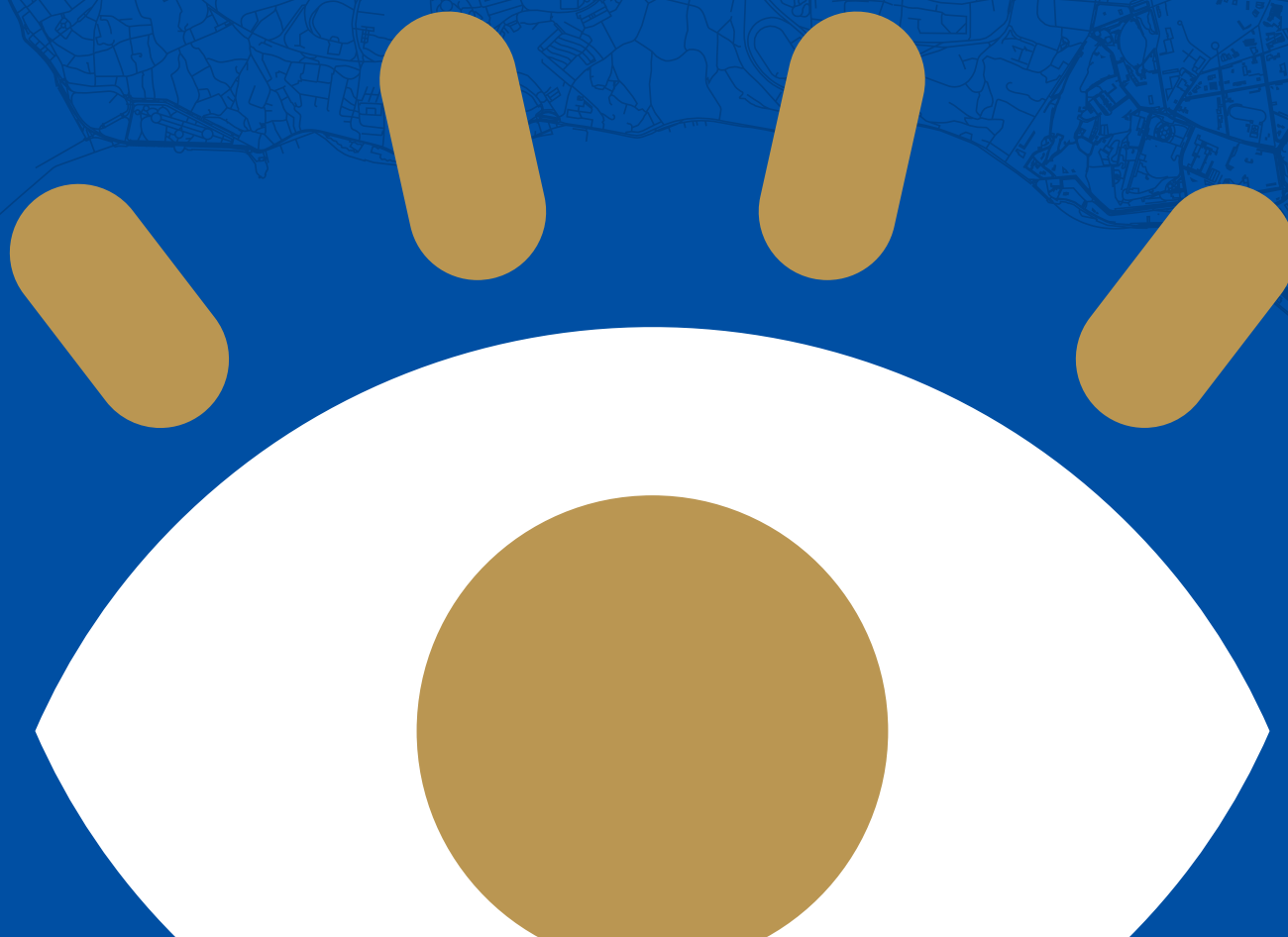


**Estratégia de base  
para a dispersão dos  
fluxos turísticos  
do destino Porto e a  
criação de quarteirões  
no concelho do Porto**



**Porto.**

## A estratégia proposta no presente trabalho estrutura a cidade do Porto em bairros capazes de contribuir para a descentralização da oferta e da procura turística



Desde a criação do Pelouro do Turismo e da Internacionalização, a Câmara Municipal do Porto tem vindo a apostar fortemente numa estratégia para a sustentabilidade do destino Porto, quer em termos ambientais, quer no que respeita ao impacto desta atividade na qualidade de vida de quem reside na cidade. A opção por um turismo mais sustentável e por uma maior qualidade de vida dos residentes do Porto, obriga a repensar a cidade como destino turístico e a trabalhar para um turismo mais especializado, capaz de aproveitar as potencialidades de toda a cidade e não apenas da Baixa e Centro Histórico. Assim, partindo da excelência de toda a cidade, pretende-se que o Porto seja um destino de vanguarda internacional, afirmando-se como cidade europeia de referência.

Já foram dados passos importantes nesta direção, como a elaboração do “Manifesto do Turista” e a criação de uma nova plataforma de informação que funciona como Observatório do Turismo do Porto. O canal “Yours Truly, Porto” é outro exemplo do compromisso com a inclusão de todos os stakeholders no processo de repensar o turismo na cidade.

É nesta aposta de equilibrar o mais possível o convívio saudável entre quem nos visita e os residentes do Porto,

bem como a melhor gestão da pressão turística no centro da cidade, que propomos esta nova estratégia que visa estruturar o território do Porto e dos elos da sua ligação a Matosinhos e a Vila Nova de Gaia por “bairros” que espelham novas formas de experienciar as cidades.

A “Estratégia de base para a dispersão dos fluxos turísticos do destino e a criação de bairros no concelho do Porto” mostra-se, assim, um projeto de importância estratégica para a política de cidade do Município e uma das pedras basilares da “Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto”.

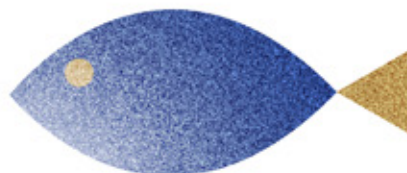
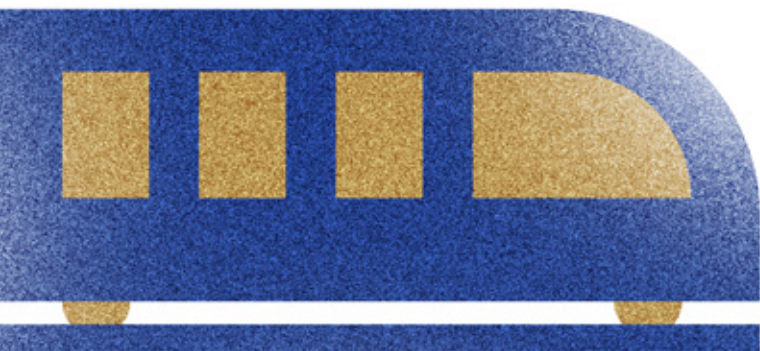
Este novo olhar sobre a cidade do Porto permitirá individualizar estratégias de promoção e atração de investimento para cada zona da cidade com base nas suas identidades próprias, fatores de competitividade e atratividade e oferta turística, respondendo às necessidades, potencialidades e idiosincrasias de cada um dos “microdestinos” dentro do grande “destino Porto”.

### **Catarina Santos Cunha**

Vereadora, Pelouro do Turismo e da Internacionalização



## Com os valiosos contributos de todos os envolvidos no processo de participação pública, a proposta apresentada de criação de bairros oferece uma visão holística de cidade



A afirmação do Porto como destino turístico sustentável é um dos pressupostos subjacentes à elaboração da estratégia de base para a dispersão dos fluxos turísticos do destino Porto e à criação de bairros no concelho do Porto. Em particular, pelo papel fundamental que a estratégia pretende desempenhar na mitigação das consequências negativas do fenómeno de excesso de pressão turística em emergência em algumas zonas da cidade, como o Centro Histórico e a Baixa, que afetam a experiência dos turistas e visitantes, bem como a qualidade de vida dos residentes do concelho. O Município acredita que este documento constitui um instrumento de política de cidade que recentra o turismo como motor do desenvolvimento sustentável no concelho.

Destinado a promover o bem-estar das comunidades locais e dos visitantes da cidade, o presente trabalho beneficiou de uma ampla participação pública. Tal processo permitiu à equipa técnica a recolha de sensibilidades internas e de contribuições de individualidades especialistas nas temáticas abordadas e no território de incidência e, conseqüentemente, a adequação e aprofundamento do retrato do contexto

local estratégico de base territorial e setorial, com particular enfoque no setor do turismo. Impõe-se, por isso, um profundo agradecimento a todos os que contribuíram para a elaboração da estratégia que se apresenta. O Município expressa a sua gratidão (i) aos Presidentes das Juntas/Unões de freguesias do Município do Porto, que prontamente colaboraram no processo, oferecendo insights valiosos sobre as particularidades das respetivas freguesias, (ii) aos Vereadores responsáveis pelo Pelouro do Turismo do Município do Porto e dos municípios limítrofes da frente marítima (Matosinhos e Vila Nova de Gaia), (iii) à equipa técnica do Município e restantes equipas do mesmo envolvidas no processo de elaboração dos trabalhos, (iv) às individualidades externas selecionadas para o apoio na reflexão estratégica conjunta, cuja seleção se relaciona com a sua relevância para o território e pelo conhecimento sobre as dinâmicas turísticas (v) bem como aos jovens do concelho que participaram no processo de auscultação, como vozes ativas na realidade turística da cidade. Sem a participação dos supramencionados não teria sido possível atingir o nível de profundidade que considera a perspetiva dos que visitam o Porto e dos que nele residem e trabalham.

## A estratégia proposta promove a reflexão sobre o potencial de desenvolvimento da cidade no equilíbrio entre as dimensões de visitação, de vivência, de fruic o e de residência

As atividades turísticas têm vindo a contribuir fortemente para a prosperidade planetária e, em particular, europeia. Não obstante, a crescente atratividade turística de alguns territórios e respetivos fluxos têm culminado em fen menos de excesso de pressão turística, com pesadas consequências para a experiência do turista e visitante, para o estado de conserva o do patrim nio cultural e natural dos territórios e, também (mais importante), para a qualidade de vida dos residentes, como já se tem observado em diversas cidades europeias e de outros continentes.

Confrontadas com este fen meno que ameaça a sua sustentabilidade territorial, algumas cidades têm vindo a desenvolver esforços adequados aos seus desafios específicos, podendo envolver estratégias de dispersão geográfica de fluxos, estratégias de redu o da sazonalidade ou, mesmo, medidas de regula o (e.g. limitar a oferta de alojamentos turísticos, limitar determinadas atividades).

A presente “Estratégia de base para a dispersão dos fluxos turísticos do destino Porto e a cria o de quarteirões no concelho do Porto” reflete a posi o preventiva do Município do Porto face a indícios do fen meno de excesso de pressão turística no Centro Histórico e na Baixa da Cidade, emergindo na continuidade da “Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto”, uma iniciativa apresentada e adotada em setembro de 2022 pelo Pelouro do Turismo e da Internacionaliza o do Município do Porto.

A presente estratégia para a dispersão dos fluxos turísticos do destino Porto e a cria o de quarteirões no concelho do Porto materializa um exercício de reflexão conjunta sobre política de cidade cujo principal valor acrescentado reside na identifica o e caracteriza o de quarteirões com

diferentes níveis de maturidade, que ajudem a aliviar os territórios mais pressionados da cidade pela visita o e alavancar os territórios emergentes e em consolida o (dando-lhes visibilidade e associando-lhes narrativas e motivos de visita o), potenciando uma melhor fruic o da cidade por parte dos seus residentes e, também, dos seus visitantes.

O fen meno de excesso de pressão turística manifesta-se de formas variadas consoante o destino e o mesmo se aplica   reflexão sobre a sua mitiga o. Nesse sentido, a metodologia adotada e os resultados apresentados procuram conciliar o conhecimento local, através de análise estatística e documental e da mobiliza o de técnicas de ausculta o, com o conhecimento internacional, através de casos de benchmarking que permitem incorporar aprendizagens da experiência de outras cidades no caminho que o Porto pretende traçar. Sublinha-se a preocupa o e relevância de ouvir as forças vivas do Porto ao longo de todo o processo de trabalho, que, como residentes, trabalhadores e visitantes, oferecem um retrato para além das estatísticas disponíveis, que também são apresentadas no presente documento.

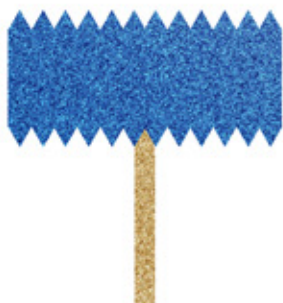
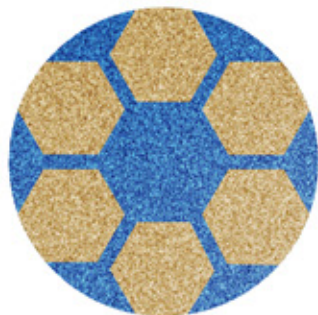
Os quarteirões de cidade apresentados assumem-se como quarteirões vivos, sendo um dos pressupostos estabelecidos a flexibilidade para ajustes   sua delimita o e identidade com o surgir de novas dinâmicas criadas pelos próprios residentes, atividades e visitantes. Pretende-se, assim, que a presente estratégia represente um contributo norteado pelos compromissos assumidos na “Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto” para que a cidade possa dar os próximos passos em prol de um território e destino mais sustentável, que equilibra a vivência dos residentes com as atividades

de visita o e turismo, sob o impulso de uma leitura inspiradora da cidade renovada.

Mais do que traduzida em pressupostos deste trabalho, que foram definidos numa abordagem nitidamente operacional, a estratégia proposta oferece suporte a uma reflexão sobre o potencial de desenvolvimento da cidade no equilíbrio entre as dimensões de visita o, de vivência, de fruic o e de residência, sobretudo para a sua comunica o interna e externa.

Mais do que um diagnóstico da cidade atual, esta estratégia remete para a reflexão sobre o futuro, num compromisso entre o seu patrim nio central e a potencialidade dos restantes.





<b>Nota Introdutória</b>	<b>4</b>
<b>1. Introdução</b>	<b>6</b>
1.1 Objetivos e âmbito	7
1.2 Síntese metodológica	9
1.3 Estrutura do relatório	10
<b>2. Turismo no Porto</b>	<b>11</b>
2.1. Enquadramento territorial	12
2.2. Oferta turística	14
2.3. Procura turística	27
2.4. Sistematização do diagnóstico e desafios estratégicos	31
<b>3. Quarteirões do Porto</b>	<b>34</b>
3.1. Pressupostos estratégicos de delimitação territorial	35
3.2. Proposta de delimitação dos quarteirões	40
<b>4. Ativação dos novos quarteirões</b>	<b>43</b>
4.1. Futuro do turismo: tendências e desafios	44
4.2. Benchmarking	50
4.3. Políticas locais com influência no turismo	53
4.4. Narrativas para os quarteirões identificados	58
4.5. Recomendações para a operacionalização	67
<b>Anexos</b>	<b>73</b>



1.

# INTRODUÇÃO

## Uma estratégia que pretende ser um ponto de partida orientador no esforço municipal de tornar o Porto um território sustentável para residentes e visitantes

A estratégia para a dispersão dos fluxos turísticos no destino Porto e a criação de bairros no concelho do Porto que aqui se apresenta pretende assumir-se como um instrumento de orientação política do Município do Porto que suportará a organização e comunicação futura da cidade segundo um modelo de “bairros”, seja para efeitos de visita seja de vivência e fruição pela população residente.

O presente estudo constitui, desta forma, um contributo orientador para o trabalho futuro, um ponto de partida no esforço municipal de tornar o Porto um território sustentável para os que nele vivem e para os que o visitam. Apesar de ser dinamizado pelo Pelouro do Turismo e da Internacionalização, este trabalho tem por premissa uma visão holística de cidade, não apenas através da lente da visita e do turismo, mas também da dupla perspectiva dos que visitam o Porto e dos que nele residem e trabalham.

A elaboração da presente estratégia parte de uma base de reflexão orientada por um conjunto de questões focadas em perceber de onde, para onde e como é que se deve promover a desconcentração espacial dos fluxos turísticos dentro da cidade do Porto, mas também em zonas particulares da sua ligação com Vila Nova de Gaia e com Matosinhos.

Assim, o primeiro objetivo do trabalho passou por realizar um diagnóstico incisivo dos fluxos turísticos no Porto e da sua concentração. Neste propósito, este diagnóstico não procurou, deliberadamente, aprofundar o conhecimento sobre as zonas turisticamente mais saturadas ou fazer um diagnóstico exaustivo dos fluxos turísticos do Porto, mas antes focar a atenção nas zonas da cidade que apresentam novo potencial de visita e fruição (atual ou futuro), para onde se pode potenciar a dispersão dos fluxos turísticos

de forma sustentável.

A elaboração dos pressupostos estratégicos que suportaram a definição dos bairros de cidade e a sua identificação territorial foram igualmente objetivos do presente trabalho.

Neste contexto, seguindo a leitura conjunta de “cidade para viver e para visitar” que está na base da motivação do trabalho, assumiu-se que esta leitura de cidade a partir de bairros deveria abarcar toda a cidade, refletindo não só a oferta de visita que já existe, mas também a oferta mais embrionária com potencial de atratividade, seja residencial seja turística, que importa estruturar e dinamizar. Assumiu-se, ainda, que a delimitação territorial dos bairros na cidade deve implicar um certo grau de flexibilidade e eventuais ajustes futuros, inerente à vulnerabilidade que a mesma apresenta face às dinâmicas próprias geradas pelos investidores e atividades económicas, pelos residentes e pelos visitantes.

Para além da delimitação territorial dos bairros de cidade, o presente trabalho assumiu igualmente como objetivo a definição das identidades e narrativas para as “novas” áreas de interesse e para a desconcentração das mais saturadas. A associação de uma identidade a cada bairro de cidade não pretende esgotar as temáticas neles presentes, mas sim associar uma temática dominante e caracterizadora do bairro com o intuito de facilitar a comunicação e notoriedade dos mesmos.

Uma vez estabilizados os bairros de cidade em termos de definição territorial e de identidade, iniciou-se a fase orientada para a sua operacionalização, mobilizando contributos de uma análise de benchmarking de cidades europeias (quer de abordagens reativas quer preventivas) e de uma análise das políticas locais em curso no Porto. O

objetivo desta fase foi construir um racional de atuação de alto nível, composto pelas novas identidades e narrativas dos bairros identificados e por recomendações operacionais para a sua ativação e dinamização futura, delineando os passos a dar com o arranque da presente estratégia.

Como resultados esperados ambiciona-se que a presente estratégia possa contribuir para melhorar o posicionamento do Porto nos principais indicadores de atividade turística (e.g. estada média, ocupação, receitas), sem comprometer a experiência de residentes e visitantes, reforçando a sua imagem como destino turístico sustentável e de referência.



## A definição estratégica para o futuro do turismo na cidade do Porto implica uma nova abordagem aos desafios críticos que se colocam ao "território" e à "fileira da visitaçãõ"

### OBJETIVOS E BASE ESTRATÉGICA

#### Abordagem para a elaboração da estratégia de criação de bairros na cidade do Porto de suporte à dispersão de fluxos turísticos

##### Questões para a reflexão estratégica

1

##### DE ONDE?

Quais as **principais zonas turísticas** atuais no concelho do Porto? Estão sujeitas a excesso de pressão turística?

2

##### PARA ONDE?

Onde existem **ativos de visitaçãõ e fruicãõ** fora das áreas de maior concentraçãõ?

Quais as **tipologias de ativos de visitaçãõ e fruicãõ** ou de outros fatores de atratividade presentes nessas zonas?

2

##### COMO?

Como **potenciar e consolidar** novas zonas de atraçãõ e vivência (bairros de cidade) de interesse?

Como **promover (comunicar)** as novas zonas de atraçãõ e vivência (bairros) identificadas?

##### Objetivos do trabalho

1

Desenvolver o diagnóstico dos atuais fluxos turísticos e a sua concentraçãõ na cidade, identificando as zonas de visitaçãõ com sinais de excesso de pressão turística em algumas zonas e alturas do ano

2

Estabelecer os pressupostos estratégicos para a identificaçãõ territorial dos bairros atuais e potenciais, por forma a potenciar a dispersãõ dos fluxos turísticos das zonas mais saturadas

3

Identificar estrategicamente o território de cada bairro a criar e definir as identidades e narrativas para as "novas" áreas de interesse e para a desconcentraçãõ das mais saturadas

4

Preparar o plano de açãõ consubstanciador das novas identidades e narrativas dos bairros identificados e as recomendaçãõs operacionais para a sua ativaçãõ e dinamizaçãõ futura

##### Resultados esperados



Melhoria das condiçãõs infraestruturais e de sustentabilidade para residentes e visitantes



Melhoria da experiênciã do visitante pela atenuaçãõ do efeito de excesso de carga turística



Reforço da imagem da marca Porto como destino turístico sustentável



Consolidaçãõ dos níveis da afliuênciã turística, do consumo e da duraçãõ da estadia e da capacidade de acolhimento



Maior ocupaçãõ hoteleira e resultante receita da taxa turística e receita para os *players* do turismo



Aumento da eficiênciã orçamental em esforços de *marketing* territorial e turístico



Aumento do impacto econômicõ global em termos de emprego, despesa e receita fiscal



# As diferentes etapas do trabalho desenvolvido assentam no uso de diversas ferramentas metodológicas, de forma complementar e articulada

## BASE METODOLÓGICA POR ETAPA DE TRABALHO

ETAPAS DE TRABALHO

### I. Diagnóstico e Concetualização

**Diagnóstico e estabilização de pressupostos estratégicos para a identificação dos quarteirões**

INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS

- **Revisão documental:** recolha e análise dos principais documentos estratégicos de política pública do Município do Porto.
- **Análise estatística:** recolha de dados do INE e Turismo de Portugal para análise das dinâmicas de visitação da cidade do Porto e o seu enquadramento regional e nacional, tendo sido ainda recebidos e analisados dados referentes às transações multibanco realizadas nas diferentes freguesias da cidade e dados referentes aos ativos turísticos do destino “Porto”.
- **Reuniões de trabalho:** reunião de kick-off com a equipa de trabalho do Município do Porto e reuniões periódicas de acompanhamento dos resultados obtidos no processo de diagnóstico. Reunião com um conjunto de individualidades\*\* entendidas como especialistas nos temas tratados para apresentação do projeto, alinhamento dos pressupostos metodológicos do trabalho e recolha de contributos de base para a posterior delimitação dos quarteirões.
- **Entrevistas, Workshops/ Focus Groups:** realização de entrevistas junto de personalidades relevantes e com conhecimento das dinâmicas turísticas da cidade e com os Presidentes das Juntas/Unões de Freguesia do Município do Porto\*. Foram ainda realizados 3 workshops de recolha de contributos junto de (i) equipas de trabalho do Município do Porto, (ii) agentes externos ao Município, maioritariamente do setor privado e (iii) personalidades jovens com papel ativo ou conhecimento da realidade turística da cidade.

### II. Definição e Estratégia

**Identificação física e definição tática e identitária dos quarteirões**

- **Revisão documental:** recolha e análise de documentos de inventariação e de planeamento municipal e de relatórios relevantes de âmbito nacional e internacional (direta ou indiretamente) associados ao setor do turismo, como suporte à definição de macrotendências no turismo e a sua articulação com as políticas públicas locais.
- **Benchmarking:** apresentação e análise de casos de benchmarking internacional com similitudes ao nível das condições e/ou problemáticas ligadas à visitação como as verificadas no Porto.
- **Reuniões de trabalho:** reunião de acompanhamento para a estabilização dos pressupostos de identificação dos quarteirões territoriais e apresentação dos resultados do processo de diagnóstico.
- **Reuniões de trabalho\*\*:** reunião de auscultação com o conjunto de individualidades especialistas nos temas tratados para análise dos critérios para a identificação dos quarteirões de cidade e apoio na estabilização das âncoras e narrativas que se lhes deve associar.

### III. Operacionalização

**Recomendações para a consolidação da narrativa dos quarteirões**

- **Revisão documental:** análise de alto nível das necessidades de intervenção dos quarteirões a ativar com vista à formulação de recomendações e da articulação estratégica entre os pressupostos de operacionalização dos mesmos com as políticas públicas e orientações estratégicas municipais.
- **Reuniões de trabalho:** reunião de conclusão com a equipa de trabalho do Município para a estabilização das principais recomendações de operacionalização dos quarteirões identificados. Reunião final com as individualidades já auscultadas\*\* para análise da definição final dos quarteirões e as recomendações de alto nível propostas para a sua operacionalização.
- **Entrevistas, Workshops/ Focus Groups:** realização de entrevistas com os vereadores do pelouro do turismo dos Municípios limítrofes (de Matosinhos e Vila Nova de Gaia) para apresentação do projeto e recolha de inputs para o mesmo. Reunião de articulação estratégica com o Executivo Municipal.
- **Evento:** apresentação pública do projeto para divulgação da identificação dos quarteirões e as recomendações para a sua consolidação.

\* Por motivos de incompatibilidade de agenda/dificuldade de contacto, não foram auscultados todos os Presidentes de Junta/União de Freguesia do Município do Porto.

\*\* A auscultação foi realizada coletivamente a um conjunto de individualidades com conhecimento e experiência em diversas áreas consideradas relevantes para o presente trabalho (ver Anexo 1).

## O estudo está estruturado em quatro capítulos sequenciais que descrevem o racional de identificação, conceção e operacionalização dos quarteirões

### ETAPAS DO TRABALHO E ESTRUTURA DOS CONTEÚDOS A DESENVOLVER

ETAPAS DE TRABALHO	I. Diagnóstico e Conceptualização	II. Definição e Estratégia	III. Operacionalização	
ÍNDICE	<p><b>1.</b></p> <p><b>Introdução</b></p> <p><b>1.1.</b> Objetivos e âmbito</p> <p><b>1.2.</b> Síntese metodológica</p> <p><b>1.3.</b> Estrutura do relatório</p>	<p><b>2.</b></p> <p><b>O Turismo no Porto</b></p> <p><b>2.1.</b> Enquadramento territorial</p> <p><b>2.2.</b> Oferta turística</p> <p><b>2.3.</b> Procura turística</p> <p><b>2.4.</b> Sistematização do diagnóstico e desafios estratégicos</p>	<p><b>3.</b></p> <p><b>Quarteirões do Porto</b></p> <p><b>3.1.</b> Pressupostos estratégicos de delimitação territorial</p> <p><b>3.2.</b> Proposta de delimitação dos quarteirões</p>	<p><b>4.</b></p> <p><b>Ativação dos novos quarteirões</b></p> <p><b>4.1.</b> Futuro do turismo: tendências e desafios</p> <p><b>4.2.</b> Benchmarking</p> <p><b>4.3.</b> Políticas locais com influência no turismo</p> <p><b>4.4.</b> Narrativas para os quarteirões identificados</p> <p><b>4.5.</b> Recomendações para a operacionalização</p>



2. \_\_\_\_\_

**TURISMO  
NO PORTO**







## O Porto é o principal polo de atração turística da Área Metropolitana do Porto e da Região Norte, apesar da sua reduzida dimensão geográfica

### GRANDES NÚMEROS DO PORTO

Situado no Noroeste de Portugal, o Porto é um dos 16 concelhos que constituem a Área Metropolitana do Porto (AMP), fazendo fronteira com Matosinhos, Maia, Gondomar e Vila Nova de Gaia. Segundo os Censos 2021, o Porto tem 236 mil habitantes, sendo o principal aglomerado urbano da região onde se insere. Com uma superfície de apenas 41,4 km<sup>2</sup> e constituído por 7 freguesias – a UF de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde, a UF de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, São Nicolau e Vitória, a UF de Lordelo do Ouro e Massarelos, Bonfim, Campanhã, Paranhos e Ramalde –, o concelho do Porto é um dos territórios mais relevantes a nível nacional em termos económicos, sociais e, também, demográficos. A relevância do Porto traduz-se igualmente no setor do turismo, tendo concentrado 60,5% da capacidade de alojamento e 64,5% das dormidas na AMP em 2022. Apesar da importância que já assume na área metropolitana e na Região Norte, o Porto continua a registar um forte crescimento do turismo, quer do ponto de vista da oferta (+41,8% em 2017-2022), quer da procura (+27,4% em 2017-2022).

Fruto desta realidade, o turismo possui uma grande importância na economia do concelho, concentrando 32,1% do pessoal ao serviço e 34,5% do volume de negócios dos estabelecimentos da AMP, de acordo com os últimos dados disponíveis.

A atratividade turística do Porto está fortemente ligada à forte marca internacional que lhe está associada e ao património histórico e cultural existente, beneficiando ainda da presença e proximidade a importantes infraestruturas de transporte, cuja elencação e caracterização será feita de seguida.

	<b>41,4 km<sup>2</sup></b> de área (2022)	<b>2,0%</b> da área da AMP (2022)	<b>7</b> freguesias
	<b>240.592</b> habitantes (2022)	<b>13,6%</b> da população residente na AMP (2022)	<b>+ 1,5%</b> habitantes (2015-2022)
	<b>25.936 camas</b> capacidade de alojamento (2022)	<b>60,5%</b> da cap. de alojamento na AMP (2022)	<b>+ 41,8%</b> camas (2017-2022)
	<b>4.819.168</b> dormidas (2022)	<b>64,5%</b> das dormidas na AMP (2022)	<b>+ 27,4%</b> dormidas (2017-2022)
	<b>19.697</b> pessoal ao serviço no setor do turismo* (2021)	<b>32,1%</b> do pessoal ao serviço no setor do turismo* na AMP (2021)	<b>+ 54,6%</b> pessoal ao serviço no setor do turismo* (2015-2021)
	<b>658,7M€</b> volume de negócios no setor do turismo* (2021)	<b>34,5%</b> do volume de negócios no setor do turismo* na AMP (2021)	<b>-11,9%</b> volume de negócios no setor do turismo* (2015-2021)

\* Seguindo a metodologia Turismo de Portugal, o setor do turismo inclui "Alojamento, restauração e similares" e "Agências de viagem, operadores turísticos, outros serviços de reservas e atividades relacionadas" | Fonte: EY-Parthenon com base em dados do Instituto Nacional de Estatística (Recenseamento da população e habitação - Censos 2021; Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos; Sistema de contas integradas das empresas)

## A proximidade a infraestruturas de transporte contribui para a atratividade turística do Porto, com destaque para o Aeroporto Francisco Sá Carneiro e o Porto de Leixões

### INFRAESTRUTURAS DE TRANSPORTE

Entre as grandes infraestruturas de transportes dentro da área de influência do Porto destacam-se o Aeroporto Francisco Sá Carneiro e o Porto de Leixões e respetivo terminal de cruzeiros, infraestruturas que permitem e facilitam os fluxos turísticos vindos do estrangeiro.

A rede rodoviária nacional na AMP integra os grandes corredores das ligações europeias em geral e das grandes ligações peninsulares, como o IP1 que permite a conectividade com o centro da Península Ibérica e a Europa, o IP5 para Madrid a partir de Aveiro e os IP4 e IC5 para o corredor Benavente/Valência/Valladolid/Irun. Destaca-se, ainda, o Terminal Intermodal de Campanhã, no qual operam as principais empresas de transporte coletivo rodoviário com ligações nacionais e internacionais.

Relativamente à rede ferroviária, as ligações com o exterior assentam exclusivamente na Linha do Norte – eixo Porto/Lisboa/Algarve – à qual liga o eixo Aveiro/Vilar Formoso/Valladolid/Irun. Está atualmente prevista no Programa Nacional de Investimentos (PNI 2030) uma nova linha Porto-Lisboa que permitirá reduzir significativamente o tempo de trajeto entre as duas cidades, aumentando a qualidade dos serviços de longo curso, assim como a nova linha Porto-Valença-Vigo.

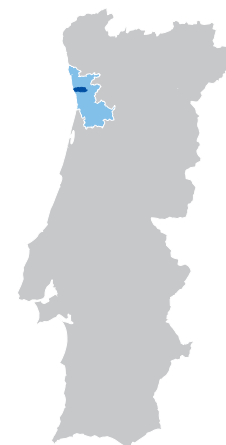
O transporte coletivo de pessoas no concelho do Porto é garantido pela Metro do Porto e pela Sociedade de Transportes Coletivos do Porto (STCP), embora o âmbito geográfico da sua atuação extravase os domínios estritos do concelho, estendendo-se a municípios vizinhos.

### Porto no contexto ibérico, nacional e metropolitano

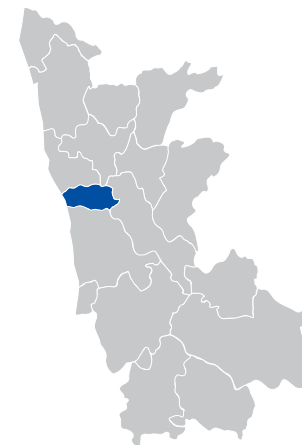
Contexto ibérico



Contexto nacional



Contexto regional



## O posicionamento do Porto na AMP enquanto principal polo turístico é confirmado e reforçado pela crescente e rápida recuperação dos seus fluxos no pós-pandemia

### OVERVIEW NÍVEL CONCELHIO

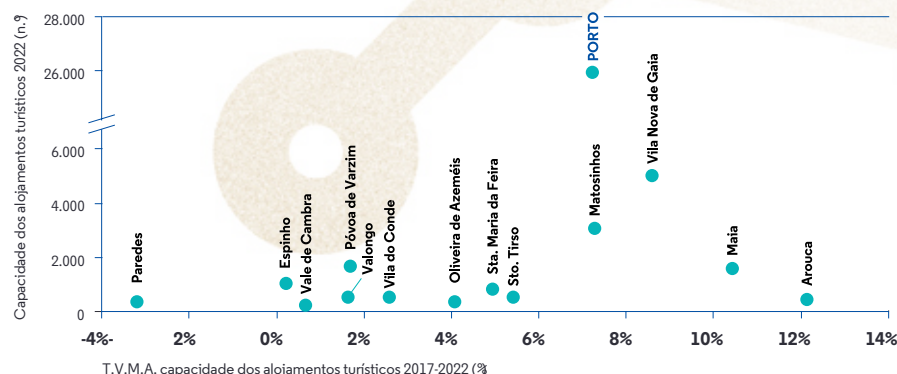
O Porto é o concelho que concentra a maior oferta de alojamento turístico da AMP, representando igualmente uma oferta relevante na Região Norte.

Em 2022, existiam no Porto 389 estabelecimentos de alojamento turístico (61,0% da AMP e 20,2% do Norte), com capacidade para receber cerca de 26 mil pessoas (60,5% da AMP e 31,9% do Norte) e que geravam mais de 330 mil euros de proveitos (67,0% da AMP e 43,1% do Norte). Apesar do alojamento local ser a tipologia dominante em termos de estabelecimentos (63,2%), são os estabelecimentos hoteleiros os que concentram a maior capacidade (73,8%).

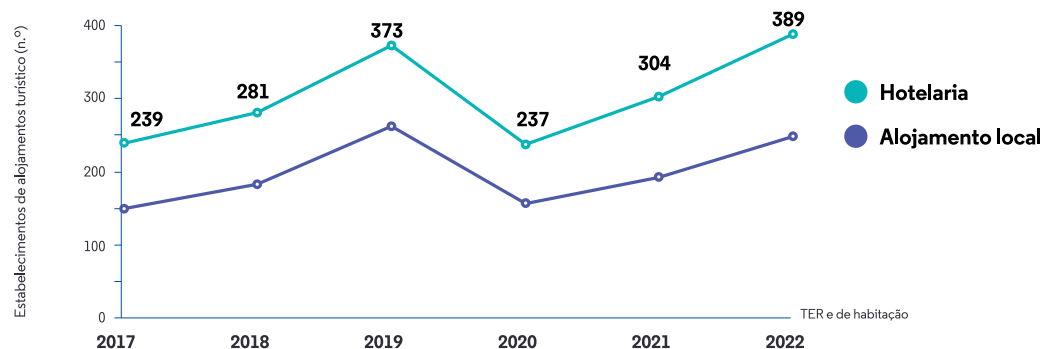
À semelhança do que ocorreu pelo mundo fora, a pandemia COVID-19 impactou fortemente o setor do turismo no Porto, verificando-se uma quebra de 36,5% do número de estabelecimentos, -29,2% da capacidade e -78,4% dos proveitos entre 2019 e 2020. Pese embora os impactos negativos neste período, a oferta de alojamento registou uma rápida recuperação, superando em 2022 a oferta do período pré-pandemia.

A posição de relevo do turismo do Porto na AMP é reforçada e consolidada pelo crescimento da oferta turística. Entre 2017 e 2022, a capacidade dos alojamentos turísticos registou um crescimento médio anual de +7,2% e os proveitos dos alojamentos um crescimento de 8,7% por ano. Esta tendência é acompanhada sobretudo pelos concelhos limítrofes, como Gaia, Maia e Matosinhos que beneficiam da proximidade geográfica ao Porto. Para além da oferta de alojamento, o Porto concentra igualmente o maior número de balcões de agências de viagens e turismo (30,3%) e de estabelecimentos de agentes de animação turística (31,6%) da AMP.

### Capacidade dos alojamentos turísticos\*| 2017-2022



### Estabelecimentos de alojamento turístico no Porto por tipo\*\* | 2017-2022



\* Por indisponibilidade de dados não foram incluídos os concelhos de Gondomar, São João da Madeira e Trofa. / \*\* TER – Turismo no Espaço Rural. Fonte: EY-Parthenon com base em dados do Instituto Nacional de Estatística (Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos) e do Turismo de Portugal (travelBI).

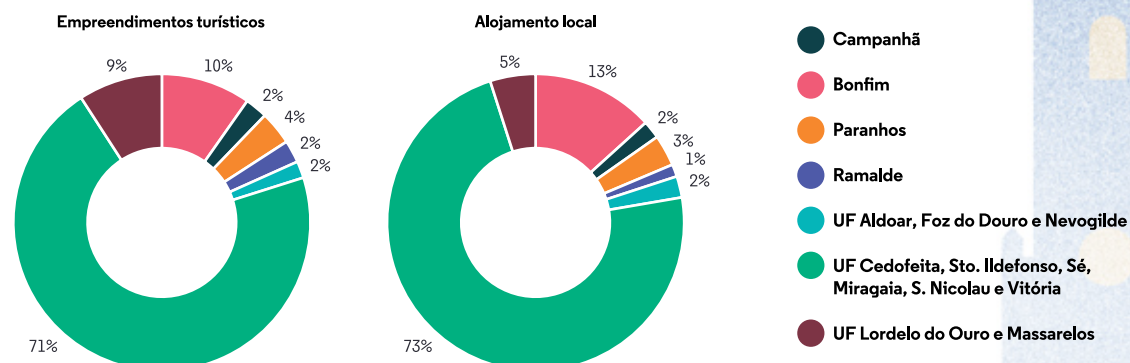
## A oferta de alojamento concentra-se no Centro Histórico e Baixa, contudo assiste-se a uma desaceleração da oferta nesta área e a uma oferta crescente noutras zonas da cidade

### OFERTA TURÍSTICA INTRACONCELHIA

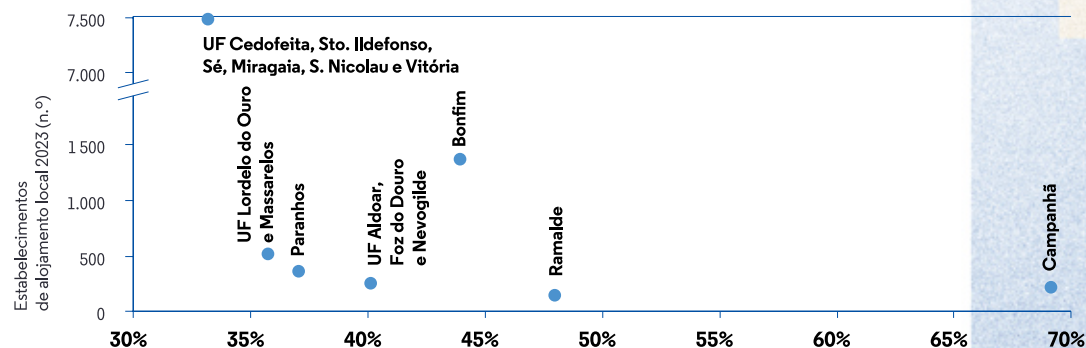
A oferta turística de alojamento no concelho do Porto apresenta uma distribuição geográfica intraconcelhia assimétrica. O Centro Histórico e Baixa da Cidade (correspondendo à UF\* Cedofeita, Sto. Ildefonso, Sé, Miragaia, S. Nicolau e Vitória) concentram o maior número de registos de empreendimentos turísticos da cidade (70,7%) e de estabelecimentos de alojamento local (72,8%). Seguem-se as freguesias do Bonfim e a UF Lordelo do Ouro e Massarelos, freguesias contíguas ao Centro Histórico e que incluem parte da Zona Ribeirinha. A oferta de alojamento local regista uma tendência crescente em todas as freguesias do concelho do Porto, observando-se, a partir de 2022, uma desaceleração nos registos de alojamento local nas freguesias com maior oferta deste tipo de alojamento – nas UF Cedofeita, Sto. Ildefonso, Sé, Miragaia, S. Nicolau e Vitória, a taxa de variação anual de alojamentos locais diminuiu 23,0 p.p. entre 2022 e 2023. Esta desaceleração pode estar relacionada com o regulamento municipal no qual o Município do Porto definiu a zona do Centro Histórico como área de contenção, limitando a autorização para emissão de novas licenças.

A crescente saturação da oferta de alojamento local em freguesias de maior atratividade turística (Centro Histórico e Zona Ribeirinha), em conjunto com as políticas municipais de contenção, resultaram numa aceleração entre 2022 e 2023 do crescimento de estabelecimentos de alojamento local em freguesias onde a oferta deste tipo de estabelecimentos é mais escassa, como é o caso da UF Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde (+22,7%), Paranhos (+21,6%) e Campanhã (+18,2%).

### Estabelecimentos de alojamento turístico no Porto | 2023

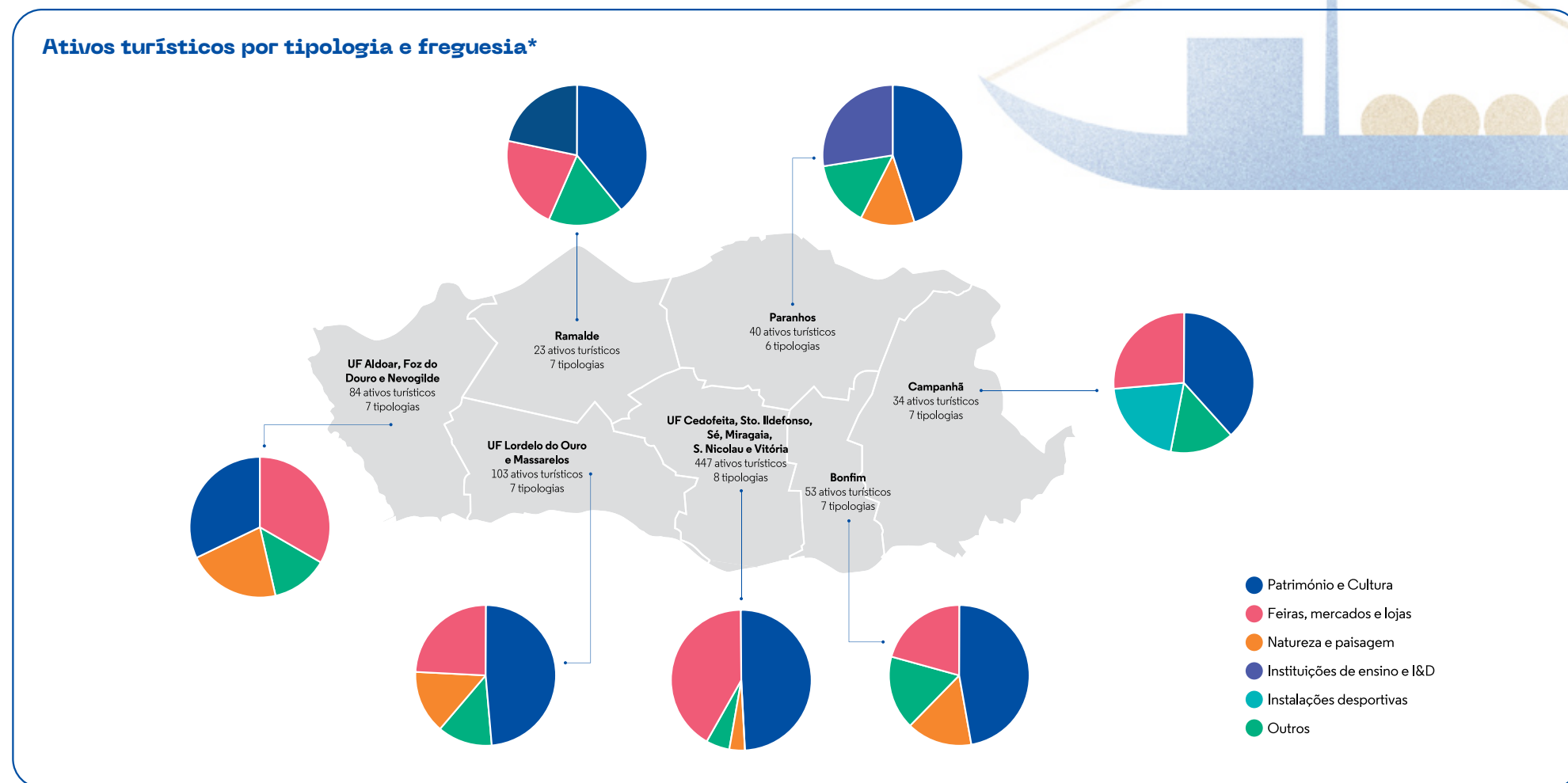


### Alojamento local por (U-)Freguesia no Porto | 2015-2023



## A UF Cedofeita, Sto. Ildefonso, Sê, Miragaia, S. Nicolau e Vitória concentra a maioria dos ativos existentes e é a que apresenta maior diversidade de tipologias de ativos

### ATIVOS TURÍSTICOS (ATUAIS) POR FREGUESIA

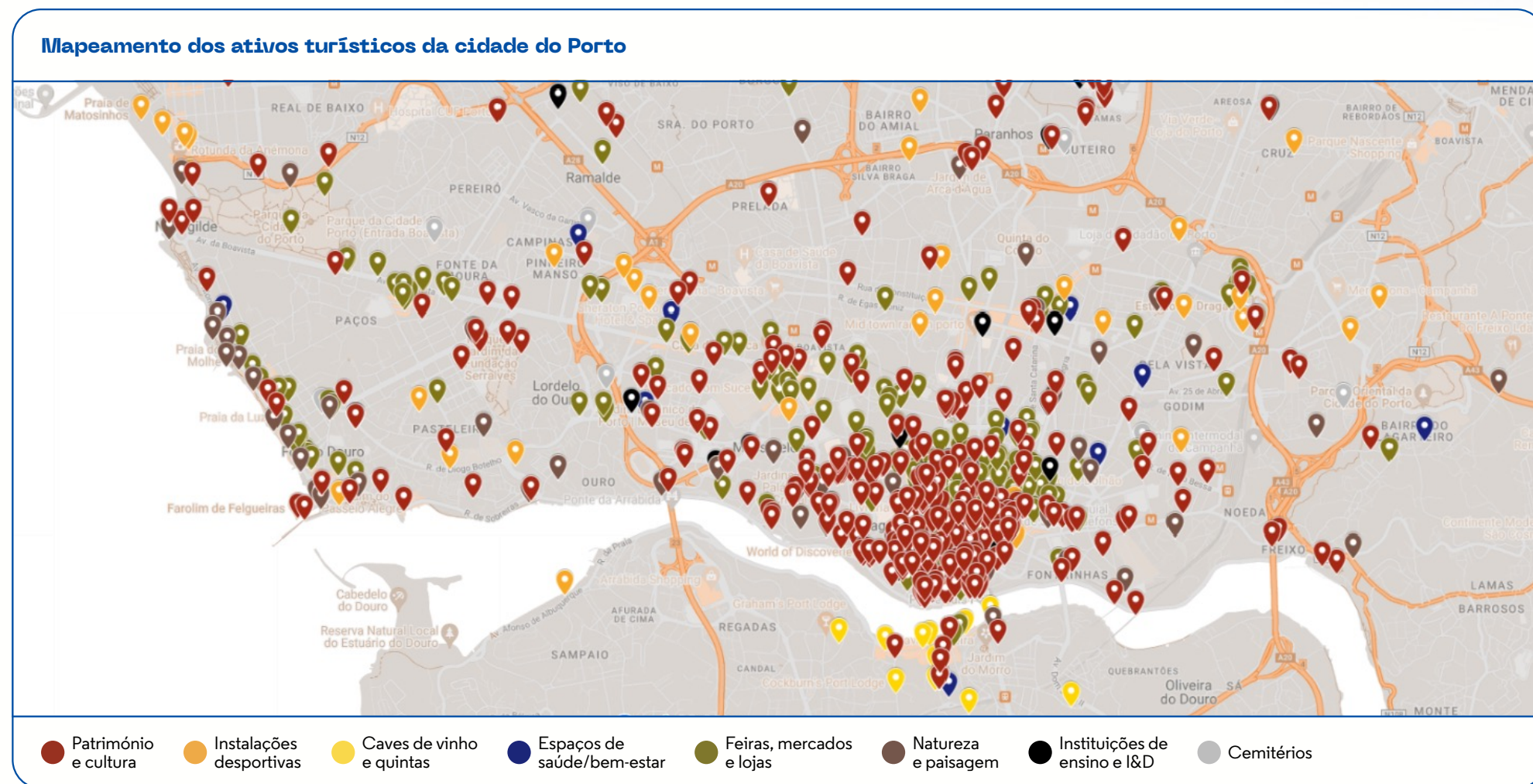


\*Para cada freguesia apenas estão representadas o top 3 de tipologias com mais ativos, as restantes tipologias presentes na freguesia foram agrupadas na categoria "Outros".  
Fonte: EY-Parthenon com base em dados disponibilizados pela Câmara Municipal do Porto.



## O mapeamento dos ativos turísticos permite visualizar a concentração da oferta na zona do Centro Histórico e Baixa e constatar o predomínio do património e cultura

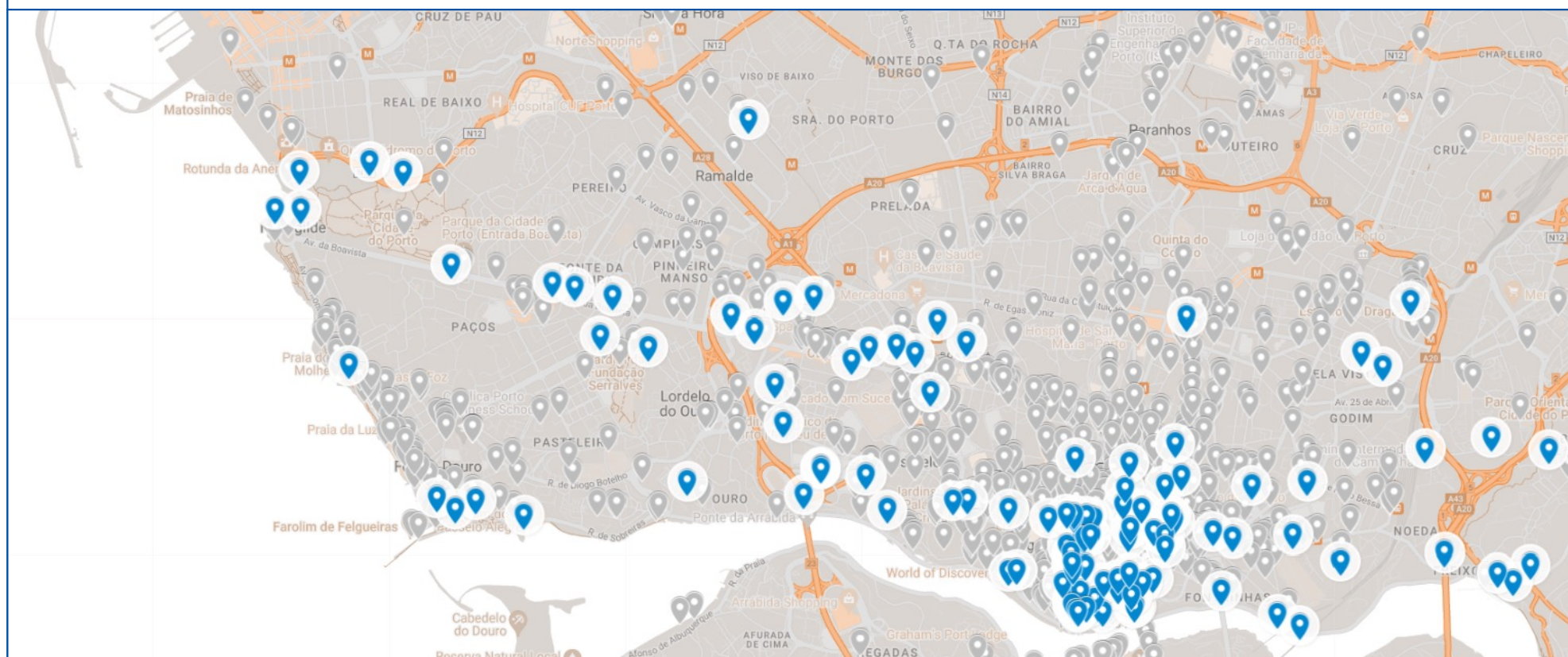
### ATIVOS TURÍSTICOS (ATUAIS) POR TIPOLOGIA



## As zonas do Centro Histórico e Baixa da Cidade também concentram os ativos turístico de maior relevo, destacando-se ainda a Avenida da Boavista

### ATIVOS TURÍSTICOS (ATUAIS) DE MAIOR RELEVO

#### Mapeamento dos ativos de maior relevo turístico da cidade do Porto\*

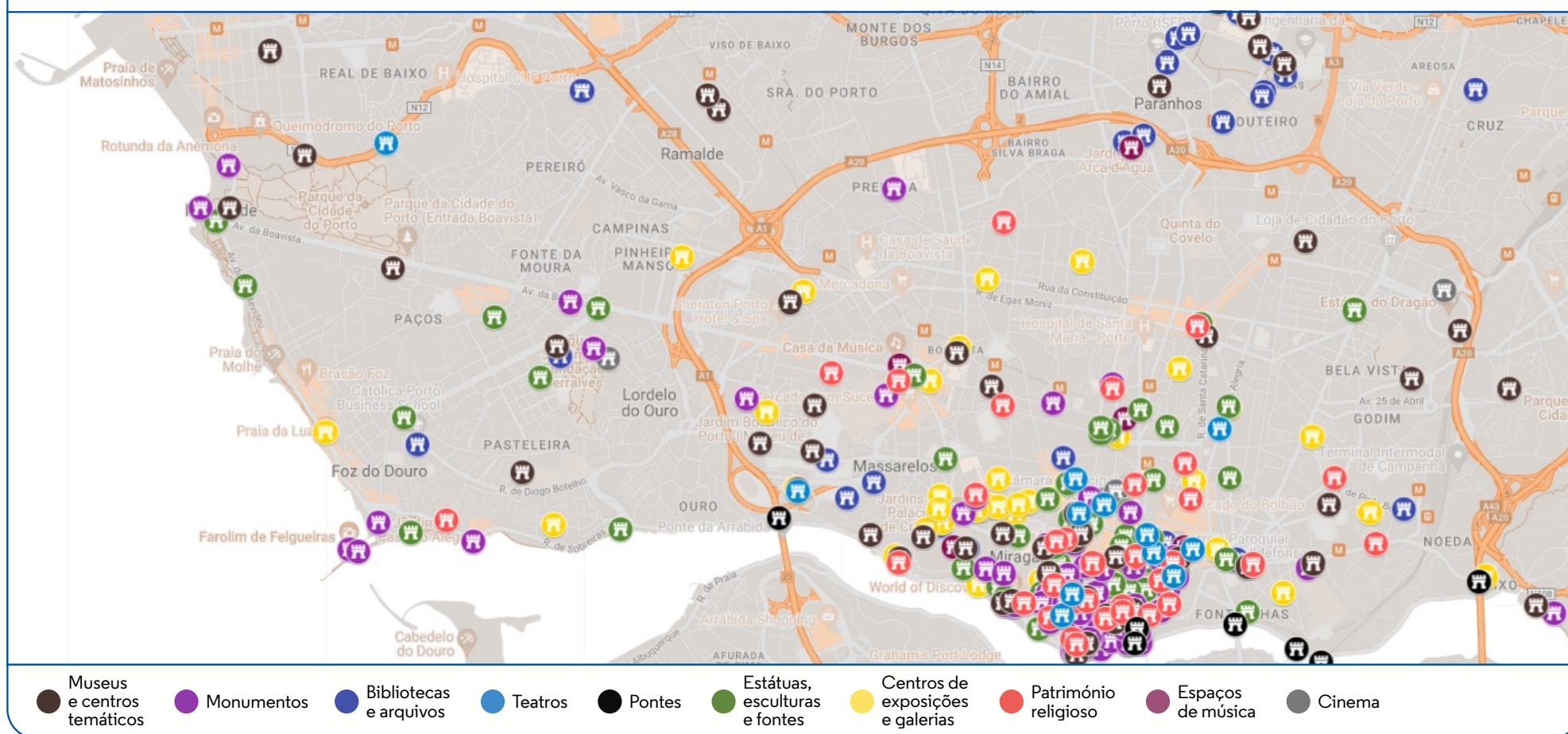


● Ativos turísticos mapeados na brochura Porto CityBreak    ● Outros ativos turísticos

## Da tipologia "Patrimônio e Cultura", as subtipologias predominantes na cidade do Porto são os museus e centros temáticos, as estátuas, esculturas e fontes e os monumentos

ATIVOS TURÍSTICOS (ATUAIS) DE MAIOR RELEVU

### Mapeamento dos ativos turísticos da tipologia "Patrimônio e cultura"



## O mapeamento dos ativos de suporte turístico permite visualizar o paralelismo da oferta turística com os elementos de suporte à visitação na cidade

ATIVOS DE SUPORTE   VISITAÇÃO (ATUAIS) POR TIPOLOGIA

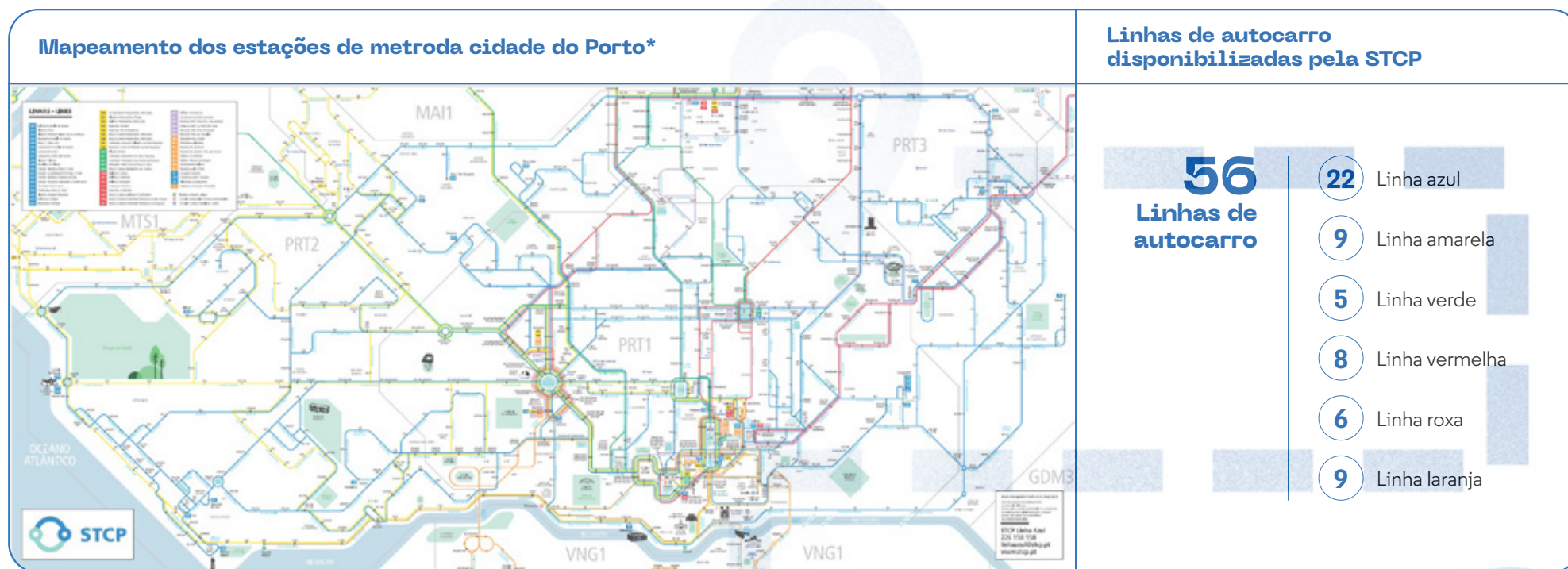
### Mapeamento dos ativos de suporte   visitação da cidade do Porto





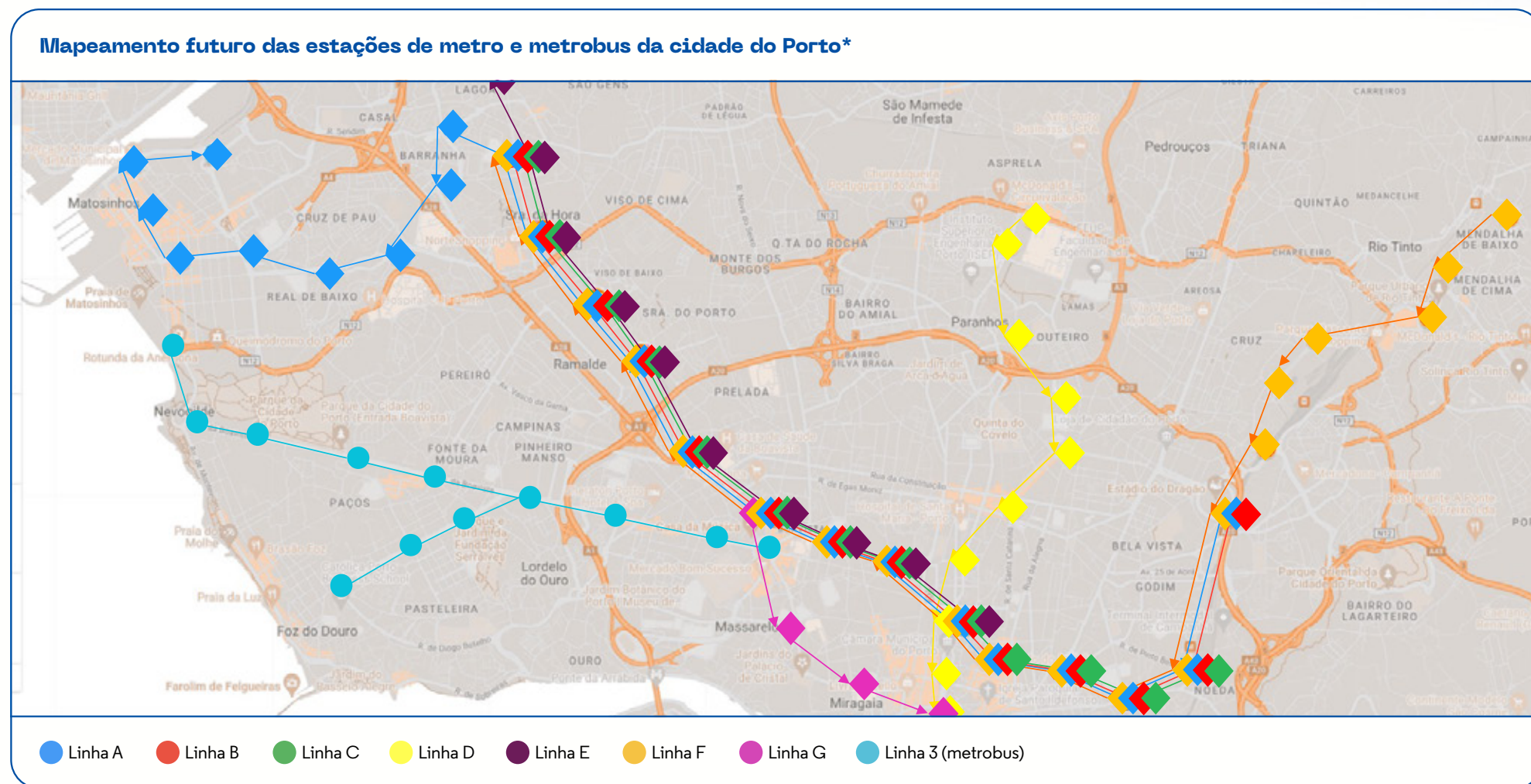
## Ao nível da mobilidade, a atividade turística beneficia de um sistema de transporte público com 6 linhas de metro que unem as freguesias do concelho e os concelhos limítrofes

MAPEAMENTO DA MOBILIDADE DA CIDADE: REDE DE TRANSPORTES STCP



## O reforço da rede de metro da cidade do Porto e o desenvolvimento do metrobus irá aproximar os visitantes de pontos de interesse diversificados atualmente pouco acessíveis

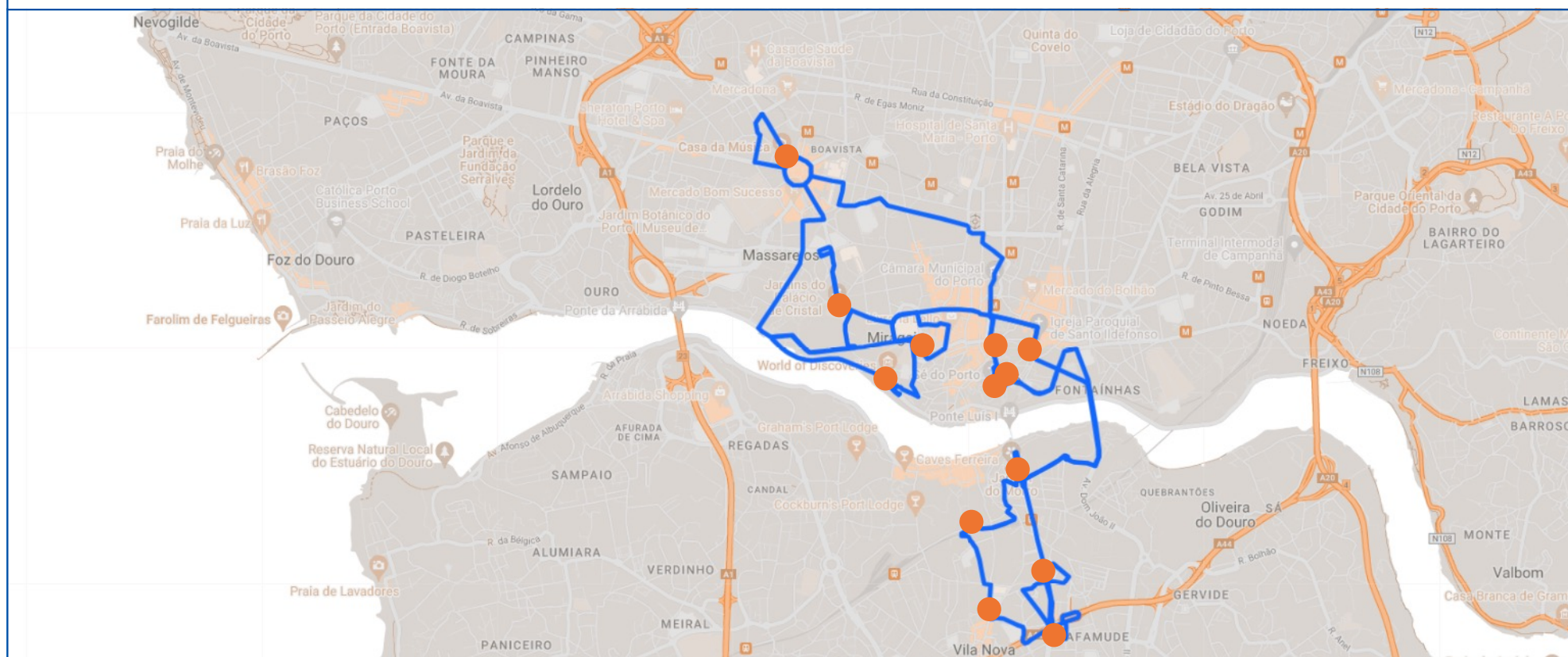
### MAPEAMENTO DA MOBILIDADE FUTURA DA CIDADE: METRO E METROBUS



## O Turismo do Porto beneficia ainda de rotas de autocarros turísticos concentradas no Centro Histórico e na ligação com a Baixa da Cidade e o Centro Históricos de Gaia

MAPEAMENTO DA MOBILIDADE TURÍSTICA DA CIDADE: AUTOCARROS TURÍSTICOS (1/2)

### Mapeamento das rotas dos autocarros turísticos da cidade do Porto\*



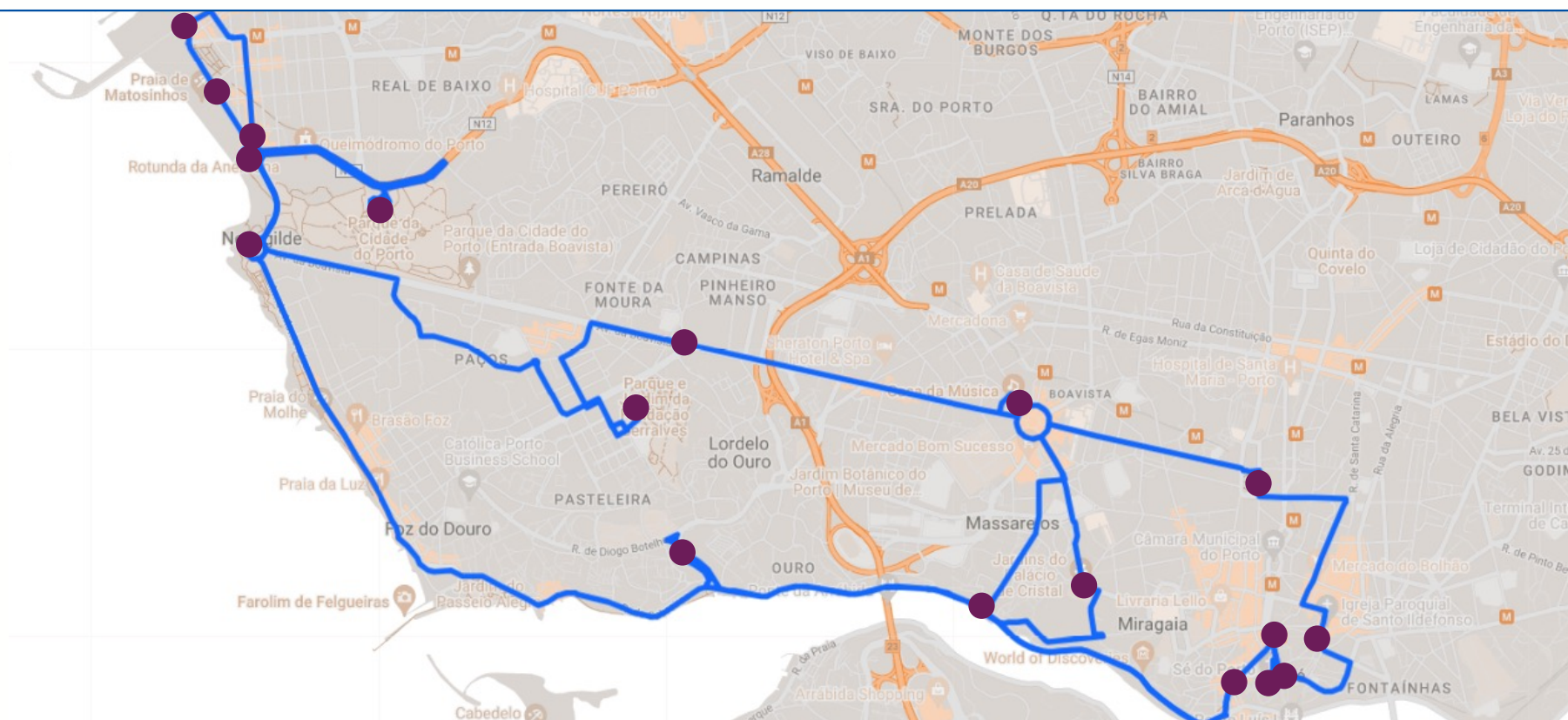
● Pontos de paragem do percurso "Porto Histórico"



## Por sua vez, a rota "Porto dos Castelos" parte do Centro Histórico do Porto, fazendo a ligação entre o centro da cidade e a orla costeira através da Avenida da Boavista

### MAPEAMENTO DA MOBILIDADE TURÍSTICA DA CIDADE: AUTOCARROS TURÍSTICOS (2/2)

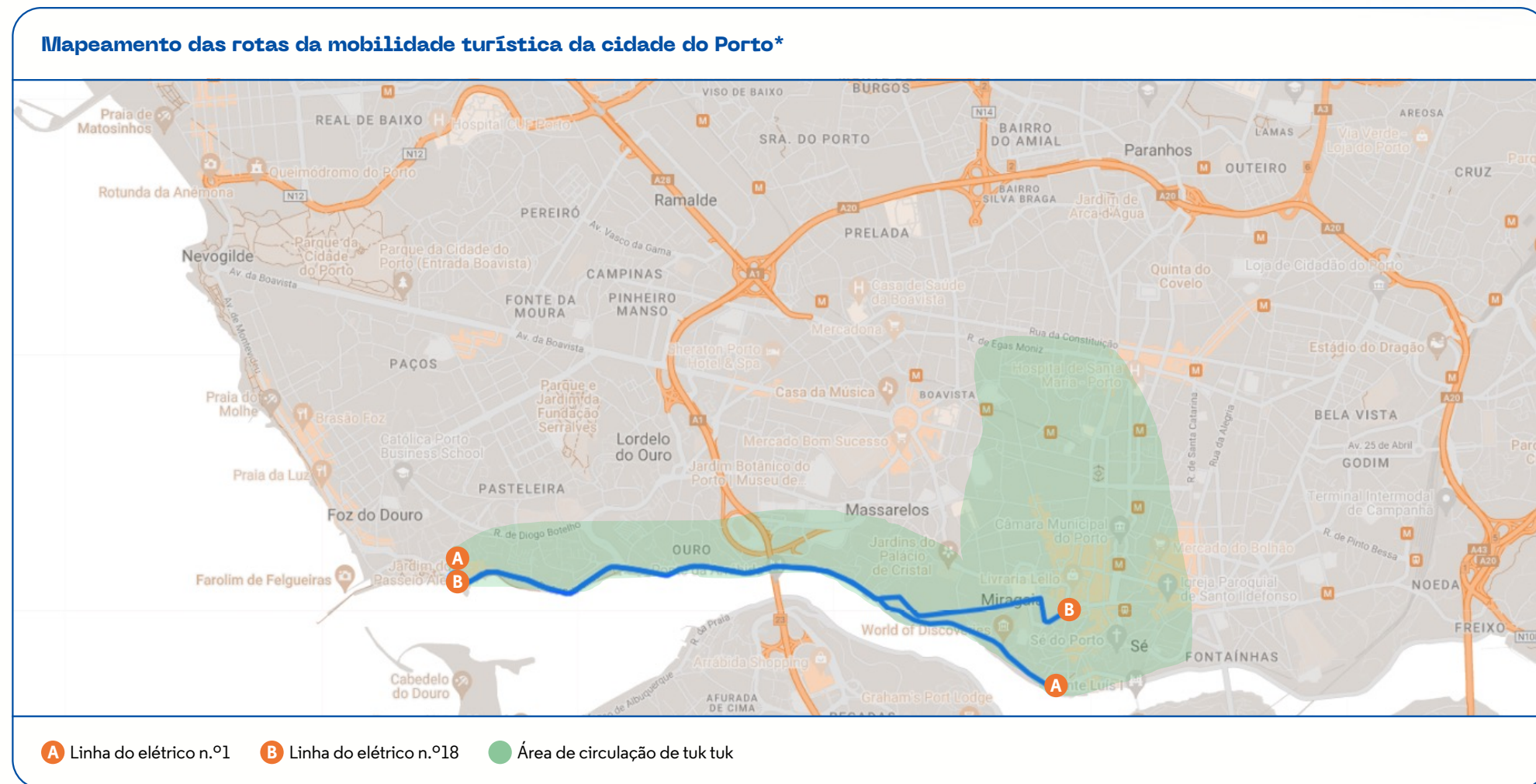
#### Maapeamento das rotas dos autocarros turísticos da cidade do Porto\*



● Pontos de paragem do percurso "Porto dos Castelos"

## Adicionalmente, algumas linhas de elétrico e operadores de tuktuk contribuem para a mobilidade dos turistas no concelho, com incidência no Centro Histórico e Zona Ribeirinha

### MAPEAMENTO DA MOBILIDADE TURÍSTICA DA CIDADE: ELÉTRICO E TUKTUK



## A procura turística no Porto foi fortemente afetada pela pandemia, não obstante, as dinâmicas recentes apontam para a sua recuperação e crescente atratividade da oferta

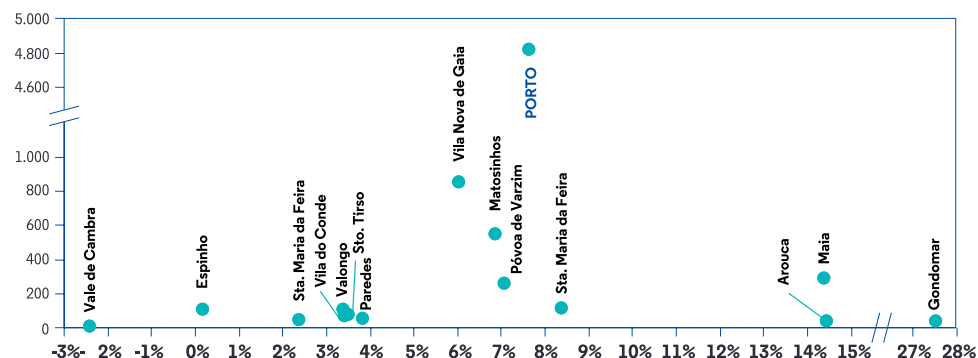
### OVERVIEW DE NÍVEL CONCELHIO

A procura turística no Porto tem uma dimensão significativa no contexto da AMP e, ao contrário do que se verifica para o país, os dados para o concelho sugerem a recuperação completa dos fluxos turísticos no pós-pandemia.

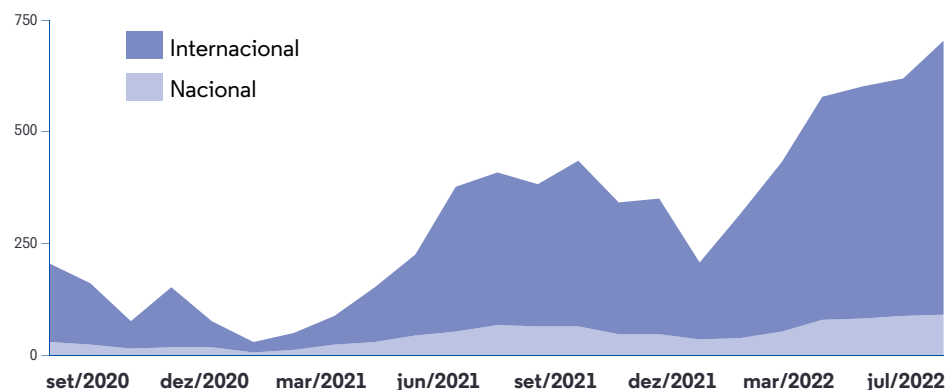
Em 2022, foram registadas cerca de 4,8 milhões de dormidas no Porto, superando as dormidas pré-pandemia (4,5 milhões de dormidas em 2019), e representando 64,5% do total da AMP. Esta recuperação está igualmente patente no aumento das chegadas internacionais ao aeroporto Sá Carneiro entre janeiro de 2020 e janeiro de 2021 (+188,4%).

Os fluxos turísticos foram significativamente impactados pela pandemia COVID-19, à semelhança do que ocorreu por todo o mundo, registando-se uma quebra das dormidas de 72,9% entre 2019 e 2020, a mais expressiva da AMP, o que poderá estar, em parte, relacionado com a perda de atratividade de destinos massificados pelo contexto de distanciamento social. A taxa líquida de ocupação-cama nos alojamentos turísticos (28,1%) também sofreu uma quebra face a 2019 (-27,0 p.p.) A procura por turismo no Porto é marcada por sazonalidade, verificando-se que os meses de julho a setembro concentram cerca de 40,0% das chegadas ao aeroporto anuais (2021) e 34,4% das dormidas em alojamentos turísticos (2022). Este é um desafio à sustentabilidade do setor que se tem vindo a intensificar. O aumento da estada média (2,1) do turista no Porto desde 2011 (1,9) é também sinal da crescente atratividade da oferta que culmina na opção do turista por prolongar a experiência no concelho, contrariamente ao que se verifica para concelhos limítrofes como Gaia e Matosinhos e para a AMP no geral, nos quais a estada média se mantém estável.

### Dormidas em alojamentos turísticos\* | 2015–2022



### Chegadas ao Porto por via aeroportuária | set/2020–jul/2022



\* Por indisponibilidade de dados não foram incluídos os concelhos de Oliveira de Azeméis e Trofa. Fonte: EY-Parthenon com base em dados do Instituto Nacional de Estatística (Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos); e dados disponibilizados pela Câmara Municipal do Porto.

## Os principais mercados estrangeiros são Espanha, França e EUA, constatando-se a crescente atratividade do Porto em países Nórdicos e da Europa de Leste

### PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES

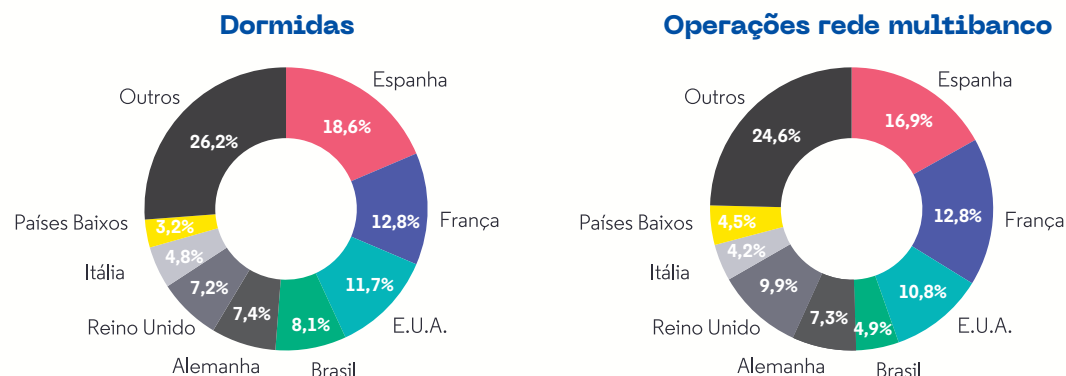
A procura turística no concelho do Porto é maioritariamente internacional (83,9% das chegadas ao aeroporto e 82,3% das dormidas em alojamentos turísticos) e é para este perfil de turista que a sazonalidade é mais acentuada.

Os principais mercados estrangeiros são Espanha, França, Estados Unidos da América, Brasil, Alemanha, Reino Unido, Itália e Países Baixos, representando cerca de 75% das dormidas internacionais e das operações na rede multibanco do concelho realizadas por cartões estrangeiros.

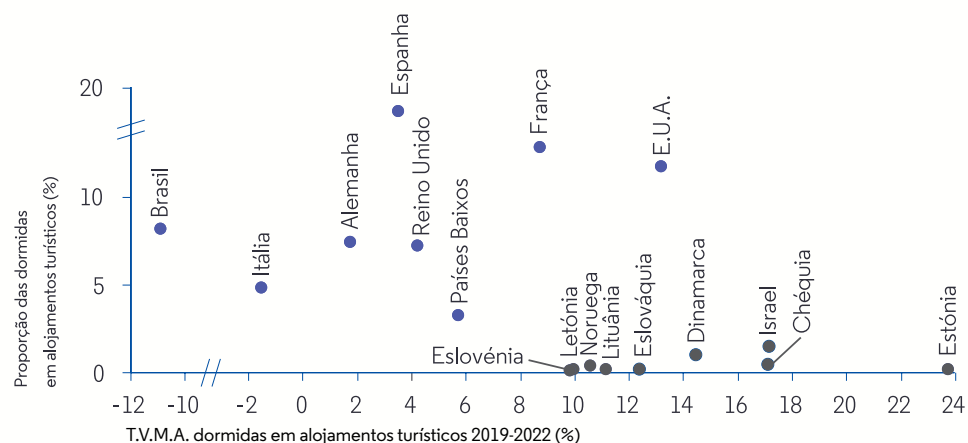
Entre 2019 e 2022, os dados de consumo (volume e valor) indicam uma intensificação dos fluxos turísticos provenientes de todas as regiões do globo, com a exceção da Ásia Pacífico, indicando que não houve uma recuperação dos fluxos oriundos deste mercado no pós-pandemia. O aumento do consumo internacional (+70,8% de operações na rede multibanco entre 2019 e 2022) deve-se maioritariamente aos mercados Europeu e da América do Norte. Dos principais mercados emissores ao nível do país, constata-se que a pandemia COVID-19 afetou os fluxos turísticos oriundos do Brasil (-10,9% de dormidas em alojamento turístico por ano, entre 2019 e 2022).

Em termos evolutivos, destaca-se ainda a crescente atratividade turística do Porto entre os países Nórdicos e da Europa de Leste, patente no aumento do número de dormidas em alojamento turístico por este perfil de turista. Por fim, as sessões de auscultação permitiram destacar perfis de turista em termos temáticos, nomeadamente a crescente relevância do turista de lazer, dos nómadas digitais e do turista de negócios e científico.

### Proporção das dormidas em alojamentos turísticos e consumo | 2022



### Proporção e evolução das dormidas em alojamentos turísticos | 2019-2022 <sup>1</sup>



Incluídos a cinzento os países com maior T.V.M.A. (taxa de variação média anual). | Fonte: EY-Parthenon com base em dados do Instituto Nacional de Estatística (Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos); e dados disponibilizados pela Câmara Municipal do Porto.

## O Centro Histórico enfrenta o desafio de uma certa pressão turística e outras zonas sinalizam um crescente dinamismo, como é o caso de Miragaia, Bonfim e Campanhã

### PROCURA TURÍSTICA INTRACONCELHIA

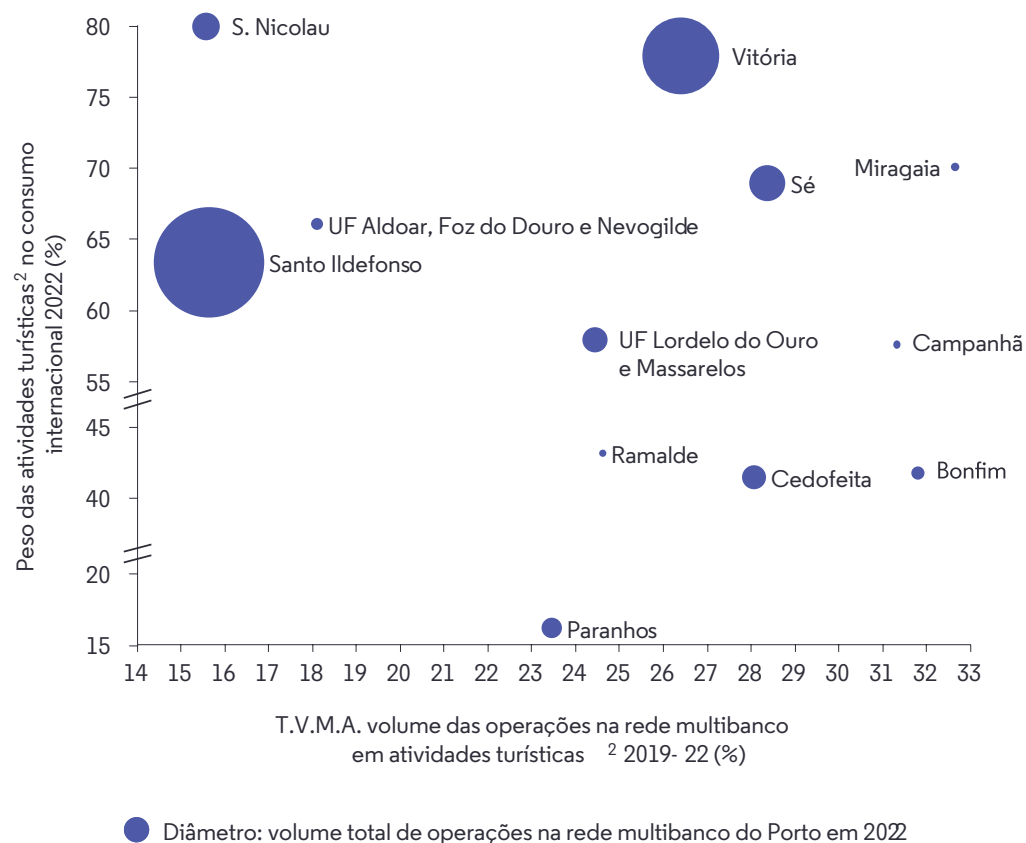
Uma leitura intraconcelhia dos fluxos turísticos é possível através da análise de dados de consumo por cartões internacionais (operações efetuadas na rede multibanco no concelho do Porto)\*.

O consumo de pessoas internacionais está concentrado nas freguesias de Santo Ildefonso (31,7%), Vitória (21,7%), Sé (10,1%) e S. Nicolau (7,5%), correspondendo ao Centro Histórico da cidade, concentração que foi confirmada durante as sessões de auscultação realizadas. Analisando estas operações em termos de valor, as conclusões são semelhantes, destacando-se apenas a maior concentração na freguesia de S. Nicolau (10,2%). Por contraposição, as freguesias com menor volume de operações realizadas por cartões estrangeiros são as de Ramalde (1,2%) e Miragaia (1,6%).

Em termos evolutivos, verifica-se o aumento do consumo internacional em todas as freguesias do concelho entre 2019 (pré-pandemia) e 2022, medido pelo volume e valor das operações em rede multibanco por cartões de origem estrangeira. Destaca-se o aumento do consumo em setores ligados à atividade turística\*\* em Miragaia (+32,6% do volume de operações, por ano), Bonfim (+31,8% por ano) e Campanhã (+31,3%). Em termos de valor, destaca-se ainda o aumento das operações em Vitória (+18,7% por ano), o que reforça a tendência de excesso de pressão turística nesta zona da cidade.

O valor médio por operação da rede multibanco é maior nas freguesias de S. Nicolau (50€) e UF de Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde (49€) e menor nas freguesias de Vitória (30€) e Paranhos (31€). Este valor diminuiu entre 2019 e 2022 em todas as freguesias, o que poderá ser resultado do aumento da oferta e da maior concorrência entre agentes turísticos.

### Operações na rede multibanco no Porto por estrangeiros | 2019–2022



\* A UF do Centro Histórico do Porto encontra-se desagregada nas antigas freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé, Miragaia, S. Nicolau e Vitória.

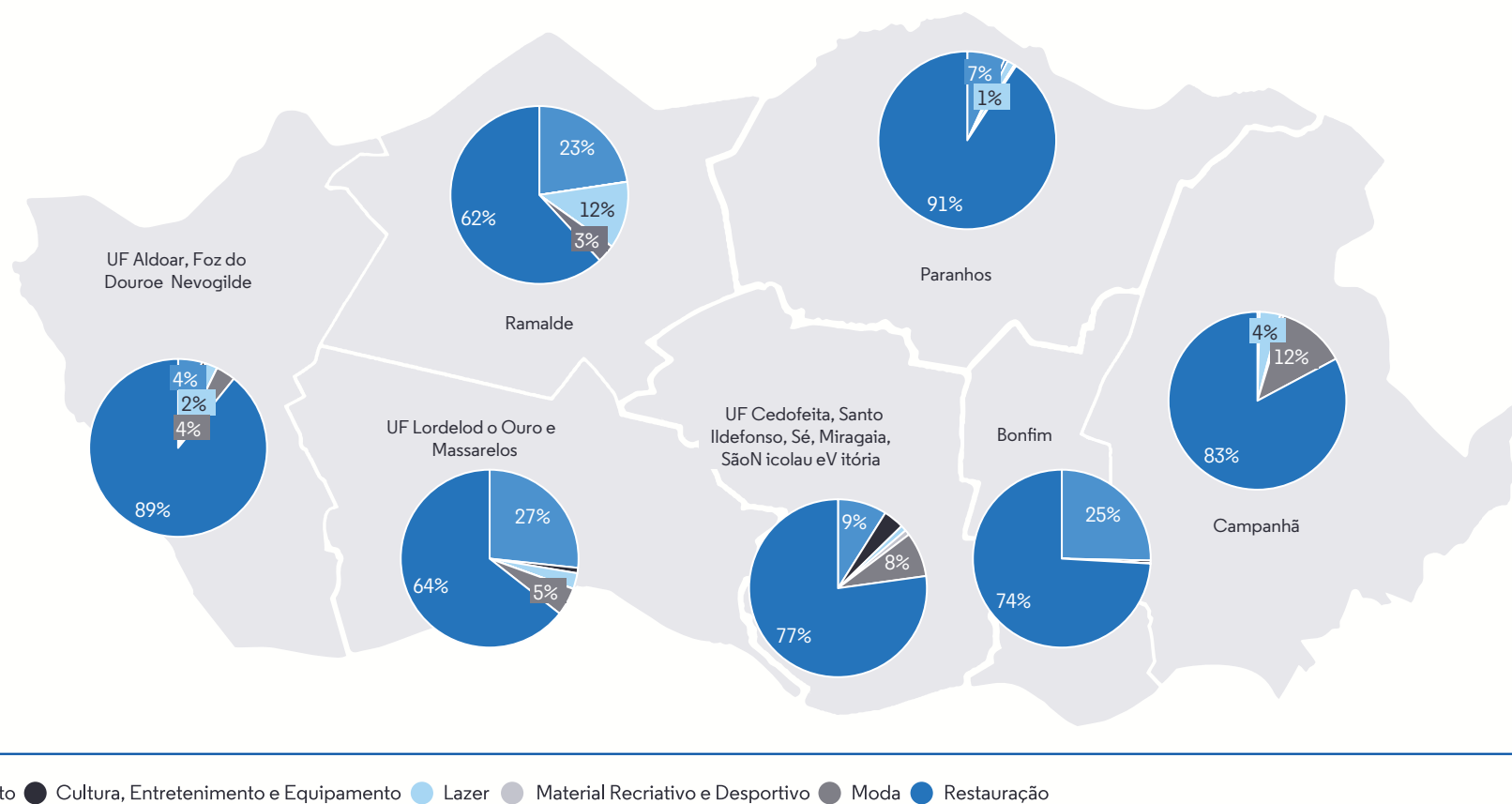
\*\* Incluídas atividades de alojamento; restauração; restauração, cultura, entretenimento, equipamento; lazer; material recreativo e desportivo; e moda.

T.V.M.A. - Taxa de variação média anual. | Fonte: EY-Parthenon com base em dados disponibilizados pela Câmara Municipal do Porto

## A restauração representa a maior fatia do consumo turista estrangeiro em todas as freguesias do Porto e a diversidade da oferta no Centro Histórico reflete-se no consumo

### PROCURA TURÍSTICA INTRACONCELHIAPOR SETOR TURÍSTICO

#### Operações na rede multibanco do concelho por efetuadas por cartões estrangeiros por setores de atividades turísticas em 2022



Fonte: EY-Parthenon com base em dados disponibilizados pela Câmara Municipal do Porto.

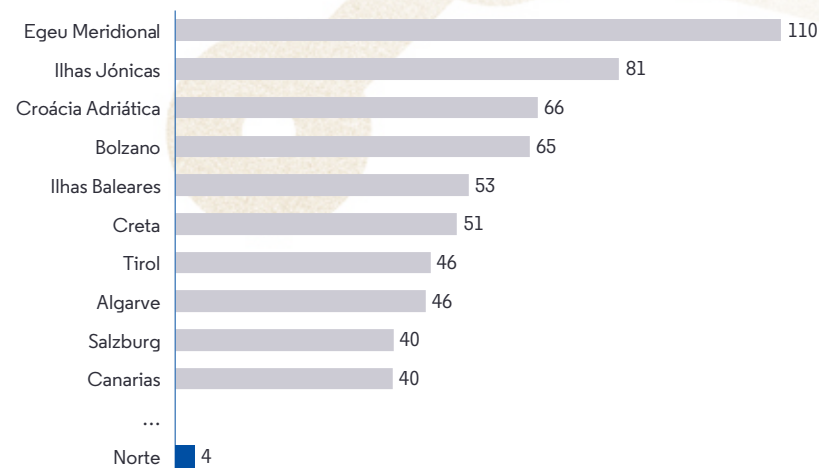
## A realidade do Porto já aponta para algum excesso de pressão turística em determinadas zonas e períodos do ano, sendo premente a desconcentração dos fluxos turísticos

### COMPARAÇÃO COM A REALIDADE EUROPEIA

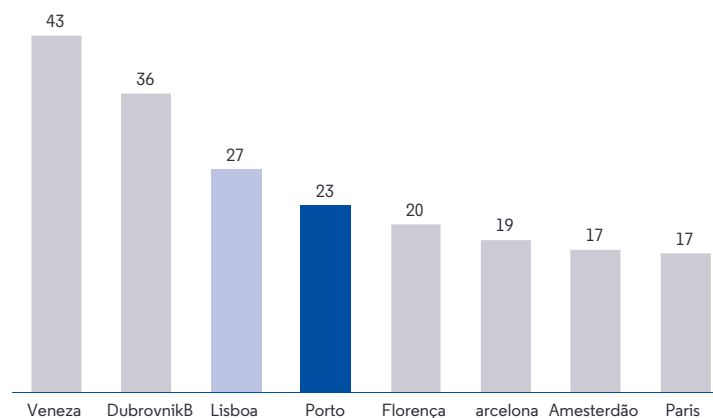
Olhando para a realidade a europeia, denota-se que o Norte de Portugal apresentava uma baixa densidade do número de dormidas per capita em comparação com as 10 principais NUTS II europeias com os valores mais elevados nos indicadores em questão. As regiões europeias com maior densidade do ponto de vista do número de dormidas per capita são destinos essencialmente periféricos, muito voltados para uma oferta em torno do sol e mar e do turismo de natureza. O Norte de Portugal está ainda muito distante da realidade destas regiões, atingindo apenas o lugar 216.º no ranking total.

Porém, focando a análise em destinos citadinos específicos, é possível observar que a realidade da cidade do Porto já aponta para um cenário de algum excesso de pressão turística, superando destinos habitualmente conhecidos pelo excesso de turismo, como, por exemplo, Barcelona, Amesterdão, Florença e Paris. De notar que a forte concentração do turismo no Centro Histórico e Baixa do Porto acentua este cenário de saturação, tornando urgente a implementação de uma estratégia diferenciada de desconcentração dos fluxos turísticos dentro da cidade e para a região envolvente.

### NUTS II com maior número de dormidas per capita (Top 10) | 2022



### Número de dormidas per capita em destinos específicos | 2022



Fonte: EY-Parthenon com base em dados disponibilizados pela Câmara Municipal do Porto.

## O diagnóstico da atividade turística do Porto oferece uma base de reflexão para a estruturação da cidade em bairros com vista à dispersão dos fluxos turísticos

### LEITURA SUMÁRIA DO DIAGNÓSTICO PROSPETIVO Principais conclusões do diagnóstico

#### O destino “Porto” é crescentemente atrativo para visitação

O destino “Porto” manteve a tendência de crescimento de atratividade que vinha a sentir desde longa data, tendo recuperado a um nível superior face à média nacional os seus números de visitação no pós-pandemia. Para além da atratividade indiscutível do Centro Histórico e Baixa da Cidade, outras zonas começam a apresentar dinâmicas próprias, destacando-se a zona do Bonfim, de Campanhã e de Miragaia (zonas com forte crescimento do consumo estrangeiro em atividades turísticas). Zonas da cidade com menor potencial turístico, nomeadamente nas freguesias com uma forte vocação residencial como Ramalde e Paranhos exigirão maior trabalho de ativação para fruição dos residentes e visitantes.

#### O destino “Porto” é marcadamente histórico, cultural e cidadão

A história, a tradição, o vinho e a gastronomia são elementos centrais da atratividade do destino “Porto”, predominando os ativos turísticos da tipologia “Património e cultura” (47% do total de ativos). Desta tipologia, destaca-se a oferta de museus, centros temáticos, estátuas, esculturas, fontes e monumentos. Fora do Centro Histórico e Baixa, destaca-se o elevado número de pontos de atratividade na UF Lordelo do Ouro e Massarelos (inclui zonas da Boavista e Campo Alegre) e na UF Aldoar, Foz do Douro e Nevogilde (inclui Foz Velha e orla costeira). Na orla costeira desde o Castelo de São João da Foz até à Praia do Molhe destaca-se igualmente a densidade de ativos de suporte à visitação (alojamento e restauração).

#### O destino “Porto” começa a dar sinais de vivenciar um fenómeno de excesso de pressão turística

O diagnóstico sugere sinais de excesso de pressão turística nas zonas do Centro Histórico e da Baixa da Cidade, designadamente em época alta. Estas zonas concentram 71% da oferta turística, medido pelo número de empreendimentos turísticos, e 79% da procura turística, medida pelo volume de operações na rede multibanco efetuadas por estrangeiros no Porto (2022). A dinâmica turística nestas zonas indicia um panorama de saturação que condiciona a qualidade de vida dos residentes e prejudica a experiência do visitante, embora ainda em níveis geríveis (UF com menor taxa de crescimento do número de estabelecimentos de alojamento local e, em algumas zonas, de menor crescimento do consumo estrangeiro, como Santo Ildefonso e São Nicolau).

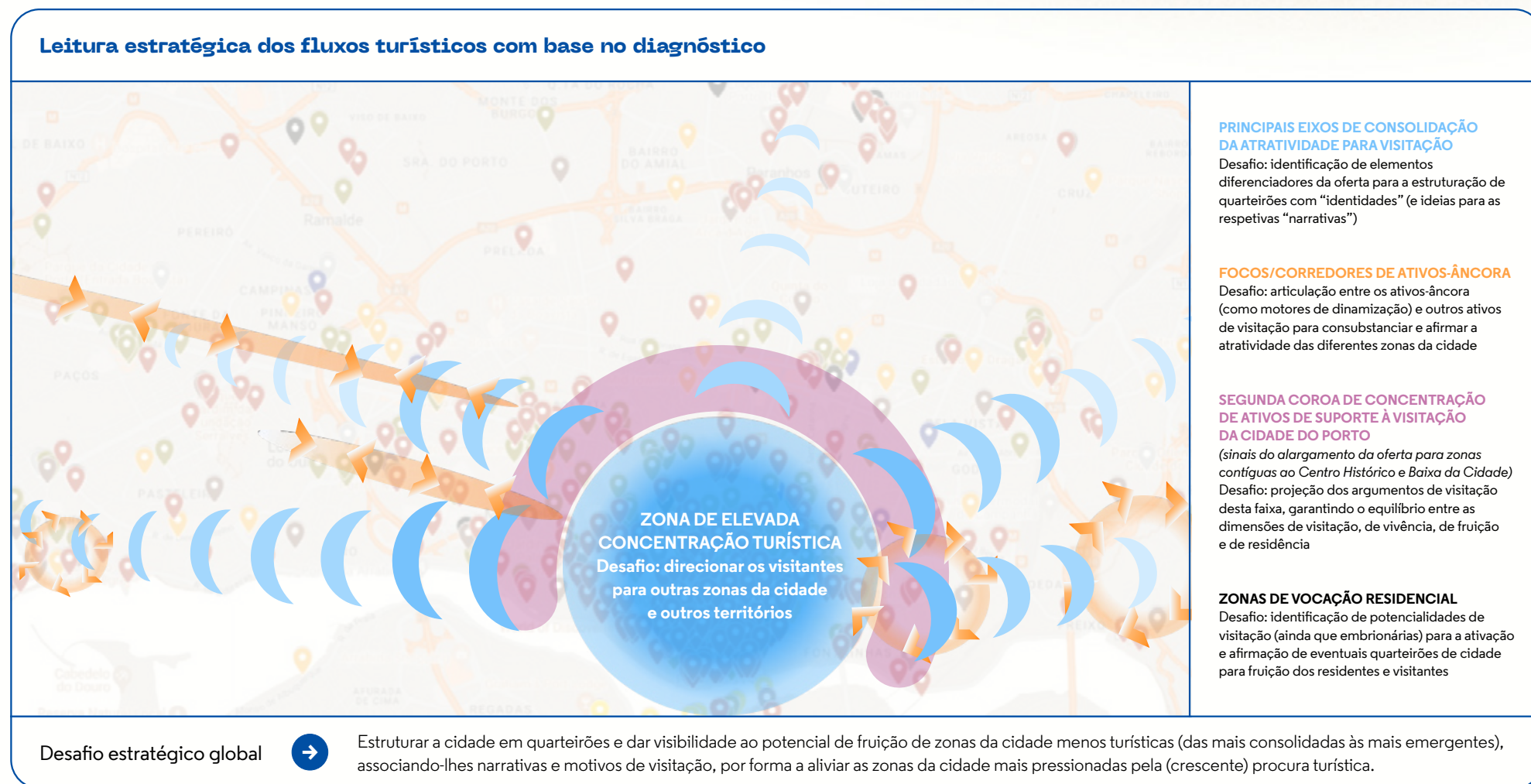
#### O destino “Porto” deverá apostar no equilíbrio entre visitação e vivência

A leitura de diagnóstico do destino “Porto” permitiu reconhecer a existência de dinâmicas de crescente atratividade em diferentes zonas da cidade, contudo a sustentabilidade do destino depende do equilíbrio entre as condições residenciais e de vivência existentes e a dinamização turística da cidade. O diagnóstico oferece uma base de discussão (pistas) para a estruturação da cidade em bairros. Este trabalho, mais à frente apresentado, é um esforço principalmente de sensibilização e não tanto de números dada a limitação da informação estatística existente ao nível intraconcelhio – lacuna que importa colmatar para a futura gestão dos fluxos turísticos e monitorização do fenómeno de excesso de pressão turística.



## Considerando os focos de pressão turística, o desafio estratégico é estruturar a cidade em bairros e dar visibilidade ao potencial de fruição de zonas menos turísticas

### DESAFIO ESTRATÉGICO GLOBAL





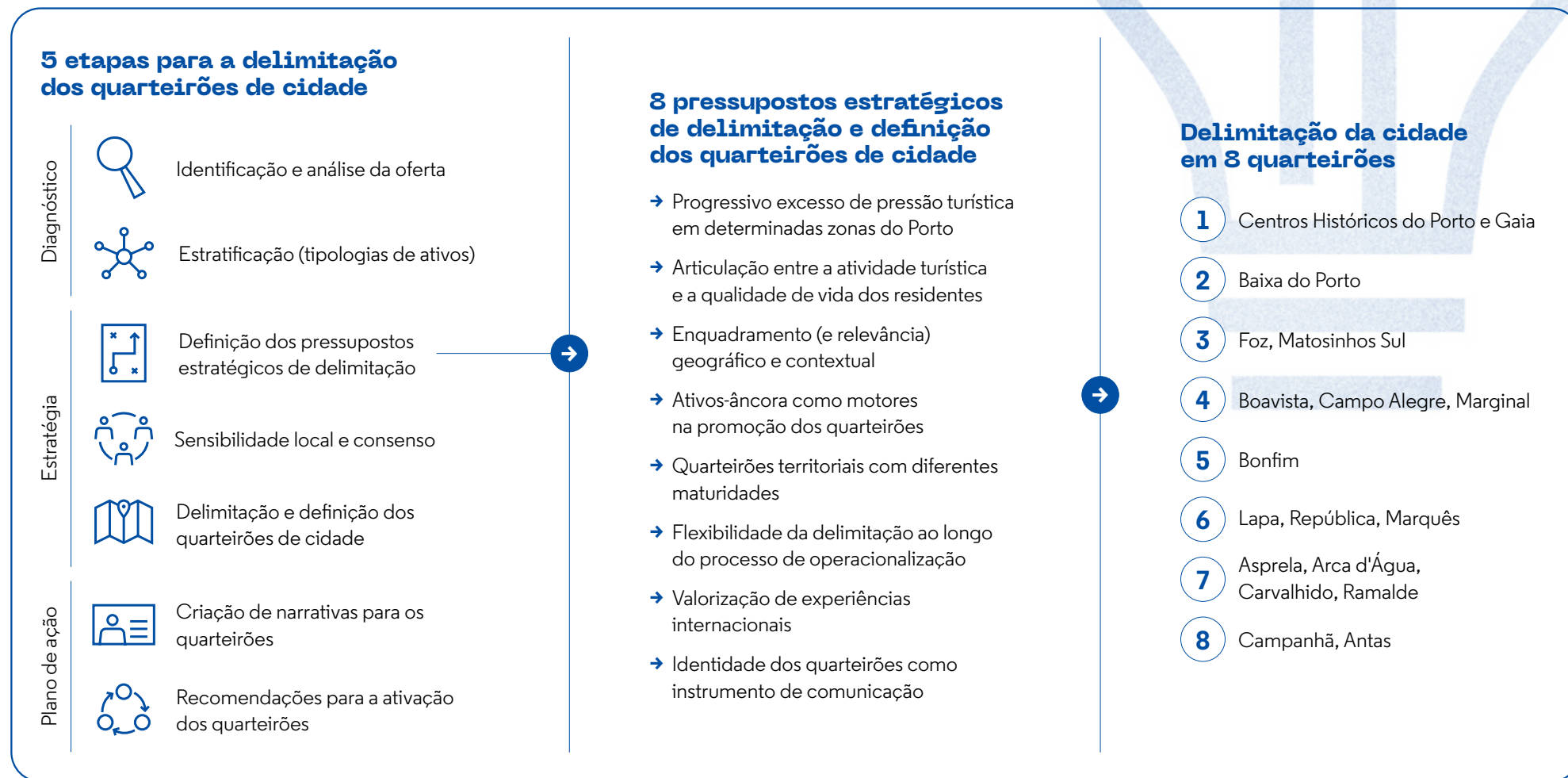
3.

# QUARTEIRÕES DO PORTO

## A identificação dos bairros resulta de uma abordagem metodológica com etapas e pressupostos, concretizada com recurso a análise quantitativa e qualitativa

### ABORDAGEM METODOLÓGICA DA DELIMITAÇÃO

A metodologia adotada para a identificação e definição dos bairros de cidade englobou 5 etapas e 8 pressupostos estratégicos, sistematizados abaixo. As páginas seguintes aprofundam cada um dos elementos representados.



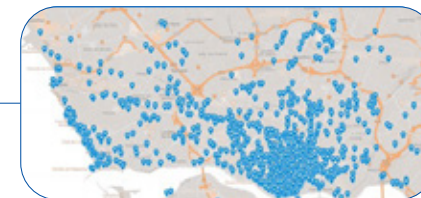
## A delimitação dos bairros resulta de uma abordagem metodológica com etapas e pressupostos, concretizada com recurso a análise quantitativa e qualitativa

### ABORDAGEM METODOLÓGICA DA DELIMITAÇÃO

A metodologia de suporte à proposta de delimitação dos bairros do Porto englobou 5 etapas de trabalho e assumiu 8 pressupostos estratégicos (página seguinte). As etapas delineadas garantem um raciocínio lógico na delimitação das zonas do concelho do Porto em bairros de atratividade e vivência (com diferentes graus de maturidade). A delimitação proposta dos bairros beneficiou fortemente dos processos de auscultação pela limitação dos dados existentes ao nível intraconcelhio e pelo foco prospetivo da reflexão estratégica que envolve a aposta em zonas da cidade com um potencial embrionário.

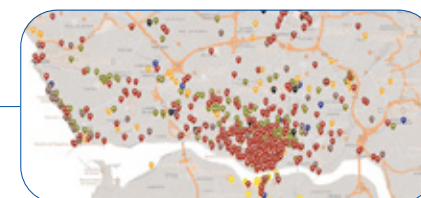
1

Identificação e análise da oferta: mapeamento e análise dos ativos turísticos e de recreação (atuais e potenciais) e dos estabelecimentos ligados ao turismo e visitação (aplicando critérios de triagem/corte).



2

Estratifica o: classifica o dos ativos para visita o por tipologia para uma análise geográfica temática e distin o dos ativos âncora que são motores de fluxos turísticos de zonas consolidadas e emergentes, enquadrada por uma visão de cidade com equilíbrio entre visita o e residência.



3

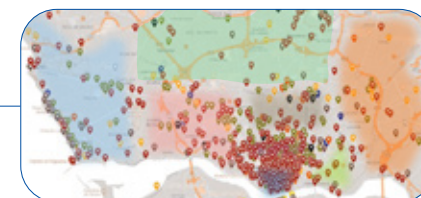
Defini o dos pressupostos estratégicos de delimita o: estabelecimento de princípios que norteiam a delimita o estratégica da cidade. Os pressupostos descrevem-se na página que se segue.

4

Sensibilidade local e consenso: reflexão conjunta sobre a proposta de bairros de cidade, permitindo a incorpora o de elementos de sensibilidade local e a procura pelo consenso (parcial) sobre os mesmos junto dos atores locais.

5

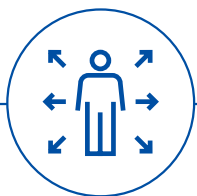
Delimita o e defini o dos bairros: delimita o segundo os critérios de contiguidade geográfica, maturidade da oferta e procura turística e de homogeneidade (parcial) para apurar uma identidade de cada bairro e criar as respetivas narrativas.



## Assumiram-se oito pressupostos estratégicos que focalizam e clarificam a delimitação e definição dos quarteirões de cidade

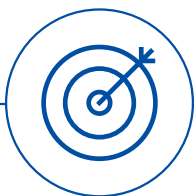
### PRESSUPOSTOS ESTRATÉGICOS (1/2)

Pressupostos de base à delimitação e definição dos quarteirões de cidade



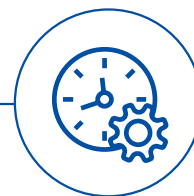
#### Progressivo excesso de pressão turística em determinadas zonas do Porto

O ponto de partida para a identificação dos quarteirões de cidade é o reconhecimento de um fenómeno progressivo de excesso de pressão turística em determinadas zonas da cidade, nomeadamente Centro Histórico e Baixa da Cidade, que ameaça a sustentabilidade do destino e da qualidade de vida dos residentes: o fenómeno é largamente confirmado pelos dados da oferta/procura e consenso entre os atores socioeconómicos locais, pelo menos em alguns períodos altos do ano.



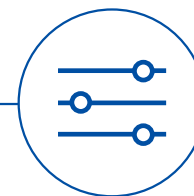
#### Articulação entre a atividade turística e a qualidade de vida dos residentes

O processo de dispersão do turismo deverá contribuir para uma melhoria sustentada dos fatores de visitação e vivência na cidade do Porto, garantindo o desenvolvimento de condições de melhoria da qualidade de vida dos residentes e as próprias condições de habitabilidade da cidade. Nesse sentido, a delimitação dos quarteirões abrange a totalidade da cidade, incluindo as zonas de menor atratividade turística (atual), garantindo a perspetiva dos visitantes e dos residentes num conceito diferenciador de cidade para todos.



#### Quarteirões territoriais com diferentes maturidades

Diferentes zonas do Porto apresentam diferentes graus de maturidade para visitação, que determinam, em parte, a exigência da ativação dos quarteirões (potenciação e consolidação). A classificação da maturidade de cada quarteirão deriva de análise quantitativa (concentração e intensidade dos fluxos turísticos e localização dos ativos turísticos atuais) e qualitativa (sensibilidade local relativa a potenciais pontos de atração e vivência). A metodologia é apresentada mais à frente.



#### Flexibilidade da delimitação ao longo do processo de operacionalização

A ativação dos quarteirões territoriais depende de diversos fatores (e.g. eficácia da comunicação, envolvimento de stakeholders na construção e densificação das novas dinâmicas), pelo que a delimitação apresentada assume-se flexível e sensível ao surgimento de novas dinâmicas criadas pelos próprios residentes, atividades e visitantes. Nesse sentido, importará estabelecer mecanismos de monitorização para avaliar eventuais ajustes futuros à atual definição dos quarteirões de cidade.

## Assumiram-se oito pressupostos estratégicos que focalizam e clarificam a delimitação e definição dos quarteirões de cidade

### PRESSUPOSTOS ESTRATÉGICOS (2/2)

Pressupostos de base à delimitação e definição dos quarteirões de cidade



#### Enquadramento (e relevância) ao nível geográfico e contextual

A definição dos quarteirões reconhece a importância de internalizar fatores estratégicos relacionados com as tendências do turista contemporâneo e as políticas locais para maior coerência e valorização dos quarteirões delimitados. São consideradas 12 tendências e identificados cinco desafios globais que condicionam atualmente o Turismo (ponto 4.1.) e são analisados os documentos “Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto” e o PDM como instrumentos estratégicos da política de cidade que impactam o setor (ponto 4.3.).



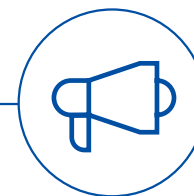
#### Ativos-âncora como motores na promoção dos quarteirões

Na definição inicial dos quarteirões, os ativos-âncora assumem-se como montra para captar mais rapidamente a atenção do visitante e incentivar a deslocação das zonas de maior saturação. O pressuposto implícito é que os ativos-âncora do turismo do Porto localizados nos diferentes quarteirões de cidade garantem uma base de atratividade nessas zonas, o que é particularmente relevante para quarteirões com um grau de maturidade menor, nos quais estes ativos são o suporte do embrião a potenciar no futuro.



#### Valorização de experiências internacionais

À semelhança do que ocorre na cidade do Porto, outras cidades internacionais enfrentam o desafio de excesso de pressão turística e foram desenvolvendo mecanismos de mitigação do fenómeno: estes casos constituem fontes de inspiração para o desenho de estratégias e a construção de narrativas, limites e ambições dos quarteirões de cidade no Porto. Foram analisadas quatro cidades europeias que oferecem abordagens distintas quanto à problemática do excesso de turismo (ponto 4.2.).



#### Identidade dos quarteirões como instrumento de comunicação

Para fins de comunicação e visibilidade, a definição dos quarteirões associa estrategicamente cada quarteirão a temáticas (não estanques ao longo do processo de ativação). A estruturação de “identidades” e ideias para as respetivas “narrativas” em torno dos aspetos diferenciadores da oferta, sem desconsiderar a diversidade e complexidade das realidades sociais e culturais de cada quarteirão, irá potenciar a eficácia comunicacional na sua ativação. As narrativas beneficiam largamente do processo de auscultação.

## Cada quarteirão de cidade foi classificado quanto à sua maturidade de visitação, tendo por base uma metodologia assente em diferentes critérios

### ABORDAGEM METODOLÓGICA DA CLASSIFICA O DA MATURIDADE Classifica o da maturidade de visita o

Cada quarteirão de cidade foi classificado quanto   sua maturidade do ponto de vista de visita o em “consolidado”, “em consolida o” ou “emergente”. Assumindo como pressuposto que a oferta responde   procura, esta classifica o resulta maioritariamente da análise da oferta turística. A procura turística foi considerada como dimensão de análise complementar uma vez que os dados disponíveis são ao nível da freguesia.

A análise da oferta turística foi realizada com recurso ao programa ARCGIS através do qual foram analisados três critérios:

- A **concentra o** de ativos turísticos, traduzida pelo número de ativos existentes no quarteirão e densidade dos mesmos;
- A **diversidade** de ativos turísticos, obtida através do cálculo do  ndice de diversidade da oferta tur stica\*;
- A presença de **ativos âncora**, ou seja, de ativos que já demonstram um grau significativo de atratividade e marcam a identidade da cidade, constituindo motores de visita o.

A análise da procura turística complementa as conclusões resultantes da análise da oferta, oferecendo uma perspetiva dinâmica. Para isso, foi utilizada a taxa de varia o média anual do volume de opera es com cartões estrangeiros na rede multibanco, assumindo a delimita o das freguesias como proxy dos quarteirões. Adicionalmente, foi observado o comportamento de outros dois indicadores: a concentra o do volume de opera es e o valor médio por opera o com cartões estrangeiros na rede multibanco.

Por fim, a classifica o da maturidade dos quarteirões considerou igualmente os inputs recolhidos durante o processo de ausculta o, tendo sido validada pelos stakeholders auscultados.



#### Quarteirão consolidado

Concentra uma grande parte dos ativos de visita o do Porto, uma elevada densidade e apresenta uma diversidade grande ou moderada de tipologias de ativos, conseguindo oferecer ao visitante uma experiência completa. Beneficia da presença de ativos âncora que são geradores de fluxos turísticos, contribuindo para a atratividade do quarteirão do ponto de vista da visita o. Em termos dinâmicos, apresenta alguma satura o dos fluxos de visita o e, portanto, um menor crescimento da procura turística.

#### Quarteirão em consolida o

Concentra um menor número de ativos turísticos, com menor densidade e diversidade. Apesar do reduzido número de ativos, os existentes são de elevada reputa o, assumindo-se como ativos que devem definir a identidade do quarteirão e constituir o motor de fluxos de visita o. Em termos dinâmicos, regista um crescimento assinalável da procura turística.

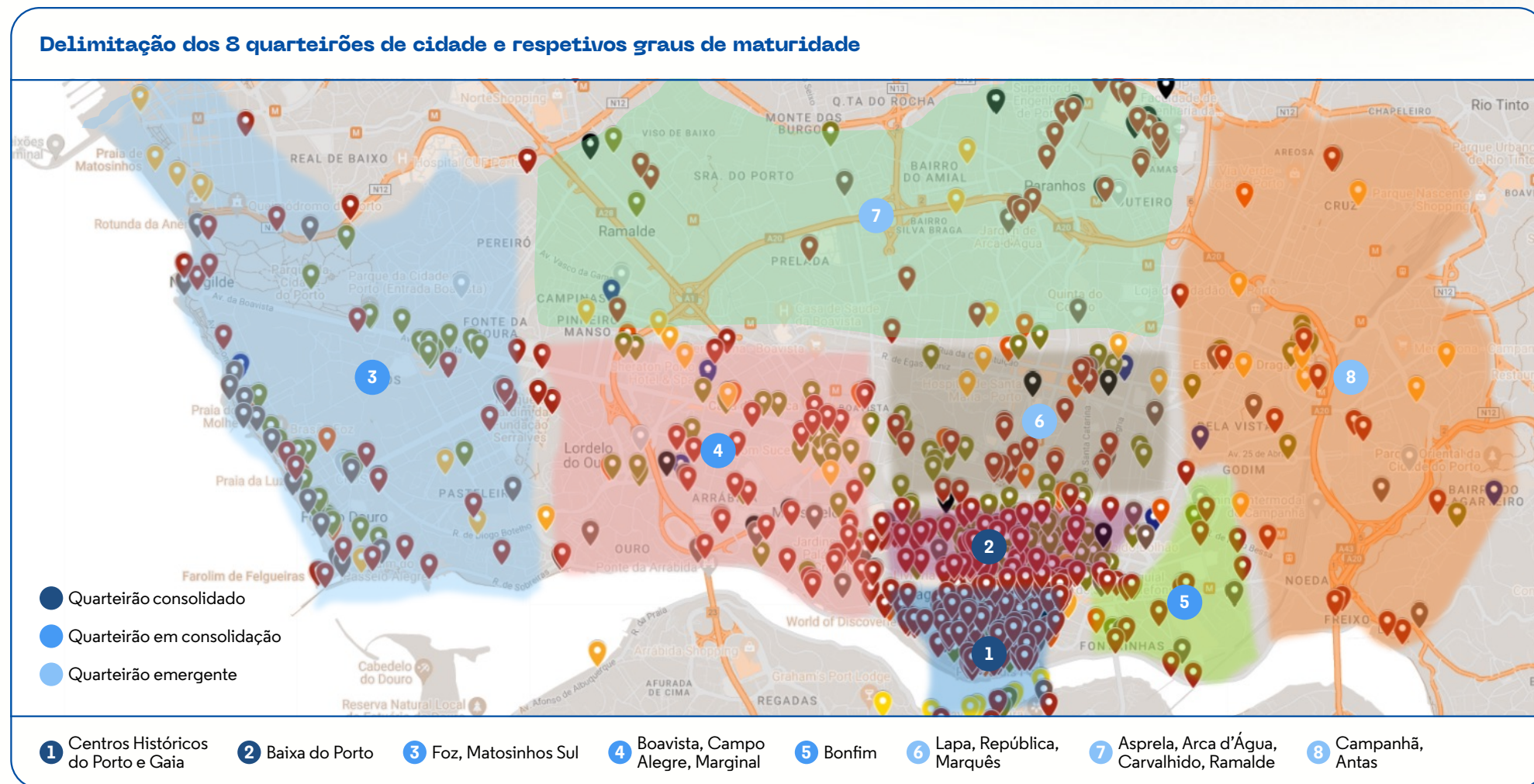
#### Quarteirão emergente

 rea de aposta futura, que concentra um reduzido número de ativos turísticos pouco explorados ou mesmo nenhuns, com reduzida densidade e diversidade de tipologias. Apesar de não beneficiar de muitos ativos âncora efetivos,   uma zona com projetos previstos ou recentes que têm potencial de se tornarem geradores de fluxos de visita o a médio e longo prazo. Contudo, no presente, ainda não estão reunidas as condi es de suporte   visita o, observando-se fluxos turísticos nulos ou inexistentes com reduzido crescimento.

\* O  ndice de diversidade da oferta turística de um quarteirão permite medir a diversidade na dupla vertente: inter-subtipologias (número de subtipologias presentes no quarteirão) e intra-subtipologia (volume de ativos da subtipologia em causa presentes no quarteirão). Este  ndice   obtido através da seguinte fórmula:  $Ind. Div. = ( \sum p_i \times \frac{n_i}{N_i} )$  em que  $p_i$  assume o valor 1 no caso da subtipologia ter ativos no quarteirão e 0 caso contrário e  $\frac{n_i}{N_i}$  corresponde   propor o de ativos da subtipologia  $i$  que o quarteirão concentra.

## Os 8 bairros propostos abrangem a totalidade da cidade do Porto e possuem sinergias de interligação com os concelhos de Matosinhos e de Gaia

### MAPEAMENTO DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE





## A delimitação dos quarteirões de cidade considera âmbitos temáticos que são a base para a criação de narrativas e ativação dos quarteirões

### DELIMITAÇÃO TEMÁTICA DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE (1/2)

Quarteirão	Temática	Pontos de interesse	
<b>Centros Históricos do Porto e Gaia</b> <small>CONSOLIDADO</small>	<p>O Porto da história, do passado e da preservação do seu caráter singular, considerado Património Cultural da Humanidade pela UNESCO.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Torre dos Clérigos</li> <li>→ Sé Catedral</li> <li>→ Palácio da Bolsa</li> <li>→ Ribeira</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ponte D. Luís</li> <li>→ Alfândega do Porto</li> <li>→ Caves de Gaia</li> <li>→ Igreja de São Francisco</li> </ul>
<b>Baixa do Porto</b> <small>CONSOLIDADO</small>	<p>O Porto de identidade forte e vincada, com avenidas e espaços emblemáticos que conjugam uma oferta gastronómica diversa e uma aura jovem de diversão e atividade noturna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Igreja do Carmo</li> <li>→ Jardim da Cordoaria</li> <li>→ Bombarda</li> <li>→ Rua de Cedofeita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Avenida dos Aliados</li> <li>→ Rua de Santa Catarina</li> <li>→ Mercado do Bolhão</li> <li>→ Coliseu do Porto</li> </ul>
<b>Foz, Matosinhos Sul</b> <small>EMI CONSOLIDAÇÃO</small>	<p>O Porto que une o rio ao oceano, que combina a beleza natural e a geologia da sua orla costeira com uma oferta de restauração e comércio diferenciadora.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Parque da Cidade</li> <li>→ Castelo do Queijo</li> <li>→ Fundação de Serralves</li> <li>→ Praias do Porto e Matosinhos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Foz Velha e Cantareira</li> <li>→ Reservatório</li> <li>→ Parque da Pasteleira</li> <li>→ Marginal da Foz</li> </ul>
<b>Boavista, Campo Alegre, Marginal do Douro</b> <small>EMI CONSOLIDAÇÃO</small>	<p>O Porto da arquitetura, da música e da arte, que acolhe empresas internacionais em património de elevado valor arquitetónico e que tem uma oferta hoteleira tradicional e de reconhecida qualidade.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Casa da Música</li> <li>→ Jardim Botânico</li> <li>→ Faculdade de Arquitetura</li> <li>→ Museu do Carro Elétrico</li> <li>→ Igreja de Massarelos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Palácio de Cristal</li> <li>→ Campo Alegre</li> <li>→ Sinagoga e Museu do Holocausto</li> </ul>

Fonte: EY-Parthenon.

## A delimitação dos quarteirões de cidade considera âmbitos temáticos que são a base para a criação de narrativas e ativação dos quarteirões

### DELIMITAÇÃO TEMÁTICA DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE (2/2)

Quarteirão	Temática	Pontos de interesse	
<b>Bonfim</b> EMI CONSOLIDAÇÃO	O Porto irreverente e jovem, que atrai mentes criativas e disruptivas e que apresenta ao seu visitante uma oferta artística de características singulares na cidade.	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Igreja do Bonfim</li> <li>→ Cemitério Prado do Repouso</li> <li>→ Faculdade de Belas Artes</li> <li>→ Jardim de São Lázaro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Biblioteca Municipal</li> <li>→ Parque das Águas</li> <li>→ Museu Militar</li> </ul>
<b>Lapa, República, Marquês</b> EMERGENTE	O Porto que acolheu as linhas de defesa liberais, que é fiel e leal aos seus valores e princípios e que cruza monumentos históricos e religiosos numa forte simbiose cultural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Igreja da Lapa</li> <li>→ Praça do Marquês</li> <li>→ Praça da República</li> <li>→ Casa Museu Fernando de Castro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Porto ArtSquare</li> <li>→ Igreja e Torre Nossa Senhora da Conceição</li> <li>→ Cemitério da Lapa</li> </ul>
<b>Asprela, Arca d'Água, Carvalhido, Ramalde</b> EMERGENTE	O Porto da investigação, da ciência e do conhecimento, que combina a tradição e alma local da cidade com o que de mais valioso se faz associado ao ecossistema científico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Igreja do Carvalhido</li> <li>→ Quinta da Prelada</li> <li>→ Quinta do Covelo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Jardim de Arca d'Água</li> <li>→ Parque da Asprela</li> <li>→ Museu da Farmácia</li> </ul>
<b>Campanhã, Antas</b> EMERGENTE	O Porto onde o rural e o urbano se intercetam, com novas dinâmicas e renovação constante, que será palco de espaços únicos e diferenciadores da cidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Estádio do Dragão</li> <li>→ Parque de São Roque</li> <li>→ Parque Oriental</li> <li>→ Quinta da Bonjóia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Terminal Intermodal</li> <li>→ Antigo Matadouro</li> <li>→ Palácio e Marina do Freixo</li> </ul>

Fonte: EY-Parthenon.



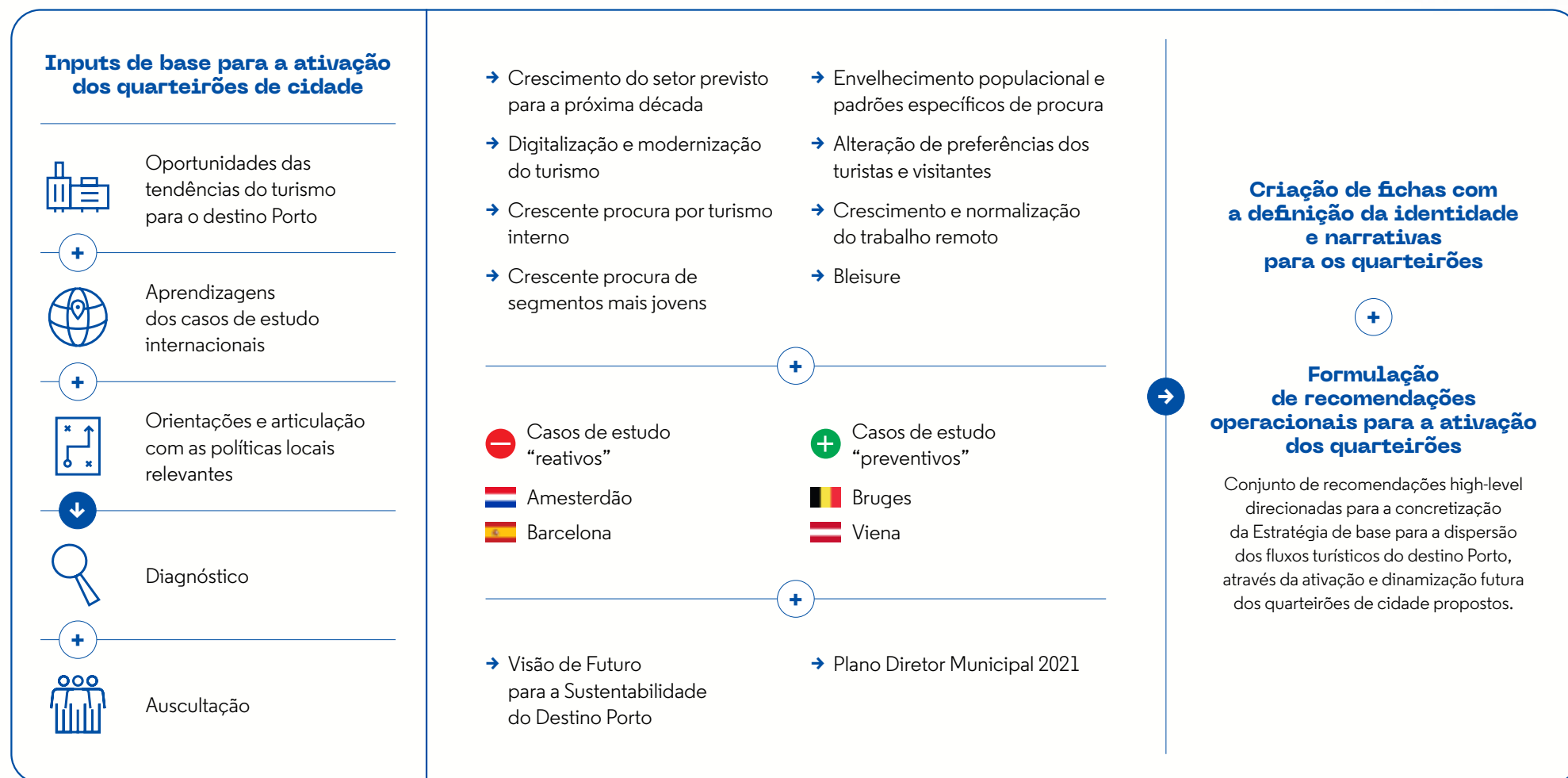
4.

# ATIVACÃO DOS NOVOS QUARTEIRÕES

## A ativação dos bairros de cidade resulta de um conjunto de inputs que incluem a análise das tendências do turismo, de casos de estudo e das políticas locais relevantes

### ABORDAGEM METODOLÓGICA DA ATIVAÇÃO

A metodologia adotada para a criação das narrativas de cada bairro e formulação de recomendações para a ativação dos mesmos beneficiou dos inputs recolhidos através da análise de diversos elementos, sistematizados abaixo. As páginas seguintes aprofundam cada um dos elementos representados.



## O futuro do turismo é mais digital e sustentável e os quarteirões do Porto, em particular os menos consolidados, podem liderar a modernização do setor na cidade

### TENDÊNCIAS (1/4)

#### Tendência



##### Crescimento do setor previsto para a próxima década

Segundo uma publicação da European Travel Commission, estima-se um crescimento de cerca de 10% do turismo na Europa em 2023. A nível nacional, o Plano Nacional "Reativar o Turismo | Construir o Futuro" prevê o crescimento do setor a nível nacional entre 2021 e 2027, estimando que o setor ultrapasse os 27 mil milhões de euros de receitas turísticas, em 2027.



##### Digitalização e modernização do turismo

O Turismo, à semelhança de outros setores, tem experienciado uma forte tendência de digitalização, com implicações para a atividade dos operadores e para a experiência do turista. De acordo com o World Economic Forum, desde 2016 até 2025, espera-se que a digitalização na aviação e nas viagens gere benefícios avaliados em 700 mil milhões de dólares para os turistas e para a sociedade em geral.



##### Crescente preocupação com a sustentabilidade (procura e oferta)

O Turismo Sustentável tem vindo a ganhar relevância no mercado, verificando-se que 76% dos turistas expressa uma intenção de viajar de forma mais sustentável. Com a retoma do turismo no pós-pandemia, a popularidade dos destinos pode culminar em fenómenos de excesso de pressão turística, ameaçando a sustentabilidade dos territórios. Consequentemente, diversas cidades têm procurado incentivar uma distribuição mais descentralizada de fluxos turísticos, geograficamente e sazonalmente.

#### Oportunidades a destacar para o destino Porto e o âmbito da estratégia

- O crescimento do setor a nível global e nacional constitui uma oportunidade para **reajustar as políticas públicas** ao nível local e **apoiar as empresas** no esforço de posicionar o destino Porto num patamar superior de qualidade e sustentabilidade.
- **Novos canais** para facilitar a visibilidade do destino Porto e a interação com potenciais visitantes e residentes, e novas possibilidades de apresentação da cidade (e.g. através de ferramentas de georreferenciação).
- **Mais informação** para a gestão dos fluxos turísticos e tomada de decisão, inclusivamente para as estratégias de targeting.
- **Potencial de inovação** nos produtos e serviços turísticos (e.g. utilização de QR codes, experiências virtuais).
- A sustentabilidade está na génese da promoção da elaboração da presente estratégia. Perante a crescente procura Turismo Sustentável, o destino Porto pode beneficiar do estabelecimento de **mecanismos que canalizem a localização** de novos produtos e serviços ligados a conceitos de sustentabilidade fora das zonas de saturação turístico para benefício dos visitantes e residentes.
- Junto dos players que já dão resposta às novas solicitações, **incentivar a prática de descontos** e pacotes de forma a comunicar e facilitar o acesso a este tipo de oferta.

Nota: Mais informação sobre as tendências disponível no Anexo 2.

Fonte: EY-Parthenon com base em European Travel Commission, Plano Nacional "Reativar o Turismo | Construir o Futuro", Statista, World Economic Forum, BBC, Eurostat e Sustainable Travel Report 2023 (Booking).

## O futuro do turismo é mais digital e sustentável e os quarteirões do Porto, em particular os menos consolidados, podem liderar a modernização do setor na cidade

### TENDÊNCIAS (2/4)

#### Tendência



#### Crescimento dos fluxos migratórios e o reconectar no pós-pandemia

A crescente facilidade em viajar (em parte pela expansão das companhias aéreas low-coste consequente diminuição de custos), a reabertura de fronteiras no pós-pandemia, a ambição de visitar familiares e amigos (visiting friends and relatives tourism), e a valorização de intercâmbios internacionais por parte das instituições de ensino e alunos são alguns dos catalisadores do aumento dos fluxos migratórios.



#### Crescente relevância do turismo doméstico

A pandemia COVID-19 e a necessidade de conter o contágio levou diversos países a fecharem as suas fronteiras, impactando fortemente o turismo internacional. Neste contexto, o turismo doméstico surgiu como alternativa para os turistas satisfazerem a ambição de conhecer novos locais e lazer. Os números das chegadas ao Porto por via aeroportuária, apresentados no diagnóstico, confirmam a crescente importância do turista nacional na cidade.



#### Procura por turismo de comunidade

O turismo de comunidade (community-based tourism) é uma forma de turismo em que os visitantes procuram conhecer e interagir com as comunidades locais, e tem vindo a ganhar protagonismo por motivos como o seu potencial de contribuir para o desenvolvimento sustentável e para a preservação cultural. Neste âmbito, os turistas procuram experiências autênticas em contacto com a cultura e tradições locais.

#### Oportunidades a destacar para o destino Porto e o âmbito da estratégia

- O turismo associado aos movimentos migratórios tem particularidades como ser tendencialmente de **longa duração** ou referido como “**turismo residencial**” e, portanto, esta tendência constitui uma oportunidade para afirmar o destino Porto (com as particularidades dos diferentes quarteirões) junto das comunidades migrantes como um **destino para todo o ano**, promovendo o aumento da estada média e o combate à sazonalidade turística.
- **Afirmação do destino** Porto e sua diversidade **junto dos portugueses**.
- Considerando que uma parte significativa dos turistas nacionais serão **visitantes repetentes** do destino Porto, os portugueses tornam-se num público-alvo de interesse para **afirmar zonas menos conhecidas** da cidade.
- **Combate à sazonalidade turística** por via do turismo doméstico.
- **Promoção do convite a viver o destino Porto como um local:** a crescente procura por turismo de comunidade é uma oportunidade para a afirmação dos quarteirões no sentido em que estes podem aproximar estrategicamente o destino Porto desse tipo de oferta. O convite **a viver a cidade em comunidade, nos diversos quarteirões, poderá atrair novos segmentos turísticos**.

Nota: Mais informação sobre as tendências disponível no Anexo 2.

Fonte: EY-Parthenon com base em Forbes, WYSE Travel Confederation, UNWTO eWorld Economic Forum.

## O futuro do turismo é mais digital e sustentável e os quarteirões do Porto, em particular os menos consolidados, podem liderar a modernização do setor na cidade

### TENDÊNCIAS (3/4)

#### Tendência



##### Crescente procura de segmentos mais jovens

Existe uma crescente procura dos jovens por turismo e é expectável que a tendência persista. Se, por um lado, os jovens são tendencialmente mais limitados no orçamento das viagens, por outro, o tempo que têm disponível permite-lhes fazer viagens de maior duração face ao turista mediano, o que se traduz em maiores volumes de consumo. Este segmento revela particular interesse em viajar para interagir com as comunidades locais e experienciar a vida de quotidiano noutra país.



##### Envelhecimento populacional e padrões específicos de procura

O envelhecimento populacional é uma realidade crescente na Europa que exige a adaptação do Turismo às necessidades deste segmento. Segundo dados do Eurostat, evidencia-se que os seniores tendem a fazer viagens mais longas, e viajar durante a 'shoulder season' (período entre a época alta e a época baixa). Adicionalmente, destaca-se o facto do turista sénior ser um turista, tendencialmente, com poder económico e mais exigente, procurando maior qualidade dos serviços.



##### Alteração de preferências dos turistas e visitantes

É cada vez mais evidente a procura dos turistas por novos conceitos. Alguns turistas optam por viagens mais sustentáveis (e.g. slow tourism, ecoturismo, agroturismo, turismo regenerativo), outros turistas procuram viagens mais relacionadas com lifestyle e certos turistas privilegiam a autenticidade e a imersão na cultura local. Atualmente, verifica-se uma tendência para a procura por experiências que vão além da visitação de locais.

#### Oportunidades a destacar para o destino Porto e o âmbito da estratégia

- A propensão dos jovens para viajar com o objetivo de trabalhar ou estudar pode representar uma oportunidade para afirmar quarteirões onde se localizem instituições de ensino, promovendo estas infraestruturas como polos de atividades culturais e criativas.
- Afirmação dos quarteirões menos turísticos capitalizando a crescente procura deste segmento por turismo longe das massas, e por experienciar a cidade como um local.
- A estruturação e comunicação dos diversos quarteirões da cidade e respetivos pontos de atratividade turística permitem afirmar e densificar a oferta do destino Porto e ir de encontro à preferência deste segmento por destinos de maior duração.
- Semelhantemente, a afirmação de roteiros inter e intraquarteirões poderá ajudar o destino Porto a responder a esta procura por viagens mais longas ao oferecer mais argumentos de visitação para além dos ativos-âncora.
- A procura por novos conceitos pode constituir uma oportunidade para o crescente posicionamento do destino Porto como um destino para todo o ano, dando protagonismo a zonas menos conhecidas da cidade.
- O alinhamento desta tendência com o objetivo da estratégia viabiliza que a cidade beneficie, ao desenvolver novos produtos e serviços nesta área, de mecanismos que incentivem a localização dos novos produtos e serviços fora das zonas de saturação turística, o que é benéfico tanto para visitantes como para residentes.

Nota: Mais informação sobre as tendências disponível no Anexo 2.

Fonte: EY-Parthenon com base em Student Universe, United Nations, World Economic Forum eEurostat.

## O futuro do turismo é mais digital e sustentável e os quarteirões do Porto, em particular os menos consolidados, podem liderar a modernização do setor na cidade

### TENDÊNCIAS (4/4)

#### Tendência



#### Crescimento e normalização do trabalho remoto

A tendência de crescimento do trabalho remoto acentuou-se fortemente com a pandemia COVID-19, verificando-se, também no pós-pandemia, a crescente normalização deste modelo de trabalho. Esta tendência levou ao surgimento do conceito “workation”, que no fundo são destinos onde trabalhadores optam por combinar trabalho e turismo.



#### Bleisure

“Bleisure” é o termo associado à tendência crescente de combinar trabalho (*business*) com lazer (*leisure*) em viagens. A tendência bleisure reflete uma transformação na forma como as pessoas valorizam o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. Neste contexto, os fins-de-semana serão períodos tendencialmente escolhidos para estender as viagens de negócios.



#### Crescimento do franchising

O franchising tem se tornado cada vez mais popular na indústria do Turismo, permitindo os operadores diminuir os requisitos de capital, o risco operacional e aceder a novos mercados sem necessidade de elevada alavancagem financeira. Este modelo é atrativo, permitindo a obtenção de economias de escala e potenciando o reconhecimento da marca, sendo uma excelente estratégia para marcas que pretendam internacionalizar-se.

#### Oportunidades a destacar para o destino Porto e o âmbito da estratégia

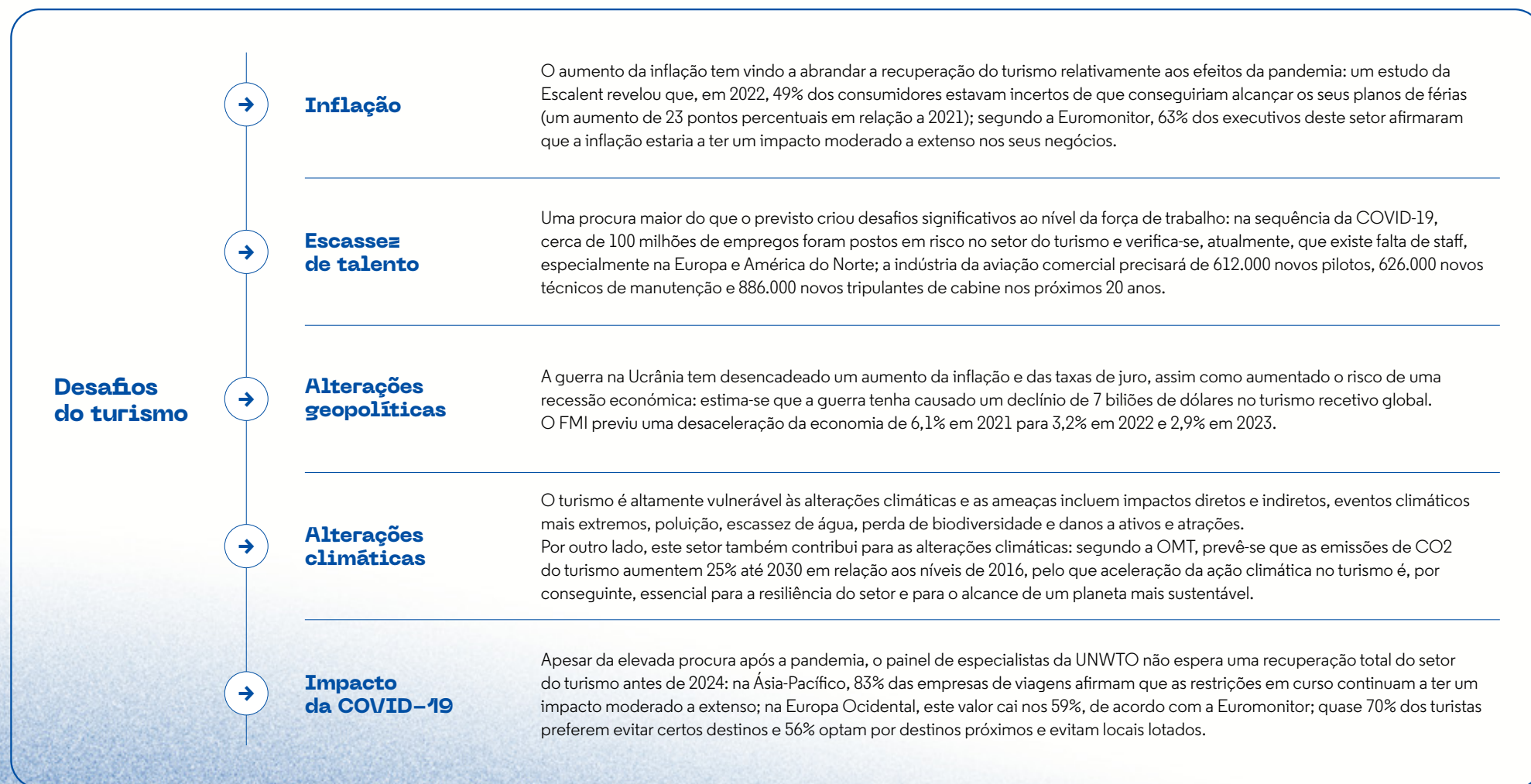
- Para o destino Porto, esta tendência é uma oportunidade, mas também um risco, podendo acentuar o fenómeno de excesso de pressão turística e as consequências negativas que lhe estão associadas.
- A canalização dos eventuais investimentos estratégicos associados às condições do trabalho remoto (e.g. espaços de co-work, agenda cultural na língua inglesa) para zonas menos turísticas da cidade poderá gerar novas dinâmicas de procura e, conseqüentemente, captar a atenção dos players para a deslocalização do Centro Histórico e Baixa.
- Desenvolvimento e promoção de ativos de lazer e agenda cultural fora do horário laboral nos quarteirões de cidade menos turísticos.
- A captação dos viajantes de *bleisure* poderá contribuir para distribuir os fluxos ao longo do ano e, assim, combater a sazonalidade turística.
- Promoção deste tipo de modelos junto de players/empreendedores para o desenvolvimento de novos produtos e serviços turísticos em zonas emergentes e mais embrionárias da cidade, trazendo novos conceitos para a cidade e respondendo às novas preferências dos turistas, sem a criação de modelos de negócio de raiz.

Nota: Mais informação sobre as tendências disponível no Anexo 2.  
Fonte: EY-Parthenon com base em OBAN Internationale IPDT.



## Os maiores desafios que o turismo enfrenta atualmente são a inflação, a escassez de talento, as alterações geopolíticas e climáticas e o impacto da COVID-19

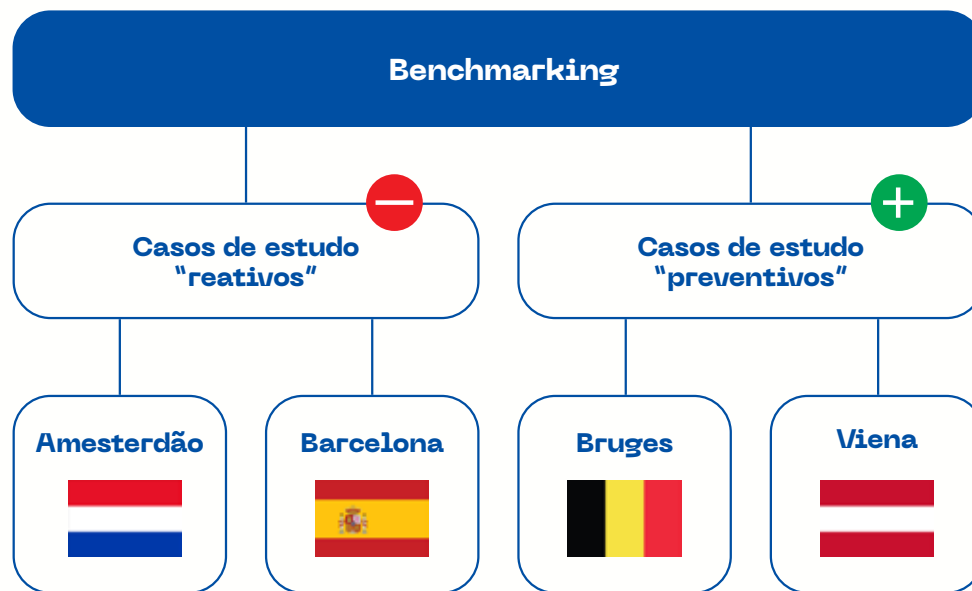
### DESAFIOS



## Para a análise de benchmarking foram selecionadas 4 cidades europeias caracterizadas por abordagens distintas à problemática do excesso de turismo

### CASOS DE ESTUDO INTERNACIONAIS

- O benchmarking realizado incidu sobre 4 cidades localizadas no continente europeu que se caracterizam por terem níveis de turismo relevantes ou até excessivos.
- Por toda a Europa têm-se verificado diversas formas de lidar com a tendência do overtourism. Neste enquadramento, o principal objetivo do benchmarking realizado relaciona-se com a identificação de um conjunto de abordagens distintas quanto à problemática do excesso de turismo.
- Enquanto cidades como Barcelona e Amesterdão caracterizam-se por uma abordagem mais tardia e reativa ao excesso de turismo que se tem verificado (casos de estudo “reativos”), cidades como Viena e Bruges caracterizam-se por uma abordagem antecipada e preventiva (casos de estudo “preventivos”).
- As principais conclusões da análise efetuada encontram-se sistematizadas nas páginas seguintes. Os casos de estudo poderão ser consultados com maior detalhe no Anexo 3.



## Apesar de estarem a ser tomadas medidas, as cidades de Amesterdão e Barcelona adotaram uma abordagem tardia e reativa ao excesso de turismo verificado

### CASOS DE ESTUDO "REATIVOS"

#### Amesterdão

##### Fatores que influenciaram o crescimento do turismo

- Forte investimento no turismo (infraestruturas turísticas e marketing) após a crise de 2008.
- Empresas de arrendamento (e.g. Airbnb) tornam a estadia mais acessível.
- Turismo de cruzeiros e turismo de "festa" atraem turistas para a cidade.
- Intensas campanhas de marketing colocam a cidade no mapa internacional.
- A localização no coração da Europa, as excelentes ligações ferroviárias e o aeroporto de Schiphol tornam a cidade facilmente acessível.

##### Principais desafios associados ao crescimento do turismo

- Descontentamento da população devido ao excesso de turismo e ao tipo de turismo presente (associado a festas, álcool e canábis).
- Aumento dos preços e consequente deslocalização da população local.
- Comportamento inadequado dos turistas e aumento da criminalidade.
- Degradação da cidade.
- Impactos ambientais negativos.

##### Soluções encontradas

- Restrições nos centros turísticos (e.g. regras para os estabelecimentos de alojamento local, proibição de certas atividades turísticas no centro histórico).
- Alargamento e desconcentração do turismo para outras regiões.
- Campanha "Stay Away" com o objetivo de desencorajar os jovens turistas britânicos de visitarem a capital para festejos descontrolados.
- Restrições aos transportes (e.g. proibição de navios de cruzeiro nos centros das cidades).



A resposta tardia aos efeitos do excesso de turismo impactou negativamente a qualidade de vida dos residentes, aumentando a percepção negativa da população face às atividades turísticas e exigindo a adoção de medidas proibitivas e de desencorajamento da procura turística.

#### Barcelona

##### Fatores que influenciaram o crescimento do turismo

- Cidade multifacetada e rica em cultura, com abundância de parques e espaços verdes.
- Forte influência do futebol na atração de turistas.
- Forte estratégia de marketing.
- Cidade atrativa para vários tipos de turismo, sobressaindo o turismo cultural, o turismo profissional, o turismo médico, o turismo desportivo, o turismo de luxo e o turismo gastronómico.

##### Principais desafios associados ao crescimento do turismo

- Aumento da poluição, em especial da poluição sonora.
- Aumento dos estabelecimentos de alojamento local ilegais.
- Especulação imobiliária.
- Descontentamento da população devido ao aumento dos preços, do ruído, do congestionamento nos transportes, entre outros.
- Deslocalização da população local.

##### Soluções encontradas

- Maior controlo sobre as tours (e.g. proibição do uso de megafones, planeamento das rotas, limite na capacidade dos grupos).
- Imposição de limites à oferta de alojamento (e.g. em determinados locais, só podem abrir novas unidades hoteleiras em substituição das que fecham).
- Restrições nos meios de transporte (e.g. restrições aos passeios de segway de scooterselétricas, redução do número de cruzeiros).
- Campanha "Barcelona Like Never Before" focada na promoção do turismo sustentável.

## Bruges e Viena anteciparam o excesso de turismo e implementaram estratégias de prevenção, tornando exemplar a qualidade da experiência turística que oferecem

### CASOS DE ESTUDO “PREVENTIVOS”

#### Bruges

##### Estratégias de prevenção

- Prioridade ao turismo *overnight*, através do incentivo ao turismo residencial de vários dias, em detrimento do excursionismo e de estratégias de marketing em cidades próximas.
- Aposta num crescimento inteligente, através da promoção de um turismo de qualidade, de um foco no prolongamento da duração da estadia e da promoção do crescimento quantitativo do turismo *overnight* nos períodos mais calmos.
- Promoção da envolvente, através do desenvolvimento de uma oferta mais alargada de experiências turísticas, apostando na evolução de um modelo baseado na concentração turística para um modelo assente na diferenciação.
- Restrições específicas, como por exemplo a adoção de critérios seletivos para novos hotéis ou extensões dos existentes no centro da cidade, a proibição de alojamentos de férias no centro da cidade e restrições ao nível do turismo de cruzeiros.

##### Resultados da estratégia

- Turismo de qualidade – em Bruges não se verificam fortes aglomerados de turistas.
- Qualidade de vida dos habitantes – a maioria dos habitantes consideram que o turismo se encontra num nível benéfico para a cidade e para os seus habitantes, não interferindo na sua qualidade de vida.
- Aumento do tempo de estada – aumento do turismo *overnight* em detrimento do turismo de apenas um dia.
- Redução da poluição – a limitação do número de navios cruzeiro que pode atracar por dia no porto contribuiu para a diminuição da poluição na zona.



A promoção do turismo *overnight*, a aposta no alargamento do perímetro turístico às regiões vizinhas, a monitorização e a inclusão da população residente no processo de planeamento estratégico são algumas das estratégias de prevenção que contribuíram para tornar Bruges e Viena em destinos turísticos sustentáveis

#### Viena

##### Estratégias de prevenção

- Monitorização de um conjunto de indicadores-chave de desempenho relativos, por exemplo, às receitas das dormidas de turistas e o seu impacto económico induzido.
- Salvaguarda da população residente, uma vez que a satisfação dos residentes sempre foi considerada como sendo tão importante como a qualidade da experiência para os turistas.
- Diversidade de inputs no planeamento estratégico, visto que a estratégia de prevenção do excesso de turismo envolveu múltiplos stakeholders, incluindo os representantes da cidade de Viena e dos seus distritos, da indústria turística e de diversos outros setores da economia do turismo.
- Campanha *WienTourismus*, que incentivava os turistas a visitar locais e atrações fora da cidade, desviando-os dos hotspots e distribuindo-os melhor pela cidade.

##### Resultados da estratégia

- Habitabilidade – Viena foi classificada como a cidade com melhores condições de habitabilidade pelo *The Economist*.
- Harmonia – a garantia do equilíbrio entre as necessidades dos residentes e dos turistas evita o descontentamento da população.
- Recuperação – após 2019 ter sido o ano com mais chegadas de turistas a Viena e a pandemia da COVID-19 ter causado uma quebra de afluência, os anos recentes materializam uma recuperação consistente.
- Qualidade – Viena é um destino conhecido por oferecer uma experiência turística de elevada qualidade.

## A Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto e o Plano Diretor Municipal (PDM) do Porto apresentam iniciativas locais com forte impacto nas atividades turísticas

### POLÍTICAS LOCAIS RELEVANTES

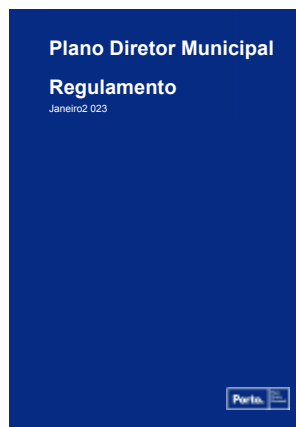
A análise das políticas locais com influência na cadeia de valor do turismo incluiu a leitura e análise de diversas estratégias, planos de ação e instrumentos que definem os princípios orientadores da política municipal do Porto. A Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto (2022), assim como o Plano Diretor Municipal do Porto (2021) são os documentos que apresentam as iniciativas locais com maior relevância para a atividade turística e a definição dos quarteirões de cidade, razão pela qual são apresentados em maior detalhe nas páginas que se seguem. Porém, foram analisados outros cujo detalhe é sintetizado no Anexo 6 e no Anexo 7.



Estratégia do Município do Porto para o crescimento qualitativo do turismo e a sua projeção internacional.

#### OBJETIVOS:

- Qualificação do turismo – elevar o perfil do turista;
- Motivos de visita – receber estadias de média e longa duração; acolher expats, nómadas digitais e interessados em desenvolver negócio;
- Retorno e dinamismo económico – contribuir continuamente para aumentar o crescimento económico da cidade e da região;
- Duração da estadia – aumentar gradualmente a duração da estadia a partir da média atual de 2,1 noites por estadia;
- Mercados de origem – apostar nos mercados asiático e americano e tornar o Porto um stopover entre os continentes americano e europeu.



Instrumento de planeamento e gestão da cidade, definindo e estabelecendo o quadro estratégico e operativo de desenvolvimento territorial.

#### OBJETIVOS:

- Promover as condições de vida e de bem-estar da população, reforçando a atratividade residencial e criando as condições para a recuperação demográfica da cidade;
- Preservar a identidade cultural, urbanística e arquitetónica do Porto, qualificando os seus tecidos urbanos e valorizando os seus recursos materiais e simbólicos;
- Garantir a qualidade ambiental, promovendo um modelo de desenvolvimento urbano sustentável;
- Melhorar a acessibilidade interna e externa, criando novas condições para a intermodalidade e a utilização dos modos de transporte “suaves”;
- Reduzir as assimetrias sócio-espaciais, promovendo um modelo de desenvolvimento urbano policêntrico e eliminando fatores de estigmatização;
- Promover condições para o reforço da competitividade da base económica urbana e o crescimento do emprego;
- Desenvolver a capacidade de afirmação do Porto às escalas regional, nacional e internacional.

## A Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto prevê um plano de ação operacional dividido em 4 áreas e um conjunto de ações que incidem em 3 domínios

### VISÃO DE FUTURO PARA A SUSTENTABILIDADE DO DESTINO PORTO\*

#### → PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL

O plano de ação operacional da Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto foca-se nas áreas da saúde, sustentabilidade, cultura e turismo



#### → MEDIDAS EM IMPLEMENTAÇÃO/EM CURSO

Relativamente às medidas em implementação/em curso, as prioridades incidem na capacitação, qualificação e regulação, na comunicação ao público e na imprensa internacional

##### CAPACITAÇÃO, QUALIFICAÇÃO E REGULAÇÃO

- Dar continuidade à "Formação + Próxima"
- Operacionalizar o programa "Turismo Vai à Escola"
- Dar continuidade ao programa "Confiança Porto"
- Regulamento em elaboração dos animadores de rua
- Dar continuidade ao Observatório de Turismo do Porto e ao Conselho Municipal de Turismo

##### COMUNICAÇÃO AO PÚBLICO

- Reformular a marca VisitPorto
- Desenvolver novas funcionalidades na plataforma Explore Porto
- Projetar o Porto como uma cidade digital, também na comunicação
- Criar pórticos de boas-vindas em locais-chave

##### IMPRENSA INTERNACIONAL

- Nova estratégia de relações públicas
- Implementar estratégias que maximizem o alcance de todas as ações (e.g. apostar em imprensa internacional de referência, desenvolver press trips)

\* A análise mais detalhada da Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto pode ser consultada no Anexo 4.

Fonte: EY-Parthenon com base em Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto.

## A reabilitação urbana, a mobilidade e a cultura são as áreas de atuação do PDM que terão o maior impacto na descentralização dos fluxos turísticos do Porto

### PDM DO PORTO\*



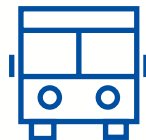
#### REABILITAÇÃO URBANA

→ Entre os instrumentos de reabilitação urbana que foram criados pela Câmara Municipal do Porto, destacam-se as Áreas de Reabilitação Urbana (ARU), às quais está associada como estratégia de intervenção as Operações de Reabilitação Urbana (ORU): no Porto, existem 10 ARU, sendo que três têm as respetivas ORU já aprovadas.

→ O principal objetivo para a área central é explorar este território dinâmico, preservando e requalificando o seu património arquitetónico e urbanístico e o espaço público.

→ A prioridade definida à área poente é requalificar a frente de água marítima e fluvial, o que, previsivelmente, desencadeará a desconcentração de atividades turísticas e de lazer a partir do centro tradicional.

→ Salientam-se, relativamente ao arco nascente, a instalação na Corujeira de uma área extensa que acolherá atividades económicas e o novo polo multifuncional nos terrenos do antigo Matadouro Municipal, projetos que, devidamente articulados com os das Antas, contribuirão fortemente para o desenvolvimento deste território.



#### MOBILIDADE

→ A prioridade da política urbana dos transportes públicos é redistribuí-los pelos espaços públicos de modo a melhorar a distribuição modal da mobilidade urbana, incentivando a escolha do transporte público.

→ Aumentar e melhorar a oferta de espaço dedicado ao peão e restantes modos suaves, aumentar e melhorar a oferta de transporte público, sem esquecer a política de gestão do estacionamento, são os focos da Câmara Municipal do Porto.

→ Redes de transporte distribuídas por toda a cidade e um sistema de transportes eficiente contribuirão para uma maior atratividade da cidade e uma menor centralização do turismo.

→ Principais objetivos do PDM na área da mobilidade:

- Aposta numa maior atratividade metropolitana, regional, nacional e internacional;
- Expansão da rede ferroviária ultraligeira como solução que permitirá conjugar diversas vantagens;
- Aposta na melhoria da circulação de autocarros.



#### CULTURA

→ Se, por um lado, o dinamismo do setor do turismo contribui para aumentar a procura de atividades culturais, por outro lado, o aumento e diversificação da oferta cultural contribuirá para uma maior atração de fluxos de visitação e fruição.

→ Uma distribuição da oferta cultural por diversas áreas da cidade desencadeará um avanço positivo na descentralização da visitação no Porto e criará mais oportunidades de fruição para os residentes.

→ Principais objetivos do PDM na área da cultura:

- Construção de Pavilhões de Jardim - Museu da Cidade;
- Instalação do Museu da Natureza Contemporânea;
- Ampliação e requalificação da Biblioteca Pública Municipal do Porto;
- Programa de reabilitação do Cace Cultural do Freixo;
- Reabilitação do Cinema Batalha;
- Instalação do Museu da Indústria;
- Instalação das Reservas Museológicas Municipais.

\* A análise mais detalhada do PDM do Porto pode ser consultada no Anexo 5.

Fonte: EY-Parthenon com base em Plano Diretor Municipal do Porto 2021.

## A identificação dos bairros encontra-se fortemente alinhada não só com os princípios do PDM, mas também com os investimentos e iniciativas recentes do Município do Porto

### ARTICULAÇÃO DAS POLÍTICAS LOCAIS COM OS BAIROS DE CIDADE (1/2)

A identificação dos bairros de cidade atrás explanada vai, desde logo, ao encontro dos principais desideratos do PDM do Porto. Por um lado, a ativação dos bairros identificados enquadra-se no objetivo de promover novas centralidades de atividades comerciais e de animação urbana, prevendo a potencial valorização dos vários ativos de visita ainda pouco explorados presentes em todo o território concelhio. Por outro lado, a divisão do território em 8 bairros permitirá ir ao encontro de outro designio do PDM do Porto, que passa pela desconcentração dos fluxos turísticos no centro histórico e tradicional da cidade e pela promoção de um maior equilíbrio territorial ao nível do desenvolvimento urbano.

A este nível, importa ainda referir que a criação dos bairros materializa uma das linhas operacionais de ação da Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto, contribuindo para os objetivos deste plano no que respeita (i) à criação de novas rotas pela cidade, descentralizando os bairros com maior pressão turística e possibilitando a oferta de novas experiências, (ii) ao reforço das ligações entre espaços urbanos e naturais, por via de uma maior ligação entre as zonas centro, interior e costeira e (iii) à priorização do bem-estar da população residente, priorizando o seu bem-estar e a harmonia com os visitantes.

A identificação dos bairros prevê alavancar os investimentos recentes do e no município do Porto ao nível da renovação do espaço público, com forte enfoque na arborização e criação de espaços verdes, e mobilidade suave, da criação e extensão de novas linhas e infraestruturas de mobilidade urbana e da aposta em operações de reabilitação urbana em zonas e infraestruturas relevantes, não descurando as ligações a Gaia e a Matosinhos.

#### ARTICULAÇÃO COM AS POLÍTICAS LOCAIS



Alinhamento com as principais diretrizes e objetivos previstos no Plano Diretor Municipal do Porto



Orientação para a concretização dos objetivos previstos no plano de ação subjacente à Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto



Potencial capitalização dos investimentos recentes em reabilitação urbana, na criação de espaços verdes, na extensão da rede de mobilidade e na valorização dos espaços públicos e culturais



Contributo para tornar o Porto um wise destination, conforme previsto no PULSAR, centrado na sustentabilidade, na qualificação do turismo e nas pessoas, possibilitando uma estratégia de diferenciação dentro do território (ver Anexo 6)



Exploração das ligações com Gaia e Matosinhos, fomentando a simbiose única dos 3 Municípios que compõem o Greater Porto no âmbito do turismo



## Os bairros identificados possuem um forte alinhamento com as necessidades e investimentos da cidade do Porto em cada uma das suas áreas geográficas

### ARTICULAÇÃO DAS POLÍTICAS LOCAIS COM OS BAIROS DE CIDADE (2/2)

#### → ÁREA CENTRAL\*



**SÉ CATEDRAL DO PORTO  
CENTROS HISTÓRICOS DO PORTO E GAIA**

A área central envolve a zona mais dinâmica da cidade, nomeadamente a Baixa e o Centro Histórico do Porto. Nesta área, o objetivo é capitalizar o seu dinamismo, preservando e requalificando o património arquitetónico e urbanístico existente e criando novas zonas de fruição coletiva. Neste sentido, alavancando a notoriedade dos bairros dos Centros Históricos do Porto e Gaia e Baixa do Porto, identificaram-se os bairros da “Lapa - República - Marquês” e da “Asprela - Arca d’Água - Carvalhido - Ramalde” para afirmar como zonas de visitação na área central da cidade que permitam escoar os fluxos de visitação nos núcleos mais pressionados do Porto. A exploração destes novos bairros, por via da criação de condições de suporte à visitação e pela criação de novos espaços públicos (e.g. Parque da Asprela) articula-se com a necessidade salientada no PDM de desconcentração de atividades ligadas ao turismo a partir do centro tradicional.

\* Desagregação geográfica prevista no PDM do Porto.  
Fonte: Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### → ÁREA POENTE\*



**PASSADIÇO DAS ONDAS  
FOZ - MATOSINHOS SUL**

Na área poente do Porto, permanece ainda uma significativa zona não consolidada por motivos de mobilidade. Além da criação de novos espaços verdes, antevê-se a requalificação profunda da frente de água marítima e fluvial, que possui valores patrimoniais e paisagísticos indubitavelmente muito relevantes. Neste sentido, o bairro Foz - Matosinhos Sul pressupõe a ativação desta área através do desenvolvimento de novas rotas turísticas que capitalizem a nova mobilidade a surgir nesta zona da cidade. Inserido entre as áreas central e poente, o bairro Boavista - Campo Alegre - Marginal do Douro também potenciará esta área da cidade por via da ativação dos ativos existentes, pela contiguidade face à Baixa e ao Centro Histórico do Porto e pela articulação, por via das novas linhas de mobilidade, com o bairro da Foz - Matosinhos Sul. A nova ligação por metrobus da Boavista à Praça do Império ajudará a consolidar o processo.

#### → ARCO NASCENTE\*



**PARQUE DE S. ROQUE  
CAMPANHÃ - ANTAS**

É nesta área da cidade onde vários dos projetos urbanos mais ambiciosos e com maior vocação transformadora estão a emergir, incluindo diversas operações de reabilitação urbana e múltiplas iniciativas de dinamização local. O bairro Campanhã - Antas pretende, em larga medida, capitalizar os investimentos estruturantes (e.g. renovação do antigo Matadouro municipal) que estão a acontecer nesta zona da cidade e apostar na renovação dos espaços públicos da cidade de forma a potenciá-los para residentes e visitantes. De igual modo, o bairro do Bonfim pretende dinamizar esta zona da cidade através da valorização do ecossistema artístico em crescimento, como forma de oferecer experiências de visitação mais diferenciadoras e alavancar os seus ativos âncora para atrair mais residentes e visitantes. Neste processo, o Bonfim também funcionará como elo de ligação à Baixa do Porto e Centro Histórico.

A informação relativa a cada bairro foi sintetizada numa ficha na qual constam a temática, a narrativa, os pontos de interesse e a base estratégica de operacionalização

## FICHA DE APRESENTAÇÃO DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE



## Os Centros Históricos de Porto e de Gaia são ponto de passagem turística obrigatória e expoente máximo da ligação da cidade à sua tradição vinhateira e ribeirinha

TEMÁTICA E NARRATIVA DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE: CENTROS HISTÓRICOS DO PORTO E GAIA

<p><b>TEMÁTICA</b> <b>Baixa do Porto</b></p> <p><b>MATURIDADE</b></p> <p><b>GRANDES NÚMEROS</b></p> <p><b>OFERTA</b> ●●●●●●●●</p> <p><b>PROCURA</b> ●●●●●●●●</p> <p><b>22,8%</b> dos ativos turísticos do Porto</p> <p><b>1,52</b> densidade de ativos turísticos</p> <p><b>5,16</b> índice de diversidade</p> <p><b>21</b> ativos âncora</p>	<p><b>MAPEAMENTO DOS ATIVOS TURÍSTICOS</b></p> 
<p><b>NARRATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ O Porto associado ao seu passado medieval e tradições seculares, dotado de beleza estética e com um caráter singular.</li> <li>→ O Porto que é Património Cultural da Humanidade.</li> <li>→ O Porto que é uma confluência de estilos arquitetónicos, cidade de monumentos e edifícios representativos do românico, gótico, maneirismo, barroco, neoclássico, arte nova e muitos outros.</li> <li>→ O Porto de articulação com o rio Douro e intrinsecamente associado à produção e comercialização do seu produto mais notório: o vinho do Porto.</li> <li>→ O Porto cénico observado desde Gaia e do seu centro histórico, albergando as caves de vinho do Porto e a tradição ribeirinha da cidade.</li> </ul>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b></p> <p><b>Estimular o processo de desconcentração turística e melhorar a vivência de cidade dos residente</b></p> <p><b>FATORES CRÍTICOS DE OPERACIONALIZAÇÃO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Mapear e elaborar o diagnóstico da procura e oferta turística existente e de formas de desconcentração</li> <li>→ Desenvolver mecanismos de desconcentração turística temporal associada aos principais ativos turísticos nesta zona da cidade</li> <li>→ Reforçar a mobilidade <i>outwards</i> para outros quarteirões de potencial turístico na cidade</li> </ul>
<p><b>PONTO DE INTERESSE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Torre dos Clérigos</li> <li>Palácio da Bolsa</li> <li>Ponte D. Luís</li> <li>Caves de Gaia</li> <li>Sé Catedral</li> <li>Ribeira</li> <li>Alfândega do Porto</li> <li>Igreja de São Francisco</li> </ul>	

\* Listagem não exaustiva.

Fonte: EY-Parthenon, Câmara Municipal do Porto.

## A Baixa do Porto é um marco identitário da cidade, onde convivem muitos pontos de elevado interesse turístico com uma oferta diversa de restauração e comércio

### TEMÁTICA E NARRATIVA DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE: BAIXA DO PORTO

<p><b>TEMÁTICA</b> <b>Baixa do Porto</b></p> <p><b>MATURIDADE</b></p> <p><b>GRANDES NÚMEROS</b></p> <p><b>OFERTA</b> ●●●●●●●●</p> <p><b>PROCURA</b> ●●●●●●●●</p> <p><b>25,8%</b> dos ativos turísticos do Porto</p> <p><b>1,30</b> densidade de ativos turísticos</p> <p><b>4,86</b> índice de diversidade</p> <p><b>11</b> ativos âncora</p>	<p><b>MAPEAMENTO DOS ATIVOS TURÍSTICOS</b></p> 
<p><b>NARRATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ O Porto que cresce a partir do seu Centro Histórico, que combina o tradicional com o moderno.</li> <li>→ O Porto da Avenida dos Aliados e do Mercado do Bolhão, de avenidas e espaços emblemáticos.</li> <li>→ O Porto que articula o seu valor histórico com os edifícios da banca, do comércio e dos serviços, que dão identidade e caracterizam a cidade.</li> <li>→ O Porto dos restaurantes tradicionais e da oferta gastronómica moderna, das ruas estreitas com segredos por descobrir em cada canto.</li> <li>→ O Porto da diversão noturna, das “Galerias de Paris” e da zona do “Piolho”, onde jovens e adultos se encontram e confraternizam.</li> </ul>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b></p> <p><b>Estimular o processo de desconcentração turística e melhorar a vivência de cidade dos residentes</b></p> <p><b>FATORES CRÍTICOS DE OPERACIONALIZAÇÃO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Mapear e elaborar o diagnóstico da procura e oferta turística existente e de formas de desconcentração</li> <li>→ Desenvolver mecanismos de desconcentração turística temporal associada aos principais ativos turísticos nesta zona da cidade</li> <li>→ Reforçar a mobilidade <i>outwards</i> para outros quarteirões de potencial turístico na cidade</li> </ul>
<p><b>PONTO DE INTERESSE</b></p> <p>📍 Igreja do Carmo    📍 Bombarda    📍 Avenida dos Aliados    📍 Mercado do Bolhão</p> <p>📍 Jardim da Cordoaria    📍 Rua de Cedofeita    📍 Rua de Santa Catarina    📍 Coliseu do Porto</p>	

\* Listagem não exaustiva.

Fonte: EY-Parthenon, Câmara Municipal do Porto.

## A Foz Velha, Orla Costeira e Matosinhos são o elo de ligação entre o Atlântico e o rio Douro, albergando espaços turísticos emblemáticos da cidade do Porto e de Matosinhos

TEMÁTICA E NARRATIVA DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE: FOZ – MATOSINHOS SUL

<p><b>TEMÁTICA</b></p> <p><b>Foz – Matosinhos Sul</b></p> <p><b>MATURIDADE</b></p> <p><b>GRANDES NÚMEROS</b></p> <p><b>OFERTA</b> ●●●●●●●●</p> <p><b>PROCURA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>13,6%</b> dos ativos turísticos do Porto</p> <p><b>0,10</b> densidade de ativos turísticos</p> <p><b>6,91</b> índice de diversidade</p> <p><b>8</b> ativos âncora</p>	<p><b>MAPEAMENTO DOS ATIVOS TURÍSTICOS</b></p> 
<p><b>NARRATIVA</b></p> <p>→ O Porto (Atlântico) que une o rio ao oceano, que combina a beleza natural e a geologia da sua orla costeira, com uma oferta de restauração e comércio diferenciadora e fortes tradições imateriais.</p> <p>→ O Porto dos arruamentos erráticos da Foz Velha, que se articula com o laboratório vivo de cultura e arte da cidade: o Museu de Serralves.</p> <p>→ O Porto dos Castelos, desde o Castelo S. João da Foz até ao Forte de S. Francisco Xavier.</p> <p>→ O Porto que se encontra com Matosinhos e que abraça a sua tradição piscatória e a sua vocação gastronómica.</p> <p>→ O Porto do Passeio Alegre e da Avenida Montevidéu, das praias encrustadas na costa singular da cidade do Porto e dos espaços verdes.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b></p> <p><b>Sustentar e reforçar a atratividade para a visitação e a qualidade de vida dos residentes</b></p> <p><b>FATORES CRÍTICOS DE OPERACIONALIZAÇÃO</b></p> <p>→ Assegurar a articulação institucional entre o Município do Porto e de Matosinhos para uma promoção turística conjunta</p> <p>→ Desenvolver rotas turísticas que capitalizem a nova mobilidade a surgir nesta zona da cidade (e.g. Metrobus)</p> <p>→ Capitalizar os ativos estratégicos do Museu de Serralves e do Parque da Cidade enquanto elementos distintivos de atratividade turística</p>
<p><b>PONTO DE INTERESSE</b></p> <p>📍 Parque da Cidade</p> <p>📍 Fundação de Serralve</p> <p>📍 Foz Velha e Cantareira</p> <p>📍 Parque da Pasteleira</p> <p>📍 Castelo do Queijo</p> <p>📍 Praias do Porto e Matosinhos</p> <p>📍 Reservatório</p> <p>📍 Marginal da Foz</p>	

\* Listagem não exaustiva.

Fonte: EY-Parthenon, Câmara Municipal do Porto.



## O quarteirão do Bonfim é um espaço efervescente, onde a juventude, a arte e o empreendedorismo encontram lugar para florescer e para se estabelecer na cidade do Porto

### TEMÁTICA E NARRATIVA DOS QUARTEIRÕES TERRITORIAIS DA CIDADE: BONFIM

<p><b>TEMÁTICA</b> <b>Bonfim</b></p> <p><b>MATURIDADE</b></p> <p><b>GRANDES NÚMEROS</b></p> <p><b>OFERTA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>PROCURA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>4,5%</b> dos ativos turísticos do Porto</p> <p><b>0,21</b> densidade de ativos turísticos</p> <p><b>1,86</b> índice de diversidade</p> <p><b>0</b> ativos âncora</p>	<p><b>MAPEAMENTO DOS ATIVOS TURÍSTICOS</b></p> 
<p><b>NARRATIVA</b></p> <p>→ O Porto irreverente que está a nascer, que atrai os jovens criativos e disruptivos e que disponibiliza ao seu visitante uma oferta artística de características singulares na cidade.</p> <p>→ O Porto jovem, das Belas Artes, que observa a cidade do miradouro das Fontainhas, aprecia a arte do Cemitério do Prado do Repouso e visita as exposições de arte que hoje habitam as galerias do Bonfim.</p> <p>→ O Porto literário, vivido e frequentado por personalidades fortes da escrita portuguesa e internacional, que procuram inspiração nos recantos da cidade.</p> <p>→ O Porto contemporâneo, que não esquece a tradição e promove o seu enquadramento numa vivência jovem e singular.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b></p> <p><b>Sustentar e reforçar a atratividade turística e a qualidade de vida dos residentes</b></p> <p><b>FATORES CRÍTICOS DE OPERACIONALIZAÇÃO</b></p> <p>→ Potenciar o ecossistema artístico em crescimento como elemento turístico diferenciador</p> <p>→ Afirmar o Bonfim como um espaço preferencial para a dinamização de atividades para jovens e jovens adultos</p> <p>→ Capitalizar a proximidade geográfica aos quarteirões consolidados da Baixa e do Centro Histórico do Porto e Centro Histórico de Gaia</p>
<p><b>PONTO DE INTERESSE</b></p> <p>📍 Igreja do Bonfim    📍 Faculdade de Belas Artes    📍 Biblioteca Municipal    📍 Museu Militar</p> <p>📍 Cemitério Prado do Repouso    📍 Jardim de São Lázaro    📍 Parque das Águas</p>	

\* Listagem não exaustiva.

Fonte: EY-Parthenon, Câmara Municipal do Porto.

## O Porto liberal é um espaço que ajuda a contar a história da cidade, que recorda a faceta do liberalismo e de apoio à causa republicana, que tanto orgulha os seus residentes

TEMÁTICA E NARRATIVA DOS QUARTEIRÕES TERRITORIAIS DA CIDADE: LAPA – REPÚBLICA – MARQUÊS

<p><b>TEMÁTICA</b> Lapa – República – Marquês</p> <p><b>MATURIDADE</b></p> <p><b>GRANDES NÚMEROS</b></p> <p><b>OFERTA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>PROCURA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>6,4%</b> dos ativos turísticos do Porto</p> <p><b>0,18</b> densidade de ativos turísticos</p> <p><b>2,06</b> índice de diversidade</p> <p><b>0</b> ativos âncora</p>	<p><b>MAPEAMENTO DOS ATIVOS TURÍSTICOS</b></p> 
<p><b>NARRATIVA</b></p> <p>→ O Porto da interseção entre uma oferta para visitação marcadamente histórica (Praça da República) e religiosa (Igreja e Cemitério da Lapa) com o dinamismo de uma nova oferta hoteleira e artística.</p> <p>→ O Porto do liberalismo, ao qual D. Pedro IV ofereceu o seu coração como forma de homenagem à valentia e resiliência do povo portuense à causa liberal.</p> <p>→ O Porto republicano, que teve na Praça da República o palco da Revolta de 31 de janeiro de 1891, levando à queda de Costa Cabral.</p> <p>→ O Porto que acolheu as linhas de defesa liberais na Praça do Marquês de Pombal, que é fiel e leal aos seus valores e princípios.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b></p> <p><b>Estruturar a oferta turística existente e apoiar o desenvolvimento de novos ativos turísticos</b></p> <p><b>FATORES CRÍTICOS DE OPERACIONALIZAÇÃO</b></p> <p>→ Promover a leitura histórica desta zona da cidade e a singularidade da sua oferta para visitação e fruição</p> <p>→ Articular o desenvolvimento da Porto Art Square com a oferta turística associada às artes do quarteirão do Bonfim e da Boavista, Campo Alegre e Marginal</p> <p>→ Capitalizar a proximidade geográfica ao quarteirão consolidado da Baixa do Porto</p>
<p><b>PONTO DE INTERESSE</b></p> <p>📍 Igreja da Lapa      📍 Praça da República      📍 Porto Art Square      📍 Cemitério da Lapa</p> <p>📍 Praça do Marquês      📍 Casa Museu Fernando de Castro      📍 Igreja e Torre Nossa Sra. da Conceição</p>	

\* Listagem não exaustiva.

Fonte: EY-Parthenon, Câmara Municipal do Porto.



## O Porto de Conhecimento é um quarteirão abrangente, que tem espaço para a ciência e a inovação, mas que não esquece o que de tradicional e local se preserva na cidade

TEMÁTICA E NARRATIVA DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE: ASPRELA – ARCA D'ÁGUA – CARVALHIDO – RAMALDE

<p><b>TEMÁTICA</b></p> <p><b>Asprela – Arca d'Água – Carvalhido – Ramalde</b></p> <p><b>MATURIDADE</b></p> <p><b>OFERTA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>PROCURA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>GRANDES NÚMEROS</b></p> <p><b>7,0%</b> dos ativos turísticos do Porto</p> <p><b>0,06</b> densidade de ativos turísticos</p> <p><b>3,22</b> índice de diversidade</p> <p><b>0</b> ativos âncora</p>	<p><b>MAPEAMENTO DOS ATIVOS TURÍSTICOS</b></p> 
<p><b>NARRATIVA</b></p> <p>→ O Porto da investigação, da ciência e do conhecimento, que combina a tradição da cidade com o que de mais valioso se faz associado ao ecossistema científico.</p> <p>→ O Porto que combina a tranquilidade residencial e comercial (Carvalhido, Prelada e Ramalde) com um ecossistema pujante de investigação e inovação científica (Asprela e Arca d'Água).</p> <p>→ O Porto de alma local, das linhas pitorescas de uma das zonas mais residenciais da cidade e de uma oferta comercial singular, assinalando a vivência histórica e as tradições da cidade.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b></p> <p><b>Estruturar a oferta turística existente e apoiar o desenvolvimento de novos ativos turísticos</b></p> <p><b>FATORES CRÍTICOS DE OPERACIONALIZAÇÃO</b></p> <p>→ Promover uma oferta turística e roteiros que envolvam e potenciem os quatro quarteirões limítrofes</p> <p>→ Promover e capacitar os ativos turísticos existentes nesta zona da cidade através do desenvolvimento de condições de suporte à visitação</p> <p>→ Desenvolver as infraestruturas de suporte ao visitante de curta/média duração e ao visitante de nicho (e.g. segmento MICE**)</p>
<p><b>PONTO DE INTERESSE</b></p> <p>📍 Igreja do Carvalhido    📍 Quinta do Covelo    📍 Parque da Asprela</p> <p>📍 Quinta da Prelada    📍 Jardim de Arca d'Água    📍 Museu da Farmácia</p>	

\* Listagem não exaustiva. \*\* Meeting, Incentives, Conferencing and Exhibitions  
Fonte: EY-Parthenon, Câmara Municipal do Porto.

## A Zona Oriental da cidade é um espaço dinâmico e em renovação contínua, procurando potencializar os ativos turísticos existentes e desenvolver condições para visitação

### TEMÁTICA E NARRATIVA DOS QUARTEIRÕES DE CIDADE: CAMPANHÃ – ANTAS

<p><b>TEMÁTICA</b></p> <p><b>Campanhã – Antas</b></p> <p><b>MATURIDADE</b></p> <p><b>GRANDES NÚMEROS</b></p> <p><b>OFERTA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>PROCURA</b> ●●●●●●●●●●</p> <p><b>5,1%</b> dos ativos turísticos do Porto</p> <p><b>0,05</b> densidade de ativos turísticos</p> <p><b>2,43</b> índice de diversidade</p> <p><b>2</b> ativos âncora</p>	<p><b>MAPEAMENTO DOS ATIVOS TURÍSTICOS</b></p> 
<p><b>NARRATIVA</b></p> <p>→ O Porto que procede ao encontro do rural com o urbano, do novo e moderno com o tradicional, numa conexão única entre duas faces da cidade de características únicas.</p> <p>→ O Porto dos espaços verdes, desde o Parque Oriental à Quinta da Bonjóia e ao Parque de São Roque.</p> <p>→ O Porto azul e branco, caracterizado pelos sucessos desportivos do Futebol Clube do Porto e pela imponência que caracteriza o Estádio e o Museu do Dragão.</p> <p>→ O Porto de novas dinâmicas, em renovação constante, que será palco de espaços únicos e diferenciadores da cidade, como é o caso da renovação do antigo Matadouro municipal.</p>	<p><b>OBJETIVO ESTRATÉGICO</b></p> <p><b>Estruturar a oferta turística existente e apoiar o desenvolvimento de novos ativos turísticos</b></p> <p><b>FATORES CRÍTICOS DE OPERACIONALIZAÇÃO</b></p> <p>→ Mitigar os desafios associados à mobilidade numa zona geograficamente ampla como a pertencente ao quarteirão da Zona Oriental</p> <p>→ Capitalizar nos investimentos estruturantes (e.g. renovação do antigo Matadouro municipal) que estão a acontecer nesta zona da cidade</p> <p>→ Renovar e requalificar aos espaços públicos da cidade de forma a dotar os mesmos de melhores condições de usufruto para residentes e visitantes</p>
<p><b>PONTO DE INTERESSE</b></p> <p>  Estádio do Dragão          Parque Oriental          Terminal Intermodal          Palácio e Marina do Freixo       </p> <p>  Parque de São Roque          Quinta da Bonjóia          Antigo Matadouro       </p>	

\* Listagem não exaustiva.

Fonte: EY-Parthenon, Câmara Municipal do Porto.

## A realização de um estudo sobre os públicos-alvo e a criação de rotas são algumas das recomendações que pretendem dar maior visibilidade aos bairros de cidade

### RECOMENDAÇÕES OPERACIONAIS (1/5)

As presentes recomendações de operacionalização encerram o racional de ativação dos bairros, composto pelas novas identidades e narrativas identificadas, detalhadas nos subcapítulos anteriores, e pelas recomendações operacionais, sistematizadas de seguida. Trata-se de um conjunto de recomendações high-level, direcionadas para a concretização da Estratégia de Base para a Dispersão dos Fluxos Turísticos do Destino Porto, através da ativação e dinamização futura dos bairros de cidade propostos. Estas recomendações beneficiaram dos inputs recolhidos através da análise de tendências, benchmarking e políticas locais, assim como do diagnóstico e audição. Procuram delinear os passos a dar com o arranque da operacionalização da presente estratégia, dividindo-se nos quatro domínios apresentados no esquema que se segue.

Embora divididas em domínios, as recomendações seguem uma lógica de articulação e complementaridade. O reforço do sistema de informação, monitorização e acompanhamento (domínio A) prevê a manutenção das ferramentas e a constituição de grupo de trabalho responsável pelo acompanhamento dos bairros (domínio D), numa perspetiva de flexibilidade e monitorização, com o objetivo de acompanhar e responder às tendências verificadas. Por outro lado, a ativação dos bairros (domínio B) deverá ser executada numa lógica de articulação com as políticas locais (domínio C), garantindo que o desenvolvimento dos bairros é concretizado em coerência com a política e visão global de cidade.

#### → Recomendações operacionais

##### **A. Reforço do sistema de informação, monitorização e acompanhamento**

Recolha de informação quantitativa  
Produção de informação qualitativa  
Grupo de Acompanhamento Externo

##### **B. Ativação dos bairros**

Medidas operativas  
Plano de marketing e comunicação  
VisitPorto

##### **C. Articulação de políticas locais**

Equilíbrio entre visitantes e residentes  
Acolhimento e orientação do investimento privado  
Melhoria da acessibilidade

##### **D. Aumentar a visibilidade dos bairros de cidade**

Estudo sobre públicos-alvo  
Rotas intra e inter-bairros  
Acompanhamento da dinâmica dos bairros

## A realização de um estudo sobre os públicos-alvo e a criação de rotas são algumas das recomendações que pretendem dar maior visibilidade aos quarteirões de cidade

### RECOMENDAÇÕES OPERACIONAIS (2/5)

#### A. Reforço do sistema de informação, monitorização e acompanhamento

##### 1 Recolha de informação quantitativa

Manutenção da compilação e análise sistemática de um sistema de informação estatística, de preferência em tempo real, adequado à escala de leitura do destino Porto, articulado com a atuação da Associação de Turismo do Porto e Norte e em coerência com o Observatório de Turismo do Porto, permitindo ao Município continuar a analisar os fluxos turísticos com maior precisão e orientar a estratégia de turismo do Porto com base no comportamento dos visitantes. A base de dados em causa poderá incluir indicadores-chave de desempenho referentes tanto à oferta como à procura turística (e.g. fluxos, preços, horários de maior afluência de visitantes para cada zona da cidade ou ativo turístico). Recomenda-se a aquisição de fontes de informação com maior granularidade do que a freguesia (e.g. Portal de Informação Turística por Concelho – NOS Empresas).

##### 2 Produção de informação qualitativa

Produção de informação qualitativa com base na recolha periódica de informação através da criação de um sistema de inquirição regular que inclua meios de inquirição mais tradicionais, como inquéritos e entrevistas, e outras ferramentas mais contemporâneas, como redes sociais, plataformas online, caixas de comentários e opiniões (reviews), que permita caracterizar quer a oferta quer a procura turística. Os inputs qualitativos poderão incluir, por exemplo, a caracterização da opinião dos visitantes sobre a oferta atualmente disponível, sugestões de melhoria e iniciativas necessárias, identificação de lacunas e de pontos de saturação.

##### 3 Grupo de Acompanhamento Externo

Constituir um Grupo de Acompanhamento Externo no âmbito da presente estratégia, criando um órgão de reflexão com uma agenda periódica de análise que incida sobre:

- as dinâmicas e tendências do setor do turismo, beneficiando de um exercício periódico de benchmarking;
- a análise das tendências identificadas no sistema de monitorização e acompanhamento, identificando eventuais medidas de antecipação/mitigação;
- a monitorização de resultados, avaliando em que grau a concretização da presente estratégia está a contribuir para melhorar o posicionamento do Porto nos principais indicadores de atividade turística (e.g. estada média, ocupação, receitas), sem comprometer a experiência de residentes e visitantes, reforçando a sua imagem como destino turístico sustentável e de referência.

## A realização de um estudo sobre os públicos-alvo e a criação de rotas são algumas das recomendações que pretendem dar maior visibilidade aos bairros de cidade

### RECOMENDAÇÕES OPERACIONAIS (3/5)

#### B. Ativação dos bairros

##### 4 Medidas operativas

- Desenhar e implementar medidas operativas específicas adequadas ao grau de maturidade dos bairros definidos e que respondam aos fatores críticos de operacionalização identificados em cada uma das fichas dos bairros anteriormente apresentadas:
- medidas de desconcentração espacial e temporal e de reforço da mobilidade outwards para os bairros consolidados;
  - medidas de apoio e incentivo ao aprofundamento das dinâmicas que suportam os bairros em consolidação, indo de encontro às narrativas identificadas;
  - medidas de mitigação dos fatores críticos que impedem o desenvolvimento dos bairros emergentes.

##### 5 Plano de marketing e comunicação

- Elaborar um plano de marketing e comunicação de âmbito nacional e internacional, visando a tradução comunicacional das recomendações técnicas estabelecidas, quer em termos de designação dos bairros (indexada à sua localização/geografia na cidade), quer em termos das narrativas de suporte à sua divulgação (a partir dos âmbitos temáticos definidos).

##### 6 VisitPorto

- Em articulação com a Associação de Turismo do Porto e Norte, estruturar no site VisitPorto o canal preferencial de comunicação e divulgação do destino Porto, reformulando a apresentação da cidade nos bairros definidos, em coerência com a presente estratégia. Recomenda-se que o esforço de coordenação das ações de promoção seja igualmente realizado com os canais de comunicação dos concelhos limítrofes de Gaia e Matosinhos, territórios complementares ao destino Porto e que integram dois dos oito bairros previstos na estratégia.

## A realização de um estudo sobre os públicos-alvo e a criação de rotas são algumas das recomendações que pretendem dar maior visibilidade aos bairros de cidade

### RECOMENDAÇÕES OPERACIONAIS (4/5)

#### C. Articulação de políticas locais

##### 7 Equilíbrio entre visitantes e residentes

→ Garantir o equilíbrio entre as necessidades dos residentes e dos visitantes, promovendo uma boa convivência com o turismo sem o privilegiar, evitando o descontentamento da população local e, sobretudo, melhorando os graus de cobertura do Porto em determinados fatores-chave para todos aqueles que usufruem da cidade, sejam habitantes ou visitantes (e.g. mobilidade, segurança, espaços verdes, reabilitação urbana). Este equilíbrio poderá ser promovido, por exemplo, através da elaboração de uma estratégia com o envolvimento de todos os stakeholders da cidade, à semelhança do que foi feito em Bruges, ou da criação de meios que facilitem a partilha de informação e a reflexão da cidade acerca das atividades turísticas (e.g. comité operacional). Poderão também ser exploradas algumas tendências alinhadas com este princípio de equilíbrio e respeito pelas comunidades locais, como é o caso do crescimento do Turismo de Comunidade e a procura crescente dos jovens por autenticidade e por explorar os destinos “como um local”.

##### 8 Acolhimento e orientação do investimento privado

→ Acolher e orientar as iniciativas de investimento privado em coerência com a presente estratégia e promovendo a articulação público-privado. Com esta recomendação pretende-se promover o envolvimento dos diferentes stakeholders da cidade com o objetivo de dinamizar e diferenciar cada bairro e criar produtos únicos (e.g. tours, experiências, atrações), uma agenda cultural mais diversificada e atrativa e assegurar as condições de suporte ao desenvolvimento de todos os bairros (e.g. oferta de alojamento, restauração). Os agentes a envolver poderão incluir não só os agentes mais ligados à cultura e atividades turísticas, como também os próprios residentes e JF que beneficiam igualmente da melhoria da qualidade de vida resultante de embelezar e potenciar a cidade num novo conceito de atratividade. As parcerias deverão também fomentar o esforço conjunto para a digitalização e modernização do setor, incluindo a partilha de conhecimento e boas práticas.

##### 9 Melhoria da acessibilidade

→ Analisar a rede de transportes públicos existente à luz dos bairros de cidade definidos e dos pontos de interesse e ativos âncora identificados, avaliando o grau de acessibilidade dos mesmos. Esta análise permitirá identificar possíveis necessidades de reorganização e/ou reforço da rede existente, nos casos em que as áreas de aposta da estratégia de dispersão dos fluxos turísticos do Porto não sejam adequadamente servidas.

## A realização de um estudo sobre os públicos-alvo e a criação de rotas são algumas das recomendações que pretendem dar maior visibilidade aos bairros de cidade

### RECOMENDAÇÕES OPERACIONAIS (5/5)

#### D. Aumentar a visibilidade dos bairros de cidade

##### 10 Estudo sobre públicos-alvo

→ Conhecer os públicos-alvo de cada bairro, de forma a adequar os canais de comunicação utilizados na sua divulgação ao perfil-tipo do visitante e, assim, alavancar a estratégia de dispersão dos fluxos turísticos do Porto. Estrategicamente, o estudo dos públicos-alvo deverá incidir preferencialmente nos visitantes repetentes, uma vez que é expectável que os novos visitantes foquem a sua visita nos locais mais conhecidos e divulgados (e.g. Centro Histórico e Baixa do Porto) e, com base nas tendências analisadas, o estudo deverá incluir também os segmentos jovens (e respetivos subsegmentos), os trabalhadores remotos e os turistas séniores, os migrantes e os próprios portugueses (como forma de potenciar o turismo doméstico).

##### 11 Rotas intra e inter-bairros

→ Identificar e divulgar (novas) rotas intra e inter-bairros, integrando temáticas semelhantes e elementos de unidade presentes em diferentes bairros, de forma a promover a dispersão dos fluxos turísticos das zonas mais saturadas para os bairros mais emergentes e por consequência menos conhecidos. A criação destas rotas contribuirá igualmente para posicionar o Porto para estadias de maior duração, contribuindo para a atratividade do destino junto de segmentos específicos da procura (e.g. turistas séniores). No âmbito desta recomendação, poderá ser equacionada a identificação e nomeação de sub-bairros, como meio para aumentar a visibilidade dos mesmos.

##### 12 Acompanhamento da dinâmica dos bairros

→ Acompanhar o grau de maturidade dos bairros definidos no âmbito da presente estratégia e a necessidade de adequação da delimitação e identidade dos mesmos através de um eventual revisão, à luz dos critérios de presença de ativos âncora e de concentração/diversidade de ativos turísticos, e em estreita articulação com as tendências de atratividade turística.

## A estruturação da cidade em bairros promove o desenvolvimento de cidade de forma mais sustentável e atrativo para quem visita e reside no Porto

### SÍNTESE CONCLUSIVA

A “Estratégia de base para a dispersão dos fluxos turísticos do destino Porto e a criação de bairros no concelho do Porto” assume-se como instrumento de orientação política do Município do Porto. A sua elaboração parte de uma base de reflexão orientada por um conjunto de questões focadas em perceber **de onde, para onde e como é que se deve promover a desconcentração espacial dos fluxos turísticos e de visita** dentro da cidade do Porto, mas também em zonas particulares da sua ligação com Vila Nova de Gaia e com Matosinhos.

O trabalho desenvolvido teve como premissa a **visão holística de cidade**, garantindo uma leitura para além da cidade como um destino turístico e de visita, mas como um **espaço de vida, trabalho e interação social** para aqueles que nela residem. Esta premissa, que reconhece a relevância das **melhorias infraestruturais**, é particularmente evidente com a linha de recomendações “C - Articulação de políticas locais”, que promove melhorias que beneficiam tanto os residentes como os turistas.

A estruturação da cidade em bairros atrativos para visita visa **desacelerar e reverter a tendência de excesso de pressão turística** em zonas atualmente saturadas, como o Centro histórico e Baixa do Porto, por via da dispersão dos fluxos turísticos. Assim, com a implementação da estratégia preconizada, **prevê-se a melhoria da experiência do visitante** quer nas zonas atualmente saturadas quer noutros bairros

da cidade, por via da consolidação da atratividade dos mesmos. Adicionalmente, a dispersão dos fluxos contribui para a **distribuição equitativa dos benefícios económicos** do setor do turismo no concelho do Porto. Neste âmbito, destacam-se algumas das recomendações cuja operacionalização está particularmente focada na melhoria da experiência do turista, como a melhoria da acessibilidade, o estudo sobre públicos-alvo e as rotas intra e inter-bairros.

O **foco na sustentabilidade** é uma força motriz subjacente à elaboração da estratégia, sendo evidenciado ao longo do trabalho como o fenómeno de excesso de pressão turística caminha na direção oposta, ameaçando a sustentabilidade (e resiliência) do setor na cidade. Assim, a elaboração da presente estratégia reflete o **compromisso do Município** com a sustentabilidade, o que promove o **reforço da imagem** da marca do Porto **como destino turístico sustentável**.

O trabalho estratégico desenvolvido para **ativação dos diferentes bairros** de cidade, nomeadamente no âmbito da consolidação e da promoção/divulgação, dará **visibilidade à atratividade de zonas da cidade menos conhecidas** e contribuirá para uma **proposta turística mais completa**, com argumentos de visita para estadias de maior duração, mas menos pressionantes nas áreas de maior saturação.

Consequentemente, e tendo presente os segmentos turísticos do destino Porto, o fortalecimento da oferta

contribuirá para a **consolidação dos níveis da afluência turística**, do **consumo** e da **duração da estada** e da **capacidade de acolhimento**, em paralelo com um melhor equilíbrio com a população residente.

Como resultado da implementação da estratégia apresentada prevê-se que a **crescente atratividade** dos bairros **auçente a ocupação hoteleira** e as **receitas** associadas à taxa turística e ao setor do turismo em geral, impulsionando a **competitividade** do setor e da economia local.

Por fim, a estratégia holística **considera elementos que promovem o aumento da eficiência orçamental em esforços de marketing** territorial e turístico por via de uma **visão coesa do território**, que equilibrará as dimensões do viver e do visitar. Elementos como a análise e afirmação de ativos-âncora, que se assumem como montra para captar a atenção do visitante e incentivar a deslocação das zonas de maior saturação, ou ainda a definição das identidades dos bairros em torno dos aspetos diferenciadores da oferta, sem desconsiderar a diversidade e complexidade das realidades sociais e culturais de cada bairro, potenciam a **comunicação e ativação eficaz** do destino Porto.





5.

ANEXOS

## Anexo 1

### Auscultação: identificação das individualidades especialistas

COMPOSIÇÃO DO GRUPO DE INDIVIDUALIDADES AUSCULTADAS

#### → Individualidades especialistas auscultadas

<p><b>Carlos Brito</b></p> <p>Universidade do Porto/ Associação Portuguesa de Management</p>	<p><b>Carlos Martins</b></p> <p>Opium – Indústrias Criativas</p>	<p><b>Fernando Freire de Sousa</b></p> <p>Universidade do Porto</p>	<p><b>Fundação Serralves</b></p>	<p><b>Hélder Pacheco</b></p> <p>Historiador</p>	<p><b>Ingrid Koeck</b></p> <p>Torel Boutiques</p>
<p><b>Paula Teles</b></p> <p>Mobilidade e Planeamento do Território</p>	<p><b>Jorge Sobrado</b></p> <p>Museu da Cidade</p>	<p><b>Magda Seifert</b></p> <p>Circo de ideias</p>	<p><b>Manuel Cabral</b></p> <p>Museu Nacional Ferroviário</p>	<p><b>Simão Bolívar</b></p> <p>CINBOL – Branding and Event Engineering</p>	<p><b>Teresa Portela Marques</b></p> <p>Universidade do Porto</p>

## Anexo 2

### Tendências do turismo

#### TENDÊNCIAS (1/6)

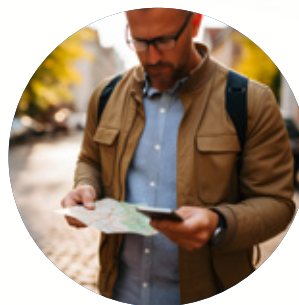


### Crescimento do setor previsto para a próxima década

Segundo uma publicação da European Travel Commission, estima-se um crescimento de cerca de 10% do turismo na Europa em 2023. A nível nacional, o Plano Nacional "Reativar o Turismo | Construir o Futuro" prevê o crescimento do setor entre 2021 e 2027, estimando que o setor ultrapasse os 27 mil milhões de euros de receitas turísticas, em 2027.

Em termos globais, segundo o Statista, em 2023, o setor do turismo foi responsável por 320 milhões de postos de trabalho e estima-se que, em 2033, este número atinja os 430 milhões (o que representará um crescimento de 34%).

O Statista estima também que, em 2023, o setor do turismo registe uma contribuição para o PIB mundial de 9,5 triliões de dólares, sendo que, em 2033, o valor projetado é de 15,5 triliões de dólares (o que representará um crescimento de 63%).



### Digitalização e modernização do turismo

De acordo com o World Economic Forum, desde 2016 até 2025, espera-se que a digitalização na aviação e nas viagens gere benefícios avaliados em 700 mil milhões de dólares para os turistas e para a sociedade em geral.

A digitalização permite aos turistas fazer compras relacionadas com as suas viagens online e aos players turísticos gerir melhor os destinos. Ao fornecerem os seus dados pessoais às empresas e informações sobre os seus padrões de comportamento, os turistas conseguem uma experiência mais personalizada. A conectividade quase universal à Internet de alta velocidade, as tecnologias de pesquisa e geolocalização, os pagamentos móveis e as plataformas sociais geram uma explosão da economia da partilha. Os turistas têm agora acesso a um vasto leque de opções sobre onde ficar, o que fazer e como se locomover.

## Anexo 2

### Tendências do turismo

#### TENDÊNCIAS (2/6)



#### Crescente preocupação com a sustentabilidade (procura e oferta)

Apesar de beneficiar a economia do país recetor, o turismo em massa impacta negativamente a qualidade de vida da população residente quando congestiona os espaços e transportes públicos e aumenta os níveis de poluição, assim como os preços dos bens e serviços.

Sendo que 76% dos turistas expressam a intenção de viajar de forma mais sustentável, a oferta no setor do turismo deve adaptar-se e procurar adotar práticas mais circulares e descarbonizadas. Algumas opções de práticas sustentáveis passam pelo uso de produtos mais ecológicos e aparelhos energeticamente eficientes, conservação de água, utilização de embalagens sustentáveis e minimização do uso de plástico de utilização única. Existem certificações para hotéis que adotam este tipo de práticas e que lhes permitem identificar e implementar formas de melhorar o seu impacto ambiental.



#### Crescimento dos fluxos migratórios e o reconectar no pós-pandemia

Fenómenos como a abertura dos países e regiões e os intercâmbios internacionais de estudantes têm motivado o aumento dos fluxos migratórios e das viagens com o intuito de visitar familiares e amigos (visiting friends and relatives - VFR): esta tendência tem sido amplamente favorecida pela expansão das companhias low-cost e pela consequente diminuição do custo das viagens.

A pesquisa da WYSE Travel Confederation e da UNWTO encontrou evidências de que, quando a economia se encontra em recessão, os jovens tendem a fazer viagens mais longas, isto é, quando existem menos vagas de trabalho disponíveis, consideram fazer um gap year ou ganhar experiência de trabalho fora do seu país, até a economia recuperar.

## Anexo 2

### Tendências do turismo

#### TENDÊNCIAS (3/6)



### Crescente procura por turismo doméstico

A pandemia COVID-19 e a necessidade de conter o contágio levou diversos países a fecharem as suas fronteiras, impactando fortemente o turismo internacional. Neste contexto, o turismo doméstico surgiu como alternativa para os turistas satisfazerem a ambição de conhecer novos locais e lazer. Os números das chegadas ao Porto por via aeroportuária, apresentados no diagnóstico, confirmam a crescente importância do turista nacional na cidade.

Nos países da OCDE, o turismo doméstico representa 75% da despesa total do turismo. Já na União Europeia, a despesa do turismo doméstico é 1,8 vezes superior à despesa do turismo inbound. Globalmente, os maiores mercados domésticos de turismo em termos de gastos são os EUA, com quase 1 trilhão de dólares, a Alemanha, com 249 bilhões de dólares, e o Japão, com 201 bilhões de dólares.



### Procura por turismo de comunidade

Um dos impactos positivos da pandemia é que as pessoas cada vez mais procuram experiências em que possam passar mais tempo com as comunidades locais. A procura por turismo de comunidade, que é um tipo de turismo sustentável em que turistas visitam ou ficam alojados nas comunidades locais (com a intenção de viverem uma experiência autêntica da cultura e tradições locais), tem vindo a aumentar.

Estas comunidades são, muitas vezes rurais, têm dificuldades económicas ou vivem abaixo do limiar da pobreza. As experiências são concebidas em parceria com essas mesmas comunidades, que beneficiam da inclusão financeira e, se as atividades forem devidamente concebidas, do reforço do seu património cultural. Este tipo de turismo garante que os benefícios económicos vão diretamente para as famílias locais e permaneçam dentro da comunidade.

## Anexo 2

### Tendências do turismo

#### TENDÊNCIAS (4/6)



### Crescente procura de segmentos mais jovens

Viajar é um interesse particularmente enraizado entre os Millennials e a Geração Z, segmentos ávidos por novas experiências e com uma maior propensão para o planeamento independente das viagens quando comparados com as gerações anteriores: uma vez que os jovens tendencialmente dispõem de mais tempo livre para viajar, verifica-se que a duração das viagens tende a ser superior à média. Segundo o Student Universe, atualmente, cerca de 6 milhões de estudantes são estudantes internacionais, sendo que a Europa regista o maior número de chegadas, atingindo 1,5 milhões de estudantes, mas a Índia é o país que envia mais estudantes para outros países, registando 1 milhão de partidas.



### Envelhecimento populacional e padrões específicos de procura

De acordo com as Nações Unidas, em 2020, 727 milhões de pessoas faziam parte da população global acima dos 65 anos e, nas próximas três décadas, prevê-se que o número de idosos em todo o mundo atinja mais do que o dobro, contabilizando mais de 1,5 mil milhões em 2050: esta tendência é particularmente relevante nos principais emissores de turistas (e.g. Alemanha, China e EUA), onde o envelhecimento populacional tem maior expressão. Segundo dados do Eurostat, em 2019, a população acima dos 65 anos viaja mais e faz viagens mais longas do que as faixas etárias abaixo e, também se evidenciou um padrão de sazonalidade, pois os seniores tendem a viajar durante a 'shoulder season' (período entre a época alta e a época baixa).

## Anexo 2

### Tendências do turismo

#### TENDÊNCIAS (5/6)



### Alteração de preferências dos turistas e visitantes

É cada vez mais evidente a procura dos turistas por novos conceitos e experiências que vão além da visitação de locais, como viagens sustentáveis, viagens mais relacionadas com lifestyle e viagens que privilegiem a autenticidade e a imersão na cultura local.

O turismo em massa impacta negativamente a qualidade de vida da população residente ao congestionar os espaços e transportes públicos e aumentar os níveis de poluição e os preços dos bens e serviços. Neste sentido, tem-se verificado um aumento do slow tourism e do ecoturismo, especialmente desde a pandemia. Adicionalmente, tem aumentado a procura por viagens únicas e diferentes: de acordo com uma sondagem da Booking, 40% dos turistas manifestam o desejo de viverem um verdadeiro choque cultural em destinos menos turísticos e com uma cultura totalmente diferente.



### Crescimento e normalização do trabalho remoto

O aumento do trabalho remoto e dos nómadas digitais originou um novo nicho de viagens (com os trabalhadores desvinculados do escritório, existe agora margem para trabalhar a partir de outros locais): este nicho de viajantes pode significar que os modelos de subscrição – que tendem a revelar dificuldades devido à baixa frequência de viagens – podem ganhar importância (por exemplo, o Mandarin Oriental, em Washington, oferece o serviço MOBase, destinado aos viajantes que esbatem as fronteiras entre trabalho e lazer; este serviço está disponível numa base de subscrição, que pode ser partilhada dentro das organizações).

Face à redução das viagens de negócios, os trabalhadores remotos com maiores gastos e exigências específicas podem atrair mais atenção nos próximos anos.

## Anexo 2

### Tendências do turismo

---

#### TENDÊNCIAS (5/6)



### Bleisure

“Bleisure” é o termo associado à tendência crescente de combinar trabalho (business) com lazer (leisure) em viagens.

As viagens de negócios irão sofrer alterações nas suas dinâmicas: com o aumento do trabalho remoto, devido à situação pandémica, verificar-se-á um aumento dos turistas híbridos, que procuram experiências turísticas passíveis de serem aliadas à sua vida profissional.

A procura por um maior equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal é atualmente, e cada vez mais, uma prioridade na sociedade, a par de uma maior consciência da importância da saúde física e mental.

Sobretudo os fins-de-semana serão períodos escolhidos para estender as viagens de negócios, mas terminadas as atividades profissionais, o visitante optará por lazer.



### Crescimento do franchising

Assistir-se-á ao crescimento do franchising, sobretudo por parte dos grandes grupos, procurando diminuir os requisitos de capital, o risco operacional e possibilitando o acesso a novos mercados sem necessidade de elevada alavancagem financeira: este modelo de gestão é atrativo, uma vez que permite a obtenção de economias de escala e proporciona um maior reconhecimento da marca, sendo uma excelente estratégia para marcas que pretendam internacionalizar-se. Os franchisors investem, atualmente, bastante na componente tecnológica, e apoiam os franchisees a otimizar o retorno do seu investimento.

As grandes marcas Sheraton, InterContinental, Hilton e Marriott são exemplos de sucesso relativamente ao franchising na indústria hoteleira: esta tendência é mais comum na América do Norte, Europa e no Médio Oriente e verifica-se com menos frequência na Ásia.



## Anexo 2

### Benchmarking Internacional

#### CASOS DE ESTUDO “REATIVOS” – BARCELONA ( 1/4)

##### Barcelona | Espanha



**1,6 milhões** habitantes (2022)

**7 milhões** turistas por ano (2022)

**Agência do Turismo:** I Love BCN

“I Love BCN” é o lema adotado pela marca Barcelona no mercado local, nacional e internacional.

##### Core tasks:

- Solidificar e expandir a reputação, imagem e marca de Barcelona e, desta forma, atrair turistas.
- Fomentar a descentralização do turismo em Barcelona, sugerindo um vasto leque de atividades, restaurantes e locais a visitar, que vai além dos mais conhecidos.

##### → Caracterização da cidade

- Com uma população de 1,6 milhões de habitantes, Barcelona é uma das áreas urbanas mais densamente povoadas da Europa Ocidental e é responsável por mais de 50% da mão de obra e do PIB da Catalunha: nesta cidade situam-se as mais importantes instituições autónomas da Catalunha, incluindo a Generalitat de Catalunya e o Parlamento Catalão.
- É uma cidade multicultural, com 20,2% de residentes estrangeiros, provenientes maioritariamente de Itália, China e Paquistão, sendo faladas mais de 200 línguas.
- As qualidades ambientais, geográficas, económicas, políticas e culturais de Barcelona têm desempenhado um papel significativo na atração de turistas: esta intensidade de fluxos turísticos gera um impacto económico positivo, mas requer planeamento, de forma a assegurar que continua a ser sustentável para a população local.
- Barcelona é conhecida como uma das cidades mais jovens da Europa, também pela vivacidade da sua vida noturna, com oferta diversificada para amantes de música eletrónica, jazz, rock, ritmos latinos ou pop.
- As fortes dimensões cultural e arquitetónica, a grande influência do futebol e a vasta oferta de espaços verdes tornam Barcelona uma cidade que atrai segmentos muito diversificados de turistas, com diferentes motivos para visitarem esta cidade.
- O notório investimento em marketing para promover este destino também é um fator responsável pela intensidade de fluxos turísticos que tanto o caracteriza.

##### → Principais tendências associadas ao turismo

- O excesso de turismo tem provocado um descontentamento da população, motivado em particular pela especulação imobiliária e poluição sonora e das ruas.
- Face aos efeitos negativos do excesso de turismo, Barcelona tem levado a cabo medidas de contenção dos fluxos turísticos que incluem, por exemplo, o controlo sobre as tours, a limitação de oferta de alojamento e restrições nos transportes.

## Anexo 3

### Benchmarking Internacional

---

#### CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – BARCELONA ( 2/4)

#### → Fatores que influenciaram o crescimento do turismo

---



##### Cultura

→ Barcelona é também uma urbe multifacetada e rica em cultura, sendo uma das Cidades da Literatura da UNESCO. Existem 41 bibliotecas, 59 teatros e 57 museus espalhados pela cidade, assim como famosos monumentos arquitetônicos, nomeadamente a Sagrada Família e as casas Batlló e Milá e de Gaudí. Relativamente ao urbanismo, a planta distintiva e característica da cidade é uma das suas imagens de marca.

---



##### Futebol

→ É de salientar a forte influência do futebol na cidade, especialmente na última década, constituindo-se também um fator de atração turística, devido à notoriedade do FC Barcelona. A Camp Nou Experience inclui a visita ao estádio e respetivo museu, atraindo turistas que pretendem conhecer o local onde Lionel Messi jogou durante tantos anos.

---



##### Espaços verdes e parques

→ A capital da Catalunha é caracterizada por uma abundância de espaços verdes e parques, entre os quais se destacam o Park Güell e o Parc de la Ciutadella, que também inclui o jardim zoológico da cidade. Estes dois parques são grandes focos de atração de fluxos turísticos.

---



##### Marketing

→ O marketing tem desempenhado um papel significativo na atração de turistas para Barcelona. Em 2019, a Summa Branding liderou um projeto que tinha como objetivo definir o plano estratégico para a projeção internacional da marca Barcelona para os anos seguintes. Barcelona é, atualmente, uma marca-cidade, com uma estratégia de marketing bem definida.

---



##### Diversificação dos mercados

→ O destino Barcelona caracteriza-se por atrair segmentos de turistas muito diversificados no que diz respeito ao país de origem, bem como à sua razão para viajar. Alguns dos mercados mais proeminentes, de acordo com a tipologia são os seguintes: turismo cultural, turismo profissional, turismo médico, turismo desportivo, turismo de luxo e turismo gastronómico.

---

## Anexo 3 Benchmarking Internacional

CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – BARCELONA ( 3/4)

### → Principais desafios associados ao crescimento do turismo



#### Aumento da poluição

A poluição é uma das consequências do excesso de turismo. No caso de Barcelona, os residentes queixam-se, especialmente, da poluição sonora causada pelos turistas e do lixo que estes deixam nas ruas da cidade.



#### Aumento dos estabelecimentos de alojamento local ilegais

O aumento da intensidade de fluxos turísticos levou também a um aumento de estabelecimentos de alojamento local ilegais. Têm sido tomadas medidas, como por exemplo a cobrança de uma multa de 600.000 euros à plataforma Airbnb por continuar a anunciar apartamentos não licenciados e a duplicação do número de inspetores com a função de verificar estes estabelecimentos.



#### Especulação imobiliária

Nas cidades em que se verifica um aumento do turismo em massa, é comum que esse aumento seja acompanhado por especulação imobiliária. Barcelona não é exceção: as propriedades que deveriam ser, em primeiro lugar, casas para a população residente, são, cada vez mais, ativos destinados ao investimento.



#### Descontentamento da população

A população que vive nas comunidades locais, como El Raval, no centro de Barcelona, queixa-se do aumento dos preços da habitação, do ruído e da poluição das ruas. Estes problemas forçam grande parte desta população a mudar-se, sendo que a população mais jovem é a mais afetada. Os transportes públicos encontram-se congestionados, dificultando a circulação dos residentes. Ao longo dos últimos anos têm ocorrido diversos protestos contra o turismo em massa por parte da população local e da organização Arran, ligada a grupos que defendem a independência catalã.



#### Deslocação da população local

O excesso de turismo em Barcelona gerou uma transformação do mercado imobiliário. Para além do aumento dos níveis de poluição, o aumento do número de estabelecimentos de alojamento local, que diminui o stock habitacional para a população local, e o aumento dos preços das casas e das rendas, forçam uma parte da população a mudar-se. A população mais jovem é a mais afetada, especialmente os jovens que vivem nas zonas mais turísticas.

## Anexo 3

### Benchmarking Internacional

CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – BARCELONA ( 4/4)

#### → Soluções encontradas associados à problemática do crescimento do turismo



##### Maior controlo sobre as tours

- Os guias turísticos estão, atualmente, proibidos de utilizar megafones durante as visitas que lideram, para reduzir o ruído gerado.
- As rotas devem ser planeadas de forma a causar a menor inconveniência possível, ter apenas um sentido e abranger, no máximo, 24 ruas ou quarteirões. As paragens deverão ser feitas em locais amplos e com espaço.
- Os grupos devem ser constituídos por 30 pessoas, no máximo. Quando são incluídas ruas mais estreitas nos tours, este limite diminui para 15 pessoas.



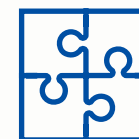
##### Limitar o alojamento disponível

- Relativamente ao aumento exponencial de estabelecimentos de alojamento local, Barcelona foi uma das primeiras cidades a implementar um sistema de quotas nos licenciamentos, suspendendo por completo o aumento da oferta deste tipo de estabelecimentos em determinados bairros.
- Esta medida também abrange o setor hoteleiro. Nas zonas da Sagrada Família e Poblenou só poderão ser abertas novas unidades hoteleiras em substituição das que, eventualmente, fechem.



##### Restrições nos meios de transporte

- Foram interditos os passeios de segway e de scooters elétricas no centro histórico e junto às praias, de forma a evitar que estas zonas fiquem ainda mais congestionadas.
- A presidente da câmara de Barcelona opõe-se a uma extensão da capacidade do aeroporto, de forma a limitar as chegadas de turistas por via aérea.
- A redução do número de cruzeiros que visitam anualmente este destino é outra medida tomada para reduzir os fluxos turísticos.



##### Barcelona Like Never Before

- Após a pandemia, foi lançada a campanha Barcelona Like Never Before, destinada a visitantes de outras zonas de Espanha e de outros países.
- Esta campanha preconizava ruas mais calmas e limpas e um turismo mais sustentável, visando, principalmente, “turistas de alta qualidade”, com interesse em participar na cultura local. Um dos objetivos era, assim, estabelecer uma relação mais equilibrada entre turistas e residentes.



**→ Através destas soluções, Barcelona assumiu um compromisso com um modelo de turismo mais sustentável, transformando-se num exemplo para outros destinos que sejam confrontados com as consequências do excesso de turismo**

## Anexo 3 Benchmarking Internacional

### CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – AMESTERDÃO ( 1/4)

#### Amesterdão | Países Baixos

**I amsterdam**®



**880 mil** habitantes (2022)

**17 milhões** turistas por ano (2022)

**Agência do Turismo:** Amsterdam&partners

“**I amsterdam**” é o lema adotado pela marca Amsterdam no mercado local, nacional e internacional.

#### Core tasks:

- Construir e melhorar a reputação da Área Metropolitana de Amesterdão.
- Distribuir residentes e visitantes por toda a Área Metropolitana de Amesterdão.
- A plataforma *I amsterdam* pretende potenciar o crescimento do turismo em toda a região envolvente.

#### → Caracterização da cidade

→ Amesterdão é a capital dos Países Baixos e é uma das cidades mais populosas do país. A cidade está estrategicamente localizada no coração da Europa, tornando-se um dos pontos turísticos mais importantes do continente europeu.

→ Após a crise financeira mundial de 2008, os Países Baixos, e especialmente Amesterdão, investiram fortemente no turismo: foi realizado um forte investimento em marketing da cidade, promovendo-a como destino turístico de excelência, assim como nas infraestruturas turísticas, nomeadamente na construção de novos hotéis; além disso, a cidade tem infraestruturas de transporte robustas, que facilitam a mobilidade dentro e fora da cidade.

→ Amesterdão é uma das capitais europeias mais populares, atraindo milhões de turistas todos os anos, em especial jovens que procuram experimentar a sua vibrante vida noturna: a cidade é reconhecida pela sua tolerância relativamente ao consumo de canábis recreativo ou à legalização da prostituição, maioritariamente associados a uma zona específica da capital – Red Light District.

→ A cidade é também conhecida pelos inúmeros canais que a atravessam, sendo fortemente procurada por cruzeiros turísticos: Amesterdão detém um dos principais portos turísticos da Europa.

Amesterdão é servida por um dos maiores aeroportos da Europa (o Aeroporto de Schiphol), que se constitui como um importante hub de transporte internacional; além disso, os Países Baixos possuem uma excelente rede ferroviária que facilita a chegada de turistas de países vizinhos.

#### → Principais tendências associadas ao turismo

- Amesterdão apresenta um excesso de turismo e um considerável descontentamento residencial.
- O impacto do turismo tem sido amplamente contestado em Amesterdão, levando a políticas corretivas e reativas para inverter alguns dos fatores que contribuíram para o excesso de turismo e para atenuar os impactos negativos daí decorrentes.

## Anexo 3

### Benchmarking Internacional

---

#### CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – AMESTERDÃO ( 2/4 )

#### → Fatores que influenciaram o crescimento do turismo

---



##### **Forte investimento após a crise de 2008**

- Após a crise financeira mundial de 2008, os Países Baixos e, em especial, Amesterdão, investiram fortemente no turismo.
  - Foi realizado um forte investimento no marketing da cidade, promovendo-a como destino turístico e nas infraestruturas turísticas, nomeadamente na construção de novos hotéis no centro da cidade.
- 



##### **Empresas de arrendamento tornam a estadia barata**

- A crise financeira foi responsável por cortes na construção de novas casas
  - Este problema foi agravado pelo aumento de empresas de arrendamento mal regulamentadas, como o Airbnb, que geralmente tornam as estadias mais baratas e, em muitos casos, contribuem para a transferência de imóveis do mercado de habitação para o mercado do alojamento turístico.
- 



##### **Localização no coração da Europa e acessibilidade**

- A localização no coração da Europa e as frequentes ligações ferroviárias tornam a cidade facilmente acessível.
  - O aeroporto de Schiphol, um dos mais movimentados da Europa, serve como uma importante porta de entrada internacional.
- 



##### **Turismo de cruzeiros e turismo de “festa”**

- Amsterdão é um importante porto para navios de cruzeiro, levando a que grandes fluxos de turistas explorem a cidade durante o itinerário dos cruzeiros.
  - A reputação de Amsterdão como uma cidade tolerante em relação a questões como consumo de canábis e prostituição faz com que a cidade atraia inúmeros visitantes que procuram turismo de “festa”.
- 



##### **Intensas campanhas de marketing**

- Intensas campanhas de marketing colocaram Amesterdão no mapa internacional
  - A organização Amsterdam Marketing desempenhou um papel fundamental na promoção da cidade como destino turístico.
-

## Anexo 3

### Benchmarking Internacional

#### CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – AMESTERDÃO (3/4)

#### → Principais desafios associados ao crescimento do turismo



##### → Descontentamento da população

- A população de Amesterdão está descontente não só com o excesso de turismo que invade a cidade, mas também com o turismo associado a festas, álcool e canábis: ao longo dos últimos anos têm ocorrido diversas manifestações contra o turismo em massa; o excesso de turismo reduz quer a qualidade da experiência dos visitantes, quer a qualidade de vida dos moradores locais.
- O aumento do turismo coloca também pressão sobre a infraestrutura da cidade, incluindo os transportes públicos.



##### → Deslocação da população local

- Um dos principais impactos do excesso de turismo é a deslocação da população local: as famílias, jovens em particular, têm dificuldade em encontrar habitação a preços acessíveis na cidade.
- O aumento dos preços e a utilização de casas para arrendamento a turistas força muitos moradores locais a mudarem-se para áreas periféricas da cidade, contribuindo para a gentrificação e a perda da identidade de bairros tradicionais de Amesterdão.



##### → Comportamento inadequado dos turistas

- O turismo de Amesterdão frequentemente associado a festas, consumo de álcool e de drogas está a provocar um aumento da criminalidade em certas partes da cidade.
- As autoridades municipais também expressaram preocupação com o impacto dos passeios pelo Red Light District, citando sobrelotação e comportamentos desrespeitosos por parte dos turistas.



##### → Degradação da cidade

- Os famosos canais e edifícios históricos de Amesterdão correm o risco de sofrer danos devido ao elevado número de visitantes e os parques e espaços verdes (e.g. campos de tulipas) da cidade estão frequentemente sobrelotados, danificados e repletos de lixo.



##### → Impactos ambientais

- O turismo em massa tem impactos negativos sobre o meio ambiente, maioritariamente associado à poluição dos canais que cobrem Amesterdão, quer pelo comportamento desadequado dos turistas, quer pelo excesso de navios de cruzeiro que navegam nos canais.

## Anexo 3

### Benchmarking Internacional

CASOS DE ESTUDO “REATIVOS” – AMESTERDÃO (4/4)

#### → Soluções encontradas associados à problemática do crescimento do turismo



##### Restrições nos centros

- Imposição de regras para os estabelecimentos de alojamento local: não podem ser arrendados por mais de 30 dias, são proibidos em algumas partes da cidade e durante alguns períodos.
- Proibição de certas atividades e negócios turísticos no centro histórico da cidade de Amesterdão (e.g. lojas de souvenirs, sex shops, lojas de câmbio).
- Remoção das letras “I amsterdam” do centro da cidade.
- Transformação de alguns hotéis em edifícios residenciais e de escritórios.



##### Alargar o turismo a outras regiões

- O NBTC\* afirma no relatório “Perspetiva 2030” que os Países Baixos querem atrair visitantes para diferentes partes do país e, se possível, em diferentes épocas do ano.
- A agência Amsterdam & Partners pretende distribuir o turismo por toda a Área Metropolitana de Amesterdão, divulgando no seu site bairros vizinhos da cidade de Amesterdão.
- Existe um plano para fechar um número significativo de bordéis no “De Wallen Red Light District” e realocá-los para um único “centro erótico” longe do centro da cidade.



##### Campanha “Stay Away”

- Amesterdão lançou uma campanha para desencorajar os jovens turistas britânicos de visitarem a capital para festejar descontroladamente.
- A campanha é direcionada para turistas britânicos do sexo masculino, com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos.
- As autoridades afirmam que a campanha pode ser expandida no final do ano para incluir visitantes que demonstrem um mau comportamento, quer de outras regiões dos Países Baixos quer de outros países da UE.



##### Restrições aos transportes

- Amesterdão considera a proibição de navios de cruzeiro no centro da cidade: embora o plano tenha sido aprovado pela Câmara Municipal, as mudanças ainda não foram promulgadas.
- Limitação da capacidade do aeroporto de Schiphol: redução no número de voos internacionais.
- Redução do número de “beer bicycles” permitidas na cidade.



**→ Confrontado com as consequências do excesso de turismo, o conselho de turismo dos Países Baixos passou da “promoção do destino” para a “gestão do destino”, comprometendo-se a garantir que todos os residentes beneficiem do turismo até 2030**

\* Netherlands Board of Tourism & Conventions

Fonte: EY-Parthenon com base me NBTC, Dutchreview, BBC e Forbes.



## Anexo 3 Benchmarking Internacional

### CASOS DE ESTUDO “REATIVOS” – BRUGES (1/2)

#### Bruges | Bélgica



**120 mil** habitantes (2022)

**8 milhões** turistas por ano (2022)

**Agência do Turismo:** Visit Bruges

#### Estratégia 2019-2024:

- O turismo contribui para o equilíbrio da cidade.
- O turismo contribui para que a cidade seja conectada.
- O turismo contribui para que a cidade seja atrativa.
- O turismo contribui para que a cidade seja empreendedora.

Fonte: EY-Parthenon com base em Visit Bruges.

#### → Caracterização da cidade

- Bruges, localizada no noroeste da Bélgica, é a capital da província da Flandres Ocidental.
- A cidade de Bruges é conhecida como a “Veneza do Norte”, por causa dos inúmeros canais que atravessam a cidade: os canais de Bruges são um destaque da cidade e uma das principais atrações, permitindo que os visitantes façam passeios de barco pela cidade e apreciar a arquitetura de Bruges a partir da água.
- O porto de Zeebrugge contribui significativamente para a acessibilidade e a facilidade de visita a Bruges: por um lado, Zeebrugge serve como um importante terminal de cruzeiros para navios que visitam Bruges (alguns cruzeiros fluviais que exploram os canais de Bruges podem ter início ou fim em Zeebrugge); por outro lado, o porto de Zeebrugge é uma porta de entrada importante para ferries que ligam Bruges ao Reino Unido.
- A rica história e a arquitetura medieval bem preservada de Bruges atrai turistas interessados em explorar o passado da cidade, a sua atmosfera medieval e a ampla herança cultural.
- No século XV, a cidade teve um forte desenvolvimento: grande parte do património medieval permanece praticamente intacto, pelo que a UNESCO designou todo o centro da cidade como Património Mundial.

#### → Principais tendências associadas ao turismo

- Bruges tem sido uma das cidades europeias mais procuradas por turistas nos últimos anos e, adicionalmente, tem-se verificado uma tendência de aumento do turismo de um dia (os chamados “excursionistas”), isto é, grupos de turistas que viajam de outro ponto turístico para visitar Bruges em apenas um dia.
- Apesar do aumento do turismo em Bruges, a maior parte dos habitantes não considera que o turismo afete negativamente a cidade.
- Bruges tem apresentado algumas estratégias de demarketing para prevenir o excesso de turismo na cidade.

## Anexo 3 Benchmarking Internacional

### CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – BRUGES (2/2)

#### → Estratégias de prevenção implementadas

- O crescimento do excursionismo está a ser travado, enquanto o turismo residencial de vários dias está a ser incentivado.
- **Prioridade ao turismo overnight** → A promoção de estratégias de demarketing (isto é, Bruges decidiu não promover visitas de apenas um dia à cidade): para isso, Bruges acabou com as suas campanhas publicitárias localizadas em cidades próximas, como Bruxelas e Paris e em aeroportos vizinhos
- **Promoção da envolvente** → Fora da zona central, pode ser desenvolvida uma oferta mais alargada de experiências únicas e autênticas, temporárias ou permanentes. → Bruges pretende evoluir de uma concentração turística para um modelo de diferenciação: este modelo permite alargar a zona turística, sempre que relevante e desejável, de forma limitada e controlada a outros bairros urbanos dentro e fora do centro da cidade.
- **Restrições específicas** → Os critérios seletivos para novos hotéis ou extensões dos existentes no centro da cidade mantêm-se em vigor e, adicionalmente, mantêm-se a restrição a novos alojamentos no centro da cidade. → O porto em Bruges tem capacidade para atracar cinco navios de cruzeiro de cada vez, mas o número foi limitado a dois por dia. → Adicionalmente, é solicitado às empresas de cruzeiros que atraquem durante a semana, em vez de o fazerem no fim de semana.
- **Crescimento inteligente** → Bruges pretende promover um turismo de qualidade, quer para o turismo de apenas um dia quer para o turismo overnight. → A estratégia tem como foco o prolongamento da duração da estadia com vista a maiores gastos e uma maior satisfação dos visitantes, de modo a aumentar as potenciais visitas repetidas e a recomendação do destino. → Pretendem potenciar o crescimento quantitativo do turismo overnight nos períodos de época baixa (meio da semana e meses de janeiro a março).



#### → Qualidade de vida

O turismo em Bruges é percecionado como um turismo de qualidade, onde não se verificam fortes aglomerados de turistas.



#### → Harmonia residentes-visitantes

A maioria dos habitantes consideram que o turismo se encontra num nível que ainda é benéfico para a cidade.



#### → Recuperação pós-pandemia

Pretende-se o aumento do turismo overnight em detrimento do turismo de apenas um dia, que é atualmente prevalente.



#### → Destino de qualidade

A limitação do número de navios cruzeiro que pode atracar por dia no porto diminuiu a poluição da zona.

## Anexo 3 Benchmarking Internacional

### CASOS DE ESTUDO “REATIVOS” – VIENA (1/2)

#### Viena | Áustria

**VIENNA**  
NOW ♦ FOREVER



**2 milhões** habitantes (2022)

**6 milhões** turistas por ano (2022)

**Agência do Turismo:** Vienna Now. Forever

“**Vienna Now. Forever**” é o slogan adotado para representar Viena como marca.

#### Core tasks:

- Solidificar e expandir a reputação, imagem e marca de Viena e, desta forma, atrair turistas.
- Apresentar a turistas e potenciais visitantes notícias sobre a cidade, relatórios anuais com factos e estatísticas, serviços, dicas e ferramentas úteis e, também, atrações, restaurantes e opções de alojamento.

#### → Caracterização da cidade

- Viena é a 6.<sup>a</sup> cidade mais populosa da Europa, sendo caracterizada pela multiculturalidade dos seus residentes, que apresentam cerca de 180 nacionalidades diferentes: quase 30% destes residentes nasceram fora da Áustria (Viena tornou-se um destino ideal para emigrantes devido aos seus recursos públicos e elevada qualidade de vida).
- Rica em cultura, a cidade é conhecida também pelos seus palácios históricos e teatros opulentos e é uma das capitais europeias da música clássica, tendo sido o lar de Mozart, Schubert, Brahms, Mahler, Strauss e Beethoven.
- Este destino conta com mais de 50 museus e mais de 26.000 salas de espetáculos, às quais se somam outras em construção ou renovação: também têm surgido, nos últimos anos, salas de espetáculos vanguardistas e coletivos de arte socialmente conscientes.
- Cerca de 50% da cidade é designada como espaço verde, existindo quase 1.000 parques públicos mantidos pelo Estado.
- A ciclovía pavimentada estende-se por mais de 1.300 km e as emissões de carbono são baixas, com uma percentagem crescente da população a optar por transportes públicos em detrimento do carro.
- Viena é considerada um exemplo de gestão sustentável do turismo e foi graças à estratégia “Visitor Economy Strategy 2025”, delineada para responder ao excesso de fluxos turísticos que esta cidade se tornou num caso de sucesso.

#### → Principais tendências associadas ao turismo

- Verifica-se uma tendência de deslocação para fora do centro da cidade à medida que a população de Viena continua a crescer: as principais instituições e intervenientes culturais estão a ser incentivados a alargar a sua programação a áreas descentralizadas da cidade.
- Os novos grupos pop vienenses e as orquestras clássicas estão a atingir elevados níveis de popularidade, atraindo a atenção internacional.

## Anexo 3 Benchmarking Internacional

### CASOS DE ESTUDO "REATIVOS" – VIENA (2/2)

#### → Estratégias de prevenção implementadas

##### → Monitorização e salvaguarda da população residente

→ Para prevenir o excesso de turismo, Viena apostou numa forte monitorização, através de um conjunto indicadores-chave de desempenho, relativos, por exemplo, às receitas das dormidas de turistas e o impacto económico induzido.

→ Adicionalmente, a importância da satisfação dos residentes sempre esteve em pé de igualdade com a importância da qualidade da experiência para os turistas: assim, é garantido um equilíbrio entre as necessidades dos residentes e dos turistas e evitado o descontentamento da população local.

##### → Diversidade de inputs no planeamento estratégico

→ A estratégia de prevenção do excesso de turismo envolveu múltiplos stakeholders, incluindo os representantes da cidade de Viena e dos seus distritos, da indústria turística e de diversos outros setores relacionados com a economia do turismo.

→ Para facilitar este processo, o Turismo de Viena continuará a apoiar ativamente o processo de partilha de informações, reflexão e desenvolvimento a vários níveis ao longo dos próximos anos.

##### → Campanha *Wien Tourismus*

→ Após um considerável aumento de fluxos turísticos em 2018, como estratégia de prevenção do excesso de turismo, Viena lançou a campanha *Wien Tourismus*: esta campanha incentivava os turistas a visitar locais e atrações fora da cidade.

→ O centro da cidade é o primeiro e, muitas vezes, o único destino para muitos turistas em Viena: o objetivo das campanhas direcionadas foi dispersar os turistas dos hotspots e distribuí-los para locais menos saturados da cidade.



##### → Qualidade de vida

Viena foi classificada como a cidade com maior qualidade de vida das 140 cidades analisadas pelo Índice Global de Habitabilidade de 2018 do The Economist, o que não seria possível se se verificasse um excesso de turismo.



##### → Harmonia residentes-visitantes

A garantia de que existe um equilíbrio entre as necessidades da população residente e dos turistas evita o descontentamento dos locais face ao turismo e que estes o encarem o como algo negativo.



##### → Recuperação pós-pandemia

Após 2019 ter sido o ano com mais chegadas de turistas a Viena, em 2020, a pandemia contribuiu para uma diminuição desses valores, sendo que, desde então, as chegadas têm aumentado de forma consistente, aproximando-se dos valores de 2019.



##### → Destino de qualidade

A limitação do número de navios cruzeiro que pode atracar por dia no porto diminuiu a poluição da zona.

## Anexo 4

### Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto

#### PLANO DE AÇÃO OPERACIONAL

##### Saúde e bem-estar

- **Expandir programas Porto outdoor:** incluir programas já existentes nos circuitos turísticos, abrindo-os a residentes internacionais e turistas.
- **Alavancar a rede Great Wine Capitals:** promover programas ligados ao enoturismo e, em particular, à região dos vinhos Verdes e do Douro.
- **Dinamizar os caminhos de Santiago:** promover o papel que o Porto tem no Caminho, apresentando-o como referência no Noroeste peninsular.
- **Priorizar o bem-estar comunitário:** incentivar a coesão da comunidade, promovendo atividades de lazer que garantam o intercâmbio cultural entre locais, turistas e expatriados.

##### Sustentabilidade e cidade ecológica

- **Alcançar neutralidade carbónica até 2030:** em linha com o Pacto do Porto para o Clima.
- **Criar estratégia de promoção dos espaços verdes:** promover narrativas voltadas para espaços públicos exteriores – jardins, frente atlântica – envolvendo municípios vizinhos.
- **Descentralizar o turismo através dos espaços verdes:** potencializar a atratividade de espaços verdes periféricos.
- **Reforçar ligações entre espaços urbanos e naturais:** simplificar a ligação entre centro, interior e costa.

##### Comunidade e cultura

- **Criar agenda específica para novos targets:** micro-festivais emergentes dedicados à Geração Z.
- **Alavancar o ímpeto cultural dos eventos públicos:** deslocalizar eventos atuais e novos do centro para outros locais de destaque.
- **Criar micro-táticas de hospitalidade:** formar micro-comunidades que juntem artistas, turistas e população local.
- **Fomentar o programa “Porto Tradição”:** alargar o reconhecimento a estabelecimentos históricos fora do centro.
- **Desenvolver a marca “Designed in Porto”:** envolver marcas da cidade com designers e fabricantes contemporâneos.

##### Turismo

- **Criar novas rotas** pela cidade.
- **Aumentar a oferta de programas turísticos,** diversificando a oferta turística tradicional.
- **Promover internacionalmente o destino do Porto** de forma integrada e harmoniosa em toda a cidade.
- **Descentralizar a oferta turística** da cidade.
- **Debater e encontrar uma divisão interna por “bairros”/“quarteirões”:** criar experiências de turismo imersivo.

## Anexo 4

### Visão de Futuro para a Sustentabilidade do Destino Porto

#### AÇÕES A IMPLEMENTAR

##### → Capacitação, qualificação e regulação

**Desenvolver o programa “Formação + Próxima”,** proporcionando oportunidades de formação aos trabalhadores deste setor para que se tornem “embaixadores” da cidade na recepção aos turistas.

**Operacionalizar o programa “Turismo Vai à Escola”,** um programa de formação que visa demonstrar a importância do turismo positivo na cidade, reconhecer as profissões do turismo e salientar a importância da partilha do território e património.

**Desenvolver o programa “Confiança Porto”:** criar uma plataforma de destaque para esta distinção e permitir que esta abranja novas atividades, como as free walking tours.

**Criar normas municipais para animadores de rua:** face ao aumento do número de animadores e do espaço que tomam na via pública, estão a ser criadas normas que acomodem os interesses dos artistas, dos comerciantes e transeuntes.

**Lançar o observatório de turismo e destacar o Conselho Municipal do Turismo:** um Observatório consultivo de apoio à tomada de decisão e um Conselho dedicado a auscultar os stakeholders da cidade darão palco a quem está no terreno.

##### → Comunicação ao público

**Reformular a marca VisitPorto:** uma nova imagem será apresentada brevemente e levará à criação de um novo portal.

**Desenvolver novas funcionalidades na plataforma Explore Porto:** esta ferramenta ao serviço da mobilidade será fundamental para os percursos associados às novas narrativas.

**Projetar o Porto como uma cidade digital, também na comunicação:** chegar a novos e diferenciados segmentos de mercado dependerá da adaptação às mais recentes plataformas digitais.

→ **Criar pórticos de boas-vindas em locais-chave,** ativando a marca Porto e estendendo também a abrangência dos atuais Postos de Turismo e quiosques de acolhimento.

##### → Imprensa internacional

###### Nova estratégia de relações públicas

Implementar estratégias que maximizem o alcance de todas as ações:

- Apostar em imprensa internacional de referência e especializada em lifestyle para apresentação das novas narrativas;
- Conciliar a aposta em imprensa tradicional, digital e em influenciadores;
- Desenvolver press trips adaptadas à experiência de cada narrativa;
- Cocriar conteúdos/publireportagens.

## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### ESTRATÉGIA PORTO 2030: OBJETIVOS E PRINCIPAIS LINHAS DE ATUAÇÃO

##### Objetivo



**Promover novos eixos de atividades comerciais e de animação urbana e, simultaneamente, novas centralidades turísticas associadas a vertentes menos exploradas (como o turismo cultural e de lazer, de congressos ou de negócios, entre outras tipologias de turismo especializado), de modo a assegurar um maior equilíbrio das funções urbanas pelo território da cidade**

→ O PDM 2021 propõe-se contribuir para a desconcentração de algumas das atividades cujo impacto nos aspetos identitários é mais intenso, com destaque para o turismo. Para além de promover um maior equilíbrio territorial do desenvolvimento urbano, a criação de polos de atração alternativos libertará o centro histórico e tradicional de parte da pressão urbanística de que é alvo.

→ O facto de algumas das zonas mais estigmatizadas da cidade, como a zona oriental, oferecerem um elevado potencial para a fixação de novas atividades económicas, motivado pela presença de antigas unidades industriais desativadas, permite uma complementaridade entre o objetivo de redução das assimetrias sócio-espaciais e uma estratégia centrada na promoção de condições para o reforço da competitividade da base económica urbana e o crescimento do emprego.

→ Diversas atividades que nos últimos anos registaram um forte dinamismo deverão ser atraídas por polos alternativos, designadamente à Baixa e à Boavista.

→ Em certas áreas, será promovida uma transformação significativa, tirando partido de espaços ainda devolutos ou de edificado obsoleto. Pretende-se que estas áreas acolham muita da oferta de habitação e de emprego que o Porto precisa para se revitalizar demograficamente e reforçar a competitividade da sua economia e que induzam novas centralidades – comerciais, culturais, turísticas – e focos de animação urbana.

→ Será a capacidade de desenvolver o potencial e complementaridade entre todos estes espaços, bem como, o seu funcionamento, que permitirá ao Porto continuar a afirmar o seu carácter e protagonismo no contexto do sistema urbano regional, nacional e europeu.

## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### DIVISÃO DO PORTO EM ÁREAS PELO PLANO DIRETOR MUNICIPAL DO PORTO 2021

##### A Área Central

Corresponde à cidade consolidada e normalmente estruturada por bairros, englobando o Centro Histórico, a Expansão Almadina, a Baixa, a Boavista, as Antas, etc. Nesta área central pretende-se tirar partido do seu assinalável dinamismo, preservando e requalificando o património arquitetónico e urbanístico existente, promovendo novos valores urbanos, requalificando o espaço público e criando novas áreas verdes de fruição coletiva, ligadas o mais possível entre si, através de percursos arborizados.

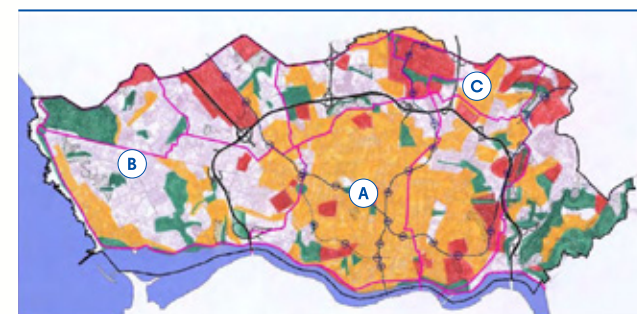
##### B Área Poente

O setor poente da cidade é delimitado pela frente de água, pela Circunvalação, pela Área Empresarial de Ramalde e pela Via de Cintura Interna. Importantes espaços verdes marcam presença neste território, desde logo, o Parque da Cidade e todo o eixo verde que integra Serralves, o Parque da Pasteleira e o Jardim do Calém, junto ao rio Douro. Neste setor permanece ainda uma significativa área não consolidada, a estruturar a partir da abertura da via Nun'Álvares, projeto adiado há décadas, cuja concretização se fará no âmbito de uma Unidade Operativa de Planeamento e Gestão (UOPG) que permitirá "coser" as malhas existentes e criar novos espaços verdes associados à renaturalização de linhas de água. A intervenção urbanística com maior impacto na zona será, contudo, a requalificação profunda da frente de água marítima e fluvial, que possui valores patrimoniais e paisagísticos de inegável importância e que contribuirá certamente para a desconcentração de atividades ligadas ao turismo e ao lazer a partir do centro tradicional.

##### C Arco Nascente

Corresponde a um território extenso delimitado pela Área Empresarial de Ramalde, Circunvalação, Concelho de Gondomar, Rio Douro e Via de Cintura Interna. Vários dos projetos urbanos mais ambiciosos e com maior vocação transformadora estão localizados neste setor da Cidade. A instalação na Corujeira de uma área extensa para acolhimento de atividades económicas e o novo polo multifuncional nos terrenos do antigo Matadouro Municipal constituem apostas fortes para a afirmação de uma nova centralidade que, devidamente articulada com a das Antas, assumirá certamente um papel chave no processo de desenvolvimento desta área da cidade.

#### Divisão do Porto em três áreas principais



- Tecido urbano em consolidação
- Espaço verde existente e proposto
- Grandes contentores espaciais (Atividades económicas, ensino e formação, cultura, saúde e salubridade, infraestruturas, etc.)
- Bairros e frente urbana
- Linha Metro existente
- Linha Metro proposta
- M Estações de Metro
- Rede de ciclovias estruturantes
- VCI



## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### ÁREAS DE REABILITAÇÃO URBANA (ARU) E OPERAÇÕES DE REABILITAÇÃO URBANA (ORU)

##### → ORU de Campanhã

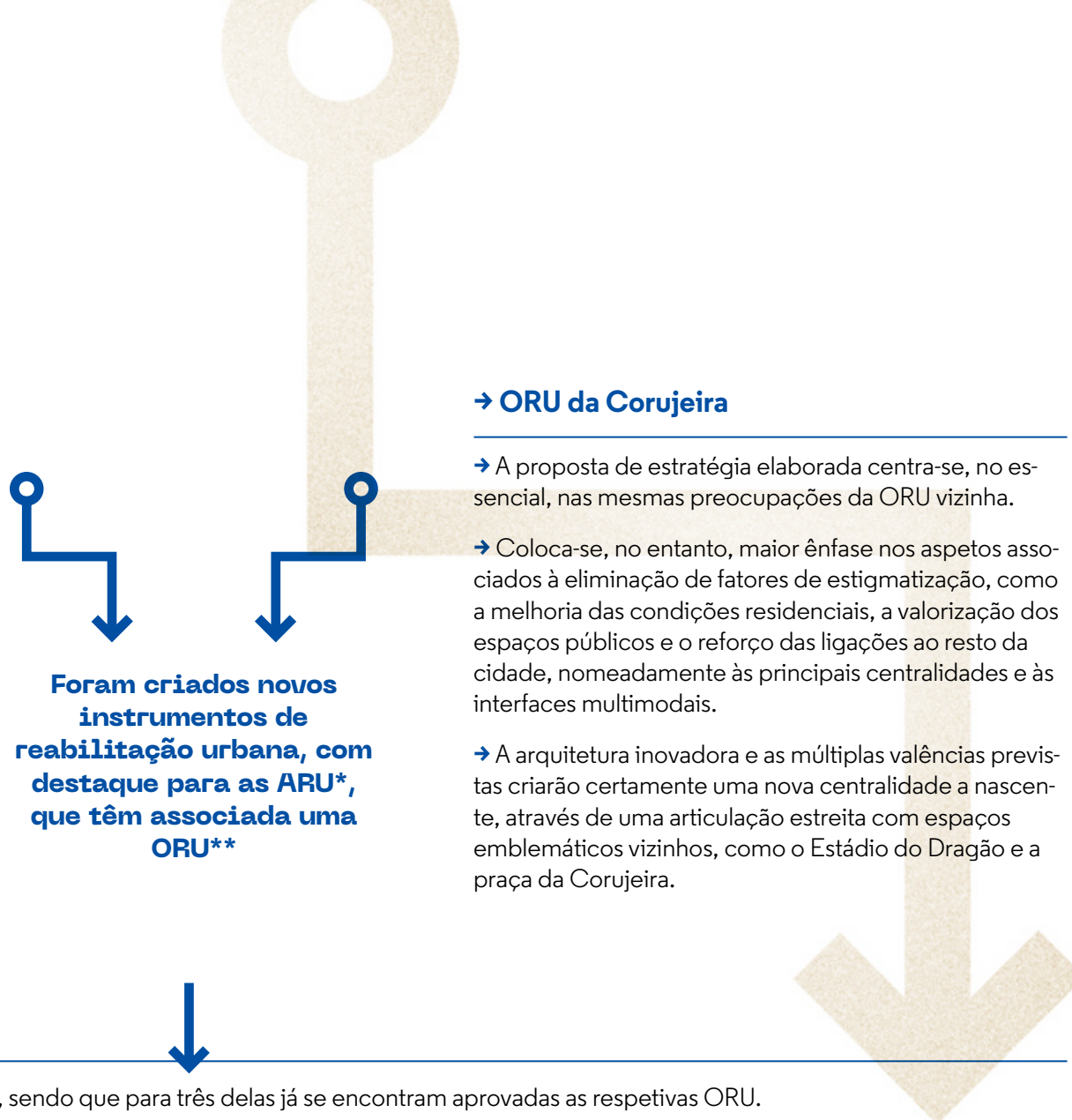
- Abrange a área envolvente à principal infraestrutura ferroviária da Região Norte.
- Distingue-se das abordagens mais “tradicionais” de reabilitação urbana, colocando no centro das suas preocupações aspetos como a criação de áreas empresariais e a eliminação de barreiras físicas à mobilidade intra-urbana, em detrimento da habitual preponderância na reabilitação do património edificado.
- Estão previstas intervenções profundas nos espaços públicos, no sentido do reforço da estrutura ecológica (nomeadamente estabelecendo continuidades entre os espaços verdes existentes e qualificando os espaços naturais), contribuirão igualmente para o reforço da atratividade deste território, vizinho do Parque Oriental.
- No âmbito das acessibilidades, pretende-se, entre outros, promover a qualidade do transporte público e melhorar os percursos pedonais e cicláveis.

→ No caso concreto do Porto encontram-se delimitadas dez ARU, sendo que para três delas já se encontram aprovadas as respetivas ORU.

→ A zona oriental é uma das principais beneficiárias da potencial expansão de diversas dinâmicas urbanas. Esta área tem atributos como a disponibilidade de espaços para a fixação de uma grande diversidade de usos, a conectividade externa, a razoabilidade dos custos imobiliários e, em diversos locais, a presença de qualidades paisagísticas, arquitetónicas e culturais ainda pouco exploradas.

\* Área de Reabilitação Urbana \*\* Operação de Reabilitação Urbana

Fonte: Plano Diretor Municipal do Porto 2021.



##### → ORU da Corujeira

- A proposta de estratégia elaborada centra-se, no essencial, nas mesmas preocupações da ORU vizinha.
- Coloca-se, no entanto, maior ênfase nos aspetos associados à eliminação de fatores de estigmatização, como a melhoria das condições residenciais, a valorização dos espaços públicos e o reforço das ligações ao resto da cidade, nomeadamente às principais centralidades e às interfaces multimodais.
- A arquitetura inovadora e as múltiplas valências previstas criarão certamente uma nova centralidade a nascente, através de uma articulação estreita com espaços emblemáticos vizinhos, como o Estádio do Dragão e a praça da Corujeira.

## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### ÁREAS DE REABILITAÇÃO URBANA (ARU) E OPERAÇÕES DE REABILITAÇÃO URBANA (ORU)



O Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano (PEDU), submetido em 2015, insere-se no processo de contratualização entre os municípios e a Administração Central respeitante ao Programa Operacional Norte 2020. Este plano desdobra-se em três planos de ação, designadamente o PAMUS (Plano de Ação para a Mobilidade Urbana Sustentável), o PARU (Plano de Ação de Regeneração Urbana) e o PAICD (Plano de Ação Integrado para as Comunidades Desfavorecidas).

No que respeita ao PAMUS, a tónica é a melhoria da oferta de transporte coletivo (através da expansão do Metro e da implementação de Corredores de Autocarros de Alta Qualidade), da intermodalidade (por via da criação de novas interfaces e estacionamento do tipo park and ride) e da aposta nos modos suaves (incluindo a criação de ligações mecanizadas entre cotas).

No âmbito do PARU, o objetivo é contrariar a tendência para a monoespecialização turística e qualificar o ambiente urbano com recurso à arborização dos arruamentos e à valorização das zonas verdes constituem ações de regeneração urbana.



Tendo em vista a Zona Oriental da cidade, foi elaborado o Masterplan destinado a garantir coerência entre as múltiplas intervenções em curso ou projetadas para esta zona da cidade e a produzir uma visão integradora dos instrumentos de política urbana a operacionalizar neste território. O Masterplan identifica projetos como o Terminal Intermodal de Campanhã e o Matadouro, como projetos marcantes para a transformação da Zona Oriental e mesmo para objetivos mais gerais da cidade, como o reforço da multifuncionalidade e da intermodalidade, a melhoria da competitividade económica e a requalificação dos espaços públicos. Paralelamente a estas iniciativas, promovidas diretamente pelo poder local, surgem dinâmicas mais “espontâneas” como a dinamização do eixo Bonfim/Heroísmo, muito centradas na inovação artística, cultural e tecnológica, antevendo a possibilidade de uma maior articulação com o “Porto Innovation District” centrado no vizinho Polo Universitário da Asprela.

As propostas do Masterplan apoiam-se na elevada margem de experimentação oferecida pelo território da Zona Oriental, em contraste com zonas da cidade onde as dinâmicas urbanas se encontram mais consolidadas. Estão em curso propostas de investimento na requalificação ambiental, que incluem a criação de uma rede de estruturas verdes, que pressupõe desde um Parque Oriental alargado até um vasto espectro de jardins, parques e lotes não ocupados, para além do Horto Municipal e dos vales dos rios. Uma extensa rede de eixos de suporte em modos suaves favorecerá a conectividade entre estes espaços.

## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

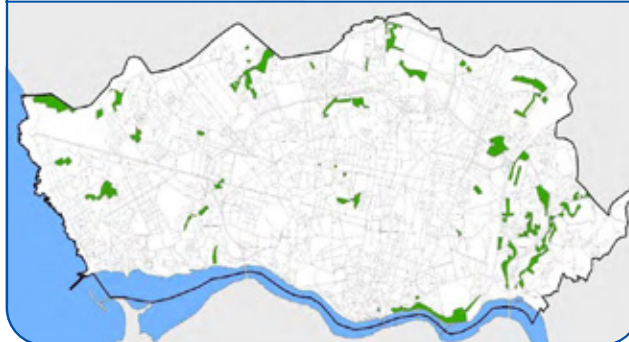
#### ESPAÇOS VERDES

- No PDM 2021 constam propostas para a concretização de novos espaços verdes públicos, requalificação dos espaços verdes no interior dos quarteirões identificados com dimensão e valor ecológico relevantes, criação de corredores verdes que interliguem os diversos espaços naturais e verdes urbanos, associados ao sistema de espaços coletivos e às zonas húmidas, de modo a estruturarem o território mais a norte e a nascente, contribuindo para a Estrutura Ecológica Municipal.
- A divisão dos espaços verdes fundamentais consiste em 3 tipologias, nomeadamente:
- área verde de acesso público;
  - área verde de elevado valor ecológico;
  - área verde associada a zonas sensíveis.
- Pretende-se a salvaguarda dos espaços verdes públicos e privados com relevância em termos de serviço de ecossistema, a par do reforço da estrutura verde urbana – através da requalificação de espaços existentes e da criação de novos espaços verdes – com vista à valorização dos recursos naturais e da qualidade do ambiente urbano e ao aumento da resiliência face às alterações climáticas.

#### → Espaços verdes fundamentais



#### → Espaços verdes propostos



#### → Corredores verdes



## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### SISTEMA DE CIRCULAÇÃO E TRANSPORTES

- Um elemento central da mudança da política urbana de transportes será uma redistribuição mais adequada dos espaços públicos, tendo em vista a multimodalidade. A adoção de critérios rigorosos e ajustados de projeto público e privado para os espaços-canal é fundamental para induzir uma melhor distribuição modal da mobilidade urbana. O metro e novos serviços de transportes partilhados fazem parte do processo de transformação em curso, que induzirá inevitavelmente alterações profundas nos comportamentos da população.
- Nessa perspetiva, a visão para a mobilidade tem o seu foco no aumento da oferta de espaço dedicado ao peão e restantes modos suaves, no aumento e melhoria da oferta de transporte público, sem esquecer a política de gestão do estacionamento. Preconiza-se mais e melhor transporte público, menos transporte individual e a requalificação do espaço dedicado ao peão.
- O PDM 2021 prevê o redimensionamento do espaço canal no sentido de o adequar aos vários modos de transporte, possibilitando a requalificação dos arruamentos e passeios, melhorando as condições de conforto e de segurança das deslocações pedonais. O sistema pedonal constitui um foco primordial da estratégia para a mobilidade urbana. Desde logo, identifica-se a zona central da cidade, onde a pressão pedonal é, já hoje, muito intensa e a área histórica classificada com predominância pedonal.
- Por outro lado, destaca-se a importância do transporte público, com a criação de mais canais dedicados a este modo de transporte.

##### → Cenário prospetivo da rede de metro



##### → Cenário prospetivo para a evolução da rede ferroviária ultraligeira (tram)



## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### METRO E REDE FERROVIÁRIA ULTRALIGEIRA

##### → Metro

→ A ligação de metro entre S. Bento e a Casa da Música, servirá como ligação-reforço entre as centralidades da Baixa e da Boavista/ AEP/ Senhora da Hora, resolvendo a saturação da linha atual e potenciando fortemente a utilização do metro no seu núcleo central. No cenário prospetivo da rede do Metro do Porto, surge a ligação da Casa da Música a Vila Nova de Gaia pela zona ocidental – Campo Alegre e Ponte de Gólgota/ Devesas.

→ Esta expansão da rede é altamente favorável ao crescimento do terciário superior na zona da Boavista, associado a um novo fôlego de crescimento imobiliário no eixo Arrábida-Devesas, que dispõe já de infraestrutura organizativa (espaços-canal) e é dotada de um enorme potencial urbanístico em motivo de grandes áreas de terrenos urbanos livres e com forte capacidade edificatória.

→ Outra questão relativa à expansão da rede de metro, respeita à Linha de BRT (Bus Rapid Transit Avenida da Boavista/Avenida Marechal Gomes da Costa), cujo posicionamento na rede configura uma ligação radial entre a praça do Império e a Rotunda da Boavista (rebatendo sobre a ligação Casa da Música – S. Bento), isto é uma ligação da Foz ao centro.

→ Poderá então afirmar-se que as perspetivas a longo prazo passíveis de influenciar as opções para a expansão do metro poderão alocar à cidade do Porto ganhos de atratividade metropolitana, regional, nacional e internacional, já que promoverá a inserção num espaço territorial denso e de grande compacidade, abrangendo uma população que poderá ir aos 600 mil habitantes num raio de 5-6 km a partir da Trindade. Esta aglomeração (ou núcleo central da AMP) exige naturalmente um reforço estrutural da rede de metro, razão pela qual será muito defensável a organização de uma linha circular que, do lado do Porto, corresponda a um traçado entre a Casa da Música, a rua Dr. Roberto Frias e Campanhã.

##### → Rede ferroviária ultraligeira

→ A expansão da rede ferroviária ultraligeira, como solução que permite conjugar diversas vantagens, designadamente:



Melhorar o sistema pedonal e reduzir superfície automóvel como caminho necessário para melhorar o equilíbrio na repartição modal



Contribuir para a sustentabilidade ambiental



Adotar veículos de maior capacidade, mais estreitos do que os atuais veículos antigos e de menor preço do que os veículos metro



Alargar uma oferta coletiva e sustentável em sítio próprio/via reservada com custos infraestruturais muito inferiores ao metro de superfície



Dotação de transporte fiável e de maior capacidade em eixos urbanos onde a procura não justifica o metro

→ A opção de expansão da ferrovia ultraligeira, será numa primeira fase, de novas extensões que possam dar coerência às linhas existentes, em que o peso do atual desempenho turístico poderá ser importante.

## Anexo 5

### Plano Diretor Municipal do Porto 2021

#### TRANSPORTE COLETIVO RODOVIÁRIO

- Relativamente ao transporte coletivo rodoviário, a definição dos CAAQ\*, dos corredores de elevadas frequências e de eixos com especial apetência para o transporte coletivo, constituem referenciais de apoio à estruturação da rede e serviços, sendo esta que determinará, em última análise, a forma em concreto como a rede dedicada ao transporte coletivo de passageiros se deverá configurar.
- O anel central desta rede de infraestrutura para o transporte coletivo rodoviário insere-se numa estratégia de beneficiação das condições de circulação, ligando os setores da envolvente da área central da cidade entre si, pela Constituição/Damião de Gois, Interface Casa da Música, com atravessamento da Baixa da Cidade pela dupla Fernandes Tomás/ Formosa, numa perspetiva em que poderá alternar o conceito de CAAQ com o de corredor de elevada frequência, conforme as condições físicas de traçado que possam ser criadas.
- Acresce ainda a possibilidade de melhoria da circulação de autocarros, considerando a construção do túnel de Gonçalo Cristóvão e a criação de um terminal rodoviário no Bolhão, que se revela um local privilegiado para términos de serviços de alguns dos corredores radiais (corredor do Amial, de S. Roque da Lameira, de Monte dos Burgos).

#### Corredor em 'anel externo' entre Contumil e o Fluvial

Localizado no exterior da VCI, mas interno à Circunvalação, este corredor é um eixo com especial apetência para o transporte coletivo na reorganização da rede urbana de transportes rodoviários coletivos e partilhados. Considerando o seu papel de circular externa capaz de intersetar praticamente a totalidade das radiais de elevada frequência, permite correspondências entre os setores urbanos mais periféricos sem sobrecarregar as redes centrais e seus pontos de correspondência, gerando viagens intermodais mais rápidas.

#### Corredores do Amial e de S. Roque da Lameira

Tem a sua rótula de articulação no Marquês (metro e anel CAQQ/corredor de elevada frequência) e terá toda a vantagem em fazer o eixo de Santa Catarina até ao limite superior da Baixa, fazendo também términos no Bolhão. O mesmo poderá ser equacionado para o Corredor de S. Roque da Lameira que tem um primeiro ponto de articulação no Dragão, um segundo em Fernão de Magalhães e poderá também fazer términos no Bolhão.

#### Corredor de Monte dos Burgos

Este corredor deve poder chegar ao terminal rodoviário do Bolhão, mas deve rebater para o anel circular de transporte coletivo em Júlio Dinis, pelo eixo das ruas Emílio Peres, Santa Isabel e Saudade a partir da Rua de Oliveira Monteiro, aproveitando o contra sentido envolvente da Rotunda da Boavista.

#### Corredor da Boavista

Este corredor central dedicado ao BUS constitui ainda uma proposta para a totalidade da avenida, a ser concretizada de forma coerente na próxima década.

#### Corredor de Fernão Magalhães

Está atualmente em curso a construção deste CAAQ, entre o Campo 24 de Agosto e a Rua do Amparo/Praça Francisco Sá Carneiro, o que permitirá rebater para este eixo a maior parte do serviço urbano da Rua do Bonfim.

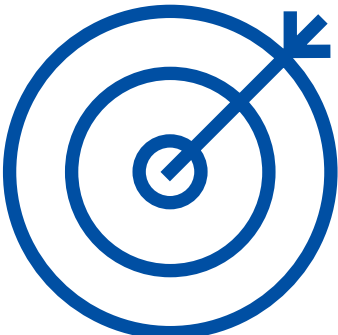
\* Corredor de Autocarros de Alta Qualidade  
Fonte: Plano Diretor Municipal do Porto 2021.

## Anexo 6

### PULSAR – Estratégia de Desenvolvimento Económico do Porto

#### PROJETO 7 – WISE DESTINATION

→ O Porto tem vindo a destacar-se como destino turístico de eleição, o que se traduz num forte crescimento das atividades turísticas, incluindo o comércio (setor com presença histórica no Porto). Com a crise pandémica, surgiram novas tendências e desafios em ambos os setores (e.g. digitalização, exigências de sustentabilidade, segurança, qualidade etc.), aos quais o Porto pretende responder, procurando destacar-se de forma diferenciadora. O Wise Destination é um projeto integrado, composto por iniciativas no âmbito do turismo e comércio, com o objetivo de potenciar o Porto e a Região Norte como um destino turístico sustentável, qualificado e reconhecido, centrado nas pessoas e baseado numa estratégia de diferenciação/tailor made.

→ Pilares	→ Objetivos
<p><b>Diferenciação e Projeção do Turismo</b></p> <p>Qualificação do turismo do Porto e Região Norte, através da promoção intensa e incisiva de produtos integrados de turismo na região, o fomento da boa convivência entre turistas e residentes e o aumento da qualidade da oferta.</p>	 <p><b>Promover e desenvolver, de forma sustentável, o turismo no Porto e Norte de Portugal</b></p>
<p><b>Comércio com valor</b></p> <p>Programa de qualificação dos estabelecimentos comerciais do Porto, centrado na oferta de formação, serviços de consultoria e apoio na digitalização dos negócios.</p>	

## Anexo 7

### Outras iniciativas e apostas do Município do Porto

#### INICIATIVAS NO SETOR DO TURISMO, NA RENOVAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO E MOBILIDADE SUAVE

##### → Iniciativas no setor do turismo

→ Investimento na promoção da cidade como destino turístico, tendo sido desenvolvidas iniciativas de âmbito alargado, desde a comunicação ao reconhecimento dos estabelecimentos de alojamento turístico.

→ Continuidade das colaborações estratégicas com entidades como a Great Wine Capitals Global Network e os Caminhos de Santiago.

→ O ano de 2021 ficou também marcado pela implementação do Programa Municipal de Reconhecimento “Confiança Porto”. Este programa visa distinguir os estabelecimentos de alojamento turístico em funcionamento no concelho do Porto, que evidenciem um conjunto de boas práticas ao nível do acolhimento, da limpeza, dos equipamentos, das infraestruturas, da manutenção, do ambiente e da segurança, representando exemplos de excelência. Para divulgar e clarificar dúvidas sobre o Programa, foram desenvolvidas ações de formação “Confiança Porto”, tendo-se registado um total de 637 inscrições e 272 participações efetivas. Foram reconhecidos, em 2021, 11 estabelecimentos de alojamento turístico no âmbito deste programa.



##### → Renovação do espaço público e mobilidade suave

###### Projeto Rua Direita

→ Este projeto, abrangendo mais de 15 quilómetros de extensão e 90 arruamentos espalhados geograficamente por todas as freguesias, irá afetar arruamentos, caminhos de matriz rural e zonas urbanas em transformação, promovendo a melhoria das condições de circulação e de fruição do espaço público, com especial enfoque na mobilidade pedonal, fundamentais à sustentabilidade da cidade. Desde o seu início, em 2018, o projeto visa a reabilitação de espaços públicos degradados do município, desde caminhos rurais, áreas urbanas ou arruamentos degradados num investimento total de cerca de 21 milhões de euros.

###### Rede Municipal para Modos Suaves

→ No âmbito da expansão da Rede Municipal para Modos Suaves, foi dada continuidade ao trabalho realizado em 2020 com a atualização da ligação ciclável da EB 2, 3 Garcia da Orta à Rua de Diogo Botelho e a continuidade da ciclovia da Rua da Constituição até à Rua de Pedro Hispano.

###### Projeto PEDALAR

→ Ainda no âmbito das ligações cicláveis surge o Projeto PEDALAR – Parceria CMPorto/ Colégio Luso Francês, através do qual foi criada uma zona escolar junto ao Colégio Luso Francês e implementada a ligação ciclável do colégio até às ciclovias existentes na zona.

###### Portugal ciclável 2023

→ No âmbito do Programa Portugal Ciclável 2030, foram desenvolvidos projetos, em articulação com outros municípios, com objetivo de promover soluções que contribuam para a descarbonização e para a sustentabilidade e implementar rapidamente formas de mobilidade alternativas ao automóvel, que entrarão em execução a partir de 2023.



## Anexo 7

### Outras iniciativas e apostas do Município do Porto

#### PLANO MUNICIPAL DE ARBORIZAÇÃO, EXPANSÃO DO PARQUE DE S. ROQUE E O NOVO PULMÃO VERDE DA CIDADE



O **Plano Municipal de Arborização** está atualmente em desenvolvimento e pretende-se que seja um instrumento para fazer cumprir, a uma escala mais fina e programática, a visão estratégia da Estrutura Ecológica Municipal. Este plano vai refletir sobre a situação existente, e tirar o melhor partido desta para evoluir para um programa de plantações e substituições, de curto, médio e longo prazo, que permita melhorar as funções e os serviços de ecossistemas gerados pelas árvores (suporte, provisão, regulação e culturais). O plano vai ainda informar sobre os tipos de arborização a manter, a substituir, a descontinuar e novos tipos de arborização a criar. Todas as opções de plantação terão como preocupação permanente contribuir ativamente para adaptar a cidade e a suas infraestruturas às alterações climáticas e mitigar as disfunções climáticas (extremos de frio e calor, diminuição da precipitação média e concentrações em episódios anómalos, entre outros).



Localizado na zona oriental da cidade, o **Parque de S. Roque** sofreu, em 2021, obras de requalificação da área existente, mantendo, no entanto, todo o seu traçado e características que o definem como único. O objetivo principal desta intervenção foi, através da implementação de uma área de “Mata Urbana”, reforçar um dos “pulmões” regeneradores da zona oriental da cidade, assumindo-se a concretização do corredor verde de ligação da Praça da Corujeira, ao complexo desportivo do Monte Aventino e Praça Francisco Sá Carneiro. A “Mata Urbana”, com vegetação autóctone ou naturalizada, pode ser explorada através dos percursos que seguem a expressão natural do terreno, apoiados por algumas zonas de estadia que recebem o mobiliário urbano.



O **Parque Central da Asprela** apresenta uma área de seis hectares, de paisagem cuidadosamente arquitetada, com espelhos de água, 900 elementos arbóreos plantados, mais de 700 elementos arbóreos preservados, linhas de água a céu aberto e mais de dois quilómetros de percursos pedonais e cicláveis acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida. O Parque Central da Asprela abarca soluções inovadoras e sustentáveis de estabilização de margens com recurso a técnicas de bioengenharia em meio marcadamente urbano, tendo em vista a minimização e compensação de impactos em áreas de elevada densidade construtiva, muito vulneráveis relativamente a episódios de cheias e inundações, por via da valorização e funcionalidade dos sistemas naturais e da viabilidade da sua conectividade. Este parque foi também palco da iniciativa “Planta o Futuro”, que promoveu a plantação de árvores que farão parte do futuro “pulmão verde”, onde participaram as associações de estudantes federadas na Federação Académica do Porto.

## FICHA TÉCNICA

### Título

Estratégia de base para a dispersão dos fluxos turísticos do destino Porto e a criação de bairros no concelho do Porto  
Relatório Global.

© Município do Porto 2024

### Mentor da Estratégia

Catarina Santos Cunha,  
*Vereadora do Pelouro do Turismo  
e da Internacionalização*

### Coordenação

Departamento Municipal de Turismo e  
Internacionalização - Divisão Municipal de Turismo.

### Consultoria

EY-Parthenon

**Porto.**