



BRAGA
Município

DIVISÃO DE ECONOMIA E TURISMO

RELATÓRIO ANUAL **2020**



Relatório DET 2020

Braga vinha a registar um crescimento turístico acima da média nacional, prevendo-se uma forte afirmação junto dos mercados emissores, como sendo um destino de eleição tanto no panorama nacional como internacional.

Os meses de janeiro e fevereiro faziam antever o melhor ano de sempre a nível da procura, devido ao planeamento e à previsão da realização de grandes eventos e congressos agendados nos diversos espaços multiculturais de Braga.

Mas ... 2020 foi um ano diferente para todos...

Num primeiro momento de confinamento o foco da divisão foi o de prestar apoio aos profissionais do setor, realizando uma constante estratégia de comunicação de informação sobre as linhas de apoio aos empresários do setor e informação e esclarecimentos acerca da forma em que poderiam laborar com as restrições impostas.

Posteriormente foi reformulada toda a estratégia de promoção de Braga como destino turístico sendo que a aposta se centrou num investimento junto do mercado interno e de proximidade como Espanha, em a que a deslocação seria mais facilmente realizada em viatura própria.

Braga irá sempre trabalhar e desenvolver estratégias em conjunto com as outras entidades públicas como o Turismo de Portugal, Entidade Regional de Turismo Porto e Norte de Portugal/Associação de Turismo do Porto, Comunidade Intermunicipal do Cávado e ainda o Eixo Atlântico reforçando e potenciando todo o trabalho de grupo que se encontra empenhado em reforçar o turismo como um dos principais motores de crescimento da economia portuguesa.

1 - Prémios/Distínções

O Posto de Turismo de Braga foi distinguido com o Prémio Travellers' Choice 2020 pela plataforma Tripadvisor.

O Travelers' Choice é atribuído pela mais importante plataforma de Turismo do mundo aos estabelecimentos que receberam avaliações muito positivas dos visitantes e de forma consistente ao longo de todo o ano.



Todos os anos o Tripadvisor reúne todas as avaliações recebidas de uma atracção em questão, elegendo as classificações favoritas que os visitantes/turistas partilham à escala global e utilizam essas informações para destacar os melhores, sendo esta a maior homenagem que o Tripadvisor concede. Fundado em 2002, o prémio Travellers' Choice é o único da indústria do Turismo baseado em milhões de avaliações e opiniões de viajantes de todo o mundo, esse reconhecimento anual

reflete “o melhor dos melhores” no serviço, qualidade e satisfação do cliente/consumidor nomeadamente para alojamentos, destinos, actividades, restaurantes ou experiências.

2 - Participação em Feiras e Eventos de Promoção de Braga

Em janeiro de 2020 iniciava-se um ciclo de crescimento que vinha a ser preparado e planeado em 2019 no que respeita à preparação e recolha de informação para a fundamentação do interesse do Município se promover como destino turístico, junto de mercados internacionais, tendo em vista a participação em feiras e eventos de âmbito turístico.

A sequência das tarefas no âmbito destas participações, passou por:

- Apresentação de proposta e posterior seleção dos eventos e feiras a participar, conforme a estratégia delineada para 2020;
- Pedido de orçamentos e seleção do modelo de participação;
- Recolha de orçamentos e seleção de modelo de decoração;
- Pedido de 3 orçamentos relativos aos serviços de agências de viagens, nomeadamente viagem de avião, transferes e alojamento;
- Realização de procedimentos internos relativamente à aquisição dos serviços stand, design e agência de viagens para as respetivas participações e promoção do destino Braga juntos dos mais diversos potenciais mercados emissores.
- Envio de informação e convite para a sua participação, a parceiros de Braga para divulgação das suas empresas, no stand do Município.

Durante os dias dos eventos em que se participou, promoveu-se e divulgaram-se os produtos regionais através de degustações de doces típicos de Braga, como **Talassas, Fidalguinhos, Sameirinhos, Fatias de Braga, Pudim Abade de Priscos, Vinho de Missa da Sé de Braga e o Vinho Verde.**

Promoção e divulgação dos grandes eventos de Braga como a **Semana Santa, a Rampa da Falperra, a Braga Romana, as festas de S. João, a Noite Branca, a Braga Barroca e o Braga é Natal, incluindo o Presépio Vivo de Priscos.**

No geral demonstramos que em Braga o potencial da oferta turística passa pelo Turismo Gastronómico, Turismo Cultural, Turismo Religioso, Turismo de Natureza e o Turismo de Negócios. Grande importância nesta oferta é o empreendedorismo e inovação com a Universidade do Minho, o INL - Laboratório Ibérico Internacional de Nanotecnologia, o Altice Fórum Braga e o InvestBraga.

Dadas as limitações impostas pelas contingências da realidade da Era Covid-19, só pudemos realizar participação fisicamente em 4 feiras/eventos presenciais e ainda se apostou na promoção na primeira feira de turismo virtual.

Participação nos seguintes eventos:**- 40ª Fitur – Feira Internacional de Turismo de Madrid, de 22 a 26 de janeiro.**

A FITUR é o ponto de encontro global para profissionais do turismo. Nesta edição, a FITUR bateu um recorde de participação com 11.040 empresas de 165 países/regiões, 150.089 profissionais e 111.089 visitantes do público em geral. Esta foi a segunda vez em que Braga participou com stand próprio, nesta que é a primeira grande feira do ano e uma das mais importantes feiras de turismo do Mundo.

Nesta edição foi reforçada a receção e apoio aos profissionais de turismo de Braga em negócios na feira; promovidos encontros e contactos com operadores internacionais e realizadas diversas reuniões de trabalho solicitadas através da plataforma da organização, tendo em vista a divulgação da cidade de Braga.

**- 20ª edição da Xantar – Salão Internacional de Turismo Gastronómico, de 5 a 9 de fevereiro em Ourense, Espanha. Participação com stand próprio de divulgação do potencial turístico**

do Concelho neste evento que contou com 298 expositores em 14.000m² de superfície de exposição. Estiveram representados 9 países, 25.000 visitas e 15 restaurantes a promover a enorme diversidade de pratos gastronómicos. A promover a gastronomia regional e

em
específico
de Braga

contamos com a representação do Restaurante Casa Gil.

A Equipa Espiral Momentos de animação e divulgação dos eventos principais de Braga, nomeadamente da Semana Santa com o Farricoco, a Braga Romana com Legionários e a Braga Barroca com casa de nobres trajados à época.

Momento de Showcooking de divulgação da gastronomia regional com apresentação das pataniscas de bacalhau com vinho verde pelo Restaurante Casa Gil.

Envio de conteúdos e imagens sobre o turismo gastronómico para a edição do Livro Oficial da Xantar 2020.



- **Salon des Vacances na Brussels Expo em Bruxelas** na Bélgica, de 6 a 9 de fevereiro.



Os 4 dias da maior feira de Turismo da Bélgica, foi o ponto de encontro para 93.045 visitantes, onde o Município de Braga participou com stand próprio de promoção e divulgação turística de Braga.

Os 3 salões da Brussels Expo contaram com a participação de 800 expositores em promoção dos seus destinos e produtos como a descoberta de lugares desconhecidos, belos lugares próximos, viagens de aventura e novas viagens pela cidade.

Este público é importantíssimo para a cidade por se tratar de um segmento económico médio/alto naquilo que diz respeito ao poder de compra dos

diferentes serviços que a cidade oferece.

- **VIII Workshops Internacionais de Turismo Religioso em Fátima**, de 7 a 9 de março, onde se promoveu Braga, junto de grandes operadores turísticos nacionais e internacionais, especializados em criar programas de turismo religioso, para grupos. Dada a especificidade deste encontro, abordou-se individualmente os operadores turísticos onde se descreveu as potencialidades do destino Braga e posterior oferta de materiais de informação e promoção da cidade. Este evento contou com cerca de 1.000 participantes, entre os quais, 160 Hosted buyers, 160 Suppliers e 60 expositores, todos eles pertencentes ao setor do Turismo.



Este workshop foi organizado pela **ACISO - Associação Empresarial Ourém-Fátima**, em colaboração com o Município de Ourém e com o apoio do Turismo de Portugal e do Turismo Centro de Portugal.

- **1ª Edição da Feira Virtual de Turismo “OnViaje.com”**, que decorreu de 18 a 21 de junho de 2020. Esta participação foi uma resposta ativa à impossibilidade de cumprir o plano previsto para 2020. O Município de Braga foi a primeira e única cidade portuguesa a participar neste evento.

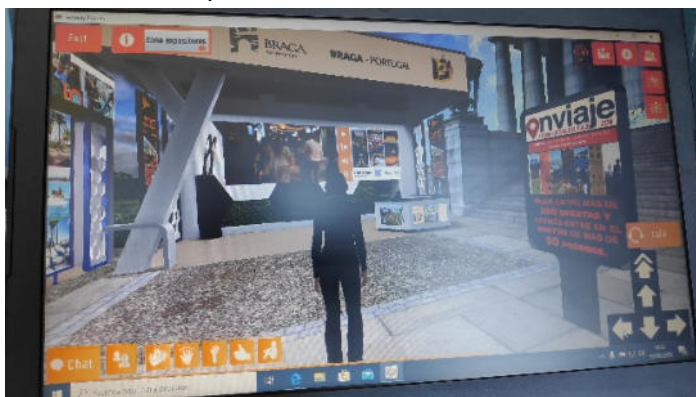
A OnViaje foi uma feira virtual de viagens, criada para levar, de uma forma mais próxima face às condicionantes atuais decorrentes da pandemia que assola o mundo inteiro, diversas ofertas turísticas destinadas ao consumidor final e, também, ser um ponto de encontro para profissionais.

Este evento encontrava-se dividido em 3 zonas:

Expositiva – com stand virtuais e avatar que fazia a promoção dos destinos e/ou produtos e encontram las empresas que le ofrecen sus productos), **Auditório**, onde se realizavam as conferencias e **Networking**, destinada a encontro de profissionais.

Será um espaço para promover e oferecer informação através de chamadas virtuais e descarregar documentos e informações da cidade, visitar stands de expositores, troca de contactos ou assistir a vídeos.

Estará disponível em qualquer dispositivo eletrónico: computador, telemóvel e tablet, com conexão à Internet.



Durante quatro dias, sem necessidade de viajar e sem limites geográficos, o profissional ou particular interessado poderá entrar em contacto com todos os que visitarem esta feira virtual.

Neste primeiro evento virtual de turismo, estiveram presentes 40 expositores.

Estava prevista a participação de Braga em cerca de 14 eventos de promoção nacional e internacional, que durante o ano e conforme o desenrolar da pandemia foram sendo adiadas e/ou canceladas, prevista a participação em eventos e feiras de âmbito turístico consideradas importantes junto de públicos visitantes para a consolidação da procura de Braga:

- Salon Mondial des Vacances Paris
- Bolsa de Turismo de Lisboa
- B-Travel Barcelona
- Feira Ibérica da Guarda
- Expovacaciones de Bilbao
- Turexpo de Silleda
- World Travel Show Polónia
- INTUR – Feria Internacional de Turismo de Interior
- Expocidades – Feira de turismo do Eixo Atlântico
- Fórum de Turismo de Braga

3 – VisitBraga.Travel

- Correção e tradução dos textos da brochura **“Play & Replay” para a língua inglesa, espanhola e francesa** tendo em vista a sua edição e impressão para distribuição em feiras e eventos no âmbito da campanha de nova imagem de marca da cidade em termos de promoção turística.

Análise e correção dos materiais Visit Braga para impressão:

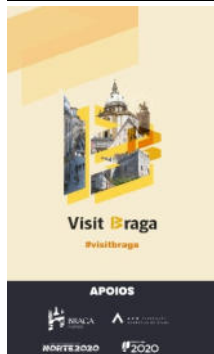
- Brochuras de Braga em 4 línguas;
- Mapa Visit Braga em 4 línguas;

- Reunião com os agentes de animação de Braga, tendo em vista a análise e preparação de produtos/conteúdos para a realização de **spots de divulgação de experiências em Braga**. Estes pequenos vídeos serão difundidos no site www.visitBraga.travel e nas redes sociais institucionais de Braga.

- Realização de **Flash Tours dos Museus**, para as quais foram convidados e partilhados esclarecimentos para a realização de spots de divulgação e promoção dos nossos Museus. Cada museu teve a possibilidade de promover o seu espaço nas flash tours (pequenos vídeos) que foram difundidos no site www.visitBraga.travel e nas redes sociais institucionais de Braga.



VisitBraga.Travel



- Monitorização, introdução e gestão de conteúdos do portal Visit Braga;
- Reorganização de conteúdos das diferentes páginas do portal;
- Tradução de conteúdos para língua inglesa;
- Contactos com diversas entidades para atualização dos conteúdos presentes no portal;
- Contactos internos e externos para resolução de problemas técnicos e tecnológicos do portal;
- Pesquisa, criação e envio de Newsletter mensal (a partir de Outubro);
- Relançamento do site e lançamento da App VisitBraga.

Passaporte Turístico de Braga

- Foram contactados os Museus de Braga e espaços musealizados para aderirem ao projeto do Passaporte concedendo 50% de desconto a quem apresentar este documento.
- **Preparação de conteúdos para a criação** do Passaporte;
- Impressão do Passaporte Turístico em 4 línguas;



3ª Edição do Fórum de Turismo de Braga



Realização do 3º Fórum de Turismo de Braga que devido às contingências foi realizado em formato digital.

Este evento decorreu em 4 sextas-feiras do mês de maio e contou com convidados da área do Turismo, da Gastronomia e Vinhos.

Seleção de oradores ligados à área do Turismo, distribuídos em 4 sessões.

A realização deste evento foi um trabalho de cooperação realizado entre o Município, a Associação Comercial de Braga e a Betweien.

2ª Gala do Turismo / Comemoração do Dia Mundial do Turismo

Apoio e colaboração nas propostas para seleção dos nomeados.

Apoio administrativo à organização da 2ª Gala do Turismo Visit Braga, através do envio de convites e confirmação de lista de presenças.

Elaboração de informação para difusão na comunicação social relativamente ao evento e à mensagem do **Dia Mundial de Turismo da Organização Mundial do Turismo**.

Colaboração através do envio de informação das atividades para a agenda da TPNP relativas a esta comemoração.



4 - Divulgação na Imprensa

- Elaboração e partilha de conteúdos e imagens para a preparação de visita de jornalista a Braga tendo como objetivo a elaboração de publicação "48 hours in Braga" no **Le Figaro**.

- Elaboração de conteúdos e envio de imagens para a criação de informação de divulgação de Braga, junto de público específico e de segmento/mercado com interesse para o Município, para publicação na **Revista Viajar**.

- Publicação **Publituris**, envio de informação para artigo sobre a oferta turística dos municípios para o verão 2020, destinada a este jornal especializado em Turismo, para profissionais do setor.

48 heures à Braga, la «Rome portugaise»

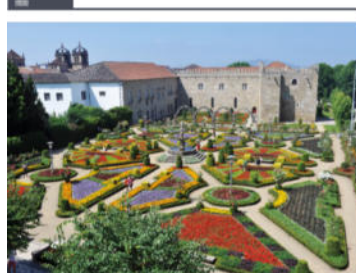
CITY GUIDE - «Porto travaille, Coimbra étudie, Braga prie et Lisbonne s'amuse», dit-on au Portugal. S'il est vrai que la troisième ville du pays, capitale du Minho, en est aussi l'un des fiefs religieux, Braga ne s'y limite pas. Une escapade urbaine tranquille, de cafés historiques en jardins insoupçonnés.

Par Lauriane Gepner
Publié le 27/08/2020 à 10:30, mis à jour il y a 2 heures



Le sanctuaire baroque Bom Jesus do Monte derrière les bougainvilliers en fleurs. Braga compte au total plus de 350 édifices religieux. Adobe Stock / Ulf Dressen

- Publicação em revista **“Portugal de Sabores e Tradições”**, Criação e envio de conteúdos para o livro de bolso: Rota dos Sabores e Saberes - 1ª edição região Norte, sobre os principais pratos e tradições de Braga.



**BRAGA: HISTÓRIA E
GENEROSIDADE À MESA**

Comentários, poemas e histórias da cidade de Braga, cada um no seu próprio idioma. Um livro de uma cidade que não cede ao tempo e que não perde a identidade.

Adaptação dos conteúdos, pela necessidade de atualizar a mensagem que se pretende passar, em conformidade com a situação atual.

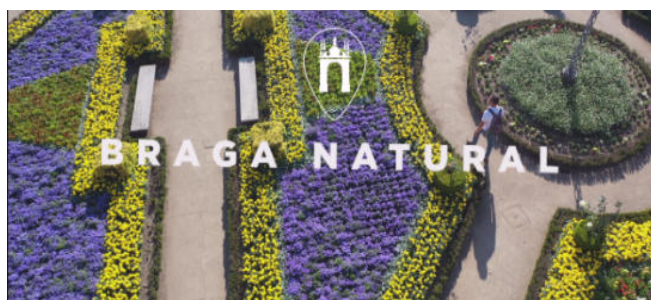
- Criação de conteúdos e envio de imagens para publicação no mês de agosto em revista de turismo **“On Viaje”**.

- Elaboração de texto para reportagem do Santuário do Sameiro de Braga e publicação no jornal **“A Peneira Novas do Eixo Atlântico”**.

5 - Braga Natural

Foi realizado todo o processo de contratação e de seleção de temáticas para serem abordadas nas filmagens. Elaboração de guião para a criação do vídeo promocional e motivacional de visita a Braga.

Esta aposta pretendeu dar uma resposta às necessidades criadas pela atual conjuntura, em que a descoberta dos espaços naturais para se visitar livremente e sem restrições, respondendo às necessidades de munícipes e visitantes tendo como



objectivo, a descoberta de novos lugares e estabelecer a ligação à natureza. Foi nesse sentido, que a realização desta curta-metragem promocional do Concelho cujo objectivo é a descoberta e fruição de locais menos conhecidos que permitem a observação da fauna e da flora e simultaneamente a compreensão das raízes históricas de Braga.

6 - Promoção dos Eventos de Braga

Durante o primeiro trimestre foi realizada a **promoção e divulgação dos principais eventos de Braga**, através do envio e distribuição do plano anual aos hotéis, museus e empresas de âmbito turístico e da divulgação nas 4 feiras/eventos em que foi possível participar.



Divulgação da Semana Santa, do Festival do Órgão e da Braga Romana em **3 Spots publicitários - Events You Can't Miss em 2020 - LUA Filmes**, tendo sido difundidos nos voos de longo curso da TAP, autocarros da Rede Expressos e Alfa Pendular. Para a realização destes spots, solicitamos confirmação das datas dos referidos eventos, selecionamos imagens de

promoção, e elaboramos frases sugestivas para a sua edição.

7 - Divulgação de Braga e do Património/Visitas Guiadas

Realização de **visitas guiadas ao Centro Histórico e ao Centro de Interpretação** onde se adaptou a linguagem e conteúdos ao tipo de público e pedidos recebidos:

- Realização de visita guiada a Braga no âmbito do solicitado pela organização do **12º Congresso da Federação Nacional dos Sindicatos dos Trabalhadores em Funções Públicas e Sociais**;

- Receção e realização de visita guiada ao centro histórico a **Embaixador da União Europeia em Cabo Verde** - José Manuel Pinto Teixeira em visita à região;

- Realização de visita guiada ao centro de interpretação a alunos estrangeiros no âmbito da unidade curricular - Portugal Contemporâneo - **Cultura Popular da Universidade do Minho**;

- Realização de **visita guiada ao centro de interpretação** a 2 grupos de 20 jovens que se encontram em Braga em regime de voluntariado e alojados na Guest House Synergia.

- Apoio e informação para a organização de visita a Braga de cerca de 20 alunos da **Universidade Sénior Contemporânea do Porto**.



- **Primeira edição de 2020 do projeto Conhecer para Melhor Promover**, com dinâmica de



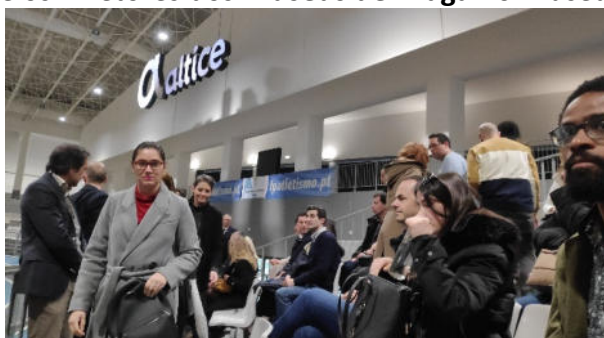
grupo com envolvendo os profissionais da área do turismo de Braga para se conhecerem melhor as valências de cada e trabalhar em rede. Foram realizadas as seguintes sessões:

- **Visita ao Posto de Turismo / Centro de Interpretação Turístico Cultural de Braga** com informação de toda a atividade produzida neste serviço nomeadamente a prestação de informação aos parceiros sobre a qual possam

recorrer sempre que necessário. Receção, horário, bilhética, visitas ao centro de interpretação para grupos, participação em feiras;

– **Apresentação das empresas/profissionais da área da animação turística**, Braga Tours, Your Tours, Minho Free Walking Tours e Joy4Fun e realização de visita guiada ao centro histórico;

- Sessão técnica de esclarecimento pelos Diretores dos **Museus de Braga** no Museu Nogueira da Silva com chá/convívio entre profissionais; Apresentação final do concurso de ideias **Inovação Aberta** e entrega do prémio à ideia vencedora e uma menção honrosa;



- Visita ao **Altice Fórum** com sessão de esclarecimento, informações sobre eventos/valências/espacos e sua utilização;

- Preparação e coordenação com a ACB e planeamento da visita seguindo o roteiro **“Lojas com História”**.

8 - Taxa Turística

- Planeamento e realização de **ação de formação sobre a Plataforma da Taxa Turística** e sua aplicação. Foram apresentadas correções e melhorias para a futura aplicação.



- **Apresentação pública** no Museu D. Diogo de Sousa da **plataforma de gestão da Taxa turística para hoteleiros e proprietários de estabelecimentos de alojamento local** tendo em vista a sua inscrição na plataforma destinada à cobrança da taxa turística, implementada pelo Município.

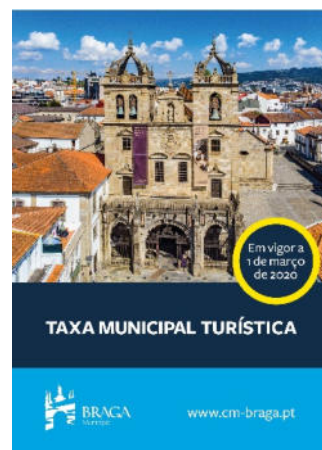
Sessão de esclarecimento destinada às entidades responsáveis por empreendimentos turísticos e alojamento local, com a participação do Sr. Vereador Altino Bessa, do Departamento Financeiro, Divisões de Economia e Turismo e

de Sistemas de Informação e Qualidade e da Empresa ANO.

Esclarecimentos a emails enviados pelos alojamentos e operadores turísticos internacionais para futura aplicação da taxa.

- Criação de conteúdos e tradução para a elaboração de **folheto informativo em 4 línguas**. Folheto partilhado em formato digital para os alojamentos poderem disponibilizar aos clientes, informação relativa à taxa turística em Braga.

- Gestão do Registo dos Empreendimentos Turísticos e Alojamento Local na Plataforma da Taxa Municipal Turística.



- **Esclarecimentos via correio eletrónico, telefónico e presencial** às diferentes dúvidas e dificuldades apresentadas pelas entidades responsáveis pelos estabelecimentos de alojamento concelhios e operadores turísticos internacionais sobre a aplicação da taxa.
- Otimização do processo de aplicação da taxa turística e participação no processo de otimização da plataforma da **Taxa Turística**.

9 - Mapas / Arranjo e Reimpressão

- Pequenas atualizações, alterações de imagens e colocação de ícones necessários que não se encontravam em edições anteriores de informação e conteúdos para reimpressão do roteiro do Barroco em Alemão.

- Renovação da parceria com a Editorial MIC para a reedição de mapa. Correção de textos/conteúdos, imagens e tradução para a reimpressão de mapa de distribuição gratuita com publicidade da **Editorial MIC**. A colaboração com esta entidade permite o encaixe de grande quantidade de mapas do Norte e da cidade de Braga para a sua oferta aos estabelecimentos hoteleiros UNA GROUP - Agência de Comunicação e Marketing.



10 - Eixo Atlântico

- Envio de informações e imagens, sobre o Caminho de Santiago de Braga para a elaboração do **Guia Turístico 2020**. Correção dos conteúdos e sugestão de proposta de canais de distribuição em Braga e pedido de número e respetivas línguas dos exemplares necessários para a nossa distribuição.

Cooperação na distribuição do Guia da Euroregião intitulado **“Um Caminho de Futuro”**, após termos colaborado na correção do mesmo. A distribuição será coordenada pelo Posto de Turismo e será feita a empreendimentos turísticos, museus e locais de passagem dos peregrinos de Santiago.

Foram estabelecidos contactos com os empreendimentos turísticos da cidade, por forma a conseguir a oferta de um voucher de estada a ser sorteado, pela imprensa espanhola e portuguesa aquando da distribuição do Guia “Um Caminho de



Futuro”. A oferta do voucher do Burgus Tribute & Design Hotel, foi oferecido em programa de rádio espanhola em direto.

- Participação em reuniões online de preparação para a realização de campanha de publicidade/promoção do território através da imprensa escrita, Galega e Portuguesa.

- Participação em reuniões relativas à realização da **Expocidades de 2021**. Levantamento e envio de contactos de produtores de produtos singulares e de operadores turísticos locais, que poderão ter interesse em participar na próxima edição da Expocidades, que terá lugar em Valongo, em setembro de 2021.

- Elaboração de conteúdos para o novo **Guia Turístico do Eixo Atlântico, com edição prevista para 2022**.

Os conteúdos produzidos de 10 páginas sobre o que se pode fazer em Braga, nomeadamente a nível cultural (museus, teatro, concertos...), património, gastronomia e enologia, shopping e natureza.

Este guia será uma publicação com uma apresentação diferente e inovadora das cidades que integram o Eixo Atlântico, abordando a temática “O que fazer na Euro-região”.

- **Projeto EPICAH - Turismo nas regiões Fronteiras** – uma estratégia económica para as regiões periféricas. Apresentação do Focus Group do projeto EPICAH, do Interreg Europe liderado pelo Eixo Atlântico. Envio de propostas/contributos do Município de Braga para a elaboração de propostas de Manual para Projetos de Turismo.

- Preenchimento de inquérito, no âmbito da **Agenda Urbana**, para elaboração de um relatório sobre o impacto do turismo na morfologia urbana dos seus municípios.

- **Cerimónia de Abertura Braga Capital da Cultura do Eixo Atlântico**, distribuição de bilhetes para munícipes tendo em vista a participação na Abertura da Capital Europeia da Cultura do Eixo Atlântico/Braga.

11 - Entidade Regional de Turismo Porto e Norte de Portugal e Associação de Turismo do Porto

- Participação no evento “**Fins de Semana Gastronómicos a Norte**”, edição 2019-2020, em parceria com o TPNP e com o apoio da Associação Comercial de Braga, no âmbito da **dinamização do Produto Estratégico “Gastronomia e Vinhos”**. O FDS Gastronómico de Braga decorreu no fim de semana de 23 a 25 de outubro, tendo em vista a **promoção do Bacalhau à Moda de Braga, Pudim Abade de Priscos e do Vinho Verde**. A gastronomia e o



enoturismo são dos mais importantes produtos estratégicos de referência para o turismo da nossa cidade.

Distribuição de material de apoio e de divulgação pelos Restaurantes e Empreendimentos Turísticos.

- Por solicitação da Agência de Animação Turística **“Janelas do Turismo”**, e da Entidade Regional de Turismo da Porto e Norte, elaborou-se lista das datas dos **Festivais temáticos e Feiras** Francas no concelho de Braga.

- Colaboração na **Campanha Nacional e Plataforma de Experiências**, uma campanha nacional para estímulo ao turismo interno, a ser lançada pelo Turismo de Portugal, agregando e organizando ofertas promocionais dos serviços das Empresas de Animação Turística do concelho.

- Criação de conteúdos com relevância cultural e turística e selecção de imagens para a participação de Braga nas seguintes **agendas** compiladas e **editadas pela TPNP** a partilhar através das plataformas digitais da rede - Eventos de Carnaval e Festivais Temáticos.

- Divulgação dos **eventos de Braga** nas plataformas de divulgação digital da Entidade Regional de Turismo.

- Reunião de trabalho na TPNP em Viana do Castelo, com **apresentação do plano de atividades da TPNP de 2020**. Preparação e contactos da nossa participação em feiras de promoção turística nacionais e internacionais em parceria com esta entidade no sentido de otimizar custos para os municípios que fazem parte desta região de turismo.

- Criação de conteúdos através da informação fornecida pela Divisão da Cultura, contribuindo para a **agenda de eventos de Carnaval da TPNP**.

- Colaboração com a TPNP no preenchimento de base de dados acerca do **estado de situação do alojamento no Norte de Portugal**, face ao estado de emergência decretado em resposta ao aumento de casos de Covid-19 no nosso país.

- Colaboração com a TPNP e ATP, **fornecendo dados sobre a situação dos empreendimentos turísticos** e sobre a realidade e futuro das apostas turísticas em Braga.

- Apoio à ATP na promoção de Braga ao agilizar autorização para visita gratuita aos monumentos mais importantes da cidade e autorização filmagens durante presses trips:

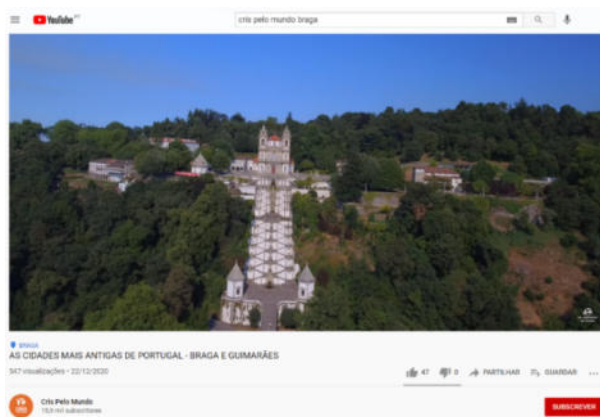
Realização de visita guiada ao centro histórico ao **jornalista Helge Bendl da revista de Turismo Reise & Preise**, apresentando um contexto da história da cidade de Braga para a elaboração de reportagem numa das publicações mais conhecida do país de 5 páginas sobre Portugal.

Apoio concedido à ATP através da autorização de filmagens em Braga destinadas à realização de **série de episódios de turismo**, com o objetivo de fazer a promoção do destino Porto e Norte. Estes episódios pretendem apresentar a oferta turística da região abordando várias temáticas. Abordados temas como a oferta turística, vivências, histórias de vida, crenças e credos que acompanham o Porto e o Norte de Portugal. **A Wild Douro** é a empresa responsável pela execução e filmagem dos mesmos.



Apoio à ATP e TPNP, em colaboração na campanha com uma das principais **OTA- Online Travel Agency**, a trabalhar com o nosso **Destino, a TourRadar**. Acompanhamento e visita guiada ao jornalista durante a reportagem, para a criação de um **vídeo promocional sobre Portugal**.

Colaboração à ATP em apoio prestado à equipa de filmagens do programa **“Cris Pelo Mundo” durante a visita ao Norte de Portugal**. Programa a ser transmitido no canal **Travel Box Brasil** em horário “prime” para 12 milhões de espectadores assinantes em 98% do mercado de TV por assinatura no Brasil.



Apoio ATP destinado à realização de filmagens para um documentário sobre a **Herança Judaica no Norte de Portugal pela Agência Judia de Noticias (AJN)**. Colaboração na obtenção de permissões para filmagens no centro histórico de Braga e Biblioteca Lúcio Craveiro.

Envio de **imagens, vídeos, brochuras digitais** para que a ATP possa promover e **partilhar os conteúdos** sempre que necessário, nomeadamente em reportagens jornalísticas da especialidade, junto dos seus canais digitais ou outros pedidos que tenham como objetivo potenciar a promoção.

12 – Comunidade Intermunicipal do Cávado

- Partilha de sugestões e propostas de circuitos e produtos para a criação de experiências possíveis que o turista poderá fazer e visitar em Braga no âmbito do Minho Design Tourism Experience. Partilha de contactos sobre os eventuais parceiros com quem se revejam a desenvolver este projeto, como empresas de animação turística.

- Participação na sessão pública “PROVERE Minho Inovação: Balanço e Perspetivas”.



13 - Projetos

URBACT “Tourism Friendly Cities” - projeto internacional - direcionado e vocacionado para a **sustentabilidade na área do turismo**, cujo Município de Braga participa ativamente com diversas cidades de pequena, média e grande dimensão. Este projeto conta com as cidades



de Génova – Itália, parceiro que lidera a candidatura, Cáceres-Espanha, Druskininkai-Lituânia, Dun Laoghaire-Irlanda, Dubrovnik-Croácia, Cracóvia-Polónia, Rovaniemi-Finlândia e Veneza-Itália, com o intuito de criar um grupo de trabalho multidisciplinar para este programa, com a finalidade de se criar um plano de ação no domínio da sustentabilidade turística nas cidades.

A cidade de Braga, foi a primeira cidade do projeto a organizar uma reunião

transnacional com as cidades parceiras que constituem esta rede. O encontro decorreu nos dias 28 e 29 de janeiro de 2020, e juntou vários representantes provenientes de cidades com realidades turísticas muito diversas.

Preenchimento em conjunto com o Project Coordinator Dr. Nuno Gouveia do Progress Report (atividades realizadas) de Braga para incluir na fase I do projeto.

<https://urbact.eu/braga-sets-its-participatory-approach-ulg?fbclid=IwAR3hP36V2Y187d7vAyWsZSxMH4sKfUslaokkbsCwRqd6iGFcuVx3RtYW4W8>

Participação no E-University do URBACT, evento que consistiu numa série de 8 workshops,



tendo em vista a forma como se podem conduzir e dinamizar processos de planeamento de ações.

Este ciclo de sessões on-line, com a particularidade de ser realizado em “live stream” consistiu na dinâmica de workgroups. Sendo que Braga ficou no grupo “Curious Minds”, cujo intuito é apreender a lidar com as novas plataformas digitais, com o objetivo de estimular e dinamizar reuniões on-line

com o grupo de ação local ULG Braga.

Encontro virtual entre as cidades que constituem o grupo de trabalho - URBACT TFC e debate sobre os próximos passos a tomar em relação ao plano de ação, estas reuniões ocorrem neste formato face à impossibilidade de os encontros presenciais estarem suspensos devido à crise pandémica Covid-19. Serviu ainda para avaliar os IAP Roadmaps que cada uma das cidades terá que elaborar.

Este documento foi desenvolvido em parceria com a Cooperativa Minho de Porta Aberta e designado pela entidade URBACT como Integrated Action Plan IAP *roadmap* que segue anexo. A utilidade deste documento é apresentação das linhas orientadoras do trabalho a ser desenvolvido na linha temporal de duração do projeto que termina a 7 de agosto de 2022. Permite servir de igual forma como linha estratégica a seguir, com os passos previstos a realizar no âmbito das ações a implementar a nível local.

Decorreu no dia 2 de março de 2020 em parceria com a Cooperativa Minho de Porta Aberta (entidade dinamizadora do grupo de ação local), **reunião no sentido de apresentar os pressupostos do projeto** e consequente convite às instituições para integrarem o grupo de ação local. Esta apresentação contou com a presença do Sr. Vereador do Turismo Eng. Altino Bessa, que endereçou o convite aos diversos agentes locais que estiveram presentes.



Reunião presencial ocorrida a 7 setembro 2020, com o intuito delinear **estratégias para dinamização do grupo de ação local – ULG (Urban Local Group) Braga**. Estes encontros têm como foco principal o desenvolvimento do trabalho em grupo com os vários agentes locais da cidade convidados para integrar o ULG-Braga, e onde são apresentados um conjunto de ferramentas úteis para a realização/progresso do plano de ação da cidade de Braga no domínio da sustentabilidade turística. Neste sentido, pretende-se dar oportunidade para que todos os *stakeholders* colaborem de forma ativa e participativa, local onde se produza resultados pelos dos elementos que fazem parte deste grupo de ação local e que sustente no futuro a elaboração do nosso plano de ação, designadamente através de contributos construtivos apresentados.

Decorreram também em substituição das reuniões transnacionais, **três sessões via zoom** nos dias 25 de junho, 16 de setembro, 29 e 30 de outubro de 2020, que foram dinamizadas pelo LP – Lead Partner cidade de Génova em colaboração com a LE Anamaria I Lead Expert do projeto Tourism Friendly Cities via zoom. O objetivo principal foi debater as temáticas

relacionadas com o setor do turismo, nomeadamente para as questões de segurança e higiene que afetam o setor a nível mundial, bem como em termos de auscultação dos projetos em curso das cidades que constituem o projeto.



- Oferta formativa acordada em reunião do Conselho Consultivo para o Desenvolvimento Turístico

No âmbito da parceria com a **Universidade Católica**, foram disponibilizadas 25 vagas para 5 formações do curso de mestrado em Turismo para que em tempos de pandemia, os profissionais do setor, de forma a qualificar os profissionais da região. Foram remetidos convites a todos os nossos contactos desde os Museus, empresas de Animação Turística, Agências de Viagens e Empreendimentos Turísticos do concelho de Braga. Elaboração de comunicação de divulgação do projeto para a comunicação social.

Divulgação da oferta formativa orientada pela **Associação Comercial de Braga** junto dos agentes turísticos, desde os Restaurantes, Empreendimentos Turísticos e Alojamento Local, conforme.

- Empresas de Animação Turísticas do Concelho/Museus

Realização de reunião de trabalho com as empresas de animação turística do concelho tendo em vista a disponibilização da ocupação do Espaço da Pop Up Store, no Largo Barão de S. Martinho, durante os meses de verão, potenciando a divulgação e venda dos produtos e serviços turísticos.

Foram remetidas as informações relativas às propostas e conclusões da reunião, para agendamento de ocupação por parte das empresas.

Apoio às empresas de animação turística, através da realização de vídeos “**#Flash Tours**”, promovendo e divulgando os seus serviços através da divulgação nas redes sociais do Município, VisitBraga e de todas as partilhas.

Em conjunto com as Empresas de Animação Turística, foram definidas as ofertas turísticas do concelho, destinadas à criação de uma **Campanha Nacional e Plataforma de Experiências** de apoio e estímulo ao Turismo Interno, uma iniciativa do Turismo de Portugal em parceria com as Entidades Regionais de Turismo.

- Relativamente ao projeto da **Via Mariana**, relativamente aos **Santuários Marianos desde Braga até Muxia–Espanha**, foram adquiridas e colocadas as placas para a sinalética da via no concelho de Braga, e realizada a impressão dos folhetos informativos deste Caminho.

- Participação em reunião do **Caminho Minhoto Ribeiro**, realizada na Câmara Municipal de Melgaço em que estiveram presentes representantes dos municípios de Vila Verde, Ponte da Barca, Arcos



de Valdevez, Monção e Melgaço. Proposta a realização de um protocolo de cooperação entre as cidades por onde passa este caminho.

Definição de uma agenda de trabalho para a definição do percurso nos concelhos e desenvolvimento da parte científica. Pequenas alterações e posteriormente, foi assinado o protocolo de trabalho em conjunto de defesa, traçado e sinalética.

- Elaboração de **questionário de satisfação do serviço prestado**, em formato digital, no âmbito cumprimento de objetivo do siadap1 2021.

- **Ação de Capacitação e Focus Group do "Bacalhau à Braga"** com a AdereCertifica e com os stakeholders da gastronomia da região de Braga, para dar a conhecer o projeto de qualificação do prato "Bacalhau à Braga" assim como o plano de comunicação e imagem gráfica associado ao projeto.

- **Semana do Bacalhau à Braga**, decorreu em 29 restaurantes aderentes à iniciativa que pretende reforçar e certificar o Bacalhau à Braga, e distinguir Braga como um dos principais destinos gastronómicos do país.

14 – Colaborações e Apoios

- Preparação e apoio na realização de reunião do **Conselho Consultivo para o Desenvolvimento do Turismo**, para a qual se enviou convites à participação, receção e gestão das presenças. Preparação de conteúdos apresentados na reunião. Elaboração da Ata da reunião do Conselho Consultivo realizada no dia 26 de outubro.

Envio da referida ata a todos os membros do CCDT. Atualização da lista de contactos.

- Colaboração através de pedido de autorização para a realização de reportagens, em museus, espaços de interesse histórico e cultural de Braga, descrevendo a sua história e relevância para a cidade. Publicações de âmbito nacional e internacional, nas plataformas sociais facebook e instagram, no youtube e na MEO TV - **programa Ficou Mais Fácil Viajar**.

- Reunião de trabalho com o Ricardo Taliberti, destination manager responsável por Portugal na **GetYourGuide**, a maior plataforma de vendas de atividades turísticas no mundo, on-line e acessível via site e aplicativo móvel.

Abordados temas como o trabalho e esforços desenvolvidos pelo Município de Braga, o perfil do visitante e como os poderemos ajudar a promover a cidade.

Preparação e envio de conteúdos, partilha de contactos de empresas de animação turística, museus e espaços musealizados.

- Apresentação pública no Auditório do Posto de Turismo do **"Caminho da Geira e dos Arrieiros"** de Braga a Santiago - Caminho de Xacobeo pela Associação Codeseda Viva,

inserido na preparação do ano Xacobeo 2021, no âmbito da Semana Cultural Convergências Portugal/Galiza.

- Correção de textos sobre Braga para nova edição do **guia de viagem "Portugal"**, com tiragem na Alemanha, Áustria e Suíça, que irá ser editado no Verão de 2021 pela Michael Müller Verlag.



- Colaboração na candidatura de Braga, na área do Turismo inteligente e sustentável para o **Desafio das Cidades Inteligentes**. Pretendem ajudar cidades europeias a tornarem-se “mais verdes, mais sociais e mais inteligentes”.

- Colaboração na nova atualização do **Índice de Sustentabilidade Municipal 2020** do Município de Braga, nos indicadores respeitantes ao setor turístico, nomeadamente, número de Empreendimentos Turísticos com certificação ambiental e existência de recompensas por prémios de turismo sustentável.

- Correção de conteúdos para sua utilização na **App da OnHistory**, no âmbito da Aplicação de Realidade Aumentada. O conteúdo desta primeira aplicação/teste, abordou a temátca da Braga Romana.

- Participação em reunião dos Municípios para a assinatura do protocolo do **Caminho Minhoto Ribeiro**. Análise e sugestão de pequenas alterações, que se considerou necessárias, para a assinatura do referido protocolo de cooperação dos diversos municípios que partilham o território deste Caminho.

- Colaboração e apoio à equipa de **Gestão de Produtos de Retalho Poupança e Pagamentos dos CTT**, através da partilha de sugestões de ofertas de produtos regionais que nos identificam e respetivos contactos de empresas e artesãos do concelho potenciais parceiros. Abriu em setembro a primeira loja deste **novo conceito destas lojas dos CTT em Portugal**.

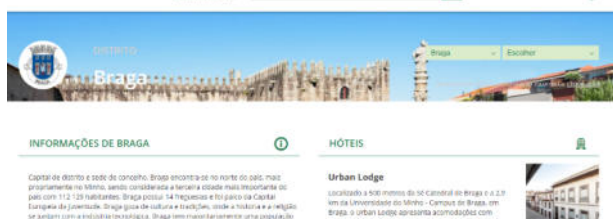
- Apoio a programa da **TVI “Somos Portugal”**, realizado e dedicado a Braga, e teve como objetivo a divulgação do artesanato, produtos típicos e gastronomia. Foram remetidos emails a convidar a participar no programa que foi realizado em direto do Parque da Ponte.

- Contacto prévio e envio de convite a participar no programa da TVI;
- Apoio logístico no dia do evento;
- Apoio para filmagens a serem transmitidas no programa;



- Envio de imagens à **Agência de Viagens Douro Wellcome**, para a criação de programas turísticos;
- Apoio à **Divisão do Desporto e Liga de Portugal** na organização e logística da Fan Zone da Taça da Liga, através da cedência de instalações e apoio logístico à equipa de digital.
- Apoio a Gabinete do Vereador Miguel Bandeira através do pedido de orçamentos de para as traduções dos conteúdos referentes às **“Lojas com História”**.

- Envio de conteúdos e correção de algumas informações no **portal Mapav.com**, onde divulgam informação dos concelhos e freguesias de todo o país, foram enviados conteúdos sobre:



Locais a visitar e outros locais de interesse (descrição e imagem); artesanato e outros produtos locais; eventos; contactos de redes sociais; outras informações, como

notícias, prémios, etc.

- Colaboração prestada ao Gabinete do Sr. Vereador Miguel Bandeira, através do preenchimento de formulário com conteúdos relativos ao turismo, no âmbito da acessibilidade para a candidatura ao prémio europeu de acessibilidade denominado **“Access City Award 2021” promovido pela Comissão Europeia**.

- Ofertas institucionais à **empresa Prospecta**, empresa de decoração situada em Braga, destinadas à realização da apresentação da coleção outono/inverno. Este material destina-se a clientes provenientes de todo o país.

- Preenchimento do **Indicador21 referente ao Turismo Sustentável**, no âmbito da candidatura do Município de Braga à bandeira verde da **Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE) - projeto ECOXXI**.

- Partilha de fotografias para publicação do **XII do Roteiro A Nossa Terra, da Direnor**.



- Colaboração através da realização de pedidos de colaboração e permissão para filmagens para o programa **“Caminhos com História” do Porto Canal**.

- Partilha de **estatísticas anuais de visitantes** e outros dados respeitantes a atrações e atividades

turísticas do concelho a empresas responsáveis por investimentos hoteleiros, estudantes de turismo no âmbito dos seus trabalhos académicos e a todos os que os solicitam

- A **BTL em 2020** voltou a solicitar apoio para dinamizar a **“KIDS ROUTE”**. Braga contrubuiu com a sugestão de um conjunto de atividades que passava pela utilização do guia turístico para crianças com jogos e no final do preenchimento a oferta de prémios de merchandising do município. A convite da TPNP foi preparado um programa que seria destinado a crianças dos 6 aos 12 anos durante a Bolsa de Turismo de Lisboa. Dinamização de atividades para crianças.



- Oferta de material de merchandising destinada a apoiar a organização da **4ª Caminhada Solidária Projeto Sementes iniciativa da Caminhada da Pastoral Universitária**.

- Apoio aos seminários o âmbito das **'Seminar Sessions' do Dog Summit**, com a oferta de 60 kits de merchandising.

- No âmbito do **evento “Parlamento Jovem”, no Instituto/Pousada da Juventude**, preparação de ofertas institucionais para oferta aos convidados.

- Colaboração com a **Escola Profissional Profitecla**, com a participação de técnico do serviço, com o objetivo de explicar e promover junto dos alunos do 1º ano, todas as ações e tarefas realizadas por um técnico de um posto de turismo.

- Oferta aos participantes no **Projeto Erasmus+ da Escola Secundária Alberto Sampaio**, oferta para promover Braga. Grupo composto por 21 alunos e 9 docentes, de Portugal, Polónia, Bulgária e Lituânia.

- Preenchimento de inquérito online de estudo internacional sobre a **Competitividade no Turismo** - estratégias organizacionais utilizadas nas organizações de gestão do turismo ou nas organizações de marketing turístico. Este estudo envolveu universidades portuguesas e universidade espanhola.

- Realização de 2 entrevistas por email no âmbito do processo de investigação para a conclusão da **Licenciatura em Turismo na Universidade Católica Portuguesa**.

- Resposta a **2 questionários** remetidos por alunos dos cursos de Turismo do **Instituto Politécnico de Viana do Castelo**, para a elaboração de teses de mestrado.

- Colaboração com **Universidade de Aveiro** através de preenchimento de inquérito, inserido em projeto de investigação sobre turismo acessível: **"ACTION – Turismo acessível: cocriação de experiências turísticas através de sistemas inteligentes com base Web"**. O

objetivo do projeto foi conhecer o nível de acessibilidade da oferta turística em Portugal e avaliar o interesse na utilização de uma plataforma web de partilha de informação sobre turismo acessível por parte dos/as intervenientes no trade turístico.

Universidade do Minho

- Oferta de material de informação turística à **Erasmus Student Network Minho** dinamiza a estadia dos estudantes de mobilidade da Universidade do Minho, para juntar aos kits de boas vindas distribuídos na atividade de acolhimento a estes estudantes.

- **Colaboração com Escola de Economia da Universidade do Minho** através da oferta de material de merchandising destinado aos participantes do evento **Leadership Weekend** que decorreu nos dias 14 e 15 de fevereiro, organizada **pela AIESEC ("Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales")**, a maior organização internacional estudantil do mundo para jovens explorarem o seu potencial de liderança.

- Apoio à realização do **Congresso ORPHEUS 2020**, através da oferta de materiais de merchandising e 150 mapas em Português/Inglês, com 200 participantes.

- Oferta de material de merchandising destinados ao encontro do **Departamento de Relações Externas da Vision - Minho Legal Lab**, com 200 canetas, 200 lápis, 200 sacos de pano com logo, 200 blocos de notas.

- Colaboração com a Comissão Organizadora das II Jornadas da Ciência, através da cedência de materiais de apoio ao congresso

Nos dias 9 a 13 de março, os estudantes das licenciaturas em Biologia Aplicada, Biologia e Geologia, Bioquímica e Ciências do Ambiente da Universidade do Minho, em colaboração com a Escola de Ciências, organizam as Jornadas da Ciência.

- Oferta de mapas da cidade e brindes para oferta aos participantes da **11.ª Conferência Luso Brasileira de Ciência Aberta**, realizada em Braga, na Universidade do Minho com cerca de 200 Participantes.

15 - Exposições nas Montras do Posto de Turismo

Realização de exposições de divulgação e apoio ao trabalho artesanal ou promoção de eventos de cariz turístico:

- Exposição de **Lenços dos Namorados da artesã bracarense Sameirinho**;

- Exposição de promoção da **FITU Bracara Augusta** da Tuna da Universidade do Minho;

- Exposição de produtos **Vila Verde - Namorar Portugal** com apresentação pública do projeto e campanha de divulgação e promoção do evento;

- Exposição de livros sobre Braga de **Libório Sarmento** da Editora Atlântico;



- Exposição de **aguarelas com imagens do património de Braga** de Cândido Caldas;

- Exposição de Natal - **Presépios artesanais** de Cândido Caldas;

- Exposição de **aguarelas com paisagens de Braga** de Armando Veloso;

- Apoio e realização de exposição dos trabalhos realizados pelas escolas no âmbito do **Concuro Eco-Natal 2020** da Divisão do Ambiente.

16 - Formação

- Frequência do Luis Ferreira no **projeto de formação do IPDT – Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, com o apoio do Turismo de Portugal**. O programa ALA+T – pretende qualificar para o Turismo, cujo objetivo é o reforço de competências, específicas e transversais, dos executivos e técnicos superiores de Câmaras Municipais, das Comunidades Intermunicipais e Áreas Metropolitanas, das Associações de Municípios, das Entidades Regionais de Turismo, e das Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional.



A apresentação do projeto final de grupo no formato on-line dado o contexto atual de pandemia.

- Participação de 2 colaboradores na formação **“Safe & Clean”** promovida pelo Turismo de Portugal, direcionada para as **Autarquias Locais - Postos de Turismo**.

- Presença na **3ª Conferência dos Profissionais de Turismo do Minho**, que decorreu no Auditório da Biblioteca Municipal de Barcelos. Temática abordada "O financiamento das startups e investimento na área do Turismo" 3ª Conferência da APROTURM – Associação dos Profissionais de Turismo do Minho.

- Participação em inúmeras **webinares** sobre a pandemia e sobre os contributos na e para a retoma do Turismo pós-Pandemia, nomeadamente as propostas pelo Turismo de Portugal e Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte.

17 - Estágios

No âmbito da colaboração para a qualificação profissional dos formandos da área do Turismo, realizaram estágio na divisão de economia e turismo, dois alunos de duas instituições do ensino superior:

- Receção e integração no estágio em contexto profissional da Margarida Frias, estagiária do curso de Línguas da Universidade do Minho, realizando traduções de conteúdos para as línguas inglesa e espanhola.

- Receção e integração no estágio em contexto profissional do Pedro Santos, aluno do curso de Gestão de Atividades Turísticas do IPCA vindo reforçar a equipa de atendimento e preparação de relatório sobre a marca VisitBraga.travel.

Devido à pandemia, estes dois estagiários foram obrigados a realizar parte do seu estágio em casa, seguindo as orientações da Dra. Filomena.

18 - Vendas Solidárias

- Venda e divulgação das **Nossas Senhoras do Leite em apoio à CERCÍ Braga** - Cooperativa de Educação e Reabilitação para Cidadãos de Braga;

- Colaboração com a **CERCÍ Braga** através da venda de bilhetes para o dia 5 de março, um espetáculo intitulado BRAGA COMÉDIA II, uma iniciativa de Stand-Up Comedy que teve como objetivo uma angariação de fundos para atividades do Centro de Atividades Ocupacionais da Instituição, mais concretamente, para a Colónia de férias.

- Venda da **credencial do peregrino** em apoio ao peregrino e em colaboração com a **Associações Espaços Jacobeus** – e colaboração na difusão da informação sobre o Caminho Português de Santiago.

19 – Análise Estatística

Comparativamente ao ano de 2019, em 2020 registou-se uma quebra de cerca de 77% no número de turistas que acorreram aos serviços do Posto de Turismo. Esta descida fez-se notar em todo o país, tendo sido atenuada pela afluência do turismo interno nos meses de verão.

Podemos verificar no gráfico e quadro, apresentados, que nos meses de janeiro e de fevereiro o número de visitantes aumentou 6% e 8%, respetivamente, meses em que a pandemia já estava a alastrar pela Europa.

Em março, declarado o estado de emergência, os serviços encerraram, contudo ainda foram realizados 6748 atendimentos. Nos primeiros meses de reabertura, não foi possível recuperar neste setor, pois as fronteiras estavam fechadas e, em desconfinamento gradual, os níveis de confiança dos consumidores ainda estavam bastante baixos.

Os meses de julho e agosto atingiram resultados muito positivos, tendo em conta as previsões mais pessimistas apontadas no início do segundo semestre.

Após o confinamento e logo depois da abertura das fronteiras e dos corredores aéreos, coincidindo com a vinda dos emigrantes e franceses que habitualmente fazem férias em agosto, somados com os habituais visitantes espanhóis, o cenário turístico parecia querer engrenar de novo durante os meses de julho e agosto. Notou-se ainda na cidade uma retoma da procura de grupos organizados nomeadamente originários de países como a França e a Polónia.

Após o mês de setembro, entramos numa nova fase de contenção e recolhimento. A 15 de outubro, em resposta à "evolução grave" da pandemia em Portugal, foram impostas novas restrições, que em novembro foram reforçadas, limitando a circulação entre concelhos em determinados períodos, como aos fins de semana, período de eleição para deslocações em lazer¹. Assim, os últimos meses registaram um acentuado decréscimo na procura dos destinos turísticos.

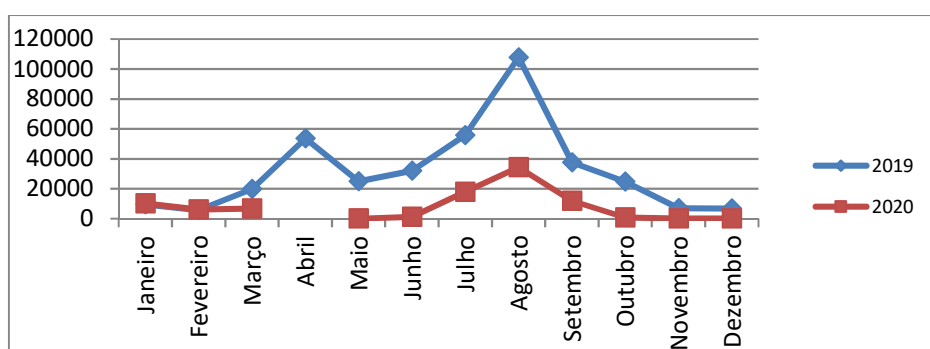


Gráfico 1. Afluência ao Posto de Turismo de Braga por meses (2019 – 2020).

1

<https://expresso.pt/coronavirus/2020-10-14-15-de-outubro-de-2020-Portugal-inteiro-esta-novamente-em-estado-de-calamidade-e-estas-sao-as-oito-medidas-do-Governo-que-entraram-em-vigor>
<https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/noticia?i=governo-toma-medidas-para-controlar-situacao-muito-grave>

Como referido anteriormente, e como se pode observar no gráfico abaixo, o mercado português foi o mais representativo no total do número de atendimentos, com 42%. A seguir a este, verificou-se a mesma tendência de anos anteriores, ou seja, um maior número de atendimentos a visitantes espanhóis e franceses, com 25% e 12% respetivamente.

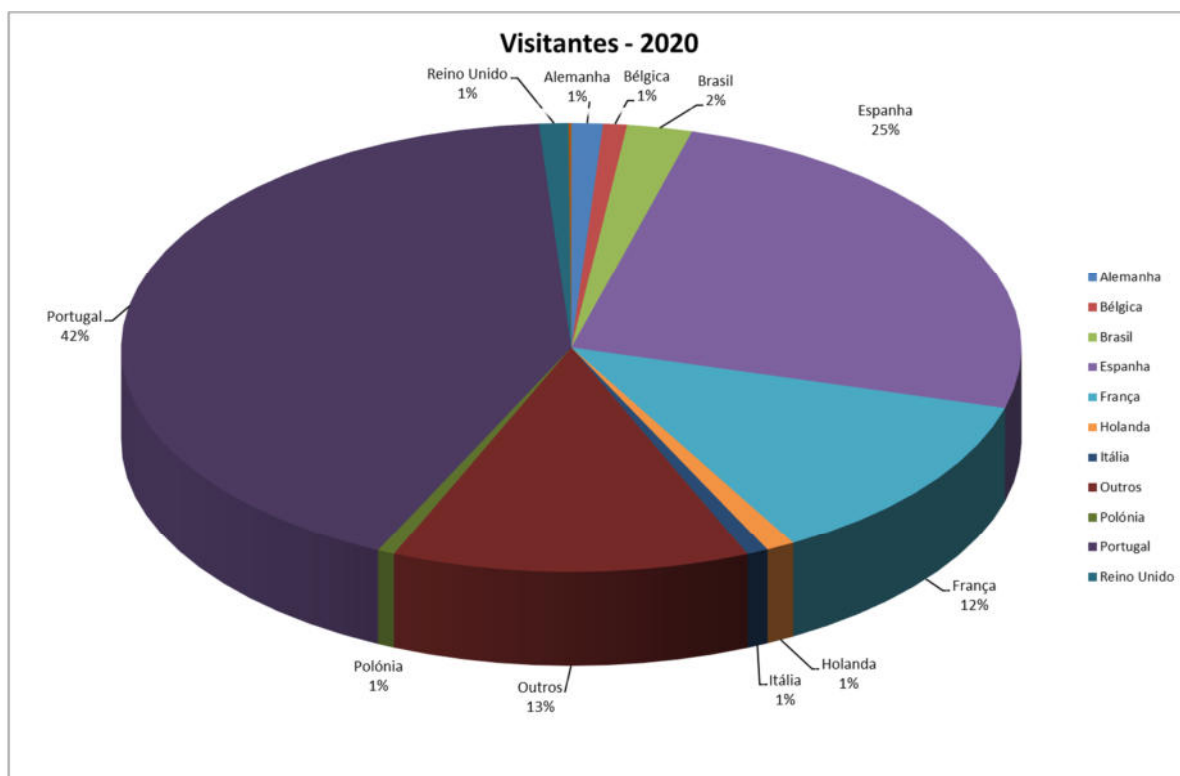


Gráfico 2. Visitantes distribuídos por nacionalidades.

Nos últimos dez anos, os dados recolhidos no Posto de Turismo de Braga, tinham vindo a revelar uma assinalável tendência de crescimento, sempre com taxas de crescimento médio acima dos 10%, contudo, em 2020, a pandemia de covid-19 encerrou praticamente todos os setores e o turismo foi um dos mais afetados.

O início do ano teve uma afluência superior ao do ano anterior, o que antevia um ano extraordinário de afluência turística na cidade de Braga. Porém, o mundo foi assolado por uma pandemia com consequências desastrosas para a economia, embora a maior perda e que é incomparável se tenha dado a nível humano, quebrando a confiança e instalando o medo em geral.

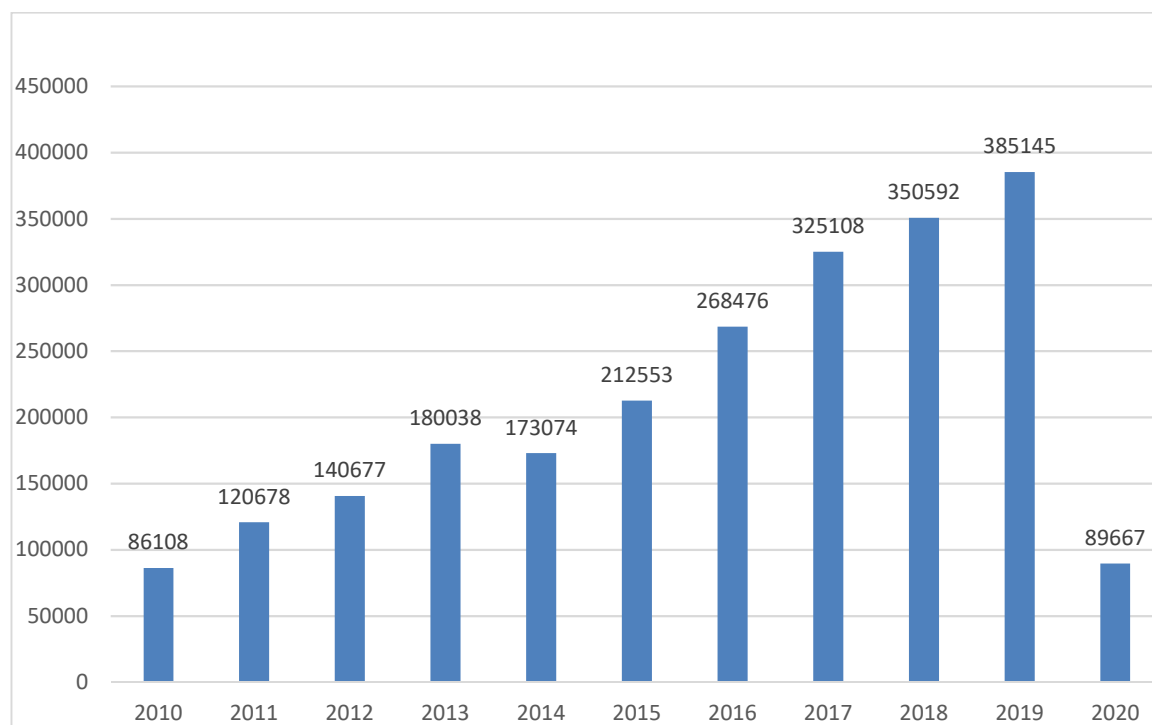


Gráfico 1. Visitantes nos últimos dez anos

As viagens ficaram para segundo plano e sobre o futuro apenas podemos fazer conjeturas. Mas somos otimistas e sabemos que esta fase vai passar e, em breve, estaremos todos a pensar nas próximas aventuras e a contar os dias para as próximas férias. Assim sendo vamos afastar pensamentos negativos e apostar na dose de motivação que precisamos para continuar a acreditar que vai ficar tudo bem.

20 - Defesa do Consumidor

- Divulgação de matérias de informação ao consumidor versando temáticas atuais e de interesse para o Município com o objetivo de esclarecer e de prevenir e evitar o conflito de



consumo. Esta informação foi difundida através do **Programa Semanal de Rádio – Consumidores Somos Todos Nós** – na Rádio Antena Minho, Rádio de Braga, entretanto suspenso “sine die”, devido à Covid-19.

Apesar da pausa do programa da rádio, a rubrica "**Voz ao Consumidor**" continuou sendo elaborada semanalmente no Jornal Correio do Minho abordando temáticas relacionadas com a atualidade do consumo e da defesa dos direitos dos consumidores.

- Paralelamente e no gabinete de informação foram **prestados esclarecimentos aos municípios consumidores**, sobre as dúvidas apresentadas. Alguns destes pedidos de informação por carecerem de tratamento específico (mediação e arbitragem) foram encaminhados para diversas entidades, resolução alternativa de litígio (Entidades RALC), dando lugar a reclamações efetivas de consumo que seguiram os trâmites legais.

- Apoio e resposta às **solicitações dos municípios/consumidores** que diariamente contactam por telemóvel ou via e-mail.

- Deu-se seguimento aos encaminhamentos para as **entidades de resolução alternativa de litígios**, no âmbito da resolução dos conflitos de consumo, especialmente com o CIAB – Tribunal Arbitral de Consumo de Braga, com o qual mantivemos durante o ano uma estreita e profícua parceria.

- Realização de reuniões com Escolas e com o CIAB, de molde a implementar do **Jogo do Eco-Consumidor em Escolas do 1º Ciclo do Concelho de Braga**. Foram ainda reformuladas várias questões sobre os temas do consumo e da poupança inseridos nos Jogo, de forma a ajustá-las à idade das crianças participantes nas Eliminatórias do Jogo do Eco-Consumidor - Escolas EB 2/3 do Concelho de Braga. Nota: Este evento foi cancelado em março devido à situação da pandemia Covid-19.

- **Comemoração do Dia do Consumidor**

Já com as restrições inerentes à Covid-19, a Comemoração do Dia Mundial do Consumidor foi celebrada com uma recolha de matérias importantes subordinadas às Medidas Extraordinárias em tempo de Covid-19, execução de um cartaz informativo subordinado ao tema: **O Consumidor em Tempo de Covid-19**.

Antes do Confinamento e ainda no âmbito das Comemorações do 15 de março – Dia Mundial dos Direitos do Consumidor e a **convite da Direção Geral do Consumidor/União Europeia**, nos dias 5 e 6 de março, participação na **Cimeira do Consumidor** realizada em Tomar, através de reuniões institucionais entre os diversos intervenientes na Defesa do Consumidor, nomeadamente CIAC's, Tribunais Arbitrais, Ministério Público e magistratura.

O objetivo deste evento passa pela articulação no terreno entre as entidades referidas através das novas diretrizes legislativas emanadas pela União Europeia e refletidas no ordenamento jurídico nacional.



- Em parceria com o Dr. Fernando Viana do Tribunal Arbitral do Consumo, pensar, preparar e ultimar algumas questões sobre os temas:

Consumo e Poupança, no âmbito do Jogo do Eco Consumidor, agora direcionado para as crianças do 1º ciclo escolar, para poderem ser utilizadas no referido Jogo, logo que as condições de saúde pública assim o permitam.

- Apoio (telefone e e-mail) a alguns stakeholders da região, relativamente a informação sobre Medidas Legais Extraordinárias em Tempo de Covid-19.

- Entrevista pela Dra. Aurea Pires da Qmetrics ao conselheiro de consumo, na qualidade convidado indicado pela ERSE (Dra. Eugénia Alves), no âmbito da acreditação e melhoria de processos de atuação da Entidade Reguladora.

Uma **entrevista sobre a “construção” do “Consumidor Médio”** que a União Europeia preconiza para os desafios do consumo a encarar no futuro.

- Participação em webinar **“Conferência Digital do Proteção do Consumidor e Cooperação Internacional”** organizada pela Comissão Europeia.

- Participação como orador, no âmbito da **Atividade Integradora do Curso EFA da Escola Sá de Miranda**, tratou-se ação de sensibilização dedicada à resolução de conflitos de consumo, tendo em conta a defesa dos direitos dos consumidores. Esta ação visou também informar e esclarecer os formandos sobre a existência, em Braga, do Centro de Informação Autárquico ao Consumidor (CIAC) bem como outros mecanismos de resolução alternativa de litígio.

- Participação na webinar organizada pela **ERSE-Entidade Reguladora Serviços Energéticos** e subordinada ao tema: **Medição e Faturação de Eletricidade e de Gás Natural** (ERSEFORMA). Ação destinada a técnicos e juizes-árbitros dos centros de arbitragem de conflitos de consumo, técnicos de associações de defesa do consumidor, da Direção-Geral do Consumidor, de centros de informação autárquicos ao consumidor, julgados de paz e outras instituições com responsabilidades em matéria de informação, aconselhamento e defesa dos direitos dos consumidores.

- Workshop subordinado ao tema: **Arbitragem de Conflitos de Consumo – Questões Práticas**, a convite do Centro de Direito do Consumo da Faculdade de Direito de Coimbra.

- **Academia do Consumo para CIAC's**, a convite da faculdade de Direito de Coimbra e da Faculdade de Direito da Universidade NOVA de Lisboa, Academia do Consumo para CIAC's - Formação na área do Direito do Consumo e dos Contratos – durante 2 anos. No início em ambiente digital em virtude da pandemia Covid-19 e no futuro, quando permitido, em ambiente presencial.

Informações específicas COVID-19

Resposta a pedidos de colaboração por email a solicitar esclarecimentos sobre o Turismo em Braga relativamente às contingências criadas pelo surto de COVID-19.

Respostas pedidos de esclarecimento sobre o Horário Zero;

Correção de informação acerca do funcionamento do Posto de Turismo, para partilha entre todos os parceiros da TPNP, atendendo à atualidade;

Envio a alguns parceiros que o solicitaram, informação sobre o Centro de Rastreio para despistagem do COVID-19, criado pelo Município de Braga e a InvestBraga, em coordenação com a Administração de Saúde do Norte (ARSN) e com a Unilabs Portugal;

Resposta e reencaminhamento de e-mails partilhando informação com todos os agentes turísticos, empreendimentos turísticos e outros setores da atividade elegíveis, acerca da Linha de Apoio à Tesouraria para Microempresas do Turismo, implementada pelo Turismo de Portugal.

Levantamento de informação sobre as Linhas de Apoio Financeiro para MicroEmpresas lançadas pelo Turismo de Portugal e Estado Português. O objetivo das linhas de apoio visa suprir dificuldades de tesouraria dos empresários do setor turístico. Neste sentido, elaborou-se um documento de suporte com o intuito de simplificar o processo de entendimento e clarificação das linhas de apoio.

Conversações com alojamentos, desde empreendimentos turísticos a alojamentos locais, no sentido de dar apoio aos profissionais de saúde, impossibilitados de regressar às suas casas por perigo de contágio. Elaboração de lista com os alojamentos disponíveis a colaborar com esta causa.

Elaboração de um documento, designado por “Mercados Emissores para Braga – Situação e Tendências” que se encontra neste momento numa fase inicial de planeamento/prospecção e análise do mercado.



Braga, 26 de fevereiro de 2021

