

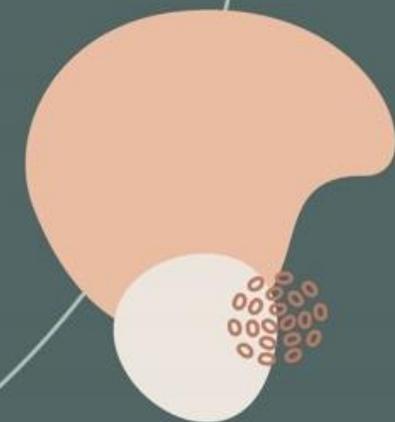
PLANO TURISMO +SUSTENTÁVEL 2023

Mais do que um desafio, é o caminho.

1º ENCONTRO

GRUPO ACOMPANHAMENTO
PARA A SUSTENTABILIDADE

18 fevereiro 2022





FERRAMENTAS DE MONITORIZAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE

Grupo de Acompanhamento para a Sustentabilidade

Sérgio Guerreiro
18.FEV.2022

DIMENSÕES DE MONITORIZAÇÃO

DESTINOS

- Indicadores de Sustentabilidade
- Fontes externas
- Relatório de Sustentabilidade

EMPRESAS

- Desempenho das empresas em matéria de Sustentabilidade
- Inquérito ao Desempenho Ambiental e Responsabilidade Social dos Empreendimentos Turísticos

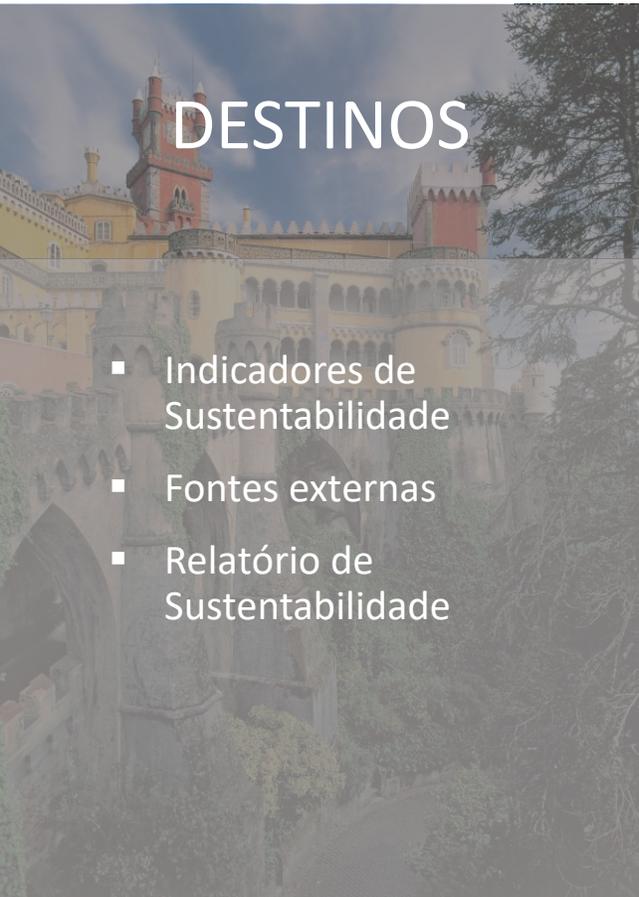
RESIDENTES

- Turismo de Lisboa
- Observatórios Regionais de Turismo Sustentável

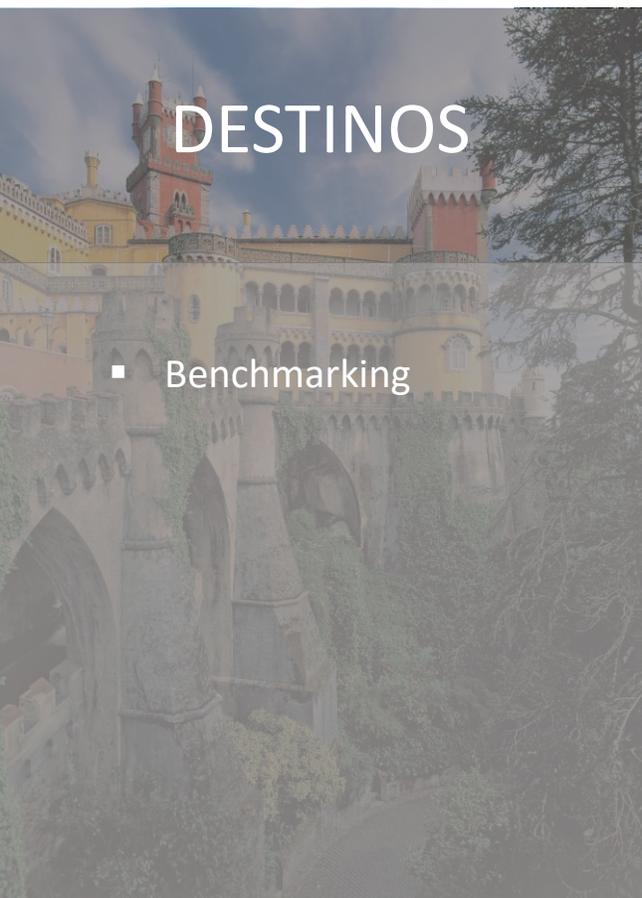
CONSUMIDOR

- Alterações de perfil do consumidor?

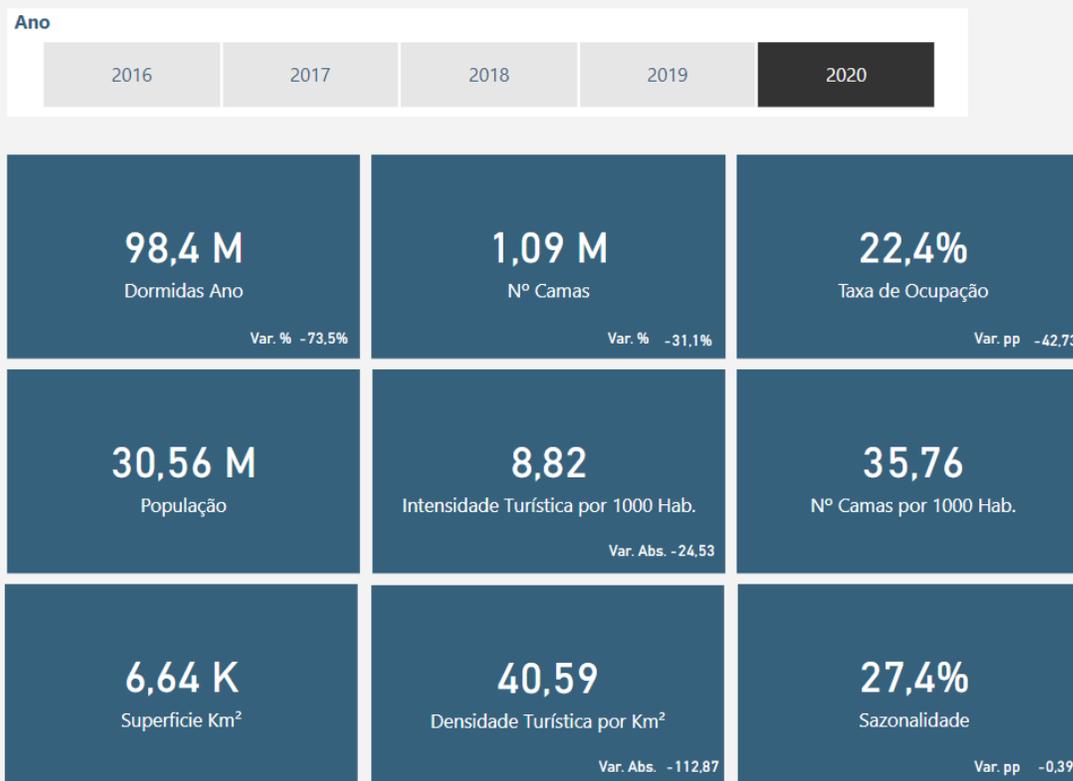
DIMENSÕES DE MONITORIZAÇÃO



DIMENSÕES DE MONITORIZAÇÃO



Benchmark Cidades Europeias | Europa jan-dez 2020



Cidades Seleccionadas



DIMENSÕES DE MONITORIZAÇÃO

EMPRESAS

- Desempenho das empresas em matéria de Sustentabilidade
- Inquérito ao Desempenho Ambiental e Responsabilidade Social dos Empreendimentos Turísticos



DIMENSÕES DE MONITORIZAÇÃO

RESIDENTES

- Turismo de Lisboa
- Observatórios Regionais de Turismo Sustentável



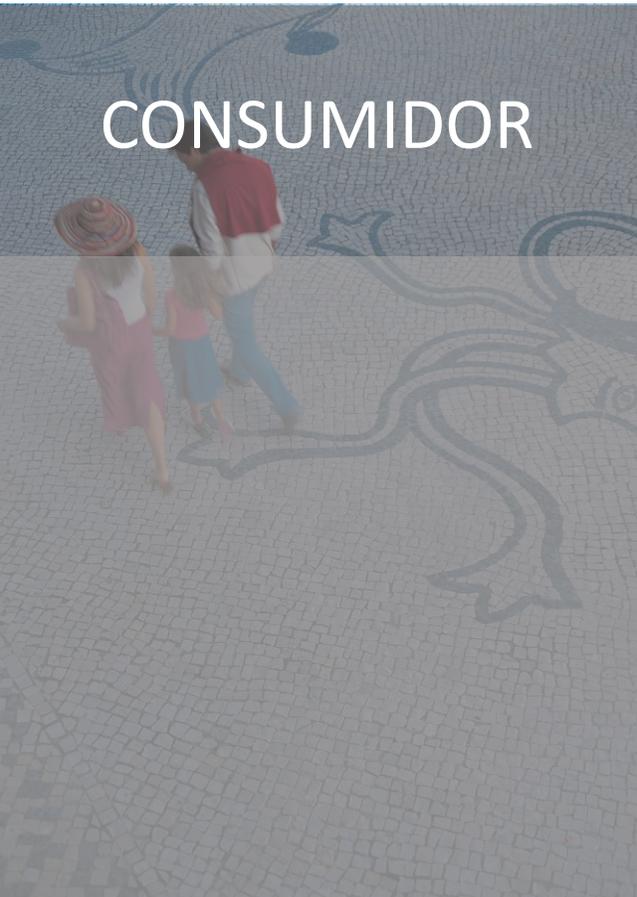
DIMENSÕES DE MONITORIZAÇÃO

CONSUMIDOR

- Alterações de perfil do consumidor?



CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE



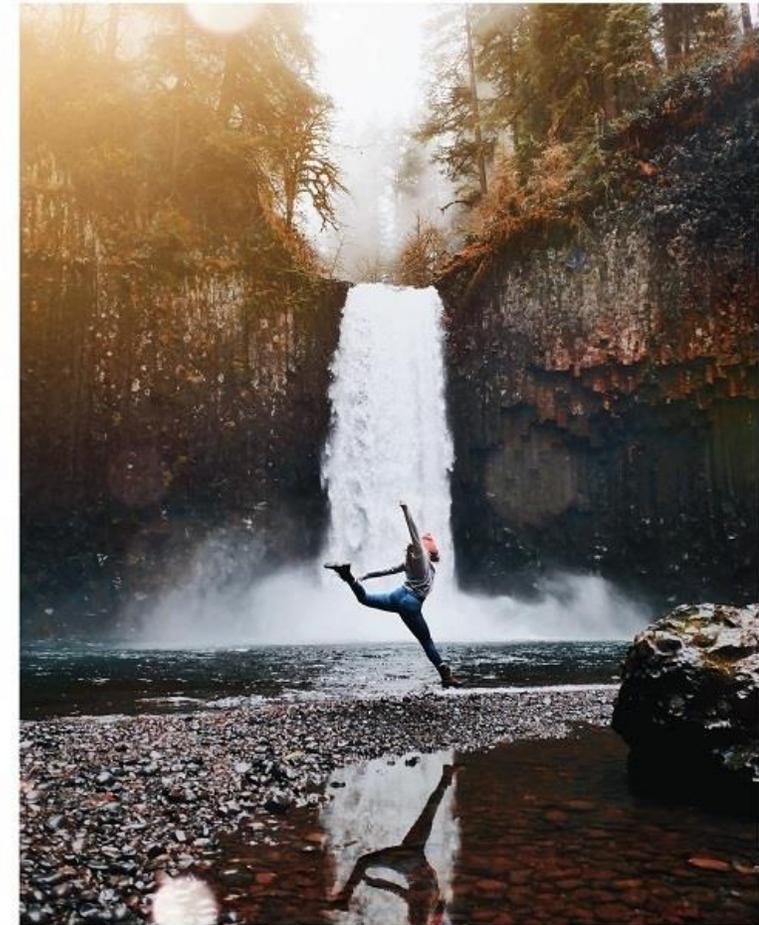
ETC HANDBOOK



ENCOURAGING SUSTAINABLE TOURISM PRACTICES

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION

ETC MARKET STUDY



SUSTAINABLE TRAVEL IN AN ERA OF DISRUPTION: IMPACT OF COVID-19 ON SUSTAINABLE TOURISM ATTITUDES

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION

CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE

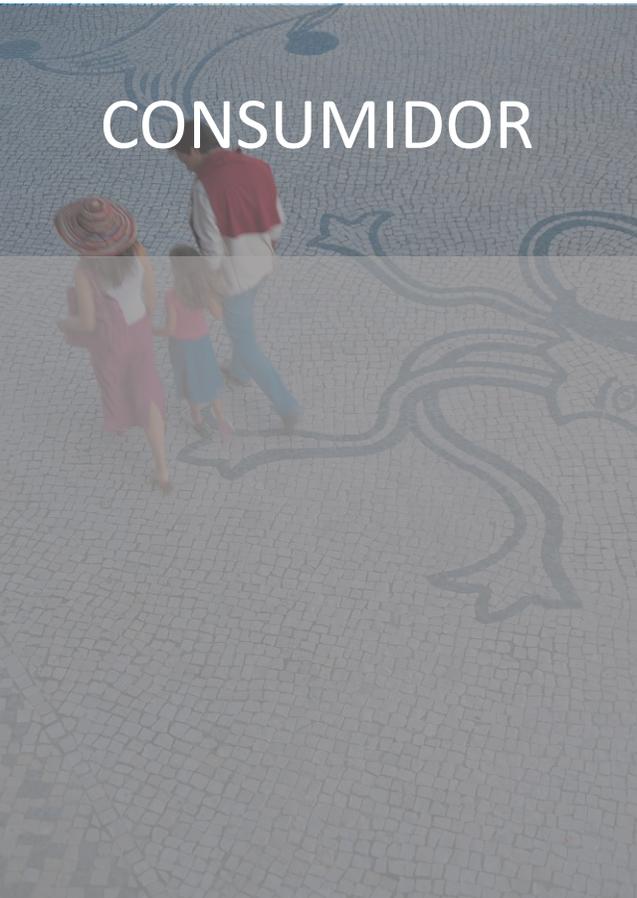
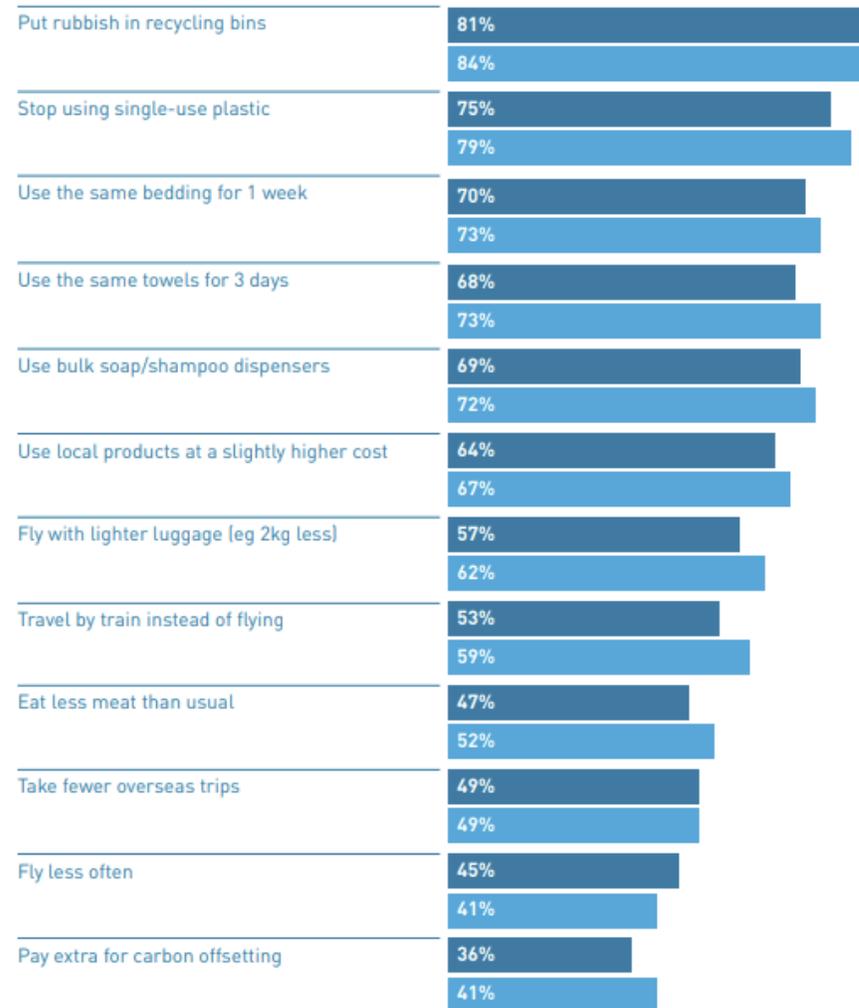


Figure 3: Actions British consumers would be willing to take to help the environment on their holiday



● After COVID pandemic (COVID tracker week 21) ● Before COVID pandemic (Holiday Trends 2020)

CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE

CONSUMIDOR

5 mercados analisados
(RU, ALE, ITA, FRA, PB)

Impacto do Covid-19 no comportamento do consumidor

4 segmentos:

- Frontrunners: Viajantes de baixo impacto com elevada probabilidade de adoção de comportamento de viagem sustentável no futuro.
- Comfortable Crowd: Viajantes habituais de baixa pegada com interesse em alternativas de destinos próximos e em viagens na época baixa.
- Entitled Stewards: Viajantes de pegada média que são menos propensos a comprometer localização e tempo de viagem, mas dispostos a ajustar o seu comportamento.
- Laggards: Viajantes habituais de alta pegada com o menor nível de probabilidade de considerarem alternativas sustentáveis no futuro.

Fonte: ETC (2022) Sustainable Travel in an Era of Disruption

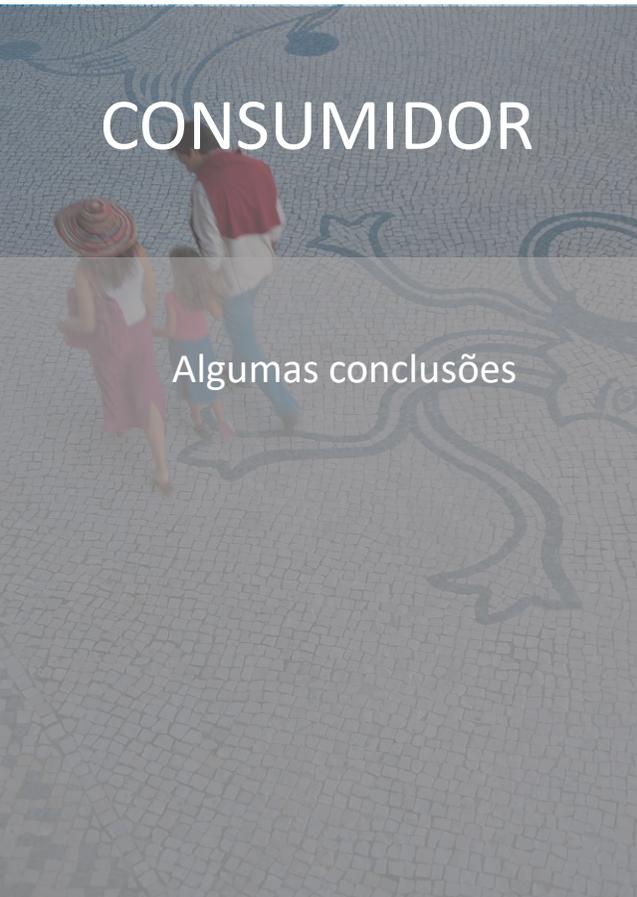
CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE

CONSUMIDOR

Algumas conclusões

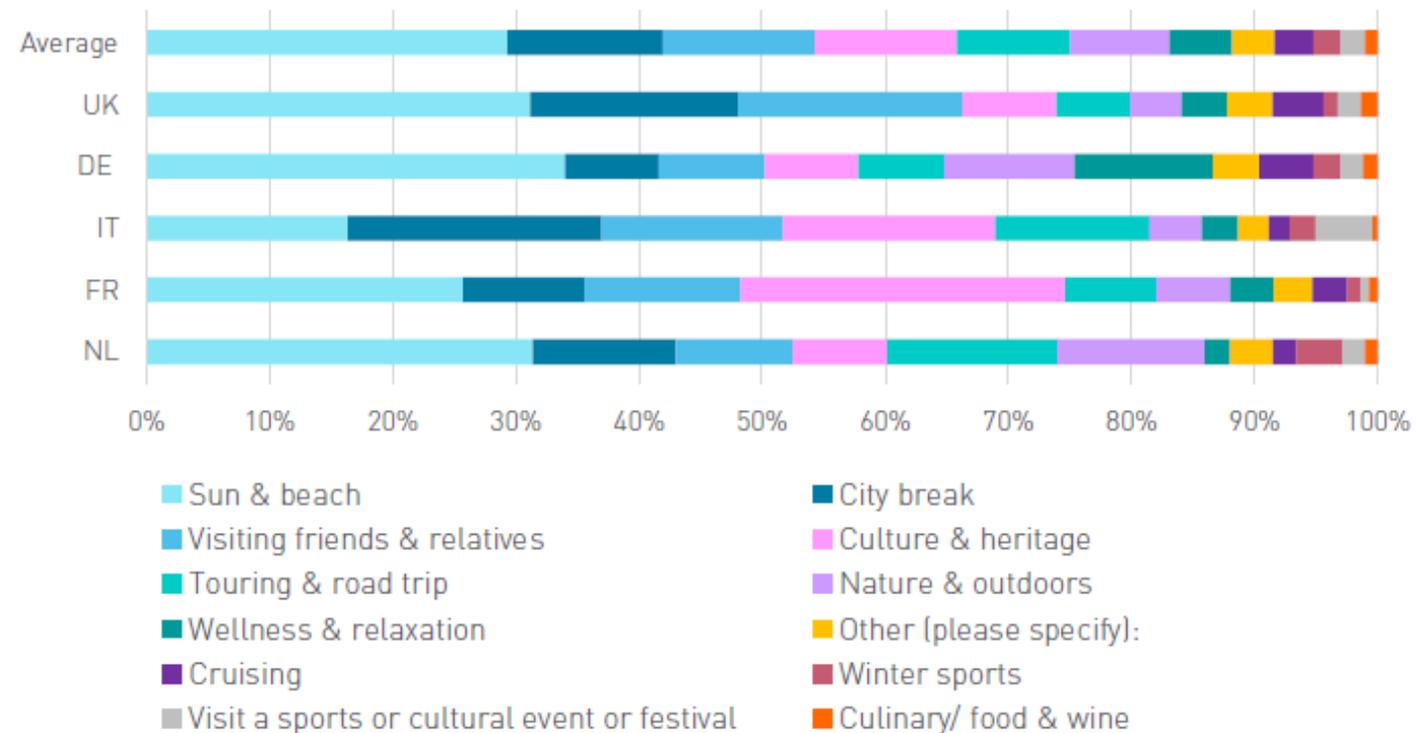
- Segmentos registam diferenças quanto à fase da jornada do cliente em que mais propensos a considerar opções alternativas
- Em geral, os viajantes são mais propensos a adotar práticas sustentáveis no comportamento de interação com a comunidade local e imersão na vida local, aprender sobre as tradições e ofícios locais, comprando produtos locais e escolhendo restaurantes no destino
- Os viajantes que geram menor pegada de carbono estão mais conscientes das questões ambientais pressões e estão mais dispostos a mudar seus comportamentos, no entanto, à medida que sua pegada já é baixa, o foco na mudança comportamental nesse segmento é o menos impactante.
- Os Laggards, com a maior pegada de carbono, não têm nenhum desejo intrínseco de adotar práticas de viagens sustentáveis, no entanto, a alteração do seu comportamento será o mais eficaz em termos de redução da sua pegada de carbono
- As restrições encontradas que têm um impacto significativo na probabilidade de adotar mais práticas de viagens sustentáveis no futuro são dinheiro e tempo

CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE



Algumas conclusões

Figure 6. Purpose of trip - International overnight travel for leisure purposes by country, sorted by size of shares of 'average'

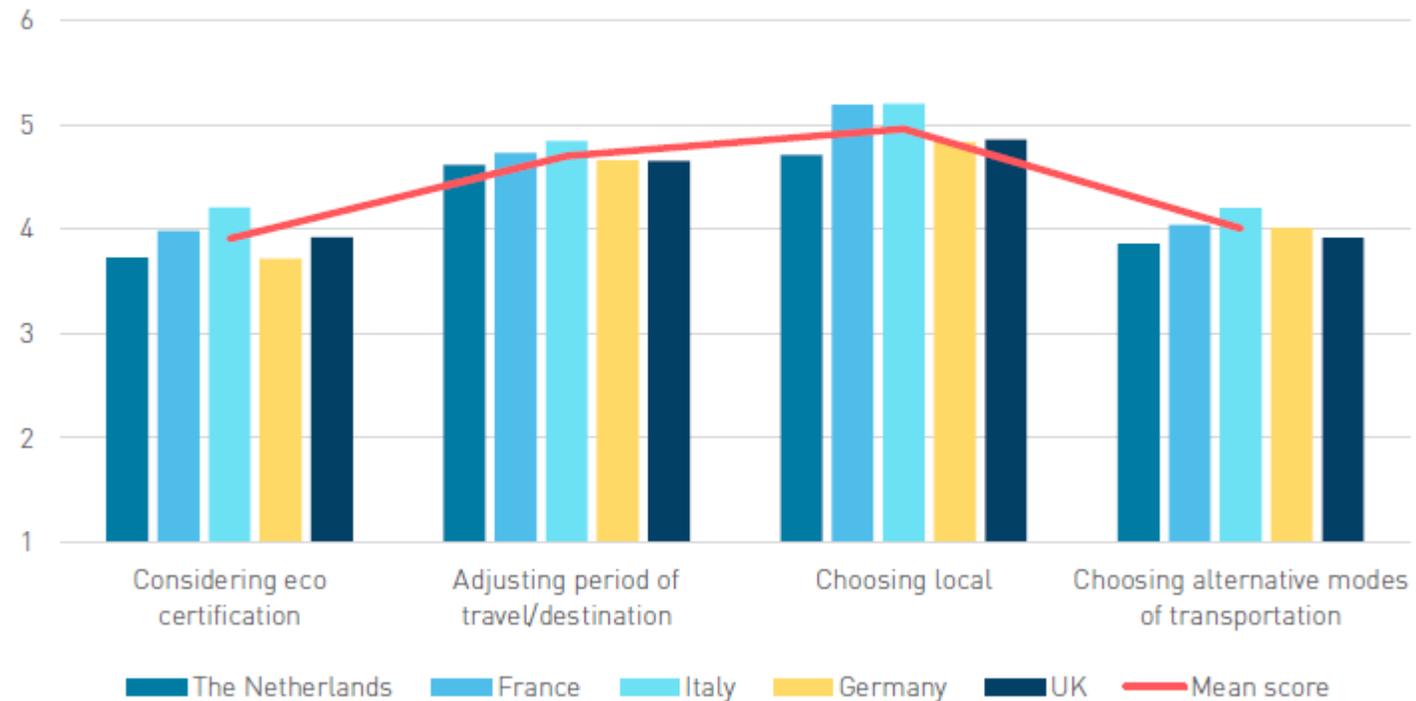


CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE



Algumas conclusões

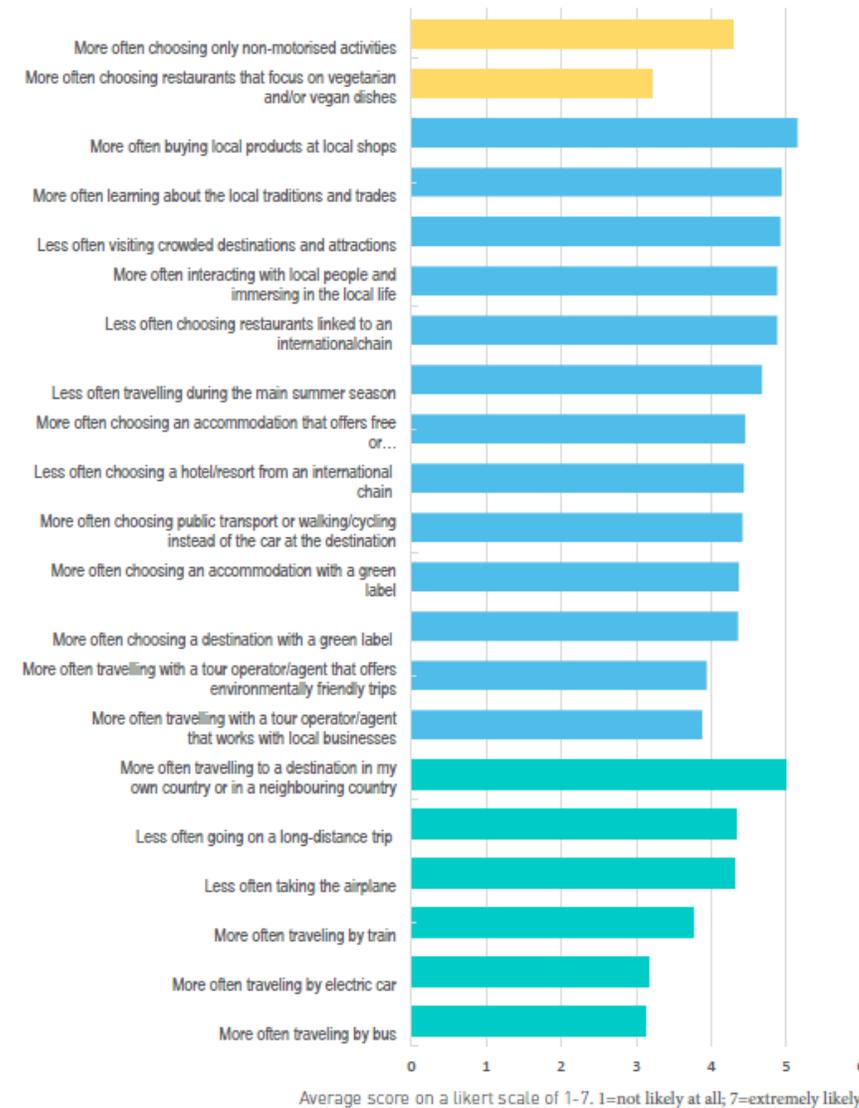
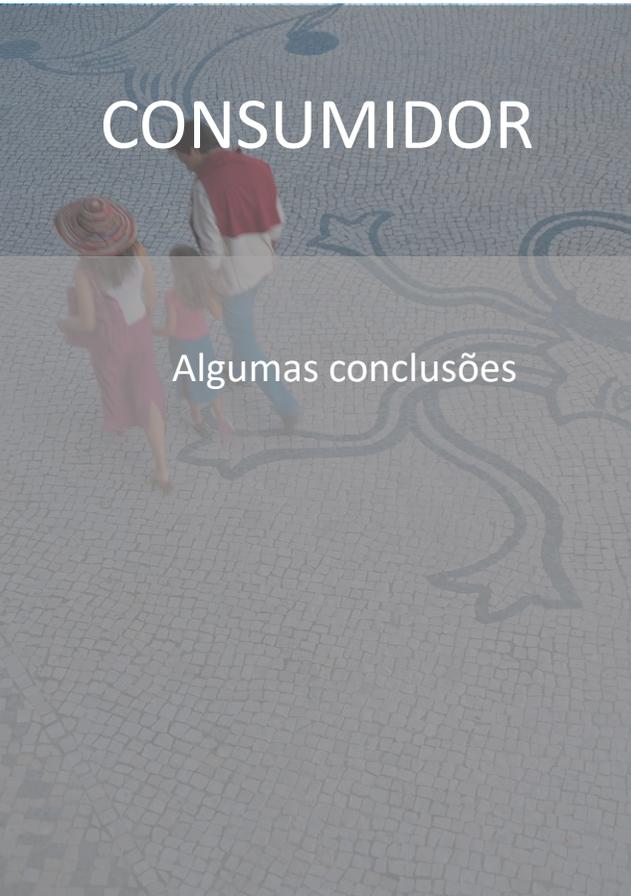
Figure 10. Projected travel behaviour per category by country



Average score on a likert scale of 1-7. 1=not likely at all; 7=extremely likely

CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE

Figure 11. Likelihood of adopting sustainable travel practices



CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE

CONSUMIDOR

Recomendações

Frontrunners



- Aceleradores de desenvolvimento do mercado para produtos sustentáveis
- Criar e inspirar comunidade
- Campanhas sobre benefícios de turismo responsável
- Comunicar eco-certificação (para eliminar greenwashing)
- Envolver no desenho de políticas

Comfortable Crowd



- Fomentar obrigação moral, usando Frontrunners
- Demonstrar impacto económico de viagens mais responsáveis
- Promoção de destinos alternativos e época baixa
- Promoção e produtos regionais e engagement com locais

Entitled Stewards



- Fomentar obrigação moral, usando Frontrunners
- Demonstrar impacto económico de viagens mais responsáveis
- Promover soluções de redução de pegada de carbono
- Aumentar visibilidade da oferta sustentável

Laggards



- Reduzir foco na promoção de oferta tradicional
- Promoção de valores tradicionais para promover alinhamento de valores
- Colaboração com stakeholders que trabalham o segmento para promover oferta sustentável e alteração de modelos de negócio

CONSUMIDOR E A SUSTENTABILIDADE

Download aqui:

**SUSTAINABLE TRAVEL IN AN ERA OF DISRUPTION: IMPACT
OF COVID-19 ON SUSTAINABLE TOURISM ATTITUDES**

© European Travel Commission





Obrigado!

sergio.guerreiro@turismodeportugal.pt