

DESIGNAÇÃO DO PROJETO

BYALGARVE - Experiências com Assinatura 3.0

CÓDIGO DO PROJETO

ALG-02-0752-FEDER-179268

OBJETIVO PRINCIPAL

Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

REGIÃO DE INTERVENÇÃO

Algarve

ENTIDADE BENEFICIÁRIA

AHSA - Associação dos Industriais Hoteleiros e Similares do Algarve

DATA DE APROVAÇÃO

03-11-2021

DATA DE INÍCIO

01-06-2021

DATA DE CONCLUSÃO

31-05-2023

CUSTO TOTAL ELEGÍVEL

843.780,60 €

APOIO FINANCEIRO DA UNIÃO EUROPEIA

471.310,51 €

APOIO FINANCEIRO PÚBLICO NAC./REG.*

*Quando aplicável

OBJETIVOS, ATIVIDADES E RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O projeto tem como propósito primordial reforçar a notoriedade do destino, retomar dinâmicas de negócio e despertar o interesse de novos visitantes, através de um forte programa de promoção dirigido aos principais mercados da região e a outros em fase de crescimento, apostando não só no desenvolvimento do produto Sol & Mar e Golf, mas também na exploração de produtos complementares como é o caso da Gastronomia e Vinhos, MICE, Desporto, Saúde e Bem-Estar e Natureza e Cultura.

Deste modo, o plano de ação do projeto está estruturado em torno de 3 ações, nomeadamente:

1. MISSÕES EMPRESARIAIS & FEIRAS INTERNACIONAIS: Presença em feiras internacionais na tipologia missão empresarial e participação com stand em feiras especializadas essencialmente nos segmentos Desporto e MICE onde o Algarve não tem representação.

2. AÇÕES DE PROMOÇÃO PARA OS MERCADOS INTERNACIONAIS:

Missões Inversas: Realização de ações com convite a agentes económicos internacionais dos mercados-alvo: França, Reino Unido e Alemanha;
Sales Call: Organização de visitas personalizadas de prospeção e de familiarização a potenciais clientes nos mercados: Espanha, França, Reino Unido, Irlanda, Suíça, Alemanha, Holanda e Bélgica;

Eventos de Nicho: Participação no Cocktail Partance (Francês), no Cocktail TMC (Alemanha), Cocktail Avenue (Reino Unido) e Cocktail Rent a Resort (Alemanha), Be Our Guest (Reino Unido), Meeting Space (Dinamarca) e Partance Workshop (França);

3. PROMOÇÃO E MARKETING INTERNACIONAL: Campanha de Marketing; Campanha de Marketing Online; Promoção em jornais e revistas internacionais; Material Promocional.

No âmbito deste projeto, a AHSA definiu como objetivos e resultados a alcançar pelas empresas envolvidas os seguintes:

- . Crescimento superior a 4% no peso das vendas ao exterior das empresas beneficiárias;
- . Mais de 100 ações de promoção externa no total das empresas envolvidas;
- . 52 ações de prospeção e captação de novos clientes nos mercados externos;
- . 10 mercados alvo, comunitários e terceiros, visados no projeto;
- . Presença em 4 novas feiras internacionais, com stand;
- . 4 missões inversas envolvendo 50 jornalistas e opinion makers;
- . 3 Sessões de captação de empresas;
- . 40 empresas não aderentes ao projeto nas ações de disseminação de resultados.

BYALGARVE
Experiences with a signature.