala do Risco	501,919
Pavilhão Carlos Lopes	1,172,525
Zona Ribeirinha	857,085
Outros Espaços	53,882
Outras despesas de funcionamento	217,000
Outros serviços	165,000
<b>OUTROS ENCARGOS</b>	<b>2,608,144</b>
Encargos bancários	292,058
Impostos	2,316,086
<b>TOTAL DO ORÇAMENTO</b>	<b>72,659,841</b>



TURISMO DE LISBOA  
Rua do Arsenal, 23  
1100-038 Lisboa  
Tel.: 210 312 700  
Fax: 210 312 899  
atl@visitlisboa.com  
www.visitlisboa.com