



FLORESTAS · PT

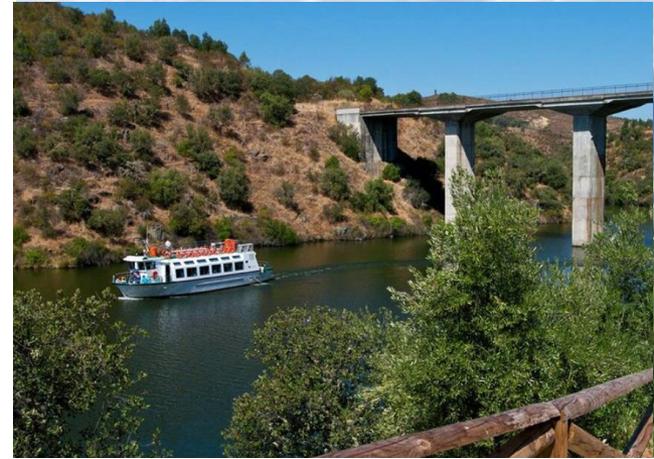
---

# A floresta enquanto produto turístico fundamental do Centro de Portugal

---

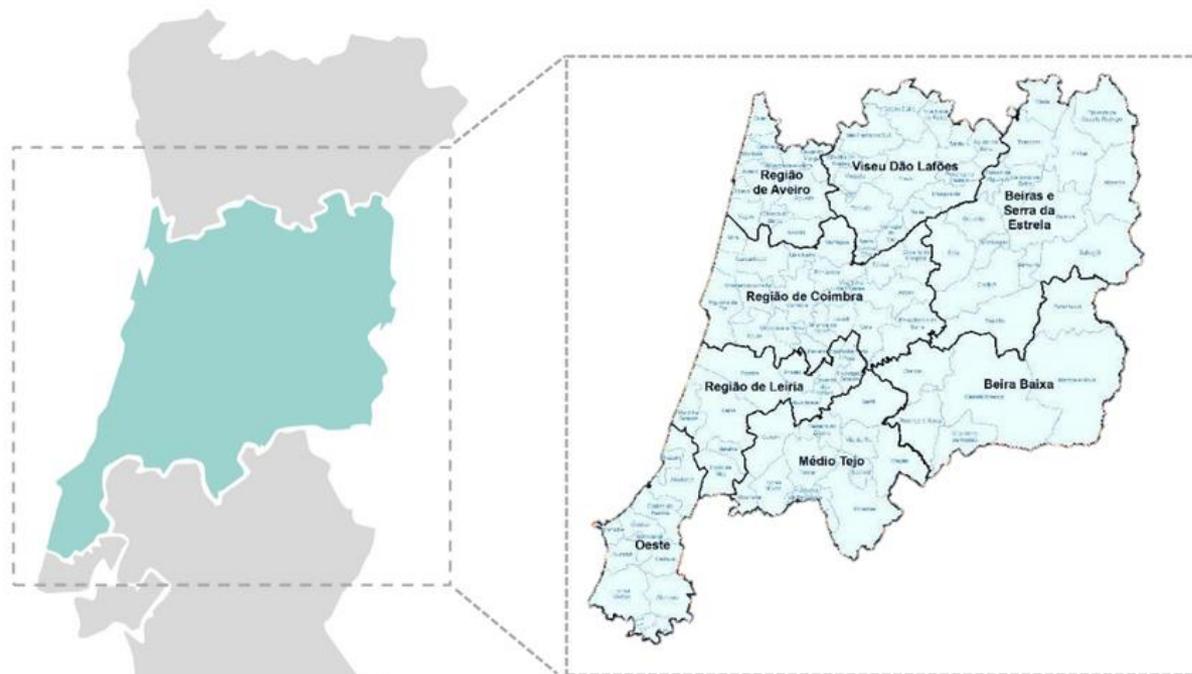
Pedro Machado

13 dezembro 2021



# A REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL

EM NÚMEROS



**8** CIMs

**100** Municípios

**30,6%** do território de Portugal

# A REGIÃO CENTRO DE PORTUGAL

## EM NÚMEROS



### Key figures

Não Exaustivo



**189**  
monumentos  
nacionais



**8**  
sítios distinguidos  
pela UNESCO



**12 & 27**  
aldeias históricas  
e aldeias do xisto



**17**  
parques e reservas  
Naturais e Paisagens  
Protegidas



**700km**  
de circuitos  
pedestres



**5**  
regiões vinícolas



**279km**  
de costa atlântica



**81**  
praias com  
bandeira azul



**24m**  
maior onda  
surfada do Mundo

# DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

## AGENDA 2030 DA ONU



<b>1</b> Erradicar a pobreza	<b>2</b> Erradicar a fome	<b>3</b> Saúde de qualidade	<b>4</b> Educação de qualidade	<b>5</b> Igualdade de género	
<b>6</b> Água potável e saneamento	<b>7</b> Energias renováveis e acessíveis	<b>8</b> Trabalho digno e crescimento económico	<b>9</b> Indústria, inovação e infraestruturas	<b>10</b> Reduzir as desigualdades	<b>11</b> Cidades e comunidades sustentáveis
<b>12</b> Produção e consumo sustentáveis	<b>13</b> Ação climática	<b>14</b> Proteger a vida marinha	<b>15</b> Proteger a vida terrestre	<b>16</b> Paz, justiça e instituições eficazes	<b>17</b> Parcerias para a implementação dos objetivos

# TENDÊNCIAS DO SECTOR A NÍVEL GLOBAL



## Utilização de tecnologia

A experiência turística pode ser melhorada com recurso a tecnologias como realidade aumentada, realidade virtual ou IoT. Por outro lado, o recurso a redes sociais como meio de comunicação e partilha de experiências não deve ser descurado.



## Personalização

Cada aspeto da experiência turística pode ser personalizado a cada indivíduo, alavancado na análise dos dados recolhidos e das preferências do mesmo.

# TENDÊNCIAS DO SECTOR A NÍVEL GLOBAL



## Sustentabilidade

O desenvolvimento turístico deve refletir os interesses dos consumidores, agindo não só ao nível da redução da sua pegada de carbono, mas também considerando o seu contributo para as comunidades em que se inserem.



## Autenticidade

A interação e imersão na cultura local é cada vez mais valorizada, sendo que a experiência oferecida ao visitante deve permitir-lhe "viver como um local".

# TENDÊNCIAS DO SECTOR A NÍVEL GLOBAL



## Novos segmentos

O envelhecimento da população, associado a um estilo de vida mais saudável, e as baixas taxas de fertilidade trazem novos segmentos de turistas, levando a oferta turística a ter de adaptar-se para dar resposta às necessidades emergentes.



## Economia da partilha

Com a crescente tendência para a partilha de bens e serviços, a oferta turística altera-se e novos modelos de negócio emergem, embora trazendo desafios para o setor.

# TENDÊNCIAS DO SECTOR A NÍVEL GLOBAL



## ***Bleisure***

De forma a manter o balanço entre trabalho e lazer, denota-se uma crescente mistura entre viagens de negócios e de lazer, nomeadamente através do prolongamento da estadia do turista.



## **Novos hábitos**

A crescente preocupação com a saúde, bem-estar e hábitos saudáveis traz alterações ao nível da oferta turística, que deve ir de encontro às novas necessidades do turista, oferecendo, por exemplo, diferentes opções de nutrição.

# TENDÊNCIAS DO SECTOR A NÍVEL GLOBAL



## **Novo conceito de luxo**

O conceito de luxo está hoje a ser redefinido, sendo menos materialista e mais associado à realização e enriquecimento pessoal, obrigando a oferta turística a adaptar-se e a associar-se ao bem estar e à oferta de bens imateriais.



## ***Smart destinations***

Os destinos turísticos podem, através de tecnologia, facilitar a interação e integração do turista com o meio envolvente, aumentar a qualidade da sua experiência e garantir o desenvolvimento sustentável do território e a qualidade de vida dos residentes e dos visitantes.

# PERFIL DO TURISTA 2030



O turista de 2030 pertencerá maioritariamente às gerações nascidas antes de 2010, com particular destaque para a Geração Z, aquela que deverá ser trabalhada desde já.



## ***Baby Boomers***

1946 - 1964

Em 2030: 66 - 84 anos



## ***Geração X***

1965 - 1980

Em 2030: 50 - 65 anos



## ***Millennials***

1981 - 1996

Em 2030: 34 - 49 anos



## ***Geração Z***

1997 - ~2010

Em 2030: 20 - 33 anos

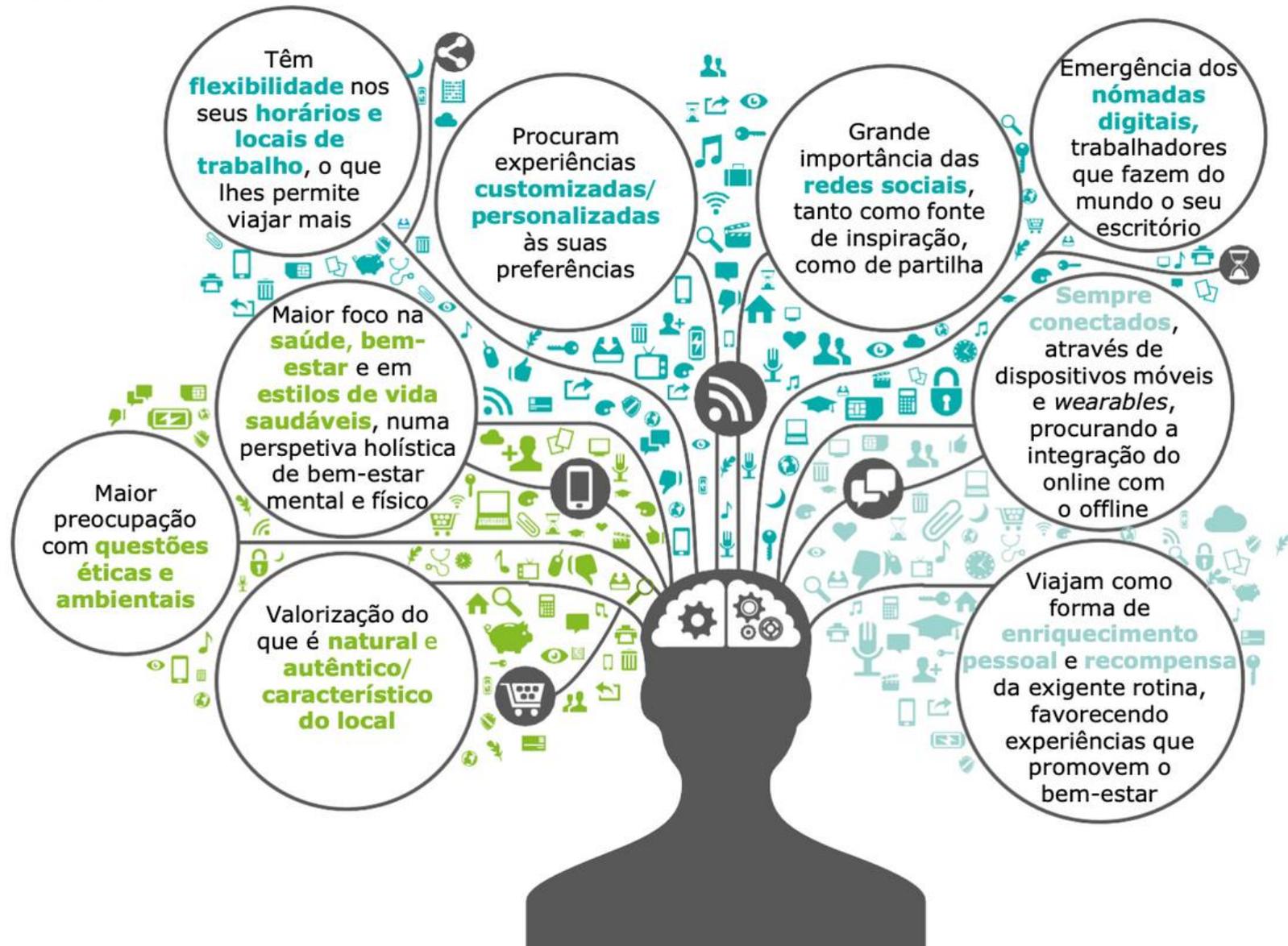


## ***Alpha***

~2010 - presente

Em 2030: < 20 anos

# PERFIL DO TURISTA 2030



# AS CARACTERÍSTICAS INTRÍNSECAS DO CENTRO, ASSOCIADAS ÀS NOVAS TENDÊNCIAS GLOBAIS, CRIAM VANTAGEM PARA A REGIÃO NO DESENVOLVIMENTO DO PILAR *LIFESTYLE*, INSPIRACIONAL E NOVAS TENDÊNCIAS



## **Características diferenciadoras**



**78,6**

Densidade populacional do Centro (2ª mais baixa de Portugal), o que favorece o contacto com a Natureza



**Serras e montanhas**

Conhecida pelo seu ar puro e água de qualidade



**Paz, quietude e contemplativo**

Caracterizam a Região Centro de Portugal



**Novos estilos de vida**

O Centro é atrativo para fixação de estrangeiros que procurem certos estilos de vida



**Natureza**

Uma das imagens associadas à Região



**Novas tendências**

Turismo cinematográfico (predisposição para o *shooting*)



# CHANCELAS UNESCO

#3  
GEOPARQUES

- Geoparque Arouca
- Geoparque Naturtejo
- Geoparque Estrela

#3  
RESERVAS  
NATURAIS DA  
BIOSFERA

- Reserva da Biosfera Transfronteiriça Tejo/Tajo Internacional
- Reserva Natural Berlengas
- Reserva Natural do Paul do Boquilobo

# GEOPARQUE AROUCA



**328 km<sup>2</sup> de área territorial** reúnem encantos e potencialidades de índole diversa, salientando-se o **singular património geológico**, inventariado em **41 geossítios**.



# GEOPARQUE NATURTEJO



O vasto **património geomorfológico, geológico, paleontológico e geomineiro** apresenta elementos de relevância nacional e internacional, de que são exemplos os icnofósseis de Penha Garcia.



# GEOPARQUE ESTRELA



Para além de uma **área protegida** e de um **parque natural**, a região da Serra da Estrela é também uma **Reserva Biogenética**.



# RESERVA DA BIOSFERA TRANSFRONTEIRIÇA TEJO/TAJO INTERNACIONAL



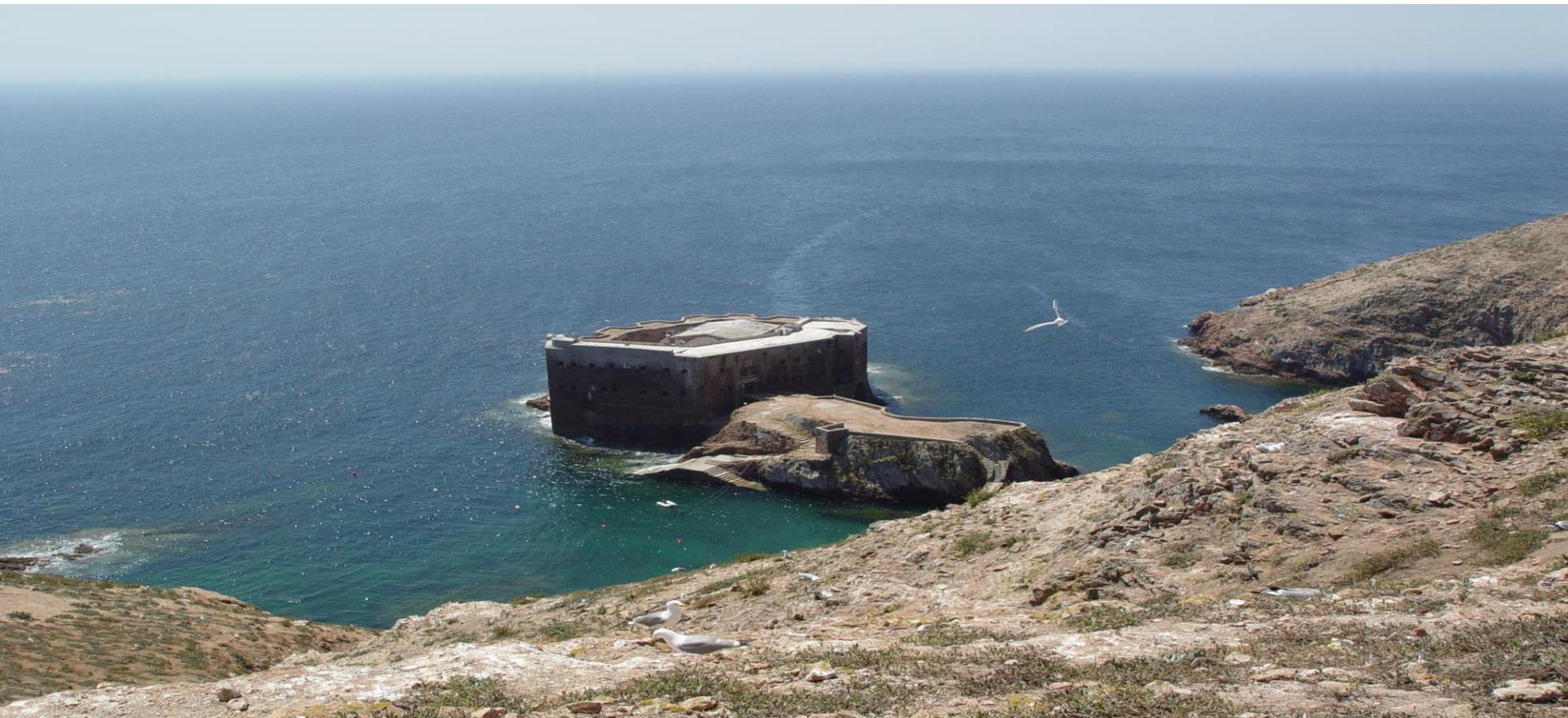
Situa-se na parte ocidental da Península Ibérica partilhada entre Espanha e Portugal, tendo o rio Tejo como eixo principal.



# RESERVA NATURAL DAS BERLENGAS



Em frente a Peniche, a uma distância de 10kms, o arquipélago das Berlengas é um reduto da Natureza em estado quase selvagem.



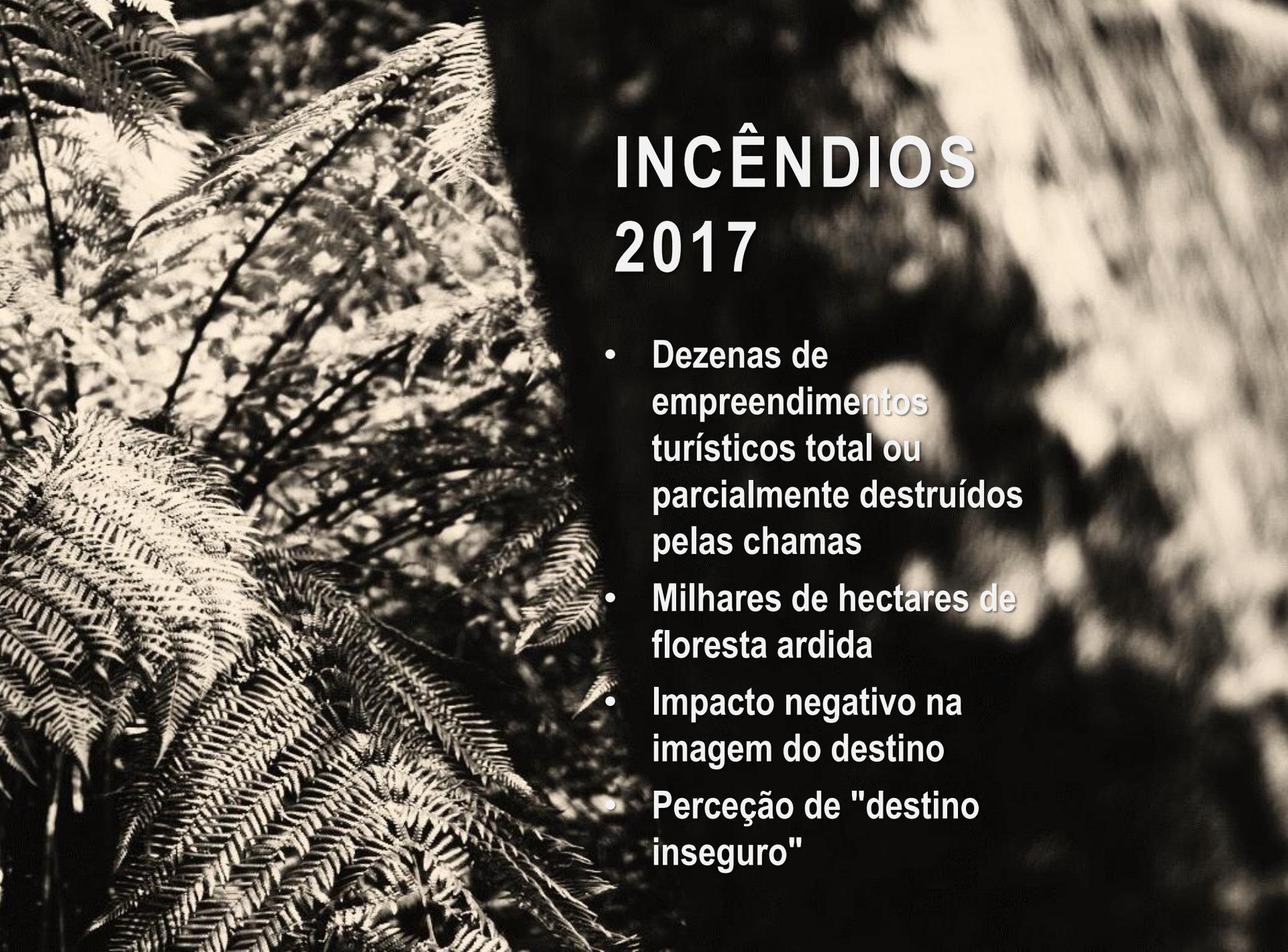
# RESERVA NATURAL DO PAUL DO BOQUILOBO



Detém uma amostra representativa de um ecossistema terrestre onde se procuram formas de **conciliar a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento sustentável.**







# INCÊNDIOS 2017

- Dezenas de empreendimentos turísticos total ou parcialmente destruídos pelas chamas
- Milhares de hectares de floresta ardida
- Impacto negativo na imagem do destino
- Perceção de "destino inseguro"



# MEDIDAS

- Procurou-se restabelecer a normalidade dos territórios atingidos, bem como a operacionalidade por parte dos agentes económicos.
- Diligenciou-se junto de operadores nacionais e internacionais, bem como junto dos órgãos de comunicação social, um conjunto de medidas que minimizem os impactos negativos da catástrofe que assolou o nosso território.
- Desenvolveu-se um Plano de Comunicação, junto dos mercados interno e externo, bem como um conjunto de medidas de envolvimento dos *stakeholders*;
- Fez-se o levantamento exaustivo de todos os empreendimentos turísticos nas áreas atingidas, em parceria com o Turismo de Portugal, IP, a Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias de Xisto (ADXTUR) e a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDRC).

# TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL - VISITAR E FICAR É AJUDAR

Esta campanha foi uma das grandes vencedoras dos prestigiados Prémios Internacionais de Viagem e Turismo “*International Travel & Tourism Awards*”, atribuídos em Londres.

A campanha recebeu o Gold Award, equivalente ao primeiro lugar, na categoria “*Best National Tourism Board / Destination Marketing Organisation Campaign*” (Melhor Campanha de Entidade Turística ou de Destino Nacional).





# TURISMO DO CENTRO

Deveria ter uma palavra a dizer na discussão da floresta, pela influência que tem na atividade turística, pelo que se pede que seja mais envolvido na discussão dos vários dossiês



# Nota biográfica

---



***Pedro Machado***

***Presidente do Turismo do  
Centro de Portugal***

Pedro Machado é Presidente da Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (desde 2013) e Presidente da Agência Regional de Promoção Turística Centro de Portugal (desde 2007).

Doutorando em Património Alimentar: Culturas e Identidades, é Mestre em Ciências da Educação e Licenciado em Filosofia.

Além dos vários cargos que exerceu, é atualmente: Membro do Conselho Geral do Instituto Politécnico de Coimbra (desde 2021); Membro Cooptado da Escola Superior de Turismo e Hotelaria, do Instituto Politécnico da Guarda (desde 2018); Personalidade Convidada do Conselho Consultivo do Instituto Superior de Ciências Empresariais e Turismo (desde 2018); Membro do Conselho Geral do Instituto Politécnico de Viseu (desde 2017); Membro Cooptado do Departamento de Gestão, Economia e Turismo da Universidade de Aveiro (desde 2017); Presidente da Assembleia Geral da *Centro de Portugal Film Commission*; Presidente da Assembleia Geral da *iNature*.



FLORESTAS · PT

---

obrigado

---

- O conteúdo patente na apresentação é da responsabilidade do autor -

