

O papel da marca Aldeias do Xisto no posicionamento estratégico do Pinhal Interior



Rui Simão

19 de abril
Sertã

Cofinanciado por:

Uma visão diferenciada para o Mundo Rural Português

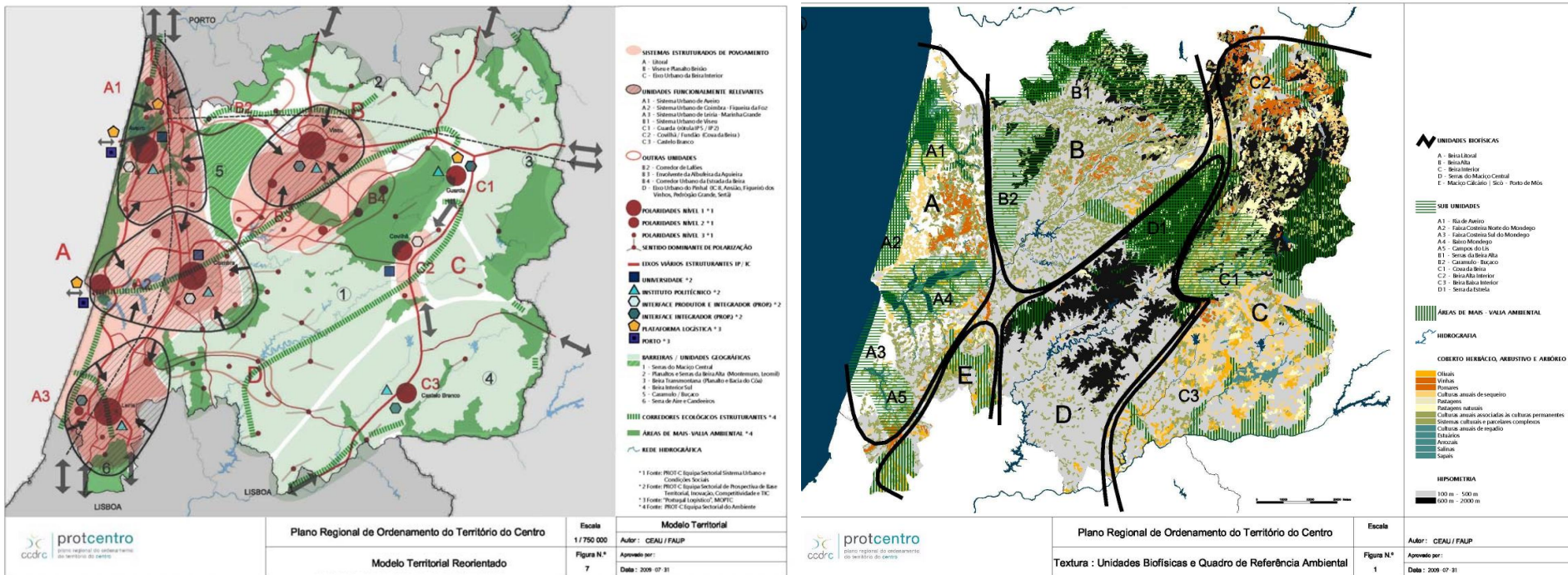


Figura 18: Modelo Territorial

Aposta numa nova família de políticas públicas

AIBT [2000-06] || PROVERE I [2007-13] || PROVERE II [2014-20] ||





O TERRITÓRIO E A MARCA

3 FASES

- I. Pedra, autoestima e agregação
- II. Marca, crescimento e notoriedade
- III. Consolidação, experimentação e negócio



ALDEIAS DO XISTO

3 Princípios fundamentais de atuação das Aldeias do Xisto

Posicionamento estratégico

Afirmar as Aldeias do Xisto como marca dinâmica e contemporânea, coerente com os pressupostos da sustentabilidade ambiental, económica e social, para promover o bem-estar pessoal e coletivo.

Compromisso social

Chamar novos atores para o território para participar no desenvolvimento económico e humano através da integração de práticas contemporâneas no contexto local.

Criação de produto

Criar e comercializar novos bens e serviços significantes da identidade local.



+ POSICIONAMENTO MARCA +

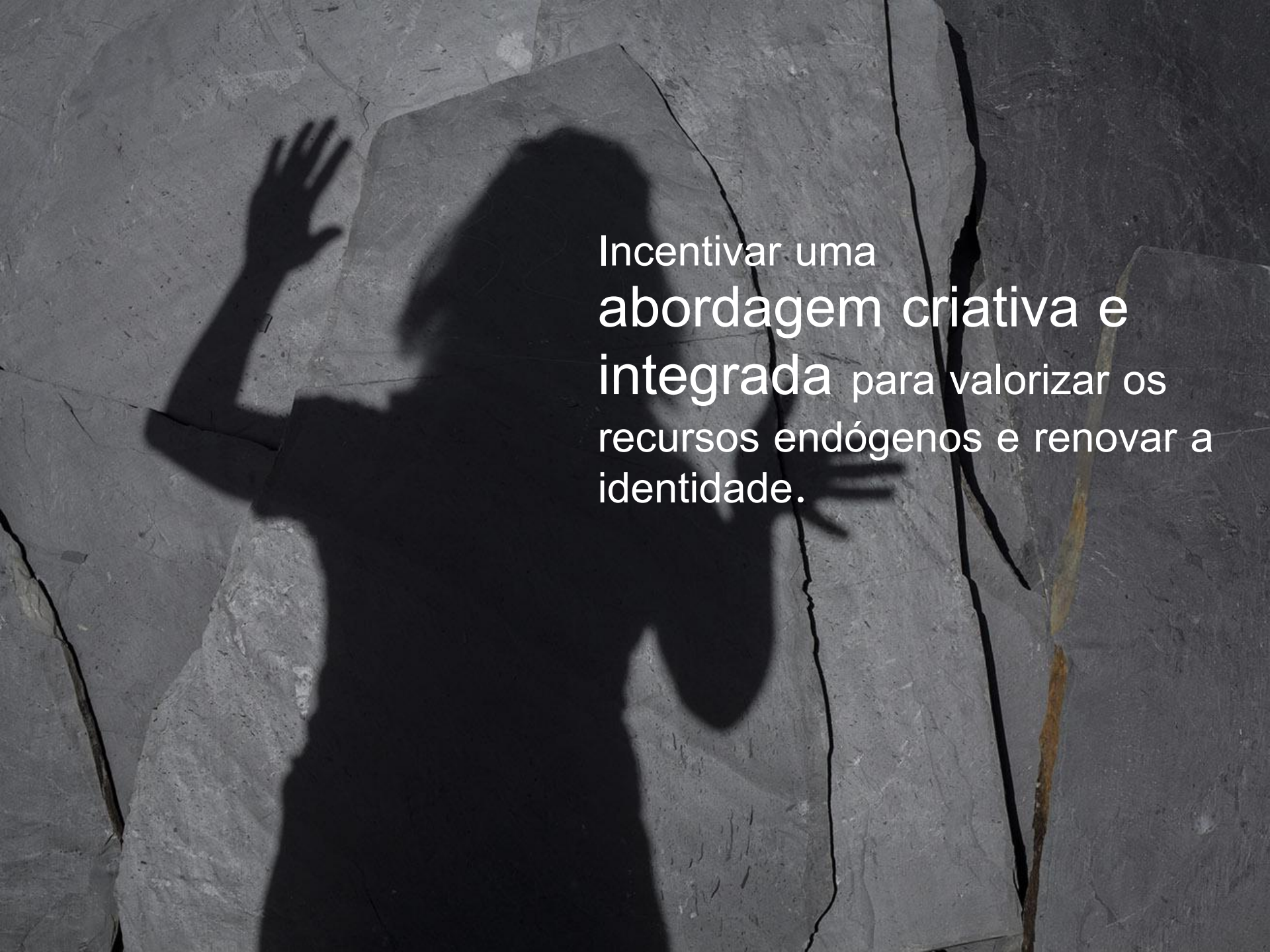


CRIAR IMAGINÁRIOS

A IMAGEM
REFLETE UMA CULTURA,
UMA IDENTIDADE.

OS CONTEÚDOS
RELACIONAM-SE
COM AS PESSOAS
E DESAFIAM
A SUA PERCEPÇÃO.





Incentivar uma
**abordagem criativa e
integrada** para valorizar os
recursos endógenos e renovar a
identidade.

+ Áreas de atuação +

Investir

Valorizar os recursos endógenos, especializar a economia, aumentar a eficiência e gerar emprego.

Viver

Reabilitar as aldeias e vilas, qualificar os serviços, melhorar a conectividade, atrair residentes e fixar pessoas.

Criar e aprender

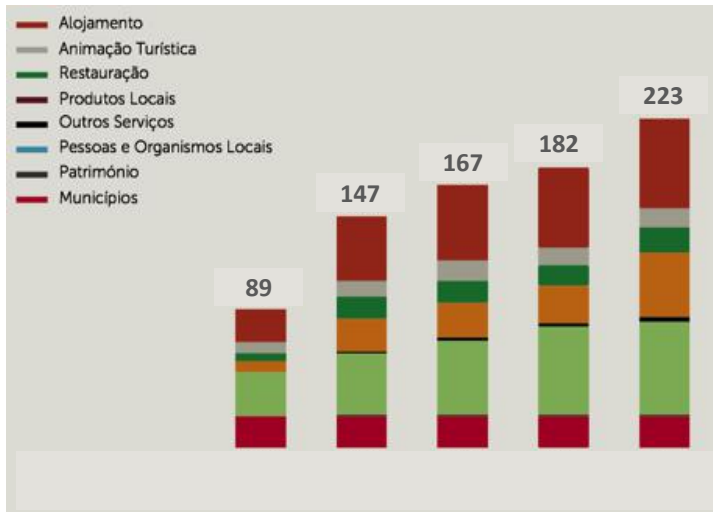
Convocar conhecimento científico e artístico e promover aprendizagem conjunta de residentes, turistas e visitantes.

Usufruir

Promover o desenvolvimento turístico, estimular a cooperação e a coesão, aumentar a escala, segmentar a oferta, promover o negócio e criar novos canais de comercialização.

**TRANSFORMA
ÇÃO DA
REALIDADE**

+ Investir



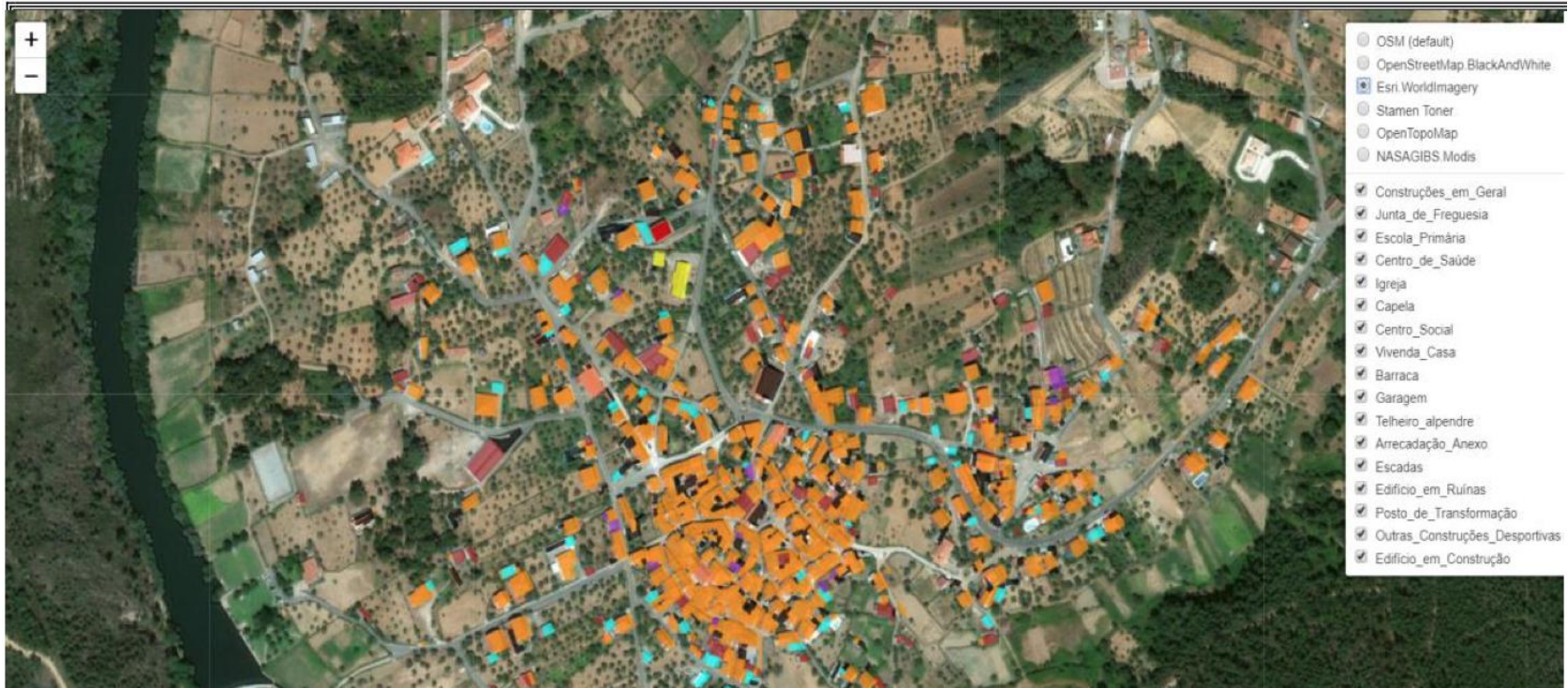
Período de programação	Financiamento	Capitais próprios	Investimento total	Natureza	Peso relativo
2000-2007 (AIBT)	8 000 000,00 €	4 000 000,00 €	12 000 000,00 €	Público	80%
	2 000 000,00 €	1 000 000,00 €	3 000 000,00 €	Privado	20%
2009-2015 (PROVERE I)	9 000 000,00 €	2 000 000,00 €	11 000 000,00 €	Público	35%
	13 000 000,00 €	7 000 000,00 €	20 000 000,00 €	Privado	65%
2016-2021 (PROVERE II)	5 000 000,00 €	750 000,00 €	5 750 000,00 €	Público	35%
	7 000 000,00 €	3 500 000,00 €	10 500 000,00 €	Privado	65%
2000-2020 (Total)	22 000 000,00 €	6 750 000,00 €	28 750 000,00 €	Público	46%
	22 000 000,00 €	11 500 000,00 €	33 500 000,00 €	Privado	54%
Total	44 000 000,00 €	18 250 000,00 €	62 250 000,00 €		



Co-financiado por:



+ Viver +



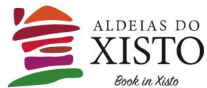
Desenvolver a oferta residencial
Melhorar a qualidade de Vida
Garantir acessibilidade Digital
Gerir informação geográfica

+ Criar e aprender
+



Instrumentos
de escrita
contemporânea

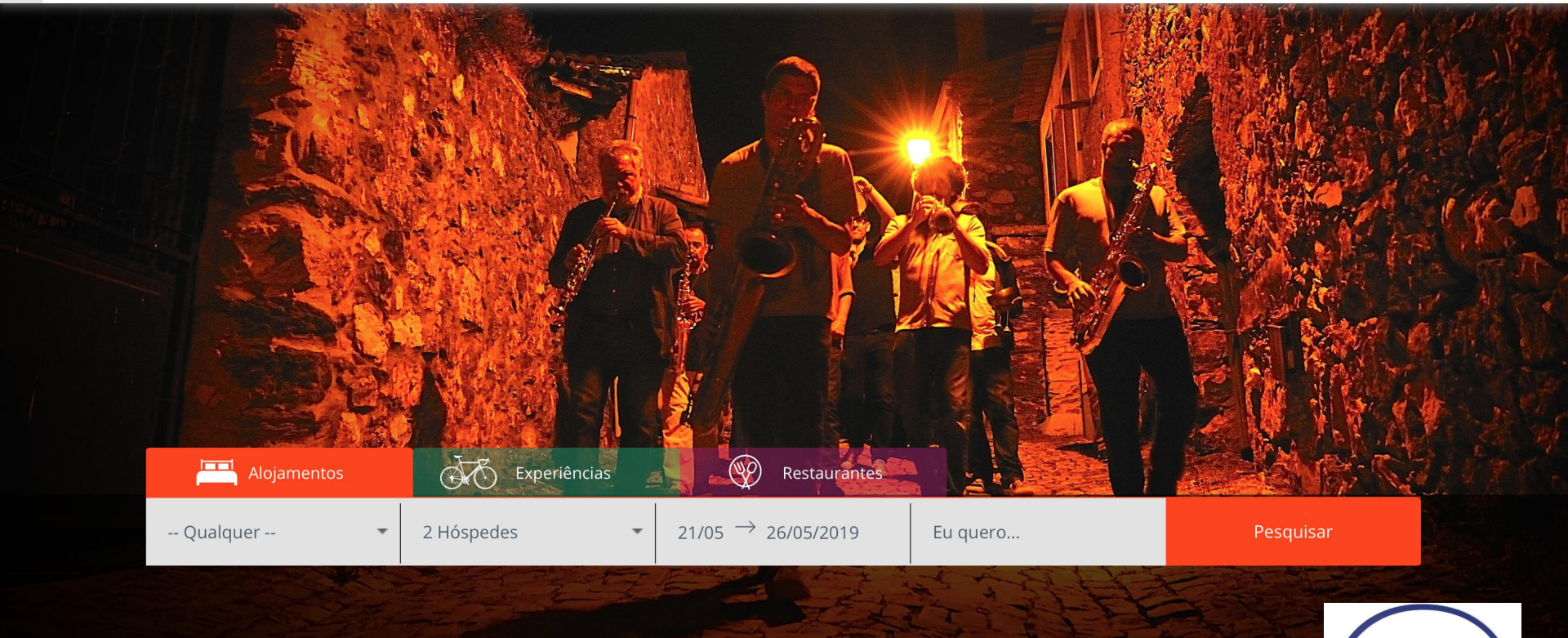
+ Usufruir +



Rui Simão



PT



Alojamentos



Experiências



Restaurantes

-- Qualquer --

2 Hóspedes

21/05 → 26/05/2019

Eu quero...

Pesquisar

Comércio Justo
Sem Intermediários
5 idiomas
Multisserviços

+ 100 Alojamentos
+ 600 empregos
+ 300 Produtos online
+ 500K€ de pedidos de reserva em 2020
+ 200K€ de vendas diretas



Caracterização da procura através do Bookinxisto.com

Todas as contas > bookinxisto.com

Book in Xisto ▾



Vista geral do público-alvo ✓

GUARDAR EXPORTAR PARTILHAR ESTATÍSTICAS

Todos os utilizadores
+0,00% Utilizadores

+ Adicionar segmento

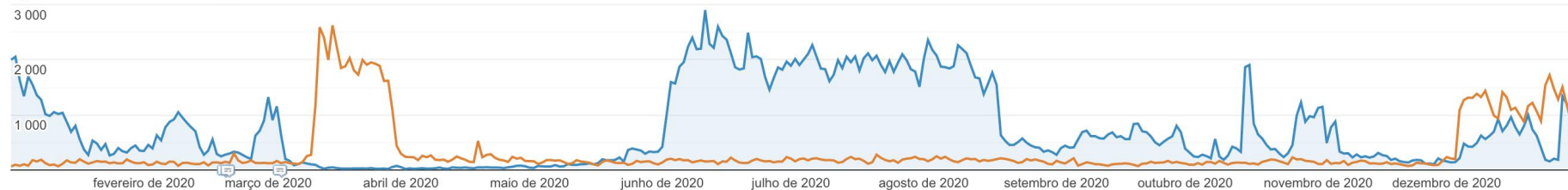
01/01/2020 - 31/12/2020
Comparar com: 01/01/2019 - 31/12/2019

Vista geral

Utilizadores vs. Seleccionar uma métrica

De hora em hora Dia Semana Mês

1/jan/2020 - 31/dez/2020: Utilizadores
1/jan/2019 - 31/dez/2019: Utilizadores



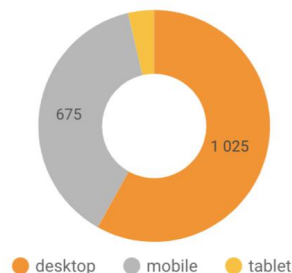
Fontes de Tráfego

Origem	Tráfego
facebook	60 317
open	53 955
social	27 240
aldeiasdoxisto.pt	27 226
google	26 639
(direct)	14 749

Reservas por Fonte de Tráfego

Origem	Utilizadores	Checkout...
google	26 639	542
aldeiasdoxisto.pt	27 226	516
(direct)	14 749	241
m.facebook.com	10 124	112
facebook.com	1 168	111
facebook	60 317	86

Reservas por Dispositivo




Audiência

Utilizadores que visitam *bookinxisto.pt*

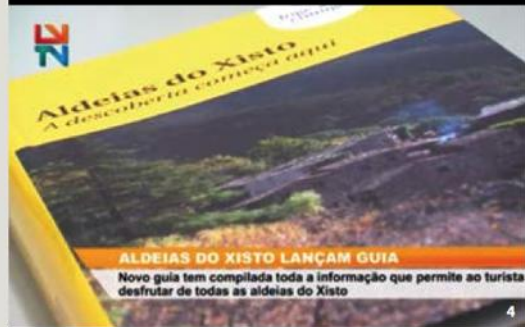
56%_Mulher
42%_35-44 anos
48%_Classe social média
Lisboa e Porto

Interesses: Natureza, foco na família, vida ecológica, culinária, amante do cinema, reality shows, notícias locais



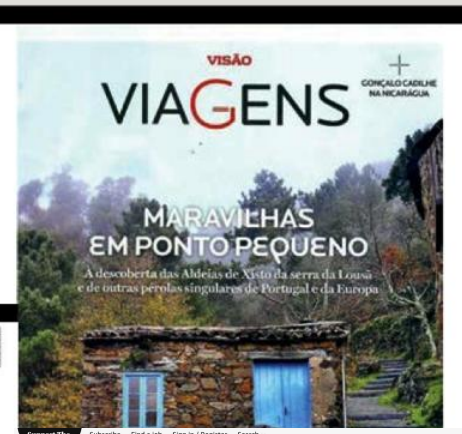
Dark Sky Aldeias do Xisto
Transformar aparentes
debilidades em novos recursos
para gerar atratividade e
construir ofertas exclusivas.

- 3 Reportagens no Fama Show, programa "Mundo de Carolina" (1)
- Sociedade Civil (RTP 2), em 2014 (2)
- Imagens de Marca, SIC Notícias (3)
- Local TV (4)
- Reportagem Especial de 12m no Jornal da Noite da SIC (5)
- Reportagem Especial de Natal na RTP 1 no programa Portugal em Direto (6)
- Portugal em Direto, RTP 1 (7)
- Reportagem Especial de 10m no Jornal da Noite da SIC (8)
- SIC – Jornal da Noite (9)
- Reportagem Especial de Natal na Aldeia no Jornal da Noite da SIC (10)
- Praça da Alegria (RTP 1), em 2014 (11)



Apesar de diversos, os artigos, e fundamentalmente as reportagens alargadas, são abordados sempre numa perspectiva de algo inovador que está a acontecer no interior rural português, de um caso único no panorama nacional no que toca a animar e renovar social e economicamente um território.

Imprensa escrita



Travel > UK Europe US
Portugal holidays **Screen break: a digital-free family holiday in Portugal**



As 'download day' sees UK parents hurriedly filling tablets with videos to keep kids quiet, one family decided to mix traditional fun with activities on a break in Portugal
The nine-year-old is a screen addict. His perfect day would consist of nothing more than watching YouTube, playing Five Nights at Freddy's or bingeing on Gumball until his eyes fall out of his head. So, when I tell him of our planned four-night family holiday at Cerdeira Village in Portugal, a wi-fi- and TV-free zone, the thought of 100 hours without access to video-sharing sites or television renders him speechless.

A imprensa escrita destaca-se largamente dos outros meios de comunicação social como o que mais destaque tem dado às Aldeias do Xisto - não existe um único 'press release' lançado pela ADXTUR que não tenha tido repercussão na imprensa escrita nacional, o que é demonstrador do interesse pela marca e pelas ações que implementa.

- most viewed
- Theresa May rules out an autumn general election before Brexit
 - Trump urges world to reject globalism in UK speech that draws mocking laughter

Principais desafios para as políticas públicas dirigidas ao Pinhal Interior

- Consolidar o modelo de governação supramunicipal assente na cooperação e na participação (público/privado);
- Garantir uma abordagem integrada e concertada das políticas públicas e dos instrumentos de financiamento a partir de projetos âncora com impacto transversal no Pinhal Interior (e.g.: floresta, turismo, habitação, educação, ...) – sem esta integração não existiriam as Aldeias do Xisto!;
- Promover a agregação dos agentes, a escala das intervenções e a especialização inteligente;
- Assumir os desígnios da sustentabilidade, da produtividade do trabalho e das novas formas de trabalhar, da inclusão social e da atração de novos residentes;
- Estimular a capacidade institucional, a transferência de conhecimento e a experimentação, a partir de projetos concretos;
- Projetar o Pinhal Interior a partir da marca territorial Aldeias do Xisto, a mais dinâmica e consolidada de todo o território;



ALDEIAS DO XISTO

www.aldeiasdoxisto.pt
investimento@aldeiasdoxisto.pt

Cofinanciado por:

PROVERE
Programa de Valorização Económica
de Recursos Endógenos

CENTRO 2020

PORTUGAL
2020

 **UNIÃO EUROPEIA**
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional

ADXTUR - Agência para o Desenvolvimento
Turístico das Aldeias do Xisto