

## Projetos Âncora para a concretização da EEC Aldeias Históricas de Portugal

**Domínio Temático:** Inclusão Social e Emprego

**Prioridade de Investimento:** 08.09. A concessão de apoio ao crescimento propício ao emprego através do desenvolvimento do potencial endógeno como parte integrante de uma estratégia territorial para zonas específicas, incluindo a conversão de regiões industriais em declínio e desenvolvimento de determinados recursos naturais e culturais e da sua acessibilidade;

**Objetivo Temático:** Promover a sustentabilidade e a qualidade do emprego e apoiar a mobilidade laboral

**Aviso de Concurso:** CENTRO-28-2016-09 | AG

**N.º Candidatura:** 9908 | CENTRO-04-3928-FEDER-000006

**Promotor:** ALDEIAS HISTÓRICAS DE PORTUGAL- ASSOCIAÇÃO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

### Descrição da operação

A presente operação integra o compósito das ações previstas nos 4 projetos âncora: Comunicação e Marketing, Animação, Inovação e Criação de Estruturas de Animação Permanente, iniciativas que visam capitalizar o foco temático Aldeias Históricas de Portugal, na senda da obtenção de vantagens competitivas sustentáveis no longo prazo para o território.

Para este intento, listam-se as diversas ações inerentes a cada projeto âncora:

- Comunicação e Marketing: Definição e normalização de guidelines e layouts de identidade e suportes de comunicação; Plano de Internacionalização das AHP; Execução de suportes comunicacionais e ações promocionais da marca AHP; Execução de suportes comunicacionais e ações promocionais dos eventos do plano de animação; Implementação do layout da rede AHP - pontos de acolhimento; Imagem e comunicação da Rede AHP – sinalética; Produção de conteúdos e tradução; Imagem e comunicação da Rede AHP - Marketing digital;
- Animação: Definição e normalização de guidelines de eventos; Eventos AHP-ADT; Ser AHP; Culture & Tastes - Ciclo de Eventos (Municípios/AHP-ADT)
- Inovação: Dinamização das cadeias de valor de produtos distintivos AHP; Laboratório de inovação rural e valorização dos recursos endógenos das AHP; Construção coletiva de um destino turístico sustentável de reconhecida excelência mundial

- Criação de Estruturas de Animação Permanente: Requalificação e modernização dos pontos de acolhimento AHP; Instalações “Sistemas Produtivos e Inovadores locais- SPIL” e Sinalética AHP.

Em termos de Grupos identificados no Aviso, coincidentes com os projetos âncora, o investimento associado distribuído da seguinte forma: Comunicação e Marketing 40%; Animação 39%; Criação Estruturas Animação Permanente 10% e Inovação 9%.

### **Objetivos da operação**

Os objetivos a atingir com a candidatura concorrem para a prossecução do Objetivo Específico “Desenvolver o potencial endógeno regional através de dinamização de estratégias territoriais específicas” referente à Prioridade de Investimento (PI) 8.9/8b, sendo de destacar os seguintes:

- a) Potenciar a marca Aldeias Históricas de Portugal como indutora do lançamento de novos produtos e serviços, visando o estímulo ao empreendedorismo como fonte de criação de emprego e auto-emprego;
- b) Diversificar e reforçar o tecido económico das AHP através do estímulo à base empreendedora associada à inovação-rural (potenciar a fileira agroalimentar e as indústrias culturais e criativas), inovação no turismo (estruturação de pacotes turísticos combinados e/ou compósitos, incluindo produtos de fora da região e Inserção de produtos regionais em pacotes turísticos de maior escala (nacional e mesmo internacional);
- c) Fomentar a inovação territorial com o desenvolvimento do conceito de Aldeias Históricas Sustentáveis e Inteligentes, visando-se a promoção e a qualificação da rede AHP e o seu uso multifuncional de forma equilibrada e sustentável.
- d) Potenciar as complementaridades entre as atividades económicas instaladas, procurando promover a articulação entre setores tradicionais e emergentes, através da inovação e desenvolvimento tecnológico;
- e) Dotar o território de condições favoráveis à visitação, visando qualificar a oferta e melhorar a experiência turística do visitante, disponibilizando estruturas e serviços adequados às suas necessidades, cuja base operacional tem a lógica de rede e de comunicação da marca Aldeias Históricas de Portugal e o seu capital distintivo.

### **Dotação Financeira:**

Inv. Total:	1.979.929,08€
Inv. Elegível:	1.979.929,08€
FEDER:	1.682.939,72€ (taxa cofinanciamento: 85%)

**Período de execução:**

Data de início: 01/01/2016

Data de conclusão: 31/12/2018

**Data do Termo de Aceitação:** 14/03/2017**Execução da operação:**

Taxa de execução (PP submetidos): 93,07%

Taxa de pagamento: 93,07%

**Elementos adicionais:**

Ao longo do triénio foi realizada uma grande diversidade de ações, as quais possibilitaram gerar dinâmicas na qualificação e dinamização do destino turístico, assentes em bases sólidas e coerentes, constituindo importantes instrumentos para a visibilidade do PROVERE e do território, com o objetivo de capitalizar o recurso AHP e, conseqüentemente, a ampliação da notoriedade da Rede e da marca que a representa no plano interno, nacional e internacional.

O **Projeto Comunicação e Marketing** integrou a concretização de um conjunto de iniciativas, dinamizadas em parceria com os atores locais, focadas no aprofundamento do estudo de oportunidades de mercado / públicos estratégicos e conseqüente desenho de ferramentas que permitiram ampliar a notoriedade da marca AHP e aumentar o nº de associados e consumidores. No triénio 2016-2018 verificou-se a concretização da abordagem estratégica do Projeto Comunicação e Marketing integrando duas valências: a comunicação interna, essencialmente direcionada para a comunidade e entidades locais, e a comunicação externa, direcionada para os consumidores AHP, reservando um importante enfoque na abordagem a mercados internacionais, uma vez que se considera prioritário o reconhecimento das AHP em novos mercados.

**Projeto de Animação:** sendo composto por um conjunto de ações suportadas por um trabalho em rede entre a AHP-ADT, as autarquias, os parceiros privados e a comunidade civil (organizada e não organizada), procurando maximizar o seu impacto no território e o contributo da animação para o reconhecimento e visibilidade da marca e destino turístico.

A execução deste projeto foi da responsabilidade da Associação e dos 10 municípios que compõem a Rede AHP, tendo ficado a cargo destes a ação “Culture & Taste – Ciclo

de Eventos”, conforme o designado na candidatura, tendo evoluído posteriormente para a designação de Ciclo 12 em Rede | Aldeias em festa decorrente do trabalho desenvolvido no projeto âncora “Comunicação e Marketing”.

**Projeto de Inovação:** Teve como objetivo diversificar e reforçar o tecido económico das AHP assim como potenciar as complementaridades, com projetos de carácter diferenciador que permitam valorizar o recurso endógeno, com impacto direto no desenvolvimento e potenciação das cadeias de valor locais, assim como na consolidação de produtos já existentes acrescentando-lhes valor.

**Projeto de Criação de Estruturas de Animação Permanente:** teve como objetivo qualificar a oferta através do investimento em estruturas físicas favoráveis à visitaçãõ e à qualidade de vida da população. As intervenções focaram-se na requalificação e modernização dos pontos de acolhimento e na instalação dos PR-Caminhos Históricos. Apesar de se ter perspetivado a intervenção no domínio da sinalização rodoviária (nacional e municipal) e urbana, tal situação não foi possível pelos motivos já aduzidos, culminado, ainda assim, com a elaboração dos projetos de obra para a instalação. Foram realizadas durante o triénio 2016-2018 268 ações promocionais.

O conjunto alargado de iniciativas de âmbito local, regional, nacional e internacional, de diferente índole, visou o aumento da notoriedade da marca e da Rede, a atratividade do território enquanto destino turístico, mas também como potencial de investimento e de fixação de novos residentes, retenção e captação de talento, de fomento de parcerias com a iniciativa privada e sistema científico, cujo desempenho foi sobejamente atingido. A par desta dinâmica, considera-se ainda o trabalho contínuo nas redes sociais, tendo sido registados até 31 de dezembro de 2018: 103.254 gostos e 102.978 seguidores no Facebook; 26.019 seguidores no instagram e 752 seguidores no twitter, os meios em referência contribuíram para o robustecimento e visibilidade do Recurso e Foco Temático da EEC, permitindo gerar maior notoriedade e despertar interesse junto dos agentes locais (público e privados na perspetiva de maior ligação ao projeto), bem como de potenciais investidores, empreendedores, potenciais residentes, etc.