

DESIGNAÇÃO DO PROJETO

BYALGARVE - Experiências com Assinatura

CÓDIGO DO PROJETO

ALG-02-0752-FEDER-038100

OBJETIVO PRINCIPAL

Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

REGIÃO DE INTERVENÇÃO

Algarve

ENTIDADE BENEFICIÁRIA

AIHSA - Associação dos Industriais Hoteleiros e Similares do Algarve

DATA DE APROVAÇÃO

12-10-2018

DATA DE INÍCIO

01-02-2018

DATA DE CONCLUSÃO

31-12-2019

CUSTO TOTAL ELEGÍVEL

917.636,94 €

APOIO FINANCEIRO DA UNIÃO EUROPEIA

499.081,40 €

APOIO FINANCEIRO PÚBLICO NAC./REG.*

*Quando aplicável

OBJETIVOS, ATIVIDADES E RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O projeto visa reforçar a capacitação empresarial das PME para a internacionalização, através de ações de promoção e marketing, incluindo a utilização de ferramentas web, de forma a potenciar o aumento das exportações e a visibilidade internacional da Marca Algarve, associada aos produtos complementares e em desenvolvimento da região.

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

1. MISSÕES EMPRESARIAIS A FEIRAS INTERNACIONAIS:

Presença em feiras internacionais (ITB Berlin, FITUR Madrid, WTM, Salon Mondial du Tourisme Paris e IMEX Alemanha) de modo a potenciar uma imagem valorizada do Algarve e da sua oferta turística complementar, bem como a sua beleza enquanto destino turístico.

2. AÇÕES DE PROMOÇÃO PARA OS MERCADOS INTERNACIONAIS:

2.1. Missões Inversas: Realização de missões inversas como uma das estratégias complementares de internacionalização, a fim de promover os produtos complementares da região com a finalidade de aumentar o nível de exportações das empresas participantes. Esta ação tem como intuito convidar agentes económicos internacionais dos mercados-alvo no âmbito do projeto: França, Reino Unido, Alemanha, Espanha, Bélgica e Estados Unidos e desenvolver-se-á com visitas ao destino de grupos de jornalistas especializados, bloggers, entre outros.

2.2. Outros eventos de promoção: Participação no Cocktail Avenue (Reino Unido), no Cocktail TMC (Alemanha), no Cocktail Partance (Francês) e no Clipper Race (Reino Unido).

3. PROMOÇÃO E MARKETING INTERNACIONAL:

3.1 Campanha de Marketing;

3.2. Campanha de Marketing Online: SEO, SEA, Social Media Marketing, Content Marketing, Display Advertising e Mobile Advertising.

3.3. Publicidade em Revistas Internacionais;

3.4. Assessoria de Comunicação;

3.5. Material Promocional.

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

- . Crescimento superior a 5% no peso das vendas ao exterior das empresas beneficiárias;
- . Mais de 70 ações de promoção externa no total das empresas envolvidas;
- . 25 ações de prospeção e captação de novos clientes nos mercados externos;
- . 6 mercados alvo, comunitários e terceiros, visados no projeto;
- . A participação da totalidade de empresas (11 empresas) em feiras internacionais;
- . Realização de 9 missões inversas envolvendo 50 jornalistas e opinion makers;
- . Participação de 30 empresas em ações de disseminação de resultados.

