

PLANO DE MARKETING TERRITORIAL DAS TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES

FICHA TÉCNICA:

TÍTULO:

Plano de Marketing Territorial das Terras de Trás-os-Montes

VERSÃO FINAL

Junho 2015

COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DAS TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES



Trabalho desenvolvido com a consultoria e assistência técnica da Raiz, Consultoria de Marketing e Gestão, Lda



INDÍCE GERAL:

	PAG.
ENQUADRAMENTO	07
METODOLOGIA	10
PARTE 1.	12
ANÁLISE, DIAGNÓSTICO E CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO ACTUAL	
01. TERRITÓRIO	13
1.1. Geografia	13
1.2. Clima	13
1.3. Redes e Sistemas de Transporte	14
1.3.1. Estradas	15
1.3.2. Aeroporto Regional de Trás-os-Montes em Bragança	15
1.3.3. Comboio	15
02. DEMOGRAFIA	16
2.1. População	16
2.2. Educação e Emprego	18
03. ACTIVIDADE ECONÓMICA	22
04. PATRIMÓNIO E CULTURA	28
4.1. Património Arquitectónico	28
4.2. Património Natural, Geológico e Biológico	29
4.3. Cultura e Eventos	32
4.4. Espaços Museológicos	34

	PAG.
05. TURISMO NA CIM-TTM	38
5.1. Oferta Turística	38
5.2. Procura Turística	44
5.3. Recomendações PENT	50
06. PROMOÇÃO	54
07. ANÁLISE SWOT	56
PARTE 2.	58
ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO E PROMOÇÃO DO TERRITÓRIO	
08. ESTRATÉGIA	59
8.1. Objetivos Estratégicos	64
8.1.1. Objetivos Específicos	70
8.2. Segmentos Alvo	72
8.3. Posicionamento	74
09. PLANO DE AÇÃO	78
ANEXOS	101
Anexo n.º 1	102
Anexo n.º 2	110
Anexo n.º 3	118

ENQUA- DRAMENTO

A diminuição dos custos de comunicação e deslocalização, aliada a uma liberalização crescente do comércio mundial, fez aumentar a concorrência entre territórios para escalas geográficas muito amplas. Hoje, Portugal e as regiões portuguesas concorrem com todas as regiões do mundo para a atração de residentes, empresas, centros de investigação, ou recursos humanos qualificados. Da mesma forma, os destinos turísticos portugueses estão também em concorrência direta com outras propostas turísticas cada vez mais distantes.

Perante esta concorrência global, as regiões têm uma necessidade acrescida de diferenciação, assumindo o marketing um papel decisivo nessa tarefa. Mais do que contribuir para a comunicação e venda de uma oferta territorial, o marketing tem atualmente um papel fundamental na edificação dessa oferta, permitindo redefinir o território e a sua trajetória de desenvolvimento.

O marketing territorial deverá ser entendido como um instrumento estratégico de desenvolvimento que influenciará a dinâmica e competitividade do território, sendo essencialmente um processo de longo prazo. Os efeitos resultantes da sua adoção não surgem instantaneamente, mas resultam de várias décadas de ações integradas, continuadas e consistentes. Dificilmente uma ação territorial isolada, por maior que seja a sua dimensão, conseguirá efeitos significativos sem continuidade. É fundamental integrar estas ações com uma estratégia de desenvolvimento alargada e consistente.

A consistência necessária ao marketing territorial é porém uma tarefa de difícil obtenção. Geralmente, grande parte das orientações estratégicas são alteradas com a mudança de executivo nas administrações territoriais. Há também uma grande procura de ações que produzam efeitos visíveis num curto espaço de tempo por forma a serem sufragadas dentro dos períodos eleitorais de quatro anos. Estes condicionalismos contribuem para que seja dada primazia a elementos associados à comunicação e identidade visual, em detrimento da valorização efetiva da oferta.

É uma decisão estratégica muito importante para qualquer local iniciar um processo de marketing territorial. Numa região, poderão existir inúmeras comunidades que têm as suas próprias práticas de marketing territorial. Assim, a decisão de criar um planeamento de marketing regional comum exige que todas as partes concordem relativamente aos objetivos comuns, e que estes não sejam discordantes com as práticas individuais de cada local.

Para tal será necessário um esforço de toda a população, acompanhada pelos municípios e associações locais, de forma a conservar as características que tornam a sua região distinta e inconfundível.



ARCO DE D. DINIS
VILA FLOR

METODOLOGIA

A Elaboração do Plano de Marketing Territorial das Terras de Trás-os-Montes foi suportada na Metodologia representada na seguinte figura.



O diagnóstico da situação bem como a concepção do modelo de negócio exigiu o recurso às seguintes fontes de dados:

Primários: Entrevistas / WorkShops

Secundários: Estudos e Documentos / Livros e Artigos

As principais fontes de dados secundários foram:

- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (2013), “Norte 2020”;
- Estudo Sobre a Internacionalização Do Turismo No Meio Rural, Modelo de negócios e estratégias de desenvolvimento. THR (2012);
- Gabinete de Planeamento e Políticas (2012), “Programa de Desenvolvimento Rural 2014-2020”;
- Livro Verde do Fórum Económico de Trás-os-Montes , NERBA (2014);
- Os Resultados do Turismo, Turismo de Portugal I.P., 2013;
- Plano Estratégico de desenvolvimento intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes para o período 2014-2020 CIM-TTM (2014);
- Plano Estratégico de cooperação e desenvolvimento territorial, ZASNET 2020, SPI (2013);
- Plano Estratégico Nacional do Turismo;
- Plano Estratégico Nacional do Turismo, Revisão e Objetivos 2013-2015, Turismo de Portugal I.P., (2013);
- Projecto 5x5 Redes Temáticas Integradas de Turismo Rural. PRIVETUR (2012);
- Rede Portuguesa de Museus, Direcção-Geral do Património Cultural;
- Registo Nacional de Turismo, Turismo de Portugal I.P.



PARTE 1. ANÁLISE, DIAGNÓSTICO E CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO ATUAL



RIO SABOR, VILAR CHÃO
ALFÂNDEGA DA FÉ

01. TERRITÓRIO

1.1. GEOGRAFIA

A Comunidade Intermunicipal Terras de Trás-os-Montes (CIM-TTM) tem uma área de cerca de 5538 km² e localiza-se no Nordeste de Portugal, sendo constituída pelos concelhos de Alfândega da Fé, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais. A norte e a leste da CIM-TMM, encontram-se as províncias espanholas de Galiza e Castela e Leão, respetivamente; a sul situa-se a CIM do Douro e a oeste a CIM do Alto do Tâmega.

A CIM-TTM compreende dois territórios muito distintos: a Terra Fria Transmontana e a Terra Quente Transmontana. Estas designações devem-se, sobretudo, às suas diferentes características morfológicas e climáticas, isto é, a Terra Fria Transmontana é constituída por relevos com uma altitude mais elevada e um clima mais frio e húmido, enquanto a Terra Quente Transmontana compreende relevos de altitude mais baixa e um clima mais quente e seco.

1.2. CLIMA

Na área da CIM-TTM o clima é diversificado, isto é, conforme nos deslocamos de norte para sul aumentam os valores de temperatura e diminuem os valores de precipitação. Na Terra Fria Transmontana as diferenças anuais de temperatura não são tão acentuadas como são na Terra Quente Transmontana. Devido à existência de relevos de altitude mais elevada na Terra Fria Transmontana, registam-se valores de precipitação mais elevada e no inverno é frequente a ocorrência de neve. Na Terra Quente Transmontana, os nevoeiros matinais são frequentes ao longo dos vales dos cursos de água, desaparecendo ao longo da manhã quando o calor ou o vento os dissipa.



BARRAGEM DE VILARELHOS
ALFÂNDEGA DA FÉ

1.3. REDES E SISTEMAS DE TRANSPORTE

1.3.1. ESTRADAS

As vias com maior relevância no território da CIM-TTM, são:

A4 - Auto-estrada Transmontana, liga atualmente Matosinhos a Amarante e Vila Real a Quintanilha (fronteira com Espanha). Faz parte integrante do Itinerário Principal nº 4 e da Estrada Europeia E 82. É atualmente a mais importante ligação ao interior a norte do Rio Douro, estabelecendo ligação entre o Porto e a cidade de Amarante numa extensão de 63 Km, e de Vila Real à fronteira de Quintanilha numa extensão de 134 Km.

IP2 - Itinerário Principal do Interior é um Itinerário Principal da Rede Rodoviária Fundamental de Portugal. Incluído pela primeira vez no Plano Rodoviário Nacional (PRN) de 1985, pretendia-se que o IP 2 se constituísse como uma ligação em formato de via rápida entre o norte e o sul de Portugal pelo interior do país, entre Bragança e Faro, passando pelas principais capitais de distrito (Guarda, Castelo Branco, Portalegre, Évora e Beja). No entanto, mais de vinte anos depois, este itinerário principal está longe de estar concluído, com alguns troços em serviço, outros em construção/projecto cuja função é assegurada por estradas nacionais e outros que, com a necessidade de adequar as novas vias ao tráfego previsto, foram construídos com perfil de autoestrada e integrados na rede de autoestradas.

1.3.2. AEROPORTO REGIONAL DE TRÁS-OS-MONTES EM BRAGANÇA

O Aeroporto Regional de Trás-os-Montes em Bragança com o código IATA BGC, é o principal aeroporto que serve o nordeste transmontano. Fica localizado a cerca de 10 km de distância da cidade de Bragança, e junto ao Parque Nacional de Montesinho.

Atualmente, o Aeroporto Regional de Trás-os-Montes em Bragança conta com uma pista de 1.700 m de comprimento e 30 m de largura, adequada para aeronaves até ao tipo B. O caminho de circulação liga directamente a única plataforma de estacionamento existente à pista de voos e tem uma largura de 15 m. A plataforma de estacionamento tem capacidade para acondicionar até 4 aeronaves do tipo B.

Após a intervenção projetada para uma 1ª fase de desenvolvimento, prevê-se a operação no Aeroporto Regional de Trás-os-Montes em Bragança de companhias cuja frota é caracterizada por aeronaves do tipo C (Airbus A320 e Boeing 737/800), com uma capacidade média de 150 passageiros, que unirão a região a destinos europeus.

1.3.3. COMBOIO

A linha do Tua atualmente conta com 54 km entre Tua e Mirandela. Desde 21 de Outubro de 2001 que a linha do Tua passou a ser gerida pela empresa do Metro de Mirandela. Tem Ligação com a linha do Douro que liga o Porto ao Póvoa do Varzim.

A cerca de 25 Km da fronteira, a alta velocidade ferroviária espanhola passa em Puebla de Sanabria com ligação directa a Madrid e, conseqüentemente, às principais capitais europeias.

02. DEMOGRAFIA

2.1. POPULAÇÃO

De forma a ilustrar a situação demográfica da CIM-TTM, foram analisados os dados referentes ao XV Recenseamento Geral da População (Censos 2011).

A população residente nos nove concelhos que pertencem à CIM-TTM perfaz um total de 117.527 indivíduos. O concelho de Bragança, capital de distrito, representa cerca de 30% da população presente nas Terras de Trás-os-Montes, seguido pelo concelho de Mirandela que representa cerca de 20,3%.

LOCAL DE RESIDÊNCIA	POPULAÇÃO PRESENTE (N.º) POR LOCAL DE RESIDÊNCIA E SEXO; DECENAL	
	PERÍODO DE REFERÊNCIA DOS DADOS 2011	
	Nº	% DO TOTAL
Alfândega da Fé	5 104	4,3%
Bragança	35 341	30,1%
Macedo de Cavaleiros	15 776	13,4%
Miranda do Douro	7 482	6,4%
Mirandela	23 850	20,3%
Mogadouro	9 542	8,1%
Vila Flor	6 697	5,7%
Vimioso	4 669	4%
Vinhais	9 066	7,7%
TOTAL	117 527	100%

População presente (N.º) por Local de residência e Sexo; Decenal - INE, Recenseamento da População e Habitação



BRAGANÇA

Nos concelhos da CIM-TTM constata-se uma diminuição de 7,56% na população residente entre o período 2001 - 2011. Nesta região as camadas mais jovens acompanharam a diminuição da população residente, registando um decréscimo de 23,75% no intervalo dos 0-14 anos, 34,43% no intervalo dos 15-24 anos e 5,16% no intervalo dos 25-64 anos. Apenas o grupo etário superior a 64 anos registou um aumento de população residente na ordem dos 12,67%.

GRUPO ETÁRIO	POPULAÇÃO PRESENTE (N.º) POR LOCAL DE RESIDÊNCIA E SEXO; DECENAL	
	PERÍODO DE REFERÊNCIA DOS DADOS	
	2011 Nº	2001 Nº
0 - 14 anos	13054	17119
15 - 24 anos	11404	17391
26 - 64 anos	60087	63355
65 e mais anos	32982	29273
TOTAL	117527	127138

População residente (N.º) por Local de residência, Sexo e Grupo etário; Decenal - INE, Recenseamento da População e Habitação



MIRANDA DO DOURO

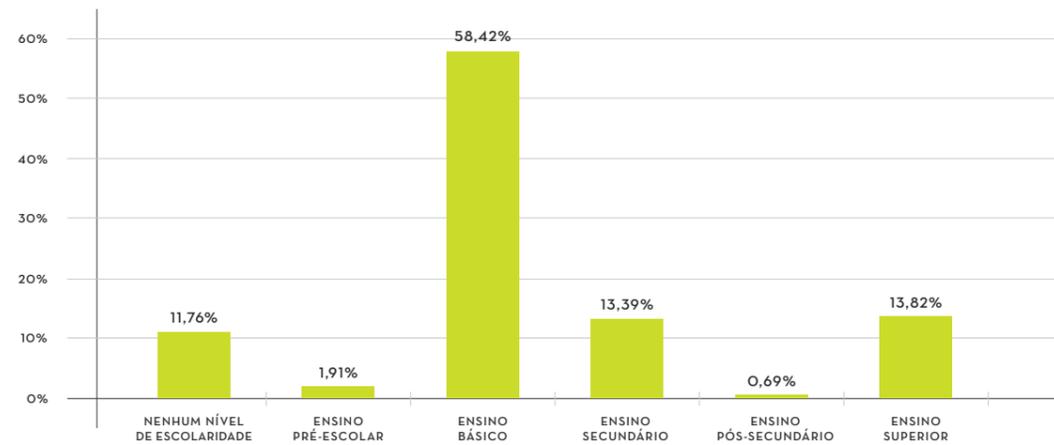
Pela análise dos dois últimos quadros tem-se vindo também a verificar um envelhecimento da população residente nos concelhos que integram a CIM-TTM. Todos os nove concelhos apresentam uma média de idades superior à registada em Portugal.

LOCAL DE RESIDÊNCIA (À DATA DOS CENSOS 2011)	IDADE MÉDIA (ANO) DA POPULAÇÃO RESIDENTE POR LOCAL DE RESIDÊNCIA (À DATA DOS CENSOS 2011); DECENAL
	PERÍODO DE REFERÊNCIA DOS DADOS 2011
Vila Flor	47,54
Alfândega da Fé	49,49
Bragança	44,71
Macedo de Cavaleiros	47,13
Miranda do Douro	49,53
Mirandela	45,61
Mogadouro	49,68
Vimioso	52,48
Vinhais	52,81
PORTUGAL	41,83

Idade média (Ano) da População residente por Local de residência (à data dos Censos 2011); Decenal - INE, Recenseamento da População e Habitação

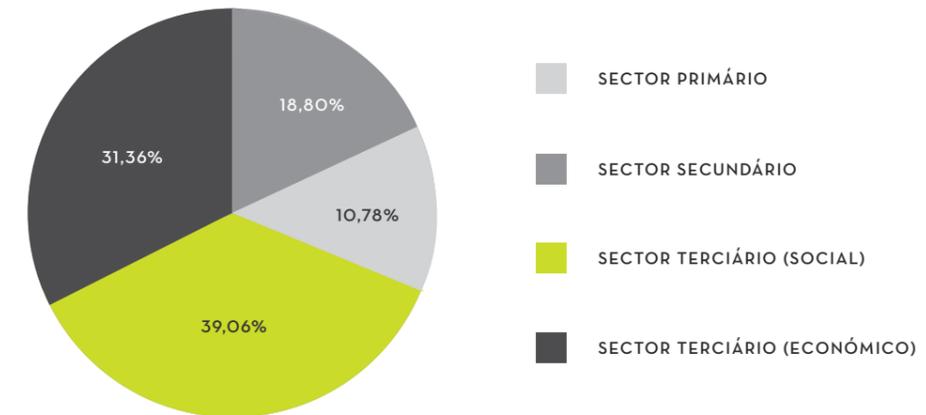
2.2. EDUCAÇÃO E EMPREGO

Relativamente ao nível de instrução, 11,76% da população residente na CIM-TTM não possui qualquer nível de ensino. Por outro lado, 58,42% possui o Ensino Básico de formação, 13,39% o Ensino Secundário e 13,82% possui um Curso Superior.



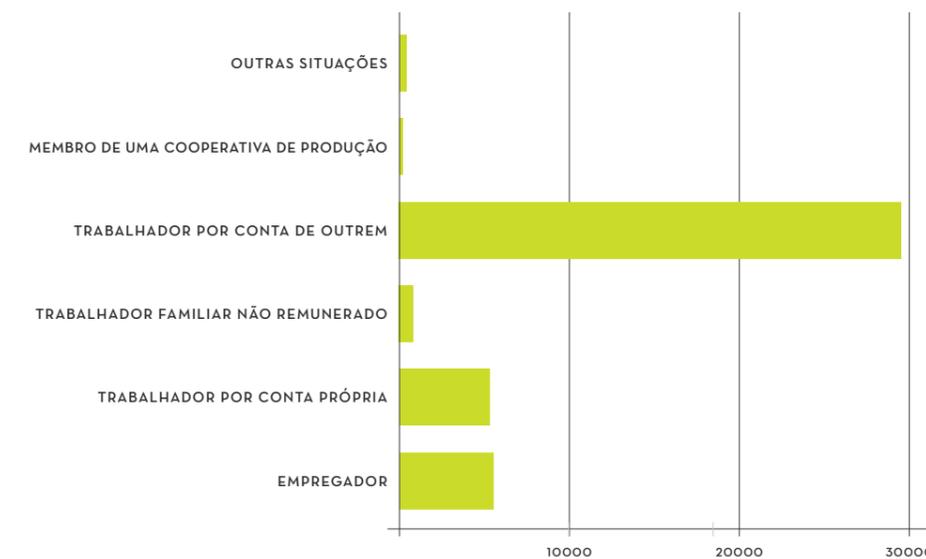
Fonte: INE

Relativamente aos sectores de actividade que empregam mais população, é, sem dúvida, o sector terciário que desempenha um papel de maior destaque. O sector terciário no seu todo, abrangendo as componentes social e económica, emprega mais de 70% da população empregada. De referir o peso do sector terciário social que representa cerca de 39% da população empregada e que inclui serviços como a saúde, educação, apoio a crianças e apoio à terceira idade.



Fonte: INE

Relativamente à temática do emprego, importa ainda referir o peso predominante de trabalhadores por conta de outrem, representando cerca de 73% na população empregada. Cerca de 12% da população empregada são trabalhadores por conta própria e 12,3% são empregadores.



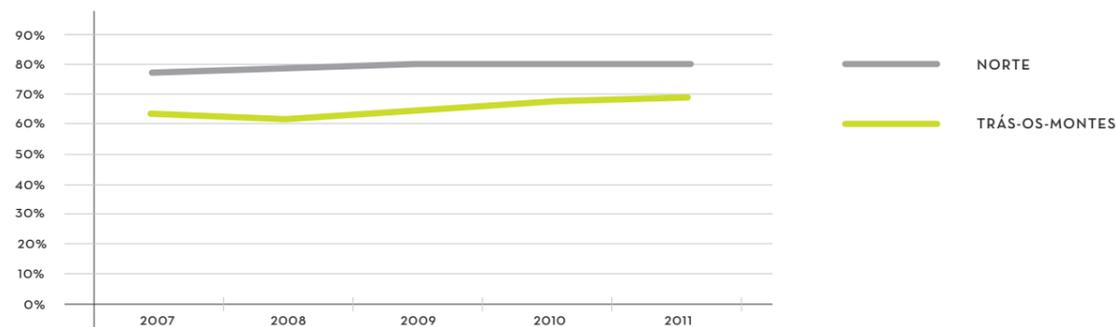
Fonte: INE

TODOS OS NOVE CONCELHOS APRESENTAM UMA MÉDIA DE IDADES SUPERIOR À REGISTADA EM PORTUGAL



03. ACTIVIDADE ECONÓMICA

O PIB per capita da região tem registado nos últimos anos (2007-2011) uma convergência, apesar de ligeira, com o PIB per capita a nível nacional, mas importa ressaltar que este efeito deve-se em parte à redução da população residente na região. No entanto, em 2011, a disparidade registada entre os dois indicadores foi ainda significativamente grande, sendo o PIB per capita da região 31% inferior ao nacional.



PIB per capita em índice (PIB per capita de Portugal = 100)

Fonte: INE

No que respeita ao tecido empresarial, a CIM-TTM contava com cerca de 12.003 empresas registadas em 2011, o que representa cerca de 1% do tecido empresarial nacional, sendo constituído essencialmente por empresas de dimensão reduzida em termos de número de colaboradores: cerca de 98% das empresas têm menos de 10 trabalhadores e o número médio de trabalhadores por empresa é cerca de 2. Apenas 4 empresas contam com mais de 249 trabalhadores nos seus quadros.

2011	EMPRESAS (N.º)	EMPRESAS <10 TRABALHADORES (N.º)	EMPRESAS >9 E <250 TRABALHADORES (N.º)	EMPRESAS >249 TRABALHADORES (N.º)
CIM-TTM	12.003	11.748	251	4
PORTUGAL	1.112.000	1.066.065	45.037	898

Empresas por número de trabalhadores

Fonte: INE

Analisando individualmente cada município da CIM-TTM, verifica-se uma grande disparidade de realidades ao nível do número de empresas, pessoal ao serviço e volume de negócios.

Bragança é o município com o maior número de empresas da região (3.731), e respetivo número de trabalhadores ao serviço (9.264) e volume de negócios gerado (810 milhões de euros). Por outro lado, no outro extremo do ranking, o município de Alfândega da Fé apresenta o menor número de empresas da CIM-TTM, com 487 empresas registadas, e Vimioso com o menor número de pessoal ao serviço (702) e menor volume de negócios gerado (46 milhões de euros).

O volume de negócios médio das empresas presentes na CIM-TTM é significativamente inferior à realidade nacional: 150,3 milhares de euros contra 312,3 milhares de euros. O município de Alfândega da Fé é, no âmbito da CIM-TTM, aquele que apresenta o maior valor neste indicador (568,2 milhares de euros).

EM 2011, A DISPARIDADE REGISTADA ENTRE OS DOIS INDICADORES FOI AINDA SIGNIFICATIVAMENTE GRANDE, SENDO O PIB PER CAPITA DA REGIÃO 31% INFERIOR AO NACIONAL

2011	EMPRESAS (N.º)	TRABALHADORES AO SERVIÇO (N.º DE INDIVÍDUOS)	VOLUME DE NEGÓCIOS (MILHARES DE EUROS)	VOLUME DE NEGÓCIOS MÉDIA DE EMPRESAS (N.º)
Alfândega da Fé	487	806	276.694	568,2
Bragança	3.731	9.264	809.855	217,1
Macedo de Cavaleiros	1.641	2.953	147.003	89,6
Miranda do Douro	881	1.513	70.667	80,2
Mirandela	2.463	5.018	259.187	105,2
Mogadouro	958	1.555	90.055	94,0
Vila Flor	632	1.429	82.745	130,9
Vimioso	496	702	26.460	53,3
Vinhais	714	1.191	41.424	58,0
CIM-TTM	12.003	24.431	1.804.090	150,3
Norte	360.482	1.225.029	91.449.328	253,7
Portugal	1.112.000	3.735.340	347.280.462	312,3

Empresas por município da CIM Terras de Trás-os-Montes

Fonte: INE

Valores correspondentes à média dos municípios individuais, ponderada pelo número de empresas (devido à falta de dados estatísticos agregados para a CIM-TTM)

O VOLUME DE NEGÓCIOS MÉDIO DAS EMPRESAS PRESENTES NA CIM-TTM É SIGNIFICATIVAMENTE INFERIOR À REALIDADE NACIONAL: 150,3 MILHARES DE EUROS CONTRA 312,3 MILHARES DE EUROS





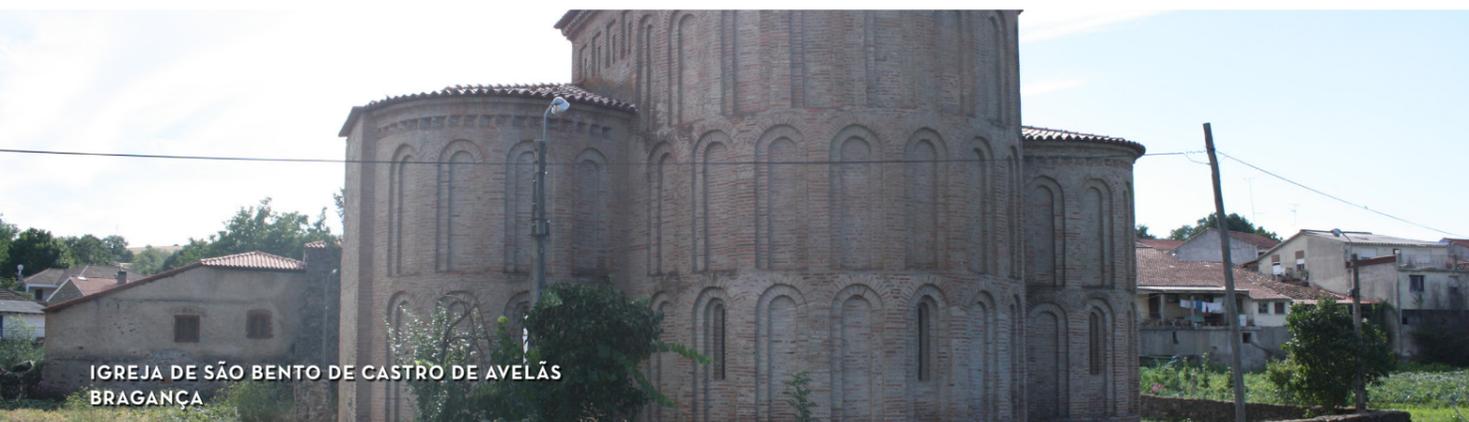
SÉ DE MIRANDA DO DOURO
MIRANDA DO DOURO

04. PATRIMÓNIO E CULTURA

4.1. PATRIMÓNIO ARQUITECTÓNICO

Os concelhos da CIM-TTM dispõem de um vasto e rico património cultural, arquitectónico e paisagístico. Procedemos aqui ao levantamento do principal património construído com valor arquitectónico, dividido por concelho, dos quais destacamos o património classificado como Monumento Nacional sendo que se apresentam no anexo n.º 1 outros monumentos de relevo:

- Castro de Sacóias, Bragança
- Igreja de Castro de Avelãs, Bragança
- Igreja de Santo Cristo do Outeiro, Bragança
- Castelo de Bragança, Bragança
- Antigos Paços Municipais de Bragança ou Domus Municipalis, Bragança
- Castro de Aldeia Nova, Miranda do Douro
- Sé de Miranda do Douro, Miranda do Douro
- Ponte sobre o rio Tua ou Ponte Velha, Mirandela
- Ponte de Pedra, Torre D. Chama
- Castelo de Mogadouro, Mogadouro
- Castelo de Penas Roias, Mogadouro
- Castelo de Vinhais, Vinhais



IGREJA DE SÃO BENTO DE CASTRO DE AVELÃS
BRAGANÇA



AMENDOEIRA EM FLOR
ALFÂNDEGA DA FÉ

4.2. PATRIMÓNIO NATURAL, GEOLÓGICO E BIOLÓGICO

Nesta zona do país há dois marcos geológicos importantes, o Maciço de Morais e o Maciço Vinhais-Bragança, constituídos maioritariamente por Rochas ultra-básicas provenientes do manto, extremamente raras à superfície terrestre.

O Maciço de Morais é uma pequena cadeia montanhosa cujo ponto principal é o Monte de Morais no concelho de Macedo de Cavaleiros.

Os maciços de Morais, tal como o de Bragança-Vinhais são os pontos centrais na geologia transmontana. É recoberto por uma sequência monometamórfica, cavalgam sobre os terrenos envolventes, divididos em duas unidades distintas: a Centro-Transmontana, na periferia imediata dos maciços, e a Peri-Transmontana, que, em parte, envolve a anterior.

Para além disso esta região é extremamente rica em geomorfologias:

- Planalto de Miranda do Douro
- Planalto de Mogadouro
- Vale de Vilarça
- Serra de Bornes
- Serra da Coroa
- Serra da Nogueira
- Serra de Montesinho

A diversidade biológica nesta porção do país é notável, destacando-se entre outros: a mancha verde de sobreiral, os campos de Amendoeiras, e aves extremamente importantes como a Garça no Azibo e o Abutre do Egípto no Parque Natural do Douro Internacional. Assim com a Águia real, a Cegonha negra, o corço, o veado, o javali, a raposa e o lobo são usuais nestas paragens.

Em termos de património natural, merecem destaque as duas praias fluviais da CIM-TTM distinguidas com bandeira azul e qualidade ouro. Situadas na área de Paisagem Protegida da Albufeira do Azibo, a 2 km de Macedo de Cavaleiros e a 30 km de Bragança.

PRAIA FLUVIAL DA FRAGA DA PEGADA

Situada na área de Paisagem Protegida da Albufeira do Azibo, a Praia fluvial da Fraga da Pegada oferece excelentes condições para desfrutar da natureza com toda a segurança e tranquilidade. Com completas infraestruturas de apoio a que se junta um microclima com temperaturas agradáveis, as águas desta praia são ideais para a prática da natação e de outros desportos náuticos não motorizados como remo, windsurf, canoagem e vela. Na área envolvente é também possível praticar várias atividades como escalada, orientação, passeios pedestres, ou simplesmente observar a riqueza da vegetação envolvente bem como a fauna, em que se destacam as diversas espécies de aves que procuram esta zona.

PRAIA DA RIBEIRA, AZIBO

A Praia da Ribeira, na Albufeira do Azibo, é uma das melhores praias fluviais de Portugal. É uma praia adaptada a pessoas com mobilidade reduzida e dispõe de vários recursos complementares tais como campos de jogos, jardim infantil, bares, aluguer de gaivotas, bicicletas e veículos a pedal. Água com temperatura normalmente acima dos 24°C à superfície. Estacionamento de automóveis junto à praia. Tem serviço de segurança durante os meses de Verão. Nela decorrem campeonatos de voleibol de praia.

MAIS RECENTEMENTE, DESDE SETEMBRO DE 2014, O GEOPARQUE TERRAS DE CAVALEIROS TORNOU-SE MEMBRO OFICIAL DAS REDES EUROPEIA E GLOBAL DE GEOPARQUES DA UNESCO, SIGNIFICADO DO SEU SINGULAR PATRIMÓNIO GEOLÓGICO RICO EM DESLUMBRANTES PAISAGENS BEM PRESERVADAS E CUIDADAS

Em termos de património natural, é de destacar a variedade e riqueza de todo o espaço geográfico da CIM-TTM e que, aliado ao património rural, ao artesanato e às tradições culturais, constitui um “acervo” único para a implementação de intervenções integradas na área da ecomuseologia e ecoturismo.

4.3. CULTURA E EVENTOS

A região da CIM-TTM é habitada desde a pré-história. Os povos tais como celtas, romanos, árabes, que habitaram esta zona deixaram a sua marca, em variadíssimas formas. O isolamento secular desta zona do país permitiu a sobrevivência de tradições culturais que marcam a sua identidade.

De facto a CIM-TTM é uma região onde se pode ter acesso a experiências antigas como participar em vindimas, pisando as uvas num local que é Património da Humanidade, passear de burro e avistar rebanhos protegidos pelo cão de gado, ser chocalhada pelos “caretos”, assistir à dança dos pauliteiros, ouvir música ao som das gaitas de foles, aprender a falar mirandês e a (re)viver as obras de Miguel Torga, Guerra Junqueiro, Trindade Coelho e Camilo Castelo Branco.

Relativamente à oferta cultural ao nível de eventos organizados na CIM-TTM, verifica-se a existência de uma realidade distinta de concelho para concelho no que diz respeito à quantidade e diversidade. Verifica-se, também, a inexistência em muito concelhos da CIM-TTM, de eventos que constituam um marco no panorama nacional, e inclusivamente regional.

Destacam-se em seguida os principais eventos dos concelhos da CIM-TTM sendo que se apresenta uma listagem detalhada dos mesmos no Anexo N.2.

ALFANDEGA DA FÉ	
MARÇO	Festival de Teatro
JUNHO	Festa da Cereja
JUNHO	Festival Sete Sóis Sete Luas
NOVEMBRO	Prova de Km - Vertical
NOVEMBRO	Festa da Montanha

BRAGANÇA	
FEVEREIRO	Semana Gastronómica do Butelo e das Casúlas
ABRIL	Feira das Cantarinhas e Feira de Artesanato
MAIO	Expo Trás-os-Montes
NOVEMBRO	Norcaça, Norpesca e Norcastanha
DEZEMBRO	Bragança, Terra Natal e de Sonhos

MACEDO DE CAVALEIROS	
JANEIRO	Feira da Caça e Turismo
FEVEREIRO	Apiocasião
JUNHO/JULHO	Feira de S. Pedro
AGOSTO	Finais dos Campeonatos Nacionais de Voleibol de Praia
DEZEMBRO	Macedo Cidade Natal

MIRANDA DO DOURO	
FEVEREIRO	Festival de Sabores Mirandeses
ABRIL	Semana Gastronómica do Bacalhau
JULHO	Festival Intercéltico
SETEMBRO	Romaria da Nossa Sra do Naso
OUTUBRO	Feira dos Gorazes

MIRANDELA	
JANEIRO / FEVEREIRO	Festival de Sabores de Azeite Novo
MARÇO	Feira da Alheira
JUNHO	Concentração Motard
JULHO	Campeonatos de Jet Sky
JULHO / AGOSTO	Festas da Cidade Nossa Senhora do Amparo

MOGADOURO	
JULHO	Red Burros Fly - I-In
AGOSTO	Nossa Senhora do Caminho
SETEMBRO	Festa do Azinhoso
OUTUBRO	Feira dos Gorazes
NOVEMBRO	Encontro Micológico e Festival Gastronómico: “Cogumelos Silvestres”

VILA FLOR	
FEVEREIRO	Mostra Terraflor/Amendoeiras em Flor
JULHO	Festival de Música Sons de Vila Flor
ABRIL	Prova de Atletismo: Milha Marcelo d’Azevedo e Run Sousacamp
AGOSTO	Romaria de Nossa Sra. da Assunção
AGOSTO	TerraFlor - Feira Regional de Produtos e Sabores

VIMIOSO	
ABRIL	Actividades da Semana Santa: Feira do Pão
AGOSTO	Dia do Município “Festas do Concelho”
SETEMBRO	Prova desportiva Internacional: King of Portugal
DEZEMBRO	Feira de Artes, Ofícios e Sabores

VINHAIS	
FEVEREIRO	Feira do Fumeiro
FEVEREIRO	Mil Diabos à Solta
MAIO	Festas de Nª Senhora da Assunção
AGOSTO	Ruralcastanea - Festa da Castanha
OUTUBRO	Festa da Cabra e do Canhoto

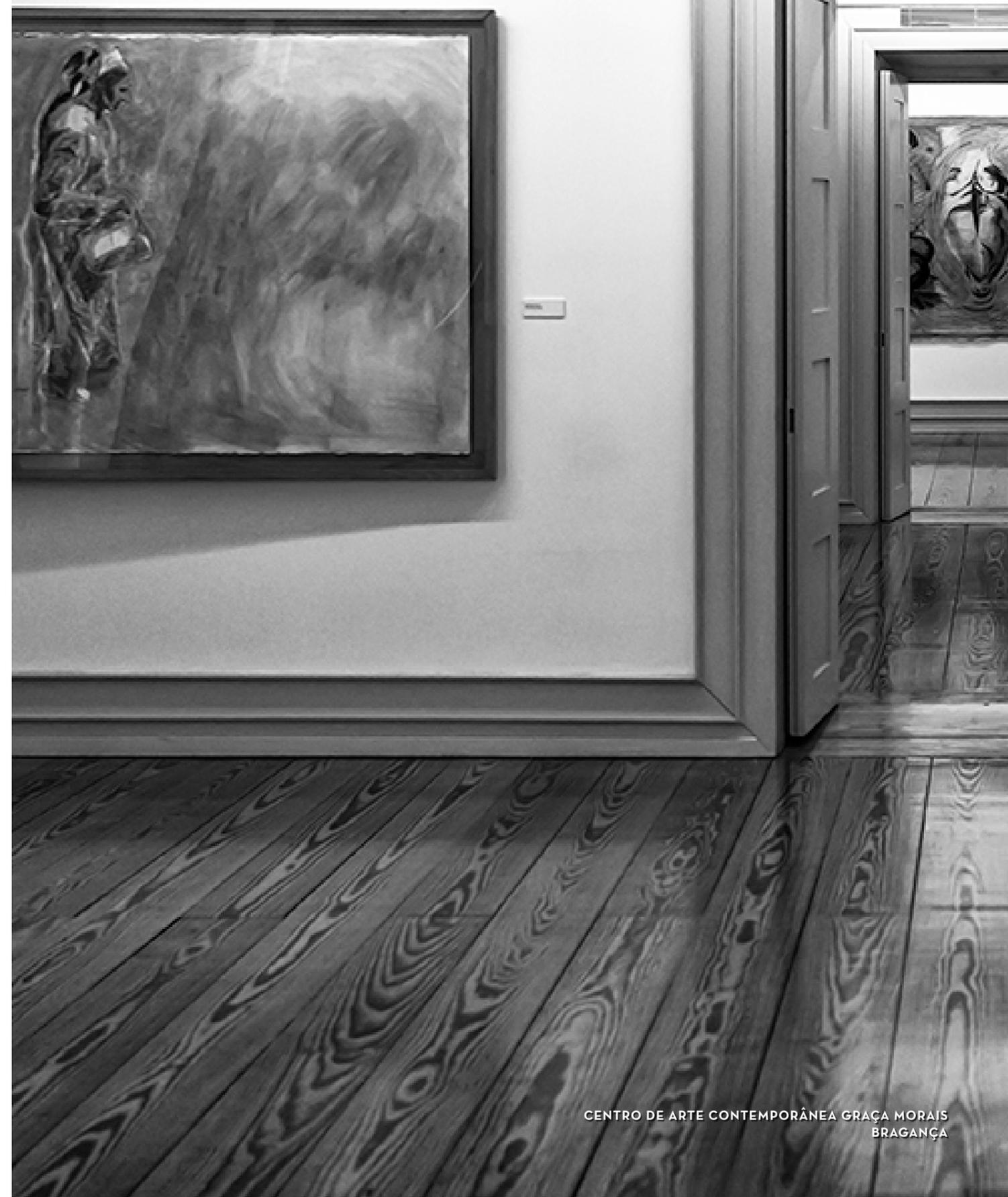
EXISTE UMA GRANDE MARGEM DE PROGRESSO NA PROMOÇÃO DE EVENTOS CULTURAIS, NA COMPLEMENTARIDADE DE INICIATIVAS E NA SUA DIVULGAÇÃO ADEQUADA, QUE SE TRADUZIRÁ NUMA IMPORTANTE DINAMIZAÇÃO SOCIAL E ECONÓMICA

4.4. ESPAÇOS MUSEOLÓGICOS

Numa perspectiva de análise e diagnóstico, em matéria de espaços museológicos, apresentamos a seguinte compilação de museus da região.

- Museu Rural de Sambade - Alfândega da Fé
- Museu Militar - Bragança
- Museu Abade de Baçal - Bragança
- Núcleo Museológico da CP - Bragança
- Museu Ibérico da Máscara e do Traje - Bragança
- Centro de Arte Contemporânea Graça Morais - Bragança
- Centro de Ciência Viva/Casa da Seda - Bragança
- Casa do Careto - Macedo de Cavaleiros
- Museu de Arte Sacra - Macedo de Cavaleiros
- Museu do Mel e da Apicultura - Macedo de Cavaleiros
- Museu Religioso de Balsamão - Macedo de Cavaleiros
- Museu Rural de Salselas - Macedo de Cavaleiros
- Núcleo Museológico do Azeite "Solar dos Cortiços" - Macedo de Cavaleiros
- Real Filatório do Chacim - Macedo de Cavaleiros
- Museu da Terra de Miranda - Miranda do Douro
- Museu Municipal Armindo Teixeira Lopes - Mirandela
- Museu Etnográfico de Suções - Mirandela
- Museu da Oliveira e do Azeite - Mirandela
- Museu de Abreiro - Mirandela
- Museu de Curiosidades do Romeu - Mirandela
- Sala Museu de Arqueologia - Mogadouro
- Museu Municipal Dra. Berta Cabral - Vila Flor
- Casa Museu da Família Vila Real - Benlhevai - Vila Flor
- Museu de Arte Sacra - Vimioso
- Museu Etnográfico do Agrochão - Vinhais

Da lista apresentada apenas dois museus pertencem à Rede de Portuguesa de Museus (RPM), o Museu Abade de Baçal em Bragança e o Museu da Terra de Miranda em Miranda do Douro. A RPM é constituída por 142 museus e tem por objetivo promover a valorização de cada museu que a integra e, simultaneamente, sustentar a sua força estratégica no conjunto dos museus que a constituem. A adesão à RPM é voluntária, pelo que deverá ser preocupação de cada região a inscrição dos seus espaços museológicos nesta rede.

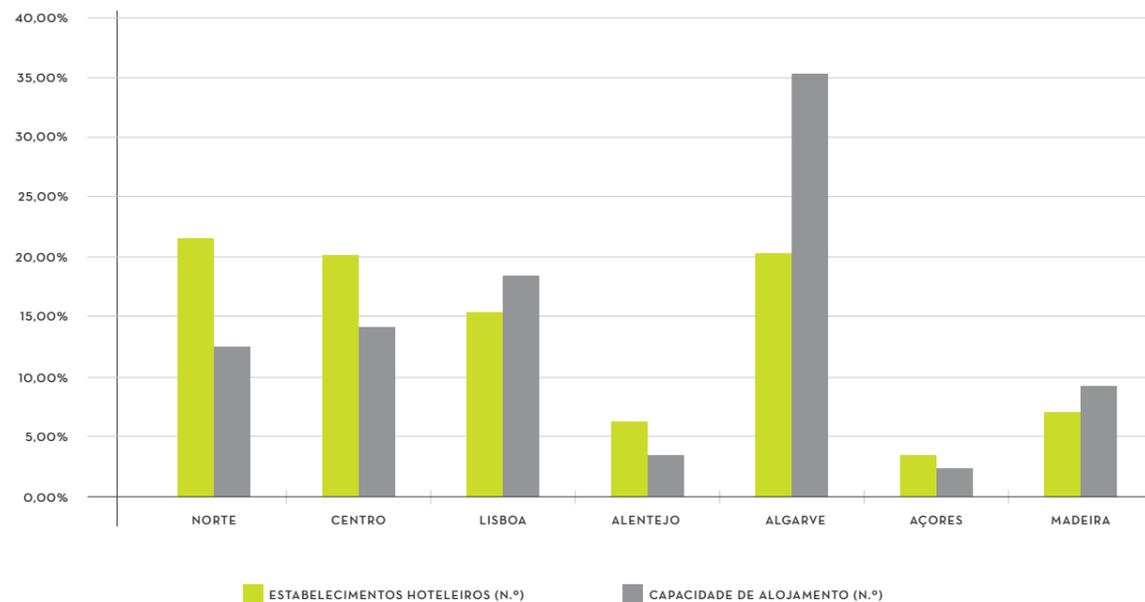




05. TURISMO NA CIM-TTM

5.1. OFERTA TURÍSTICA

Se começarmos por comparar os estabelecimentos hoteleiros (considerados globalmente) por NUTS II, em termos meramente quantitativos, verificamos que cerca de 22,5% se localizam na Região Norte, que ocupa, assim, o primeiro lugar ficando à frente inclusivamente do Algarve. No entanto, se efectuarmos essa comparação por NUTS II no que à capacidade de alojamento diz respeito, registamos que, neste caso, a Região Norte ocupa apenas a quarta posição, com 13,97%, atrás quer do Algarve (36,02%), Lisboa (19,07%) e Centro (13,99%).



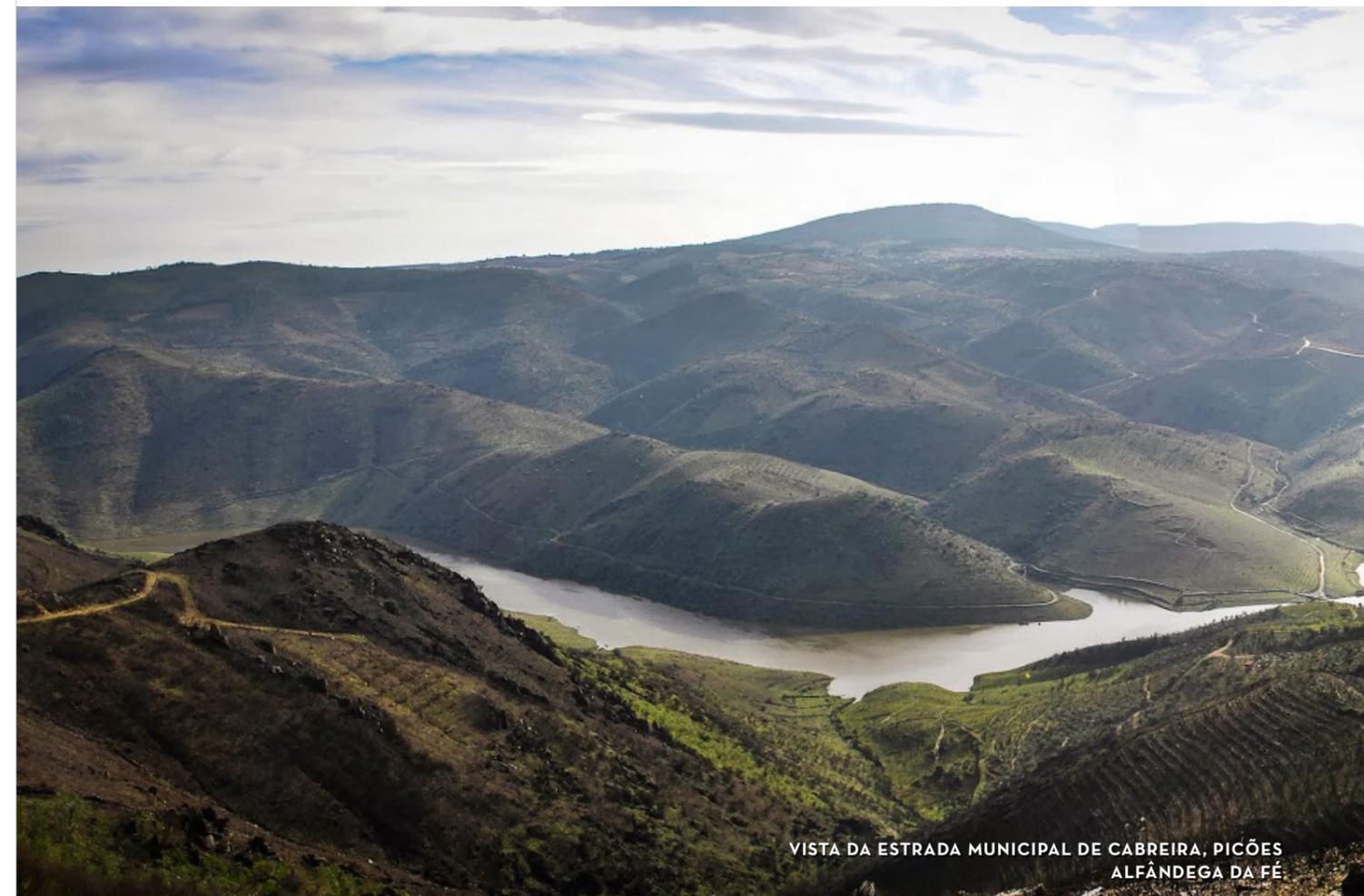
Distribuição dos Estabelecimentos e Capacidade dos Alojamentos por NUT II, 2013

Fonte: INE

Concluimos, desde já, que a dimensão média dos estabelecimentos na Região Norte é significativamente mais baixa do que a média nacional. De facto, a Região Norte é a região com menor capacidade média de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros (por 1000 habitantes).

LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA (NUTS - 2002)	CAPACIDADE DE ALOJAMENTO NOS ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS POR 1000 HABITANTES (N.º) POR LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA; ANUAL	
	PERÍODO DE REFERÊNCIA DOS DADOS 2012	
	N.º	
Norte	11,4	
Centro	18,0	
Lisboa	19,8	
Alentejo	17,8	
Algarve	239,9	
Região Autónoma dos Açores	34,6	
Região Autónoma da Madeira	109,2	

Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros por 1000 habitantes (nº) por localização geográfica; anual - INE, Inquérito à permanência de hóspedes e outros dados na hotelaria



Os nove concelhos que constituem a CIM-TTM têm uma capacidade total para alojar 3.164 hóspedes. Bragança, assume por si só, 46,8% dessa capacidade, sendo o concelho com maior capacidade de alojamento. Em segundo lugar aparece Miranda do Douro com 17% e Mirandela com 14,1%.

CAPACIDADE DE ALOJAMENTO POR CONCELHO E TIPOLOGIA			
CONCELHO	CAPACIDADE DE ALOJAMENTO TOTAL	TIPO DE ALOJAMENTO	N.º DE ALOJAMENTO
ALFÂNDEGA DA FÉ	115	Agro-Turismo	1
		Casa de Campo	8
		Hotel de 4 estrelas	1
BRAGANÇA	1482	Agro-Turismo	3
		Casa de Campo	21
		Hotel de 2 estrelas	5
		Hotel de 3 estrelas	3
		Hotel de 4 estrelas	1
		Turismo de Habitação	1
		Parque de Campismo	1
		Pousada	1
MACEDO DE CAVALEIROS	175	Casa de Campo	7
		Hotel de 2 estrelas	2
		Turismo de Habitação	1
		Parque de Campismo	1
MIRANDA DO DOURO	537	Agro-Turismo	4
		Casa de Campo	9
		Hotel de 1 estrela	1
		Hotel de 2 estrelas	2
		Hotel de 3 estrelas	4
		Hotel de 4 estrelas	1
		Hotel Rural 3 estrelas	1
MIRANDELA	445	Agro-Turismo	5
		Casa de Campo	8
		Hotel de 1 estrela	1
		Hotel de 3 estrelas	1
MOGADOURO	84	Casa de Campo	2
		Hotel de 3 estrelas	1
		Hotel Rural 4 estrelas	1
VILA FLOR	112	Agro-Turismo	4
		Casa de Campo	3
		Hotel 3 estrelas	1
VIMIOSO	73	Casa de Campo	3
		Hotel de 2 estrelas	1
		Hotel Rural de 3 estrelas	1
VINHAIS	141	Agro-Turismo	3
		Casa de Campo	8
		Hotel de 2 estrelas	1
CIM-TTM	3164	Agro-Turismo	20
		Casa de Campo	69
		Turismo de Habitação	2
		Hotel de 1 estrela	2
		Hotel de 2 estrelas	11
		Hotel de 3 estrelas	10
		Hotel de 4 estrelas	3
		Hotel Rural de 3 estrelas	2
		Hotel Rural de 4 estrelas	1
		Parque de Campismo	2
Pousada	1		

Fonte: Turismo de Portugal - Registo Nacional de Turismo 2015

Se compararmos a capacidade alojamento da CIM-TTM com a registada na zona Norte e em Portugal, verificamos que esta representa apenas 5,24% e 0,86% respectivamente.

CAPACIDADE DE ALOJAMENTO	
PORTUGAL	367.759
NORTE	60.410
CIM-TTM	3.164

Conclui-se, desde já, que existe uma elevada heterogeneidade no que diz respeito à capacidade de alojamento dos concelhos. Notamos também que apenas 4 concelhos detêm uma unidade hoteleira de 4 estrelas (Hotel & Spa Alfândega da Fé, Estalagem Turismo de Bragança, Estalagem Santa Catarina de Miranda do Douro e Solar dos Marcos de Mogadouro). Para além desse facto, dos 29 hotéis presentes na região, 44,83% são hotéis de 1 ou 2 estrelas.

Um aspecto a destacar, é que as Casas de Campo são o tipo de alojamento mais frequente nos nove concelhos, contudo, é necessário ressaltar que, embora este tipo de alojamento represente 56,1% dos alojamentos presentes na região, em termos de capacidade representam apenas 19,5% da capacidade total de alojamento.

AGENTES DE VIAGENS E TURISMO	
NOME	CONCELHO
Emílio Martins - Transporte de Passageiros e Aluguer de Autocarros, Lda.	Bragança
Infotrilhos - Informática e Turismo, Lda.	Bragança
JR - Viagens e Turismo, Lda.	Bragança
Quimera - Viagens e Turismo, Lda. (Best Travel)	Bragança
Student Travellers	Bragança
Varanda do Nordeste - Operador Turístico, Lda (Halcon)	Bragança
Guerratur - Agência de Viagens Unipessoal, Lda.	Macedo de Cavaleiros
Reino Maravilhoso- Sociedade de Promoção Turística do Nordeste, Lda	Macedo de Cavaleiros
Agência de Viagens e Turismo Pérola do Tua, Lda.	Mirandela
Brêpa - Mediação e Intermediação de Viagens e Turismo, Lda.	Mirandela
Naturthoughts - Turismo de Natureza, Lda	Mirandela
Bruno Alexandre Martins, Sociedade Unipessoal, Lda	Vinhais

Fonte: Turismo de Portugal - Registo Nacional de Turismo 2015

No que diz respeito aos Agentes de Animação Turística, presentes em quase todos os concelhos da CIM-TTM (exceção do Concelho de Vinhais), estes deverão assumir uma eminente importância na divulgação e dinamização da região, uma vez que se dedicam a desenvolver atividades de carácter cultural e/ou de contacto com a natureza, privilegiando o desporto e as experiências no mundo rural. Mais uma vez, urge aqui a necessidade de cooperação em rede e de articulação de atividades de forma a potenciar a região, aumentando o número e a frequência de turistas e, por conseguinte, criando valor para cada um dos Agentes.

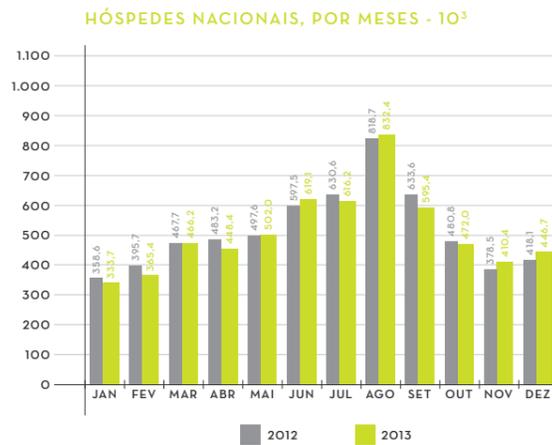
AGENTES DE VIAGEM	
NOME	CONCELHO
1000 Odisseias - Actividades de Lazer, Lda.	Vila Flor
Academia de Montanha Criativa - Turismo Sustentável, S.A.	
A Montesinho	Bragança
Alto das Fontes	Alfândega da Fé
Andriy Petrov	Bragança
Animalogia - Eventos, Lda.	Bragança
Anitudes - animação turística cultural e desportiva unipessoal, Lda	Mirandela
Centro de Turismo Ambiental Luso-Espanhol, Lda. Cruzeiro Ambiental	Miranda do Douro
Coordenadas D'aventura Unipessoal Lda.	Vimioso
Dr Tours, Unipessoal, Lda.	Miranda do Douro
Infotrilhos - Informática e Turismo, Lda.	Bragança
Montezinho Aventura Empresa Animação Turística, Unipessoal Lda	Bragança
Naturisnor - Turismo Da Natureza do Nordeste, Lda	Mogadouro
Naturthoughts - Turismo de Natureza, Lda	Mirandela
Nordeste Aventura - Desporto, Aventura e Animação Turística, Lda.	Macedo de Cavaleiros
Nordeste Vivo, Sociedade Unipessoal, Lda. Douro pula canhada mais que aventura, natureza e cultura	Miranda do Douro
Odete Céu Gonçalves Fernandes Samorinha	Vila Flor
Tempo D'Alquimia Ambiente Cultura, Turismo na Natureza Unipessoal, Lda.	Bragança

Fonte: Turismo de Portugal - Registo Nacional de Turismo 2015

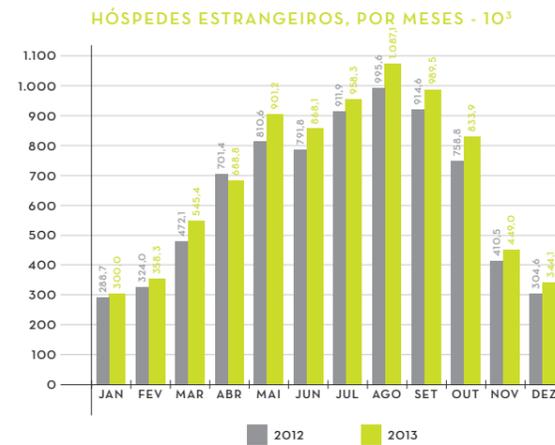


5.2. PROCURA TURÍSTICA

Os resultados do Turismo de Portugal relativamente ao ano de 2013 traduzem-se em 14,4 milhões de hóspedes que resultam num crescimento homólogo de 4,2% (+586 mil). Predominantemente estrangeiros (55% do total), este mercado aumentou 8,3% (+638,9 mil), enquanto que os hóspedes residentes (6,1 milhões) decresceram 0,9% (-52,8 mil).



Fonte INE - Instituto Nacional de Estatísticas 2014



Fonte INE - Instituto Nacional de Estatísticas 2014

Os mercados estrangeiros de origem dos hóspedes que constituem o TOP 5 da zona Norte nos primeiros sete meses de 2014 são a Espanha, a França, o Brasil, a Alemanha e o Reino Unido. Em conjunto, estes cinco países representam uma quota de cerca de 62% dos hóspedes estrangeiros.

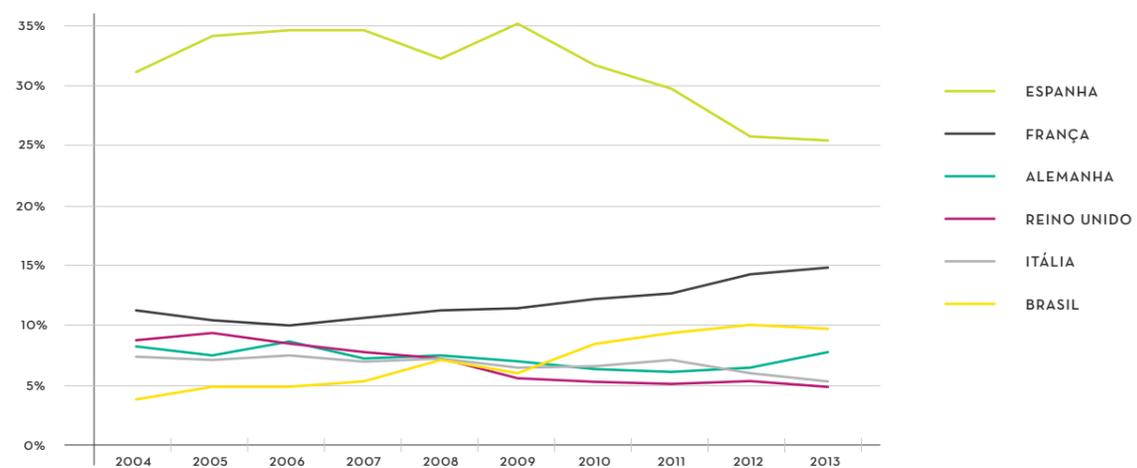
PAÍS DE RESIDÊNCIA	NÚMERO (milhares)							TOTAL
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	
Alemanha	2,5	6,5	7,6	9,9	12,4	11,4	6,7	57,0
Bélgica	0,8	0,8	2,0	3,0	4,4	4,4	5,3	20,6
Brasil	8,0	4,8	8,0	12,8	14,9	9,8	11,3	69,6
Espanha	14,2	14,1	18,8	35,9	26,0	24,9	37,5	171,4
EUA	1	1,2	2,3	3,4	5,5	5,4	5,6	24,4
França	5,1	6,6	8,9	14,2	25,5	19,7	19,7	99,7
Holanda	1,1	1,5	2,6	3,2	5,0	5,2	5,1	23,6
Itália	2,4	2,6	3,8	5,2	6,6	6,1	8,4	35,0
Reino Unido	1,8	2,4	3,6	4,7	8,2	9,0	7,0	36,8
Rússia	1,6	0,7	1,4	2,3	2,6	2,5	2,6	13,7
Outros	10,9	10,8	15,0	21,6	30,6	29,1	32,3	150,3
Total Estrangeiros	49,5	52,0	73,9	116,1	141,8	127,4	141,4	702,1
Total Portugal	104,9	108,8	127,5	138,6	146,7	142,3	163,1	931,8
Reino Total Global	154,4	160,8	201,4	254,6	288,4	269,7	304,5	1.633,9

Este ranking de países referente ao número de hóspedes na zona norte tem-se mantido relativamente estável nos últimos 10 anos, sendo que a Espanha e a França, têm garantido a sua posição de liderança.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1º	Espanha	Espanha	Espanha	Espanha	Espanha	Espanha	Espanha	Espanha	Espanha	Espanha
2º	França	França	França	França	França	França	França	França	França	França
3º	Reino Unido	Reino Unido	Alemanha	Reino Unido	Alemanha	Alemanha	Brasil	Brasil	Brasil	Brasil
4º	Alemanha	Alemanha	Reino Unido	Alemanha	Itália	Brasil	Itália	Itália	Alemanha	Alemanha
5º	Itália	Itália	Itália	Itália	Brasil	Itália	Alemanha	Alemanha	Itália	Itália

Evolução Ranking de países por número de hóspedes na Zona Norte

Contudo, salienta-se que, se por um lado a Espanha, principalmente desde 2009, tem vindo a diminuir a sua quota de mercado anual, passando de 31,3% em 2004 para 25,4% em 2013 (-5,9% pp), a França tem registado consecutivos aumentos, embora mais ténues, passando de 11,2% em 2004 para 14,7% em 2013 (+3,5 pp).



Evolução da quota de mercado por nº de hóspedes (2004-2013)



CENTRO DE MOGADOURO

De salientar, também, o crescimento do peso do mercado Brasileiro que num espaço temporal de 10 anos passou da sexta para a terceira posição no ranking relativo ao nº de hóspedes na zona norte, tendo duplicado a sua quota de mercado.

Por NUTS II, em 2013, 71% do total de hóspedes, ou seja, 10,3 milhões permaneceram em unidades hoteleiras localizadas nas regiões de Lisboa, do Algarve e do Norte.

A região Norte, com 2,8 milhões de hóspedes, posicionou-se em 3.º lugar. Tanto hóspedes residentes (1,6 milhões) que representaram na região 57%, como estrangeiros assinalaram aumentos homólogos de 0,8% e 14,7%, respectivamente.

HÓSPEDES (10 ³) NUTS II	Δ 13/12		2013	
	ANO	%	ABS	%
Norte	2.791,7	6,3	165,2	19,3
Centro	2.094,8	0,4	7,8	14,5
Lisboa	4.330,4	5,2	214,5	30,0
Alentejo	644,1	-1,1	-7,0	4,5
Algarve	3.155,0	3,6	111,0	21,9
Açores	333,4	2,2	7,1	2,3
Madeira	1.082,1	8,8	87,4	7,5
Portugal	14.431,5	4,2	586,1	100,0

Fonte INE - Instituto Nacional de Estatísticas 2014

Relativamente às dormidas, o ano de 2013 encerrou com 41,7 milhões de dormidas na hotelaria, ou seja, mais 2,0 milhões do que em 2012 (+5,2%). O mercado externo, responsável por 71% do total de dormidas (29,4 milhões), subiu 8,0% (+2,2 milhões), enquanto que as dormidas de residentes (12,3 milhões) diminuíram 0,9% (-115,5 mil).

No ranking dos 5 primeiros mercados originários de dormidas foram o Reino Unido, a Alemanha, a Espanha, a França e a Holanda. O Reino Unido foi responsável pelo acréscimo absoluto mais elevado deste grupo (+552,7 mil dormidas, ou seja, +8,6%).



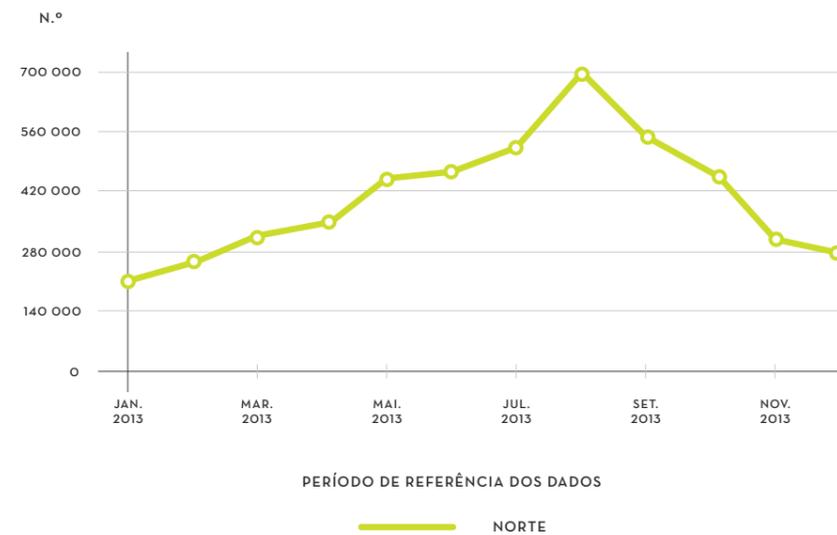
Em 2013, as regiões do Algarve, de Lisboa e da Madeira, com 30,9 milhões de dormidas, representaram 74% do movimento global do País e assinalaram evoluções homólogas positivas, em relação ao mercado externo, de 5,5%, 9,2% e 8,5%, respetivamente.

O Norte, enquanto que relativamente ao número de hóspedes se encontrava em 3º lugar do ranking no ano de 2013, troca de posição para o 4º lugar com uma quota de 11,8%. Com isto concluímos que o Norte, embora receba mais hóspedes do que outras regiões, estes permanecem menos tempo durante a sua estadia.

DORMIDAS (10 ³) NUTS II	Δ 13/12		QUOTA	
	ANO	%	ABS	%
Norte	4.908,0	8,1	366,1	11,8
Centro	3.763,9	-0,1	-4,1	9,0
Lisboa	10.066,6	6,6	626,7	24,1
Alentejo	1.139,3	-0,2	-2,8	2,7
Algarve	14.822,6	3,5	495,8	35,5
Açores	1.054,1	10,4	99,4	2,5
Madeira	5.978,1	8,5	470,5	14,3
Portugal	41.732,6	5,2	2.051,6	100,0

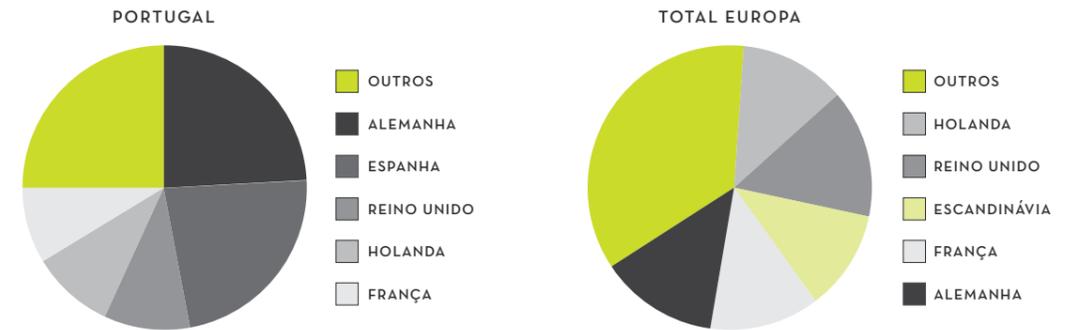
Fonte INE - Instituto Nacional de Estatísticas 2014

Focando agora a análise na sazonalidade da atividade turística da Região Norte, isto é, observando a evolução mensal do número de dormidas, constata-se que é no mês de agosto que se regista o maior número de dormidas e é em janeiro que se regista o menor.



Dormidas (n.º) nos estabelecimentos hoteleiros por localização geográfica (NUTS - 2002)

ORIGEM DA PROCURA DE TURISMO RURAL EM PORTUGAL E NA EUROPA



Fonte: Turismo de Portugal, 2008

Fonte: IPK, 2010

Analisando a procura internacional de turismo rural em Portugal e na Europa verificamos que a Holanda, Alemanha, Reino Unido, França e Escandinávia se destacam claramente.



PONTE DE VALE DA PORCA
MACEDO DE CAVALEIROS

5.3. RECOMENDAÇÕES PENT

O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), aprovado pelo governo em 2007, constitui a base de orientação do sector, permitindo a agentes públicos e privados alinharem estratégias, compreenderem mutuamente os seus objetivos e definirem ações comuns mais eficazes e coerentes. Reformulado em 2010 com horizonte em 2015, o PENT define as principais tendências estruturais do sector relativamente à procura.

TENDÊNCIAS	DESCRIÇÃO
Cliente no lugar do condutor	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes são cada vez mais informados e exigentes, fruto da maior liberdade de escolha e transparência da oferta. • Maior importância da qualidade e serviços personalizados, maior brand loyalty.
Value for money	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas procuram rentabilizar os seus gastos de viagens, mas sem que para isso signifique estarem disponíveis para aceitar destinos, produtos e serviços de menor qualidade - reforço do preço enquanto fator de decisão. • Sintomas desta tendência são a maior procura por viagens de curta duração (short breaks e o conceito emergente de nanoférias) e a busca de oportunidades last minute (shopping around).
Diversificação e Especialização	<ul style="list-style-type: none"> • Maior diversidade das motivações para viajar e novos segmentos de mercado. • Maior enfoque em oferta customizada e especializada.
Enfoque na experiência	<ul style="list-style-type: none"> • Substituição do tradicional enfoque no destino pelo enfoque na experiência. • Turistas procuram experiências mais autênticas e actividades criativas no destino.
Alterações demográficas e individualização	<ul style="list-style-type: none"> • Envelhecimento da população nos principais mercados emissores - mas over 50s vão pensar e agir de forma mais jovem abrindo à variedade e à mudança. • Maior número de singletons e maior individualização da sociedade.
Turista sustentável	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento deve-se à maior consciência ambiental e cultural dos viajantes, e à maior vontade de interagir com culturas locais criando benefícios sustentáveis.

Principais tendências estruturais do sector - padrão da procura

Fonte: Roland Berger

A VISÃO DEFINIDA PELO PENT PARA O TURISMO NACIONAL PRENDE-SE COM O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO BASEADO NA QUALIFICAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA OFERTA, ALAVANCAO NA CRIAÇÃO DE CONTEÚDOS AUTÊNTICOS E EXPERIÊNCIAS MARCANTES E GENUÍNAS, NA EXCELÊNCIA AMBIENTAL / URBANÍSTICA, NA FORMAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS, NA POTENCIAÇÃO DOS CANAIS ONLINE E NA DINÂMICA / MODERNIZAÇÃO EMPRESARIAL E DAS ENTIDADES PÚBLICAS.

O PENT defende um modelo futuro do Turismo nacional assente na sustentabilidade, de modo a potenciar não só o seu desenvolvimento mas também o do meio em que se insere.

A CONTRIBUIR PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E SOCIAL DAS COMUNIDADES LOCAIS

- Fomentar emprego local, proporcionando a formação adequada
- Integrar atividades e produtos tradicionais das regiões nos produtos turísticos oferecidos, enriquecendo a experiência do turista.
- Potenciar o empreendedorismo e apoiar o desenvolvimento das PME

B PRESERVAR E POTENCIAR O PATRIMÓNIO HISTÓRICO-CULTURAL

- Utilizar elementos de cultura local na arquitectura, gastronomia, decoração, lojas, etc.
- Incentivar e apoiar a recuperação de monumentos, museus e outros marcos históricos locais.
- Incorporar a história, tradição e cultura locais nos roteiros e eventos regionais.
- Dinamizar a cultura e conteúdos locais.

C MINIMIZAR BENEFÍCIOS PARA O AMBIENTE E REDUZIR IMPACTOS NEGATIVOS

- Otimizar o consumo de água e o consumo energético.
- Incentivar a reciclagem de produtos.
- Conservar a biodiversidade, os ecossistemas e as paisagens.
- Formar a gestão das empresas na necessidade e benefícios da adoção de práticas ambientalmente responsáveis.

D ASSEGURAR A SUSTENTABILIDADE ECONÓMICA DO TURISMO

- Desenvolver produtos inovadores e diferenciados.
- Apostar na qualidade e na qualificação dos recursos humanos e das empresas.
- Minimizar a sazonalidade do negócio dinamizando a procura em época baixa e flexibilizando a capacidade.

Desenvolvimento sustentável do Turismo

Fonte: Roland Berger

Relativamente aos produtos prioritários por região, o PENT prevê como produtos estratégicos para a região Norte o Turismo Cultural e Religioso, Turismo de Natureza, Saúde e Bem-Estar, Gastronomia e Vinhos.

Em face da crescente exigência do turista enquanto decisor de compra, e do aumento da oferta em resultado do investimento verificado nos mercados concorrentes, é fundamental o desenvolvimento e inovação nos conteúdos tradicionais portugueses, onde deverão ser potenciados: a história, o património e a cultura de cada região em benefício do enriquecimento da experiência do turista.

PATRIMÓNIO E HISTÓRIA

- Desenvolver e inovar os conteúdos tradicionais portugueses.
- Potenciar a visita e compreensão da importância dos monumentos e património histórico.
- Desenvolver rotas turísticas com base nos acontecimentos históricos passados na região.
- Eventos que explicam e "revivam" acontecimentos históricos (ex.: Linhas de Torres e as Invasões Francesas)

RECURSOS NATURAIS

- Desenvolver rotas de turismo cultural e religioso.
- Actividades de turismo na natureza, incluindo caminhadas, explorações de parques naturais e grutas...
- Desportos em ambiente natural (ex.: descidas de rios, rafting, mergulho, escalada, ...)

CULTURA E COSTUMES RELIGIOSOS

- Celebrações da Semana Santa em diversas regiões.
- Festas, romarias e espectáculos de folclore regionais.
- Actividades tradicionais e artesanato.

Fonte: Roland Berger

O PENT valoriza igualmente a importância da qualificação dos Recursos Humanos como factor de diferenciação e como alavanca da transformação e competitividade do sector.



IGREJA MATRIZ
VIMIOSO

06. PROMOÇÃO

Interessa perceber, para efeitos de diagnóstico e prospecção, o que tem sido feito pelos Municípios que integram a CIM-TTM ao nível da Promoção do seu território e como o têm feito.

É notório que o esforço de Promoção empreendido pelos nove Municípios não tem sido articulado num objetivo comum, pelo que as suas estratégias de actuação diferem quanto à quantidade mas, principalmente, quanto à mensagem e quanto ao público que pretendem atingir.

De facto, a expressão reduzida do trabalho em rede e da cooperação inter-municipal em determinados domínios, designadamente nos sectores cultural e social, tem consequências evidentes ao nível de efeitos de escala, a que se associam deficiências ao nível das competências de gestão, promoção e comunicação.

Desta forma, deve ser desenvolvida o nível de capacidade de estruturação da promoção existente que passa, necessariamente, pelo reforço dos níveis de articulação e concertação entre os Municípios envolvidos, de forma a harmonizar e realçar a mensagem definida para o todo, e que, desta forma, terá maior impacto e resultado junto do público-alvo a atingir.

Como exemplos de integração a destacar, realçamos a Rota da Terra Fria, que engloba os Municípios de Bragança, Miranda do Douro, Mogadouro, Vimioso e Vinhais, e que, numa ação concertada, promove a região através de rotas, percursos e sugestões de escapadinhas. O site diligencia também informação sobre eventos, património e oferta turística (produtos regionais, alojamento e gastronomia). A mensagem transmitida é a viagem à natureza, e a valorização do património histórico e cultural.

Também a plataforma Try Nordestin, iniciativa da CORANE - Associação de Desenvolvimento dos Concelhos da Raia Nordestina, é um instrumento de promoção turístico do Nordeste de Portugal. A valorização do património, da cultura e tradições, do artesanato e da gastronomia, merecem especial destaque neste portal, bem como informação e aconselhamento de alojamento e eventos.



SOLAR DOS CONDES VINHAIS

É de ressaltar as indicações do PENT relativamente à matéria de Promoção. O Plano defende que deverá ser reforçada a aposta na promoção e distribuição online, e ajustado o investimento por mercado e por instrumento de promoção, de modo a melhor adequar os valores de investimento aos objetivos de crescimento de cada mercado. A aposta nos canais online ajudará a melhorar a imagem dos destinos nacionais e facilitar a interação com os turistas potenciais.



Estratégia de liderança online

Fonte: Roland Berger

Como forma de melhorar o serviço prestado pelos sites dos destinos regionais deverão ser desenvolvidas novas funcionalidades que permitam a efectivação de reservas, programas de marketing 1 to 1, a marcação de actividades, a divulgação de eventos e a disponibilização de informação mais detalhada ao cliente.



Síntese na Comunicação

07. ANÁLISE SWOT

PONTOS FORTES

- Património natural e paisagístico expresso na sua qualidade e diversidade de recursos naturais.
- Património histórico e cultural.
- Produtos regionais de qualidade.
- Cultura popular de boa hospitalidade.
- Destino seguro.
- Presença de instituições de ensino superior, contribuindo para a qualificação e aumento da presença de jovens.
- Diversidade de romarias e festas populares.
- Especialidades gastronómicas únicas.

PONTOS FRACOS

- Incapacidade de fixação de visitantes na região.
- Relativa dependência do turismo nacional.
- Deficit de imagem e notoriedade nos mercados internacionais.
- Reduzida oferta de alojamento (de nível superior) com implicações na tipologia do visitante e na capacidade de atração da região.
- Acentuado envelhecimento da população.
- Inexistência de uma estratégia de comunicação conjunta.
- População não suficientemente sensibilizada para a atividade turística.

- Dificuldade de coordenação e concertação a uma escala regional alargada, o que impede uma actuação em rede e favorece uma pulverização de iniciativas sem relevo.
- Insuficientes infra-estruturas turísticas.
- Desconhecimento dos elementos históricos e turísticos da região por parte da generalidade dos seus residentes.
- Actividade de incoming pouco desenvolvida.

OPORTUNIDADES

- Previsão de um crescimento acentuado para a indústria turística nos próximos anos.
- Emergência de novos padrões de consumo e motivações privilegiando destinos que ofereçam experiências diversificadas e com elevado grau de autenticidade.
- Próximo período de programação de Fundos Estruturais e de Coesão (2014-2020).
- Aumento da notoriedade de Portugal enquanto destino turístico europeu.
- Upgrade da oferta através do enriquecimento da experiência turística.
- Estruturação da oferta em torno de pacotes turísticos integrados.
- Aumento da auto-estima e sensibilidade turística dos residentes.
- Nova imagem de marca para a região, integrada numa estratégia de marketing que a potencie.

AMEAÇAS

- Baixos níveis de sensibilização das populações para as oportunidades do turismo.
- Perda de competitividade relativamente a regiões concorrenciais com o mesmo tipo de oferta.
- Padrão cultural marcado por práticas de natureza individualista que dificultam o incremento de parcerias e de trabalho em rede.
- Fraca orientação para a melhoria contínua e padrões de qualidade de excelência como elementos competitivos do destino.
- Tendência da “fuga” de jovens qualificados confrontados com a falta de oportunidades no mercado de trabalho.
- Dificuldade de adaptação face às cada vez mais elevadas expectativas dos turistas.

PARTE 2. ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO E PROMOÇÃO DO TERRITÓRIO



O8. ESTRATÉGIA

A primeira etapa na adoção de uma estratégia de marketing territorial deverá passar pela definição dos seus elementos mais estruturantes: os valores e a visão do território. Estes elementos permitirão integrar a oferta territorial de uma forma consistente, alinhando todas as atuações posteriores.

O Plano Estratégico de Desenvolvimento Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes para o período 2014-2020 define a seguinte visão para a CIM -TTM:

“SER RECONHECIDA NACIONAL E INTERNACIONALMENTE COMO UMA ECO REGIÃO DE EXCELÊNCIA, COM CONDIÇÕES DISTINTIVAS QUE OFERECE UMA QUALIDADE DE VIDA DIFERENCIADA, PARA RESIDENTES E TURISTAS, UTILIZANDO OS VALORES NATURAIS E PRODUTOS DE EXCELÊNCIA COMO PRINCIPAIS ALAVANCAS.”

Tendo subjacente a visão definida para o Território a estratégia de marketing para a CIM-TTM assenta em 4 áreas principais:



SENSIBILIZAÇÃO

1.  **SENSIBILIZAR TODAS AS ENTIDADES PARA A SUA RELEVÂNCIA NA OFERTA TERRITORIAL, FAZENDO-AS COMPREENDER CLARAMENTE QUE SÃO COPRODUTORES DESSA OFERTA.**

Um território, dependendo da sua dimensão, poderá incluir milhares de entidades públicas e privadas. Cada uma delas, atuando de maneira autónoma e individual, contribui para a produção da oferta territorial. Hospitais e centros de saúde, esquadras de polícia, hotéis, universidades, teatros, museus, restaurantes, (...), produzem, sem que na maior parte dos casos tenham consciência disso, parte da oferta territorial. Todos os residentes, integrados ou não nestas organizações, pela forma como se comportam, através da simpatia ou profissionalismo que revelam, contribuem também para a oferta territorial.

A oferta territorial poderá incluir elementos que se destacam face aos restantes. Porém, mesmo estes elementos-chave, como uma montanha deslumbrante, um parque industrial dinâmico, ou uma instituição de ensino superior, requerem a ação de outros componentes da oferta. Nenhum território gere um só produto, mas antes uma ampla carteira onde todas as partes são interdependentes, influenciando o valor das restantes.

Assim a estratégia de Marketing da CIM-TTM deverá passar, em primeiro plano, por sensibilizar todas estas entidades para a sua relevância na oferta territorial, fazendo-as compreender claramente que são coprodutores dessa oferta. Só desta forma o território como um todo poderá transmitir mensagens consistentes.

MARCA TERRITORIAL

2.  **SURGIMENTO DE UMA MARCA TERRITORIAL QUE CONSIGA CRIAR UMA CATEGORIA ÚNICA NO REFERÊNCIAL DOS PÚBLICOS-ALVO E QUE PERMITA DIFERENCIAR A REGIÃO DA CIM-TTM.**

Face à multiplicidade de concorrência nos mais diversos domínios (turístico, empresarial, residencial...), os territórios necessitam de criar uma categoria única no referencial dos públicos-alvo que os permitam diferenciar-se. As fontes de diferenciação deverão ter por base fatores dificilmente replicáveis, evitando categorias genéricas ou facilmente apropriáveis por parte de outros territórios.

O legado intangível do território, como as tradições, conhecimentos populares, cultura, marcas locais ou denominações de origem (...) é, pela sua unicidade, uma garantia de diferenciação. Mais importante do que os produtos ou atrações que uma região terá para oferecer, será a componente intangível associada à mesma que a diferenciará das demais.

Por outro lado, uma das grandes tendências do turismo é a crescente preocupação com a qualidade de vida e com experiências diferenciadas que se materializa através de viagens a destinos alternativos ao sol e praia. Perante este contexto, os destinos rurais estão privilegiadamente posicionados para se desenvolverem turisticamente através da criação de marcas únicas que evoquem autenticidade. Marcas que confirmem aos produtos regionais um valor que ultrapasse a sua componente tangível e material, dotando-os de componentes hedónicas e intangíveis que consigam transportar até ao consumidor novos significados e atributos.

Assim deverá ser criada uma marca territorial que consiga traduzir esses elementos. Esta marca gerando sinergias de comunicação e captando o património intangível da oferta territorial, permitirá integrar e potenciar as ações, o valor da oferta e a notoriedade associada ao território.

O nome Trás-os-Montes é detentor de um conjunto de associações que remetem para o posicionamento que se pretende para a região. Este conjunto de associações constitui um património intangível que levou séculos a ser construído e não deverá ser desperdiçado mas sim potenciado através de uma marca.

ASSIM SENDO, PROPÕE-SE QUE A MARCA A CRIAR (VER FICHA DE AÇÃO N.º 1) ADOPTE A DESIGNAÇÃO TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES. NÃO DEVE SER ADAPTADA UMA MARCA QUE REMETA PARA UMA POSIÇÃO GEOGRÁFICA (COMO POR EXEMPLO NORDESTE) ESSA POSIÇÃO GEOGRÁFICA NADA COMUNICA COM OS DIVERSOS PÚBLICOS (EM PARTICULAR COM OS PÚBLICOS ESTRANGEIROS) SENDO VAZIA DE CONTEÚDO.

Adicionalmente uma marca que adopte um nome de uma posição geográfica será sempre relativa dependendo da origem do turista (As terras de Trás-os-Montes só se enquadram no Nordeste em Portugal, em termos Europeus a Região da CIM-TTM tem uma posição Geográfica diametralmente oposta ao Nordeste, sendo que o Nordeste da Europa ficará próximo da Rússia).

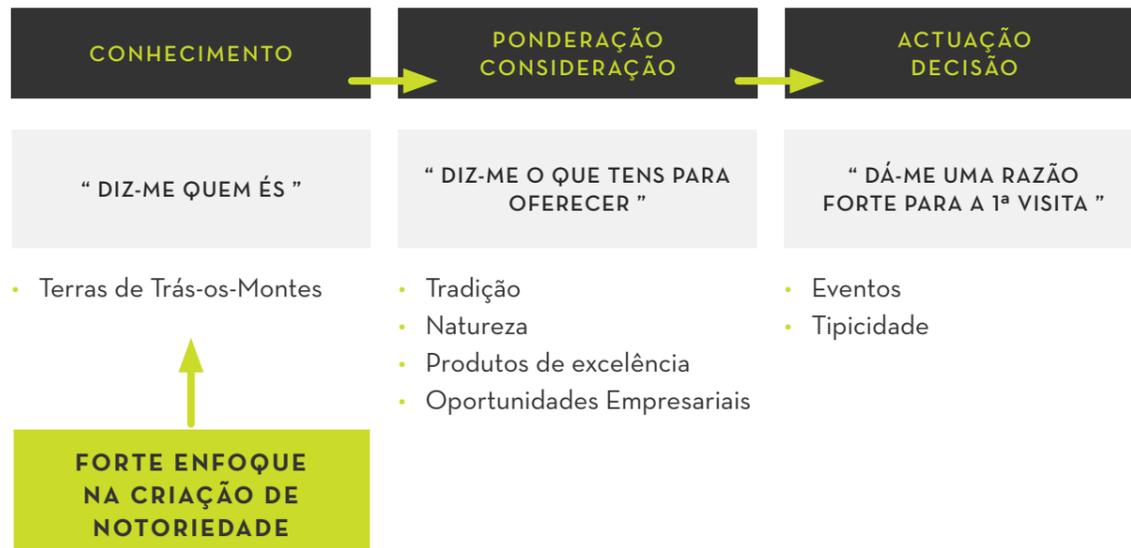
Já no que se refere aos mercados externos a Marca Terras de Trás os Montes não transmite as associações que consegue para os nacionais. **Sugere-se que para a comunicação em Mercados Exteriores se adopte a marca Terras de Trás os Montes acompanhada da assinatura Portuguese Highlands.**

PROMOÇÃO INTEGRADA

3.  **DEVERÃO SER APLICADAS ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO INOVADORAS E INTEGRADAS QUE GEREM AUMENTOS CONSIDERÁVEIS NA NOTORIEDADE DA MARCA E NA OFERTA TERRITORIAL ASSOCIADA.**

A região da CIM-TTM tem ainda pouca notoriedade quer nacional quer internacionalmente. Assim sendo a promoção terá de assumir extrema importância na estratégia de marketing definida para a região uma vez que será através dela que os utilizadores do território, presentes e futuros, serão informados e/ou tomarão conhecimento das singularidades e especificidades da oferta territorial que influenciam a sua tomada de decisão.

Existe ainda um grande desconhecimento da oferta Territorial da CIM-TTM. Só conhecendo (sabendo da existência) os públicos irão passar a ponderar/considerar essa oferta e posteriormente tomar a decisão de visita ou localização na CIM-TTM.



São diversos os recursos que podem ser utilizados para a promoção de um território, incluindo slogans, publicidade, relações públicas, subsídios, diminuição de taxas, eventos emblemáticos, desenvolvimento de projectos, inovações arquitectónicas e de desenho urbano, feiras, espectáculos culturais e desportivos, património, arte pública, entre muitos outros. Contudo, a promoção online e, mais concretamente, as redes sociais, pela sua ação viral, deverão ser um alvo prioritário de promoção.

O objetivo, passará por combinar produtos ou serviços diferenciadores com marketing de excelência criando, desta forma, maior notoriedade à Marca criada para a região.

A mensagem veiculada através do mix comunicacional deverá ser maioritariamente emocional, baseando-se nas características intangíveis e incomparáveis da CIM-TTM, reforçando sempre a autenticidade das propostas. Não deverão ser comunicadas apenas as simples características físicas do destino, pois essas mensagens esgotam rapidamente o interesse do visitante.

AGÊNCIA DE PROMOÇÃO TERRITORIAL

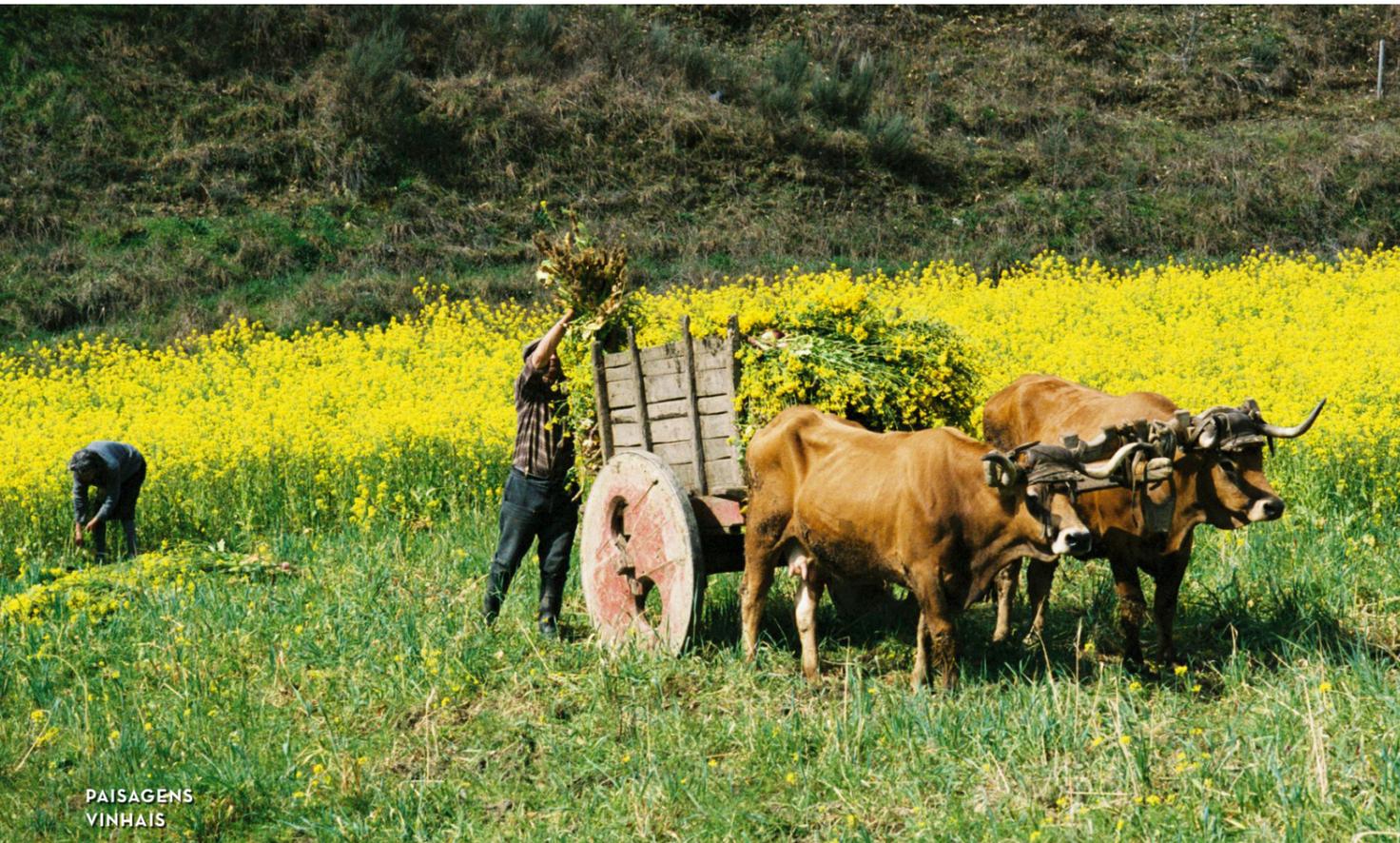
4. CRIAÇÃO DE UMA AGÊNCIA DE PROMOÇÃO TERRITORIAL

Um dos elementos vitais da estratégia de marketing para a CIM-TTM pressupõe a criação de uma agência de promoção territorial robustecida com uma forte capacidade de atuação. Esta agência deverá ser responsável pelas ações que visam o envolvimento, a criação de uma imagem comum e notória devendo coordenar as diversas ações de promoção territorial propostas.



8.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

São quatro os objetivos estratégicos que derivam da visão e estratégia definida para a CIM-TTM:



OBJETIVO ESTRATÉGICO 1 ENVOLVER

- Em geral, a população não se identifica com o turismo.
- Existe uma relativa baixa auto-estima para com a região.
- Com frequência, as características únicas da região não são reconhecidas, valorizadas e preservadas pelos locais.
- Com a contínua perda de população os usos e tradições locais desvanecem-se.

Assim, é imprescindível sensibilizar a população acerca do valor da sua região, dos seus hábitos e do valor dos seus produtos regionais. Esta valorização dos ativos e produtos regionais não é uma tarefa simples, sobretudo em localidades rurais. Efetivamente, se por um lado a ruralidade é fundamental para a diferenciação, por outro é difícil passar este conceito aos habitantes locais quando estes estão habituados a verem desvalorizado o seu trabalho e os seus produtos artesanais. Tende, portanto, a ser difícil fazer-lhes compreender o valor que esses produtos possuem atualmente e as experiências únicas que os turistas sentem ao ver e experimentar modos de produção ancestrais.

OBJETIVO ESTRATÉGICO 2 CAPACITAR

- Existe um desconhecimento generalizado da história e momentos marcantes da região.
- Uma grande parte dos atores locais não revela sensibilidade turística.
- Existe, em muitos casos, uma atitude passiva de “colher sem semear”.
- Os padrões de qualidade são variáveis.
- Há, em geral, uma falta de compreensão sobre as reais motivações dos turistas.
- Existe uma grande probabilidade das expectativas dos turistas não serem cumpridas.
- As atividades propostas aos turistas são, em geral, limitadas e pouco inovadoras.
- Não existe um comércio dinâmico e sedutor.

A indústria agrícola que esteve na base do tecido empresarial da CIM-TTM é muito diferente da indústria turística, sendo necessário dotar os atores que decidem enveredar pela atividade turística de um conhecimento e sensibilidade alargadas que assegurem a prestação de um serviço compatível com a qualidade dos produtos locais.

NÃO FAZ SENTIDO DIVULGAR OS SERVIÇOS TURÍSTICOS DE UM TERRITÓRIO ANTES QUE ELE ESTEJA PRONTO PARA OFERECER SERVIÇOS DE QUALIDADE.

Só tendo conhecimento de como o território se pretende comunicar exteriormente e da imagem que pretende construir, os agentes territoriais locais poderão ter comportamento coincidentes com essa imagem pretendida. Desta forma, uma das mais importantes medidas de construção da imagem territorial passa pela comunicação com os agentes territoriais de maneira a influenciar os seus comportamentos.

**OBJETIVO
ESTRATÉGICO 3
INTEGRAR**

- Existem várias iniciativas fragmentadas e sem dimensão.
- Prevaecem visões concelhias e lógicas de protagonismo, existindo pouca motivação para a colaboração e atuação global.
- É frequente a sobreposição de eventos assim como épocas sem qualquer programação.
- O turismo é entendido como realidade concorrente entre os concelhos dentro do território o que dificulta a oferta de um produto turístico global.

A CIM-TTM deverá encontrar meios de forma a ultrapassar a fragmentação fazendo com que surja a percepção de um destino turístico alargado e consistente.

É preponderante para o sucesso deste plano de marketing territorial, que todos os municípios envolvidos concordem relativamente aos objetivos comuns, e que se revejam num plano de actuação único ao invés de prosseguirem com as práticas individuais de cada local.

A sustentabilidade da estratégia defendida, passa pela interiorização da ideia de que todos sairão a ganhar se pensarem em conjunto, enquanto região, e não isoladamente.

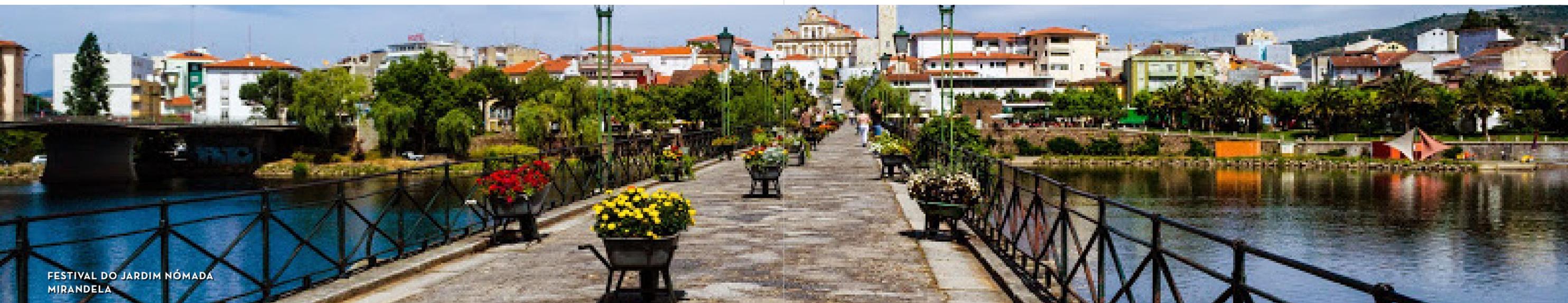
**OBJETIVO
ESTRATÉGICO 4
PROMOVER**

- A região das TTM dispõe ainda de pouca notoriedade quando comparada com outras regiões de Portugal.
- A Nível internacional a Notoriedade é ainda mais reduzida.
- Não existem veículos de promoção suficientemente robustos que permitam criar notoriedade à região de forma a coloca-la no top do leque das escolhas para turistas e empresas.

Por maior que seja o orçamento será sempre pequeno comparativamente a outros. A imaginação e atuação de forma diferenciada e consistente são por isso ainda mais importantes num destino como a CIM-TTM sem acesso a orçamentos consideráveis para comunicação. Para o desenvolvimento deste objetivo é também estratégico reconhecer que a promoção pode acontecer por intermédio de vários atores.

De facto, tudo o que acontece territorialmente (produção local, marcas locais, segurança, performance económica, alterações climáticas...), ou protagonizado por entidades relacionadas com o território (políticos, figuras públicas) comunica diariamente características da oferta territorial da CIM-TTM tendo por isso potencial para influenciar a sua imagem e atratividade. Simultaneamente, algumas destas entidades comunicam elas próprias ativamente mensagens sobre o território. Os hotéis comunicam características do território a que estão afetos, da mesma forma que os produtos alimentares, poderão comunicar características territoriais que enriqueçam a sua proposta de valor.

Esta dependência face a múltiplos agentes faz com que, no limite, a comunicação territorial dependa de qualquer atuação individual.



Assim sendo deverão ser previstos meios de promoção via quatro veículos diferenciados:



VIA RESIDENTES

Os residentes podem ser o principal promotor da CIM-TTM. Para que isso aconteça deverão ser incentivados a comunicar a região através de diversos meios nomeadamente através das redes sociais (ver ficha de ação n.º 8). Deverão também comunicar adequadamente com os turistas aquando da presença dos mesmos no território.

VIA PRODUTOS

Os melhores produtos da CIM - TTM deverão ter um selo de qualidade que deixe claro qual a sua origem (Ver ação n.º 9). Estes produtos consumidos no interior e exterior da região irão contribuir diariamente para a notoriedade das Terras de Trás-os-Montes.

VIA EVENTOS

Os eventos são um veículo privilegiado de comunicação e de envolvimento com a população local. Existem já alguns eventos nos municípios da CIM-TTM como a Feira do Fumeiro de Vinhais e a Rural Castanea em Vinhais que progressivamente e com consistência se tornam referências nacionais. Estes eventos envolvem a produção de produtos locais e indiretamente exigem a preservação dos costumes. Propõe-se que estes eventos aconteçam também fora da CIM-TTM nomeadamente nos principais destinos alvo contribuindo assim para a divulgação da oferta territorial da região na origem dos seus principais públicos alvo. Neste sentido propõe-se a realização de um evento da CIM-TTM em Paris, e outro em Lisboa (ver fichas de ação n.º 20 e 22). Sugere-se igualmente que se realizem em alguns municípios espanhóis os fim de semanas Terras de Trás os Montes (ver ficha de ação n.º 18). Será igualmente importante marcar presença nos principais eventos associados ao turismo de natureza (ver ficha de ação n.º 13).

VIA MEDIA

A notoriedade das Terras de Trás os Montes é ainda tão reduzida que é absolutamente indispensável recorrer aos media tradicionais para gerar conhecimento acerca da região e da sua oferta territorial. Deverão ser difundidas mensagens consistentes com o posicionamento definido para a região. Será indispensável a elaboração de vários vídeos promocionais segmentados (ver ficha de ação n.º 10) e a sua publicitação em canais televisivos adequados ao Target. Será também relevante a elaboração de anúncios a inserir em revistas de viagens/lifestyle (ver ficha de ação n.º 12).

8.1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Os quatro objetivos estratégicos contemplam por sua vez os seguintes objetivos específicos:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar os factores de atração ao público interno e externo. • Fortalecer a identidade regional.
CAPACITAR	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar para a Qualidade • Aumentar as competências turísticas
INTEGRAR	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar a participação, dinâmicas de cooperação e as sinergias inter-concelhias. • Estruturar e desenvolver a marca CIM-TTM. • Promover a região de uma forma integrada aos turistas que já se encontram no território. • Evitar a dispersão de esforços de promoção. • Combater a fragmentação. • Disponibilizar informação de uma maneira conveniente para o turista.
PROMOVER	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma imagem atraente para turistas e investidores. • Criar novos motivos de visita ao território. • Aumentar o período de permanência na região. • Aumentar a notoriedade da oferta turística. • Desenvolver uma presença robusta no principal meio de decisão e informação turística • Disponibilizar informação de uma maneira conveniente para o turista.



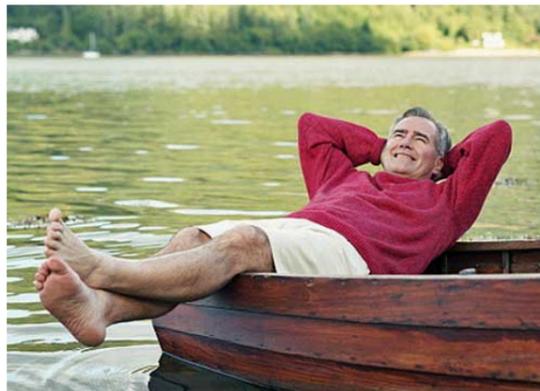
8.2. SEGMENTOS ALVO

São dois os grandes segmentos alvo da estratégia de Marketing da CIM-TTM: Os internos, que são já consumidores da oferta territorial (residentes, empresas e organizações localmente instaladas, e que são simultaneamente produtores da sua oferta), e os externos, que passam sobretudo pelos públicos-alvo a conquistar. Enquanto para os primeiros a comunicação deverá ser orientada para o envolvimento com o território, para os segundos deverá gerar notoriedade e destacar os benefícios da oferta territorial.



Considerando o público-alvo externos turistas e atendendo às características da oferta territorial da CIM-TTM dividem-se os mesmos nos Turistas Contempladores e nos Turistas Ativos.

TURISTAS CONTEMPLADORES



O QUÊ PROCURAM?

- Relaxamento
- Produtos de excelência
- Descanso
- Conforto

QUEM SÃO?

- DYNK
- +50 anos
- Classe alta
- Habilitações elevadas

TURISTAS ATIVOS



O QUÊ PROCURAM?

- Percorrer o meio rural
- Interagir com os locais
- Conhecer a cultura local

QUEM SÃO?

- DYNKY
- +35 anos
- Classe média alta
- Habilitações elevadas

No que diz respeito à segmentação geográfica consideram-se dois grupos de países-alvo: os consolidados e os adequados.

PAISES ALVO	
CONSOLIDADOS	ADEQUADOS
Portugal	Dinamarca
Espanha (1º ranking zona norte)	Suécia
França (2º ranking zona norte)	Finlândia
Brasil (3º ranking zona norte)	Noruega
Alemanha (4º ranking zona norte)	
Itália (5º ranking zona norte)	
Reino Unido (principais emissores)	
Holanda (principais emissores)	

Os países-alvos consolidados são aqueles que já registam maiores número de hóspedes na região norte de Portugal, adicionalmente estes países incluem também o Reino Unido e a Holanda que apesar de não estarem no Top 5 de hóspedes da região norte apresentam também um elevado nível de hóspedes sendo adicionalmente os principais emissores de turismo Rural na Europa. Todos estes países têm um elevado número de voos para Portugal. No que diz respeito aos públicos nacionais a oferta territorial da CIM-TTM será particularmente atrativa para os residentes nos grandes aglomerados urbanos portugueses (áreas metropolitanas do Porto e Lisboa, Braga, Aveiro, Guimarães).

Os países-alvo adequados incluem um outro grupo de países que apesar de ainda não serem significativos no que diz respeito ao número de turistas são especialmente adequados face à oferta territorial da CIM-TTM. Estes países escandinavos constituem igualmente um dos principais emissores de turismo Rural na Europa podendo virem-se a tornar muito significativos para a CIM-TTM. A principal dificuldade na captação destes turistas passará pelo reduzido número de voos existentes entre estes países e os aeroportos portugueses (em particular com o aeroporto Francisco Sá Carneiro).

No que diz respeito aos públicos empresariais não se aplicam os mesmos critérios (os factores que determinam o investimento de uma empresa não são os mesmos que determinam a escolha de um turista). Apesar de tudo o principal tecido empresarial localiza-se também nos grandes aglomerados urbanos (áreas metropolitanas do Porto e Lisboa). Observando o Investimento Estrangeiro Direto em Portugal observa-se que a Espanha, o Luxemburgo, a França, a Alemanha, o Reino Unido, constituem o Top 5 dos principais investidores estrangeiros em Portugal pelo que serão os principais alvos no que diz respeito aos públicos empresariais externos.

8.3. POSICIONAMENTO

A marca territorial deverá ter necessariamente um posicionamento associado. Este deverá servir como um referencial unificador pelo qual o território pretende ser reconhecido, funcionando simultaneamente como uma promessa territorial.

Dada a diversidade de elementos constituintes da oferta, um dos problemas mais comuns do marketing territorial passa pela transmissão de mensagens com muitos apelos, tornando-se facilmente confusas e/ou inconsistentes. Os territórios não devem pretender ser tudo, mas revelarem-se especialistas em alguns domínios de atuação. Deste modo, o posicionamento associado à marca territorial deverá ser claro e diferenciador para públicos alvo concretos.

A diferenciação deverá assentar em vantagens competitivas do destino impossíveis de imitar ou igualar pelos destinos alternativos, criando com isso valor ao turista e ao destino. Os benefícios deverão também ser únicos e distintivos para que não seja possível serem reivindicados por outros destinos.

ASSIM SENDO, SUGERE-SE COMO POSICIONAMENTO PARA A CIM-TTM:

UM DESTINO ONDE HÁ VIDA NA NATUREZA.

**HÁ QUALIDADE DE VIDA PARA OS RESIDENTES
HÁ MAIS VIDA PARA OS TURISTAS COM ACESSO A EXPERIÊNCIAS REVIGORANTES E AUTÊNTICAS
HÁ UMA NOVA VIDA PARA AQUELES QUE AQUI SE VENHAM A FIXAR.**

Por sua vez este posicionamento está completamente concordante com a visão definida para o território:

“Ser reconhecida nacional e internacionalmente como uma eco região de excelência, com condições distintivas que oferece uma qualidade de vida diferenciada, para residentes e turistas, utilizando os valores naturais e produtos de excelência como principais alavancas.”





09. FICHAS DE AÇÃO

NOME: CRIAÇÃO DA MARCA TTM

1

DESCRIÇÃO	Desenvolvimento de uma Marca que agregue toda a oferta Territorial da CIM-TTM.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> Integrar Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar a notoriedade da oferta Territorial da CIM Evitar a dispersão de esforços de promoção Combater a fragmentação
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> Criação dos Elementos Estruturantes da Marca Desenvolvimento do Manual de Identidade Visual da marca com diversas aplicações da mesma Aplicações da marca em diversos elementos de comunicação
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> CIM-TTM Municípios Atores Turísticos Empresa de Marketing / Design
ORÇAMENTO ESTIMADO	15.000 €

NOME: INICIATIVA ESTAMOS PRONTOS / WE ARE READY

2

DESCRIÇÃO	<p>A CIM - TTM deverá criar a iniciativa de formação dirigida designada: Estamos prontos. Esta iniciativa deverá ser segmentada da seguinte forma:</p> <p>1. Estamos prontos para conhecer - We are ready to know Esta sub-ação pretende envolver os locais fornecendo-lhes os dados mais relevantes do território. Deverão saber as principais lendas, histórias, produtos locais, atrações turísticas. Deverão igualmente perceber o que distingue as TTM dos outros Destinos. Deverão ser sensibilizados para os inúmeros benefícios de viver, trabalhar ou fazer turismo nas TTM.</p> <p>2. Estamos prontos para receber - We are ready to receive Numa segunda fase é importante capacitar os participantes para receberem os visitantes. Assim sendo dever-lhes-á ser transmitido o que procura quem visita as TTM. Dever-lhes-á ser transmitido o valor da autenticidade. Deverão compreender o conceito de experiências. Deverão igualmente receber formação acerca da qualidade em serviço.</p> <p>3. Estamos prontos para promover - We are ready to promote Na terceira fase do programa estamos prontos os participantes serão instruídos para promover individualmente os seus produtos/serviços mas igualmente e mais importante para promoverem as TTM através das redes sociais.</p> <p>O Público Alvo da Iniciativa Estamos Prontos é constituído por :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comerciantes - Indústria Hoteleira - Residentes nas TTM <p>Aos formandos será conferido o Título de Embaixador/Promotor Oficial das TTM com benefícios exclusivos ao nível de utilização de equipamentos públicos, deverá igualmente ser promovido um encontro anual de promotores para partilha de experiências e ensinamentos. O Promotor que mais se destaque deverá igualmente ser premiado. Será ainda oferecido um kit de Promotor Oficial das TTM que contemple merchandising original a desenvolver pela CIM-TTM.</p>
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> Envolver Capacitar Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> Orientação para a Qualidade Contribuir para a revitalização do Património Rural. Promoção via Residentes Alinhamento com as Expectativas dos Turistas
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> Criação dos Programas de Formação Estamos Prontos Angariação de Formandos Produção do KIT Acompanhamento da Iniciativa
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> CIM-TTM Municípios Empresa da Consultoria / Formação Atores Turísticos Residentes
ORÇAMENTO ESTIMADO	120.000€

NOME: LIVRO TURÍSTICO DA CIM-TTM 3	
DESCRIÇÃO	Edição e Paginação de uma Revista a colocar em Hotéis, com a oferta Turística da CIM-TTM
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Conceber um documento único e atrativo com a oferta Turística da CIM-TTM • Criar novos motivos de visita ao território • Promover a região de uma forma integrada aos turistas que já se encontram no território • Aumentar o período de permanência na região
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Seleção da oferta a promover • Edição e Paginação da Revista • Publicação da Revista
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	75.000€

NOME: AGENDA DE EVENTOS COMUM DA CIM-TTM 4	
DESCRIÇÃO	Coordenação dos Eventos a Decorrer na CIM-TTM com posterior publicação de uma agenda de eventos comum.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a notoriedade da oferta turística • Evitar a dispersão de esforços de promoção • Combater a fragmentação
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Levantamento dos Eventos Existentes • Calendarização consistente dos mesmos • Edição, Publicação e Divulgação da Agenda
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	50.000€

NOME:
 WEB SITE TTM

5

DESCRIÇÃO	<p>Desenvolvimento de um website orientado fundamentalmente para responder às necessidades do utilizador ao longo do processo de procura e de seleção.</p> <p>O web site a desenvolver deverá utilizar de forma consistente a identidade Visual da Marca.</p> <p>Deve igualmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilizar todo o material promocional produzido, disponível para consulta e descarga pelo utilizador. • Apresentar um Ranking/Top das atrações turísticas da Região • Disponibilizar a agenda calendário de eventos • Disponibilização de um diretório da oferta da região (hotelaria, restauração) • Possibilitar o registo para posterior envio de Newsletters • Encaminhar para reservas
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a notoriedade da oferta turística • Desenvolver uma presença robusta no principal meio de decisão e informação turística
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Seleção de Conteúdos • Criação do Web Site • Gestão de Conteúdos
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos • Empresa Responsável pela criação do Web Site
ORÇAMENTO ESTIMADO	7.500€

NOME:
 CRIAÇÃO DE UMA APP PARA SMARTPHONES E TABLETS QUE SIRVA COMO GUIA MÓVEL PARA A REGIÃO.

6

DESCRIÇÃO	Uma vez no território deverá ser facilitada ao turista uma rápida consulta às atrações turísticas, mapas, eventos e outras informações úteis.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilizar informação de uma maneira conveniente para o turista
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Seleção de Conteúdos • Criação do App. • Gestão de Conteúdos
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	8.000€

NOME: MARKETING RELACIONAL 7	
DESCRIÇÃO	Deverá ser enviado com uma periodicidade mensal uma newsletter a todos os utilizadores registados com o que de mais relevante irá ocorrer na região.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgar em Tempo útil • Criação de Notoriedade
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de uma base de dados de emails com recurso ao website, e atores locais • Design do Layout da Newsletter • Recolha de informação periódica para a Newsletter • Edição da Newsletter • Envio da Newsletter
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	2.000€

NOME: PRESENÇA ESTRUTURADA NAS REDES SOCIAIS 8	
DESCRIÇÃO	<p>As TTM deverão conseguir uma presença robusta nas redes sociais (Facebook, Twitter, Youtube) de forma a divulgarem a sua oferta através destes meios.</p> <p>Os próprios locais e turistas deverão ser incentivados a “alimentar” a presença das TTM nestes meios.</p>
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de Notoriedade
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Criação e gestão de perfis nas redes sociais • Gestão de conteúdos • Envolvimento com locais e turistas de forma a fomentar publicações.
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	2.000€

NOME: SELO QUALIDADE TTM	
DESCRIÇÃO	As TTM deverão desenvolver um sistema de qualidade que através de um selo distinga e confirme a qualidade dos produtos/Serviços oferecidos. Apenas os produtores que obedecerem a estes requisitos poderão utilizar a este distintivo.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar para a Qualidade • Promoção via produtos • Alinhamento com as Expectativas dos Turistas
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Criação do Regulamento para a Obtenção do Selo de Qualidade • Design do Selo de Qualidade • Campanha de Comunicação para a divulgação do Selo de Qualidade
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	25.000€

NOME: VÍDEOS PROMOCIONAIS	
DESCRIÇÃO	<p>Deverão ser elaborados vídeos Promocionais das TTM estes vídeos deverão ser específicos em função dos públicos alvo. Assim sendo deverá ser elaborado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo Promocional para os Residentes • Vídeo Promocional para os turistas Nacionais • Vídeo Promocional para os Turistas Estrangeiros • Vídeo Promocional para as Empresas • Vídeo Promocional para os Futuros Residentes <p>Atendendo aos públicos alvos a atingir sugere-se a publicitação dos vídeos promocionais nos seguintes canais televisivos (entre outros):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Residentes: Localvisão • Turistas Nacionais: Porto Canal, SIC Noticias, Fox Life • Turistas Estrangeiros: Canais televisivos adequados aos públicos alvo • Futuros Residentes: Porto Canal, Fox Life • Empresas: SIC Noticias
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicar os factores de atração ao público interno e externo. • Aumentar a notoriedade da oferta turística.
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver a mensagem a transmitir para cada um dos públicos-alvo. • Criar os Vídeos Promocionais • Divulgar os Vídeos Promocionais através dos vários suportes de comunicação
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos • Empresa de Produção Audiovisual
ORÇAMENTO ESTIMADO	450.000€

NOME: RECUPERAÇÃO E DINAMIZAÇÃO DOS MERCADOS LOCAIS	
DESCRIÇÃO	Os mercados locais deverão recuperar a sua tipicidade, criando um ambiente autêntico e cuidado onde sejam expostos produtos regionais genuínos. Os turistas revelam-se especialmente propensos a ambientes autênticos onde possam ser admirados e adquiridos produtos regionais mas, ao mesmo tempo, não se compadecem com ambientes sujos e desorganizados.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Envolver • Capacitar
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir para a revitalização do Património Rural. • Fortalecer a identidade regional • Orientar para a Qualidade • Aumentar as competências turísticas
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os mercados com maior tipicidade • Desenvolver projetos de recuperação de mercados. • Desenvolver programas de animação dos mercados. • Divulgar a existência dos mercados
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Produtores regionais
ORÇAMENTO ESTIMADO	400.000€

NOME: RELAÇÕES PÚBLICAS JUNTO DE PRESCRITORES	
DESCRIÇÃO	<p>Os responsáveis por revistas de especialidade deverão ser convidados a visitar a CIM-TTM a fim de ser estimulada a divulgação da oferta turística.</p> <p>Também as viagens dos operadores são fundamentais para a memorização das características do destino e criação de confiança no que diz respeito ao serviço que o turista usufruirá.</p> <p>Deverão ser ainda regularmente convidadas figuras públicas que garantam cobertura mediática pela imprensa.</p>
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a notoriedade da oferta turística. • Desenvolver uma presença robusta no principal meio de decisão e informação turística • Aumentar o período de permanência na região.
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar programas de viagem. • Selecionar prescritores. • Elaborar convites. • Assegurar acompanhamento durante a viagem. • Avaliar o impacto gerado.
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Operadores • Comunicação social especializada. • Figuras públicas.
ORÇAMENTO ESTIMADO	150.000€

NOME: PRESENÇA EM FEIRAS	
DESCRIÇÃO	Participação em feiras sectoriais, nacionais e internacionais, para divulgação da marca criada para as Terras de Trás-os-Montes e promoção da sua oferta turística.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar a notoriedade da marca Internacionalizar a marca através da presença em Feiras em mercados estrangeiros Desenvolver contactos comerciais e encontrar parceiros de negócio
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> Criação de um plano anual de participação em Feiras e outros eventos. Produção do material logístico e promocional adequado.
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> CIM-TTM Municípios Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	200.000€

NOME: TTM TOUR GUIDE	
DESCRIÇÃO	Concessão de serviço de Autocarros com Visitas Guiadas pelos principais pontos de interesse da CIM-TTM. Este serviço poderá ser o ideal para se conhecer os principais atrativos das Terras de Trás-os-Montes despertando o interesse para um futuro conhecimento mais aprofundado sobre a mesma.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> Promover Capacitar
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar as competências turísticas. Criar novos motivos de visita ao território. Aumentar o período de permanência na região.
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> Definição dos pontos turísticos de maior interesse. Criação de mais valias turísticas nos pontos a visitar. Promoção e divulgação das rotas.
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> CIM-TTM Municípios Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	50.000€

NOME: AIRBUS AEROPORTO - TTM	
DESCRÇÃO	As alternativas para os Turistas estrangeiros que chegam ao Aeroporto Internacional Francisco Sá Carneiro com destino às Terras de Trás os Montes, passam unicamente pelo aluguer de um automóvel/táxi ou serviço de transferes privado, ou então por uma deslocação de metro até ao centro do Porto para depois uma outra deslocação até ao ponto de partida de Autocarros. Sugere-se que a possa ser negociado com as empresas de Expresso duas partidas diárias no aeroporto Francisco Sá Carneiro para que comodamente se possa chegar às TTM.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> Criar novos motivos de visita ao território Aumentar o período de permanência na região. Disponibilizar informação de uma maneira conveniente para o turista.
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver uma parceria com as empresas de Expresso para o serviço de transfer do aeroporto para a região. Promover o serviço junto das empresas low cost que voam para o aeroporto Sá Carneiro.
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> CIM-TTM Municípios Empresas de transporte Atores turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	30.000€

NOME: TTM - TRAIL RUNNING SERIES	
DESCRÇÃO	Atualmente as iniciativas desportivas com uma componente experiencial despertam um grande interesse (veja-se por exemplo as color Run, os Night Trails, as maratonas, ...). Estas iniciativas têm também um grande potencial para gerarem notoriedade ao destino via redes sociais. Assim sendo deverá ser desenvolvido uma série anual de eventos de trail em diferentes partes da CIM-TTM com uma potenciação dos mesmo via redes sociais. O "TTM Trail Running Series" será um circuito regional constituído por quatro provas de nível nacional. Assim, todos os eventos estariam simultaneamente integrados em circuitos nacionais a saber: uma prova da "Taça de Portugal de Montanha", duas provas do "Circuito Nacional de Trail" e uma do "Circuito Nacional de Trail Ultra".
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> Promover Envolver Integrar
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar a notoriedade da oferta turística Criar novos motivos de visita ao território
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> Seleção dos Percursos Organização e calendarização de todas as provas Angariação de patrocinadores Divulgação da prova Potenciação das provas via redes sociais
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia Associações de Atletismo Patrocinadores Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	29.000€

NOME: AGÊNCIA DE PROMOÇÃO TERRITORIAL	
DESCRIÇÃO	Deverá ser criada uma Agência de Promoção Territorial que será responsável pela implementação e coordenação das diversas ações de promoção territorial propostas.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Envolver • Capacitar • Integrar • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Orientar para a Qualidade • Aumentar as competências turísticas • Estruturar e Desenvolver a Marca da CIM-TTM • Disponibilizar informação de uma maneira conveniente para o turista
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Definição do modelo de funcionamento da Agência • Capacitação Institucional da Agência
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos
ORÇAMENTO ESTIMADO	650.000€

NOME: FINS DE SEMANA DAS TTM	
DESCRIÇÃO	Em Parceria com Municípios Portugueses e Espanhóis deverão ser organizados os fim de semanas das Terras de Trás-os-Montes. Durante um fim de semana serão organizados (idealmente nos centros das cidades ou em pavilhões de exposições) mostras, exposições culturais e divulgação empresarial das Terras de Trás-os-Montes.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma imagem atraente para turistas e investidores • Aumentar a notoriedade da oferta Turística
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecimento das parcerias • Convites aos actores da TTM a envolver no fim de semana • Organização e divulgação do fim de semana
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos e Empresariais
ORÇAMENTO ESTIMADO	100.000€

NOME: MERCHANDISING TTM	
DESCRIÇÃO	Deverá ser desenvolvida uma linha de Merchandising oficial das TTM que utilize referencias próprias da região. O merchandising deverá exibir sempre que possível a marca terras de Trás-os-Montes
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma imagem atraente para turistas e investidores • Aumentar a notoriedade da oferta Turística
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Seleção do merchandising a produzir • Design do merchandising • Produção do merchandising
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios
ORÇAMENTO ESTIMADO	90.000€

NOME: EVENTO TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES EM PARIS	
DESCRIÇÃO	Deverá ser organizado um grande evento turístico/empresarial denominado "Terras de Trás-os-Montes em Paris". O evento deverá ter um dia dedicado apenas a profissionais durante o qual deverão ser promovidos encontros entre operadores turísticos e grupos empresariais franceses com as empresas das Terras de Trás os Montes presentes. Os restantes dois dias deverão ser abertos à generalidade do público devendo servir como oportunidade privilegiada para divulgação do destino e dos seus produtos.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma imagem atraente para turistas e investidores • Aumentar a notoriedade da oferta Turística
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Estabelecimento de parcerias (câmaras de comércio luso francesa, associação de emigrantes, órgãos de comunicação portugueses em Paris,...) • Convites aos actores da TTM a envolver no evento. • Organização e divulgação do evento.
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores Turísticos e Empresariais • Associações com ligação à comunidade portuguesa
ORÇAMENTO ESTIMADO	350.000€

NOME:**DINAMIZAÇÃO DO AEROPORTO REGIONAL DE TRÁS-OS-MONTES EM BRAGANÇA**

21

DESCRIÇÃO	Após a intervenção de desenvolvimento do Aeroporto Regional de Trás-os-Montes em Bragança que irá permitir a operação de aeronaves do tipo C, será imprescindível dinamizá-lo comercialmente posicionando como a referência para o Nordeste Português e uma alternativa válida para cidades espanholas (Como Zamora, Salamanca, Orense). Será essencial uma ação comercial e promocional agressiva junto de companhias aéreas no sentido de criarem rotas de e para Bragança.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Criar novos motivos de visita ao território
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de materiais de apresentação do aeroporto • Ações comerciais e promocionais junto de companhias aéreas
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores turísticos e Empresários
ORÇAMENTO ESTIMADO	150.000€

NOME:**EVENTO TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES EM LISBOA**

22

DESCRIÇÃO	Deverá ser realizado um evento num local de destaque em Lisboa (Terreiro do Paço, Praça da Figueira ou em alternativa a FIL) onde durante 3 dias (idealmente uma Sexta, Sábado e Domingo) possa ser exibido o que de melhor se faz na CIM-TTM. Deverão estar presentes vários domínios como sejam os produtos regionais, oferta turística, mas também a oferta cultural. O evento deverá também ser dinamizado com atuações musicais e culturais de artistas da CIM-TTM. Deverá ser igualmente feita uma forte campanha mediática para promover o evento.
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Promover • Envolver
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma imagem atraente para turistas e investidores • Aumentar a notoriedade da oferta global da CIM-TTM
ATIVIDADES A DESENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • Aluguer do Espaço • Convites aos atores da TTM a envolver no evento • Organização e divulgação do evento.
ATORES A ENVOLVER	<ul style="list-style-type: none"> • CIM-TTM • Municípios • Atores regionais presentes no evento
ORÇAMENTO ESTIMADO	300.000€



ANEXOS

ANEXO N.º 01

PRINCIPAIS MONUMENTOS DA CIM-TTM

ALFÂNDEGA DA FÉ

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Capela de São Bernardino	Arquitectura Religiosa	Capela	Gebelim
Igreja de Nossa Senhora da Assunção ou Igreja Matriz de Sambade	Arquitectura Religiosa	Igreja	Sambade
Capela de Nossa Senhora de Jerusalém	Arquitectura Religiosa	Capela	Sendim da Serra

BRAGANÇA

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Castro de Sacóias	Arqueologia	Povoado fortificado	Baçal
Atalaia de Candaira	Arquitectura Militar	Atalaia	Baçal
Igreja de Castro de Avelãs	Arquitectura Religiosa	Igreja	Castro de Avelãs
Mamoas de Donai ou Mamoas de Tumbeirinho ou Devesa de Donai	Arqueologia	Monumento megalítico	Donai
Ruínas da Capela da Senhora da Hera ou Capela da Senhora da Idera	Arquitectura Religiosa	Capela	Espinhosela
Pelourinho de Faílde e Carocedo	Arquitectura Civil	Pelourinho	Faílde
Castro de Gimonde ou Arrabalde de Gimonde	Arqueologia	Povoado fortificado	Gimonde
Ponte de Gimonde ou Ponte Velha	Arqueologia / Arquitectura Civil	Ponte	Gimonde
Pelourinho de Gostei	Arquitectura Civil	Pelourinho	Gostei
Ponte de Frieira	Arquitectura Civil	Ponte	Macedo do Mato
Pelourinho de Frieira	Arquitectura Civil	Pelourinho	Macedo do Mato
Pelourinho de Sanceriz	Arquitectura Civil	Pelourinho	Macedo do Mato
Igreja de Santo Cristo do Outeiro	Arquitectura Religiosa	Igreja	Outeiro

BRAGANÇA (continuação)

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Igreja Matriz de Outeiro ou Igreja de Nossa Senhora da Assunção de Outeiro	Arquitectura Religiosa	Igreja	Outeiro
Cruzeiro do Outeiro	Arquitectura Religiosa	Cruzeiro	Outeiro
Pelourinho do Outeiro	Arquitectura Civil	Pelourinho	Outeiro
Fortaleza do Outeiro	Arquitectura Militar	Fortaleza	Outeiro
Castro de Ciragata ou Cidadelhe	Arqueologia	Castro	Parada
Capela de Nossa Senhora da Ribeira ou Santuário de Nossa Senhora da Ribeira	Arquitectura Religiosa	Capela	Quintanilha
Igreja da Aldeia das Veigas ou Igreja de São Vicente de Aldeia de Veigas, incluindo recheio, (pinturas murais e retábulos)	Arquitectura Religiosa	Igreja	Quintanilha
Pelourinho de Rebordainhos	Arquitectura Civil	Pelourinho	Rebordainhos
Castelo de Rebordões ou Castelo do Tourão	Arquitectura Militar	Castelo	Rebordões
Pelourinho de Rebordões	Arquitectura Civil	Pelourinho	Rebordões
Convento de São Francisco (e respectiva Igreja)	Arquitectura Religiosa	Convento	Santa Maria
Edifício do antigo Paço Episcopal de Bragança ou Museu do Abade de Baçal (e jardim)	Arquitectura Religiosa	Paço	Santa Maria
Pousada de São Bartolomeu	Monumento		Santa Maria
Castelo de Bragança	Arquitectura Militar	Castelo	Sé
Pelourinho de Bragança	Arquitectura Civil	Pelourinho	Sé
Antigos Paços Municipais de Bragança ou Domus Municipalis	Arquitectura Civil	Paço	Sé
Igreja Paroquial de São João Baptista (antiga Sé) ou Igreja da Sé ou Igreja dos Jesuítas	Arquitectura Religiosa	Igreja	Sé
Pelourinho de Vila Franca de Lampaças	Arquitectura Civil	Pelourinho	Sendas

MACEDO DE CAVALEIROS

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Pelourinho de Pinhovel	Arquitectura Civil	Pelourinho	Amendoeira
Pelourinho de Nozelos	Arquitectura Civil	Pelourinho	Arcas
Solar das Arcas	Arquitectura Civil	Solar	Arcas
Igreja de Santa Marta ou Igreja Matriz de Bornes	Arquitectura Religiosa	Igreja	Bornes
Pelourinho de Chacim	Arquitectura Civil	Pelourinho	Chacim
Real Filatório de Chacim	Arquitectura Civil	Fábrica	Chacim
Igreja de Nossa Senhora dos Reis, matriz de Lamalonga, incluindo o adro	Arquitectura Religiosa	Igreja	Lamalonga
Igreja de Nossa Senhora da Purificação ou Igreja Matriz de Podence e respectivo adro	Arquitectura Religiosa	Igreja	Podence
Pelourinho de Vale de Prados	Arquitectura Civil	Pelourinho	Vale de Prados
Igreja de Santo Antão de Vilarinho de Agrochão ou Igreja Paroquial de Vilarinho de Agrochão	Arquitectura Religiosa	Igreja	Vilarinho de Agradão
Igreja Paroquial de São Vicente de Vinhas	Arquitectura Religiosa	Igreja	Vinhas

MIRANDA DO DOURO

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Igreja de Santa Eufémia	Arquitectura Religiosa	Igreja	Duas Igrejas
Abrigo rupestre da Solhapa	Arqueologia	Abrigo	Duas Igrejas
Igreja de São Genísio ou Igreja de São Genísio	Arquitectura Religiosa	Igreja	Genísio
Igreja de Ifanes ou Igreja Paroquial de Ifanes	Arquitectura Religiosa	Igreja	Ifanes
Cruzeiro de Malhadas	Arquitectura Religiosa	Cruzeiro	Malhadas
Igreja de Nossa Senhora da Expectação ou Igreja Paroquial de Malhadas	Arquitectura Religiosa	Igreja	Malhadas
Castro de Aldeia Nova	Arqueologia	Castro	Miranda do Douro
Sé de Miranda do Douro ou Antiga Sé de Miranda do Douro	Arquitectura Religiosa	Igreja	Miranda do Douro
Imóvel sito no Largo da Sé, nº 2 e 2A	Arquitectura Civil	Edifício	Miranda do Douro
Castelo de Miranda do Douro	Arquitectura Militar	Castelo	Miranda do Douro
Castro de Vale de Águia, Castrilhouço ou Castrilhouço de Vale de Águia	Arqueologia	Povoado Fortificado	Miranda do Douro
Aproveitamento Hidroeléctrico do Douro Internacional	Património industrial / Arquitectura Industrial Moderna (1925-1965)		Picote
Ermitério Os Santos	Arquitectura Civil	Ermitério	Sendim
Igreja de Vila Chã da Braciosa, incluindo adro e antigo cemitério	Arquitectura Religiosa	Igreja	Vila Chã de Braciosa

MIRANDELA

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Igreja de São Tomé de Abambres	Arquitectura Religiosa	Igreja	Abambres
Pelourinho de Abreiro	Arquitectura Civil	Pelourinho	Abreiro
Igreja de Santo André ou Igreja Paroquial de Avantos	Arquitectura Religiosa	Igreja	Avantos
Pelourinho de Frechas	Arquitectura Civil	Pelourinho	Frechas
Pelourinho de Lamas de Orelhão	Arquitectura Civil	Pelourinho	Lamas de Orelhão
Ponte sobre o rio Tua ou Ponte Velha	Arquitectura Civil	Ponte	Mirandela
Igreja da Misericórdia de Mirandela	Arquitectura Religiosa	Igreja	Mirandela
Paço dos Távoras	Arquitectura Civil	Paço	Mirandela
Pelourinho de Mirandela	Arquitectura Civil	Pelourinho	Mirandela
Solar dos Condes de Vinhais	Arquitectura Civil	Solar	Mirandela
Castelo de Mirandela	Arquitectura Militar	Castelo	Mirandela
Castro de São Juzenda	Arqueologia	Castro	Múrias
Abrigos rupestres do Regato das Bouças	Arqueologia	Abrigo	Passos
Ponte de pedra sobre o rio Tuela, ponte românica	Arquitectura Civil	Ponte	Torre Dona Chama
Igreja de Guide	Arquitectura Religiosa	Igreja	Torre Dona Chama
Pelourinho de Torre de Dona Chama	Arquitectura Civil	Pelourinho	Torre Dona Chama
Torre de Dona Chama ou Castro de São Brás	Arqueologia	Povoado Fortificado	Torre Dona Chama

MOGADOURO

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Igreja de Santa Maria de Azinhoso	Arquitectura Religiosa	Igreja	Azinhosa
Pelourinho de Azinhoso	Arquitectura Civil	Pelourinho	Azinhosa
Pelourinho de Bemposta	Arquitectura Civil	Pelourinho	Bemposta
Palácio dos Pimentéis ou Solar dos Pimentéis	Arquitectura Civil	Palácio	Castelo Branco
Castro Vicente ou Castro de Vila Velha	Aqueologia	Povoado Fortificado	Castro Vicente
Pelourinho de Castro Vicente	Arquitectura Civil	Pelourinho	Castro Vicente
Castelo de Mogadouro	Arquitectura Militar	Castelo	Mogadouro
Igreja do Convento de São Francisco de Mogadouro	Arquitectura Religiosa	Igreja	Mogadouro
Pelourinho de Mogadouro	Arquitectura Civil	Pelourinho	Mogadouro
Castelo de Penas Roias	Arquitectura Militar	Castelo	Penas Roias
Pelourinho de Penas Roias	Arquitectura Civil	Pelourinho	Penas Roias
Monóptero de São Gonçalo	Arquitectura Religiosa	Monóptero	Penas Roias
Igreja de Algosinho	Arquitectura Religiosa	Igreja	Peredo de Bemposta
Castelo de Oleiros	Arquitectura Militar	Castelo	Urrós
Estação arqueológica das Fragas do Diabo, Fragas do Corgo ou Veiga dos Moinhos	Arqueologia	Arte Rupestre	Vilarinho dos Galegos

VILA FLOR

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Pelourinho de Freixiel	Arquitectura Civil	Pelourinho	Freixiel
Antiga Forca de Freixiel	Arquitectura Civil	Forca	Freixiel
Sítio Arqueológico do Cabeço da Mina	Arqueologia	Santuário	Lodões
Castelo de Vila Flor	Arquitectura Militar	Castelo	Vila Flor
Fonte de Vila Flor ou Fonte romana de Vila Flor	Arquitectura Civil	Fonte	Vila Flor
Pelourinho de Vila Flor	Arquitectura Civil	Pelourinho	Vila Flor
Quinta do Valongo	n/a	n/a	Vila Flor
Casa Costa Morais ou Pensão Campos	Arquitectura Civil	Restaurante	Vila Flor
Pelourinho de Vilas Boas	Arquitectura Civil	Pelourinho	Vilas Boas
Pelourinho de Santa Comba da Vilarça	Arquitectura Religiosa	Cruzeiro	Santa Comba da Vilarça

VIMIOSO

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Pelourinho de Algoso	Arquitectura Civil	Pelourinho	Algoso
Castelo de Algoso	Arquitectura Militar	Castelo	Algoso
Igreja Paroquial de Caçarelhos, adro e escadaria de acesso	Arquitectura Religiosa	Igreja	Caçarelhos
Capela de Santo Cristo ou Capela de São Bartolomeu	Arquitectura Religiosa	Capela	Caçarelhos
Torre de Atalaia	Arquitectura Militar	Torre	Vimioso
Igreja de São Vicente (Vimioso) ou Igreja Matriz de Vimioso	Arquitectura Religiosa	Igreja	Vimioso
Pelourinho de Vimioso	Arquitectura Civil	Pelourinho	Vimioso

VINHAIS

DESIGNAÇÃO	CATEGORIA	TIPOLOGIA	FREGUESIA
Pelourinho de Ervedosa	Arquitectura Civil	Pelourinho	Ervedosa
Gruta de Dine ou Lorga de Dine ou Casa da Moura Encantada	Arqueologia	Necrópole	Fresulfe
Igreja de São Pedro ou Igreja Matriz de Moimenta	Arquitectura Religiosa	Igreja	Moimenta
Monte de Santa Comba	Arquitectura Civil	Monte	Ousilhão
Pelourinho de Paçó	Arquitectura Civil	Pelourinho	Paçó
Forte de Modorra ou Forte Velho (ruínas)	Arquitectura Militar	Forte	Vila Verde
Pelourinho de Vilar Seco ou Pelourinho de Vilar Seco da Lomba	Arquitectura Civil	Pelourinho	Vilar Seco de Lomba
Castelo de Vinhais	Arquitectura Militar	Castelo	Vinhais
Edifício dos antigos Condes de Vinhais	Arquitectura Civil	Solar	Vinhais
Igreja de São Facundo de Vinhais	Arquitectura Religiosa	Igreja	Vinhais
Pelourinho de Vinhais	Arquitectura Civil	Pelourinho	Vinhais
Casa da Corujeira, anexos agrícolas e logradouro	Arquitectura Civil	Conjunto	Vinhais
Conjunto da Igreja de São Francisco de Vinhais e Seminário dos Missionários Apostólicos de Vinhais	Arquitectura Religiosa	Igreja	Vinhais

ANEXO N.º 02

EVENTOS DOS CONCELHOS DA CIM-TTM

MÊS	DIA	ALFÂNDEGA DA FÉ
Janeiro	4	Cantar dos Reis
	25	Percurso Pedestre
	31	Festival 7 sois/7 luas
Fevereiro	7 e 8	Feira da caça - Agrobom
	28	Festival 7 sois/7 luas
	28	Percurso Pedestre
Março	7,8,14,15,22,29	Mercadinho da Flor da Amêndoa
	8,15,22 e 29	Festival de Teatro Clássico
	28	Festival 7 sois/7 luas
	28	Concerto de Primavera
	29	Percurso Pedestre
Abril	18	Concerto de Páscoa
	25	Festival 7 sois/7 luas
	25	Percurso Pedestre
Maio	30	Festival 7 sois/7 luas
	31	Percurso Pedestre
Junho	5,6 e 7	Feira da Cereja
	27	Percurso Pedestre
Agosto	14,15 e 16	Festa em Honra do Mártir S. Sebastião
Setembro	26	Percurso Pedestre
Outubro	25	Percurso Pedestre
Novembro	6,7 e 8	Festa da Montanha
	6,7 e 8	Fins de semana gastronómicos
	28	Percurso Pedestre
Dezembro	5	Montaria ao Javali - Sambade
	12	Concerto de Natal "Rota musical em época de Natal"
	13	VI Raid TT Sambade Aventura

MÊS	DIA	BRAGANÇA
Janeiro	10	Lions: Cantar os Reis
	24	Bragança e a Comunidade Internacional
	31	Comemorações dos 11 anos do Teatro Municipal de Bragança
Fevereiro	13 a 22	Semana gastronómica do Butelo e das Casúlas
	14	Carnaval dos Caretos e Queima do Diabo
	18	Saída do Diabo, Morte e Censura, às ruas do centro histórico.
	20	Comemoração dos 551 anos de Bragança Cidade
	21	Caminhada rural em Rio de Onor.
Março	7	Caminhada rural Sortes
	14	Caminhada rural Babe
	21	Caminhada Rural em Gimonde
Abril	26 a 28	Feira do Folar de Izeda.
	18	Dia Internacional monumentos e sítios.Passeio Pedestre
	19	Fim de Semana Bragança Saudável-Passeio BTT
	25	Passeio da Liberdade
	26	9.ª Exposição Cão de Gado Transmontano.
	30	Feira das Cantarinhas-XXVIII Feira de artesanato
Maio	1 a 3	XXVIII Feira de artesanato e Feira das cantarinhas.
	1	Dia do Trabalhador.Banca na Praça.XVI jogos tradicionais;
	5	Festa Internacional da Petisqueira.
	7 e 8	Feira Emprego Educação e Solidariedade
	9	Dia da Europa. Banca na Praça.Caminhada Rural em São Julião de Palácios
	16	Banca na Praça.Caminhada rural em Donai
	23	Banca na Praça. Caminhada rural em Rio Frio
	29 a 31	Expo Trás-os-Montes.
	30	Banca na Praça. Caminhada rural Alfaião
Junho	2 a 5	Semana do Desporto.
	4 a 6	Brigantia - Festival Literário de Bragança
	7	BTT noturno
	11	Festa Internacional da Petisqueira
	13	Banca na Praça. Caminhada rural em Parâmio
	20	Banca na Praça.Bragança Run
	21	Caminhada rural em Sendas
	26 a 28	Rota do Castanheiro em flor
Julho	4	Banca na Praça
	11	Banca na Praça
	18	Banca na Praça
	19	Encontro de Gerações
	24 a 26	Festival de Musica e Tradição da Lombada (Palácios)
	27 a 31	Verão na Praça
	31	Feira do Cordeiro de Coelhoso.
Agosto	1 e 2	Feira do Cordeiro de Coelhoso.
	2	Feira do Azeite e Pão de Macedo do Mato.
	8	Banca na Praça
	13 a 16	Festa da História
	15	Banca na Praça. Feira dos Produtos Regionais de Rabal
	18 a 22	Festas de Bragança
	21	Concurso Conselho Bovino Raça Mirandesa
	29 e 30	Feira das Cebolas e de S. Pedro de Sarracenos
	31	"Open Day" do Município de Bragança
	1 a 31	Verão na Praça

BRAGANÇA		
MÊS	DIA	
Setembro	5	Banca na Praça
	12	Banca na Praça. Caminhada Rural em Baçal
	19	Banca na Praça. Caminhada Rural em Grijó de Parada
	26	Banca na Praça
	27	Passeio do coração (citadino)
Outubro	3	Caminhada Rural no Zoio
	10	Caminhada Rural em Salsas
	17	Caminhada Rural em Mós
	24	XVIII Encontro Internacional de Grupos Corais - Cidade de Bragança
Novembro	31	Caminhada Rural em Macedo do Mato
	5 a 8	XV Norçaça, Norpesca e Norcastanha
Dezembro	7	Caminhada Rural em Montesinho-França
	2 a 5	Mascararte (Bienal)
	26 a 28	Feira de artesanato e de produtos regionais de Parada
	6 a 31	Bragança, Terra Natal e de Sonhos

MACEDO DE CAVALEIROS		
MÊS	DIA	
Janeiro	4	XIII Encontro de Cantares de Reis
	29,30,31	XIX Feira da Caça e Turismo
Fevereiro	1	XIX Feira da Caça e Turismo
	14 a 17	Entrudo Chocalheiro
	20 a 22	V Apiocasião Feira de Material Apícola / Feira do Mel e Produtos Regionais
Março	28	Rural Arcas - Feira dos Produtos da Terra
	1	Rural Arcas - Feira dos Produtos da Terra
Maio	21 e 22	Feira do Folar de Vilarinho de Agrochão
	23 e 24	Mostra Agrícola / Dia do Agricultor
Junho	27,28,29,30	Feira de S. Pedro
Julho	1,2,3,4	Feira de S. Pedro
Agosto	8	Festival de Folclore / GCER
	14 a 16	Finais dos Campeonatos Nacionais de Voleibol de Praia Albufeira do Azibo
	14 e 15	Macedo em Festa (Desfile de Moda e Festa da Rádio Onda Livre)
Outubro	21 e 22	Festival Internacional de Música Tradicional
	17 e 18	IV Feira do Azeite e do Figo do Lombo
Dezembro	6 a 6 jan.	Macedo Cidade Natal

MIRANDA DO DOURO		
MÊS	DIA	
Janeiro	1	Festa do Velho e do Menino, Cantar dos Reis
Fevereiro	13 a 15	Festival de Sabores Mirandeses
Abril	3,4 e 5	Semana Gastronómica do Bacalhau Festa da Bola Doce e Produtos da Terra Concurso Nacional Raça Churra Mirandesa
		Festival da Cerveja Artesanal
Junho	10	Festa da Amizade
	27	Concurso Nacional da Raça Bovina Mirandesa Concurso Nacional da Raça Bovina Mirandesa
Julho	10	Dia da Cidade Festival da Canção Mirandesa Semana Cultural
		Olimpíadas Desportivas Concentração Motard "Abutres do Douro"
	31	Festival Intercéltico
Agosto	1	Festival Intercéltico
	14 a 23	Encontro Ibérico de Danças de Pauliteiros FAMIDOURO- Feira de Artesanato e Multiactividades
Setembro	6	Passeio Pedestre "De Miranda ao Naso"
		Concurso Nacional da Raça Asinina Mirandesa Romaria da Nª Srª do Naso Dia da Língua Mirandesa
		Feira dos Gorazes
Outubro	31	Mercado Rural Mirandês- Feira Agro-alimentar
Novembro	1	Mercado Rural Mirandês- Feira Agro-alimentar Jornadas Micológicas
Dezembro	5,6,7 e 8	Mercado Rural Mirandês- Feira Agro-alimentar
	24	Fogueira do Galo Festa de São João e dos Moços

MIRANDELA		
MÊS	DIA	
Janeiro	4	Encontro dos Cantares dos Reis - Vale de Salgueiro
	5	Festa de Reis - Vale de Salgueiro
	6	Festa de Reis - Vale de Salgueiro
	12 a 31	Exposição Átrio do Auditório alusiva ao Festival de Sabores do Azeite Novo
	14	Evento Interior 2.0
	17	Passeio Pedestre Festival de Sabores do Azeite Novo - Múrias
	24	Congresso Internacional de Olivicultura - Festival de Sabores do Azeite Novo
	24 e 25	X festival de Sabores do Azeite Novo - Torradas de azeite
	30 e 31	Feira da Alheira "Alfândega do Porto"
		Festival Gastronómico - Sabores do Azeite Novo - Restaurantes Aderentes
		Exposição temática e Cantinho da Poesia
		Workshop 's "Sabão de Azeite"
		O Azeite vai à Escola
		Concerto Academia de Música
	Demonstração de apara - frutos manual	
	Curso de Aperfeiçoamento de Provas de Azeites	
	Seminário Técnico inserido no Festival de Sabores do Azeite Novo	

MÊS	DIA	MIRANDELA
Janeiro		Visitas a Lagares Workshop "Os benefícios do azeite na saúde" Workshop "Pasta de azeitona" Curso de poda e condução de oliveira Workshop "Miminhos com azeite" Workshop "Biscoitos de Azeite" Workshop "Bombons e gomas de azeite"
Fevereiro	1 14 e 15 15 28 28 28	Feira da Alheira "Alfândega do Porto" Feira do Tordo - Mascarenhas Festival Gastronomico da Alheira Passeio pedestre do Vinho e do bacelo- Fradizela II Torneio Cidade de Mirandela (Torneio de Natação) Feira do Vinho e do Bacelo - Fradizela Exposição temática e Cantinho da Poesia Corta-Mato Distrital na Zona Verde 4º Open José Pina Seminário Técnico - Cooperativa de Apicultores do Nordeste
Março	1 a 15 1 a 15 6 a 8 8 8 8 14 a 15 20 21 21 22 28 e 29	Exposição do acervo do Museu "A Mulher e a coleção de Arte do Museu" Festival Gastronomico da Alheira Feira da Alheira de Mirandela TT da Alheira + Fly In Circuito Nacional de Semi-Rápidas de Xadrêz VI caminhada da Mulher Dia Internacional da Mulher (Atividades de dança, música e poesia) Feira à Moda Antiga Concerto da Páscoa - ESPROARTE Caminhada dos Salesianos Dia Mundial da Poesia- Poemas para vestir - Sarau de poesia BTT ROTA DO AZEITE - Valbom dos Figos Festa dos Ramos- Frechas Exposição temática e Cantinho da Poesia Homenagem a Gil Teixeira Lopes e Hilário Teixeira Lopes Encontro de Coros
Abril	11 19 23 24 26 26	XVIII Festival de Folclore Passeio Pedestre de Torre de D.Chama-Dia Internacional dos Monumentos e Sítios Dia Mundial do livro "Vamos construir um Livro" Peddy Paper "Alice no País das Maravilhas" Passeio pedestre D.Mundial da Terra e do Património Geológico-Vale de Salgueiro/Vale de Telhas Atividade intergeracional-celebração do dia Europeu da Solidariedade e Cooperação entre Gerações Exposição temática e Cantinho da Poesia Corrida de Cavalos em Frechas
Maio	1 9 9 e 10 9 e 10 16 16 16 e 17 22 24 25	Festa de N.S. da Encarnação Passeio Pedestre "À Procura dos Morangos" - São Pedro Velho Feira do Vinho e do Morango - S. Pedro Velho Torneio Nadador Completo Categorias Comemoração da Elevação de Mirandela a Cidade Curso de Identificação de Cogumelos Silvestres Festa da Cereja Festival de Jardins Nómadas Passeio Pedestre - Abambres Comemorações do dia da Cidade Exposição temática e Cantinho da Poesia Encontro de Idosos

MÊS	DIA	MIRANDELA
Maio		Mirandela-Bragança em Bicicleta XXV Concurso da Cabra Serrana Encontro de Tunas Conferências sobre a Encarnação - A anunciação do Anjo Gabriel nos Evangelhos + Exposição no Palácio dos Távoras Concerto da Banda 1º de Maio - Parque Império
Junho	1 a 7 7 7 13 13 e 14 19 a 21 26 a 28 25 a 29	IV Semana da Juventude e Desporto Passeio Pedestre Vila Verdinho - Cedães Encontro anual de produtores de cortiça - Cedães Passeio Pedestre - União de Freguesias de Avidagos, Navvalho e Pereira Feira do Queijo e do Mel - União de Freguesias de Avidagos, Navvalho e Pereira Concentração Motard Parque Aventura Exposição de Pintura de Paula Bacelar Feira do Livro Exposição temática e Cantinho da Poesia Rally Aereo de Mirandela Bragança-Mirandela em Bicicleta Passeio de BTT em Contins Passeio Noturno em BTT Contra-Relógio do ORE Espetaculo da Academia de Música Jovem - 10º Festival de Música Jovem
Julho	17 18 25 31	Concerto da ESPROARTE (encerramento do ano letivo) XV Festival de Folclore de Verão Concerto de abertura das Festas da cidade - ESPROARTE Festas de N.Senhora do Amparo Biblioteca de Verão - FLUVIOTECA Noites Quentes do Xadrez + Torneio Noites Quentes Hidro Deep Water Descida em Canoagem do Rio Tua Torneio de Voleibol da Confraria Crono Escalada em Ciclismo Toneio de Basket da Confraria Torneio de Ténis Campeonato da Europa em Jet Ski e Motas de Água Passeio das 50cc Gala Internacional em Kickboxing III Encontro de Gémeos Concerto da Banda 1º de Maio - Parque Império
Agosto	1 e 2 2 4 a 27	Festas de N.Senhora do Amparo Encontro Nacional de Minis em Mirandela Talentos de Mirandela Exposição temática e Cantinho da Poesia Circuito Noturno da Torre em Ciclismo Passeio de BTT Noturno em Valbom dos Figos Prova de Moto Cross e Quad Cross em Mirandela Espetáculo Circense (Junto ao Espelho de Água)
Setembro	12 19 19 e 20 20 26 26 e 27	Caminhada no âmbito do Dia Internacional do Pedestrianismo Percurso Pedestre Abreiro Feira do Figo e do Património - Abreiro Vª TRAVESSIA DE MIRANDELA - ÁGUAS ABERTAS Dia Mundial do Turismo - Passeio Pedestre Valbom dos Figos (Vindimas) Feira do Artesanato, Caça e Produtos Regionais de Torre de Dona Chama

MIRANDELA		
MÊS	DIA	
Setembro		Exposição temática e Cantinho da Poesia Torneio de Voleibol de Praia Semana da Mobilidade - Exposição VIII Meia Maratona à Americana Carlos Lelo
Outubro	17	Passeio Pedestre "Caminhos da Ripa" - Vale de Gouvinhas
	17 e 18	Feira da Azeitona e Mecanização Agrícola em Vale de Gouvinhas
	18	Curso de Identificação de Cogumelos Silvestres
	28 a 31	"Uma Bruxa no Museu" - Actividade dirigida às crianças do pré-escolar
	28 a 31	Exposição de Trabalhos dos Jardins de Infância de Mirandela - Dia das Bruxas
Novembro	31	II Marcha Nacional de Montanha de Combatentes Exposição temática e Cantinho da Poesia Hidro By Night
	1 a 11	Exposição de Trabalhos dos Jardins de Infância de Mirandela - Dia das Bruxas
	7 e 8	Feira do Azeite e Pão de Suções
	8	Passeio Pedestre Suções
	14	III Caminhada da Diabetes
Dezembro	22	Concerto de Sta. Cecília Exposição temática e Cantinho da Poesia
	17 a 20	Workshop de Docinhos de Natal
	20	Feira da Couve Penca - Carvalhais
	20	Passeio Pedestre da Couve Penca Carvalhais
	22	Hidro Natal 2015 Exposição temática e Cantinho da Poesia Festival Gastronómico da Caça Prova de Santo Huberto Concerto de Natal da ESPROARTE Cânticos de Natal junto ao presépio na Rua da República Espetáculo de natal no Auditório Municipal

MOGADOURO		
MÊS	DIA	
Janeiro	1	Festa do Menino e do Farandulo de Tó
	18	Festa do Ramo do Bi-Tó-Ró
	25	Santo Amaro ou Festa da chouriça
Março		Festividades das Amendoeiras em flor
Abril		Festividades das Amendoeiras em flor Procissão do Senhor dos Passos
Maio		Nossa Senhora da Assunção
Junho		São Mamede
Julho	10 a 12	Santa Ana Festival Terra Transmontana de Mogadouro Terra Rock Red Burros Fly I-In
	15	Corrida de Touros
	29 e 30	Nossa Senhora do Caminho
Setembro		Festa do Azinhoso
Outubro	10 a 16	Feira dos Gorazes
Novembro		Encontro Micológico e Festival Gastronómico: "Cogumelos Silvestres"
Dezembro	26	Encontro de Máscaras de Mogadouro Festa do "Velho, Careto ou Chocalheiro"

VILA FLOR		
MÊS	DIA	
Janeiro	4	XXI Gala Cantar os Reis 2015
Fevereiro	13	Desfile de Carnaval e Queima do Entrudo
	21,22 e 28	Mostra Terraflor/Amendoeiras em Flor 2015
Março	1,7,8	Mostra Terraflor/Amendoeiras em Flor 2015
	1	Programa "Somos Portugal, da TVI"
Abril	26	Prova de Atletismo: V Milha Marcelo d' Azevedo e II Run Sousacamp
Maio	17	Festa da Ascensão do Senhor
Junho		Comemoração dos Santos Populares
Julho		Festival de Música Sons de Vila Flor
Agosto	14 e 15	Romaria de Nossa Sra. da Assunção
	22 a 24	XII TerraFlor - Feira Regional de Produtos e Sabores - AZEITE
Dezembro	18 a 20	Mostra Terraflor - Azeites novos e Cinegética

VIMIOSO		
MÊS	DIA	
Abril		Atividades da Semana Santa: Feira do Pão
Agosto	10 a 14	Dia do Município "Festas do Concelho"
Setembro		Prova desportiva Internacional : King of Portugal
Dezembro		Feira de Artes Ofícios e Sabores

VINHAIS		
MÊS	DIA	
Fevereiro	5 a 8	Feira do Fumeiro
	21	Mil Diabos à Solta
Maio	20	Feriado Municipal
Agosto	15	Festas de Nª Senhora da Assunção
Outubro	23 a 25	Ruralcastanea - Festa da Castanha
	31	Festa da Cabra e do Canhoto

ANEXO N.º 03

ROMARIAS DOS CONCELHOS DA CIM-TTM

ALFÂNDEGA DA FÉ

FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Agrobom	N. Sra. das Graças	2º Domingo de Agosto
Agrobom	S. Sebastião	20 de Janeiro
Agrobom	S. Lourenço	10 de Agosto
Alfândega da Fé	Mártir S. Sebastião	2º fim-de-semana de Agosto
Cerejais	Nossa Senhora de Fátima	Último Domingo de Maio
Cerejais	S. Paulo	25 de Janeiro
Cerejais	S. Sebastião	Último Sábado de Julho
Eucísia	Mártir S. Sebastião	1º Domingo de Setembro
Ferradosa	Nossa Senhora de Fátima	3º fim-de-semana de Agosto
Ferradosa	Sto. Amaro	2ª semana de Janeiro
Ferradosa	Santa Bárbara	25 de Agosto
Gebelim	S. Bernardino	2º fim-de-semana de Setembro
Gouveia	São Bartolomeu	24 de Agosto
Gouveia	Nossa Senhora dos Remédios	14 de Agosto
Parada	S. Tiago a 25 de Julho	25 de Julho
Parada	Sto. Antão da Barca	1º fim-de-semana de Setembro
Pombal	Sta. Marinha	18 de Julho
Saldonha	Sto. Anastácio/S. Martinho	11 de Novembro
Sambade	N. Sra. das Neves	3º fim-de-semana de Agosto
Sendim da Ribeira	Sto. Secundino	30 de Agosto
Sendim da Ribeira	Sta. Bárbara	4 de Dezembro
Sendim da Serra	S. Lourenço	10 de Agosto
Sendim da Serra	N. Sra. de Jerusalém	1º fim-de-semana de Agosto
Soeima	Sta. Luzia	1º Domingo de Agosto
Soeima	São Pelágio	26 de Junho
Vale Pereiro	S. Bartolomeu	1º Domingo de Agosto
Vales	Sta. Cruz	1º fim-de-semana de Agosto
Valverde	S. Bernardino de Sena	3º fim-de-semana de Agosto
Vilar Chão	N. Sra. da Assunção	Agosto, sem data fixa
Vilarelhos	S. Tomé/N. Sra. dos Anúncios	3º fim-de-semana de Agosto
Vilares da Vilarça	N. Sra. do Socorro	3º fim-de-semana de Agosto

BRAGANÇA

FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Alfaião	Festa do Santíssimo	Maio ou Junho
Alfaião	N. Sra. da Veiga	3º Domingo de Agosto
Alfaião	São Martinho	11 de Novembro
Aveleda	São Cipriano	16 de Setembro
Aveleda	São Miguel	29 de Setembro
Bragança	Nossa Senhora das Graças	12 a 22 de Agosto
Calvelhe	Nossa Senhora de Fátima	Maio
Calvelhe	Santo Estevão	Agosto
Calvelhe	São Faustino	Agosto
Calvelhe	São Justo	Agosto
Calvelhe	São Sebastião	Agosto

BRAGANÇA

FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Carragosa	Santo António	13 de Junho
Carragosa	São Pedro	29 de Junho
Carragosa	N. Sra. da Assunção	15 de Agosto
Carragosa	Sagrado Coração de Jesus	Agosto
Carrazedo	Santíssimo Sacramento	3º Domingo de Maio
Carrazedo	Santo Amaro	15 de Janeiro
Carrazedo	Nossa Senhora do Rosário	1ª Quinzena de Outubro
Carrazedo	Santa Cecília	23 de Novembro
Carrazedo	Santa Bárbara	4 de Dezembro
Carrazedo	Nossa Senhora de Fátima	15 de Agosto
Castrelos	São João	24 de Junho
Castrelos	S. Francisco de Assis	Agosto
Castrelos	Nossa Senhora de Fátima	2º Domingo de Outubro
Castro de Avelãs	São Bento	11 de Julho e 1º Domingo de Setembro
Castro de Avelãs	S. Miguel	8 de Maio
Castro de Avelãs	Santa Clara	12 de Agosto
Coelhoso	Santo António	13 de Junho
Coelhoso	Espírito Santo	7 semanas depois da Páscoa
Coelhoso	Santa Bárbara	15 de Agosto
Coelhoso	São Tiago	25 de Julho
Deilão	Nossa senhora da Assunção	15 de Agosto
Deilão	Nossa Senhora dos Remédios	1ª Domingo de Agosto
Deilão	São Sebastião	20 de Janeiro
Deilão	Santo Estevão	25, 26 e 27 de Dezembro
Espinhosela	Santa Rita de Cássia	3º Domingo de Setembro
Espinhosela	Senhora da Hera	1º Domingo de Agosto
Espinhosela	Nossa Senhora do Rosário	Último Domingo de Agosto
Espinhosela	Santo Amaro	3º Domingo de Agosto
Failde	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Failde	Nossa Senhora do Rosário	Último Domingo de Agosto
Failde	Nossa Senhora das Mercês	24 de Setembro
Failde	Santa Luzia	Outubro
França	Nossa Senhora da Ponte	2º Domingo de Agosto
França	Nossa Senhora do Rosário	1º Domingo de Agosto
França	Santo António	3º Domingo de Agosto
França	Festa Internacional Portelo - Calabor	3º Domingo de Junho
França	São Lourenço	10 de Agosto
Gimonde	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Gimonde	Santa Colombina e Santo António	3º Domingo de Setembro
Gimonde	Festa dos Casados	Sábado e Domingo Gordo
Gondesende	Nossa Senhora de Fátima	1º Domingo de Setembro
Gondesende	N. Sra. da Assunção	2ª Semana de Maio
Gondesende	Santo André	30 de Novembro
Gostei	F. do Menino Jesus e Arremate do Ramo	1 de Janeiro
Gostei	S. Sebastião	20 de Janeiro
Gostei	S. Joãozinho	27 de Maio
Gostei	S. António	13 de Junho
Gostei	S. Cláudio	Domingo seguinte a 8 de Setembro
Gostei	Nossa Senhora do Rosário	1º Domingo de Outubro
Gostei	Santa Barbara	1ª Sábado de Dezembro
Gostei	Nossa Senhora do Bom Despacho	27 de Dezembro
Gostei	Festa de Pentecostes	Dia de Pentecostes
Grijó de Parada	Divino Espírito Santo	Maio ou Junho
Grijó de Parada	Corpo de Deus	Junho

BRAGANÇA
FREGUESIA

FESTA/ROMARIA

DATA

Grijó de Parada	São Roque	19 de Agosto
Grijó de Parada	Santo Estevão	26 de Dezembro
Grijó de Parada	São Bartolomeu	24 de Agosto
Grijó de Parada	Festa da Sardinha	26 de Dezembro
Grijó de Parada	Festa de Reis	6 de Janeiro
Izeda	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Izeda	Santo Apolinário	Último Domingo de Julho
Izeda	São Sebastião	3º Domingo de Janeiro
Izeda	Santa Catarina	30 de Novembro
Macedo do Mato	Sra. das Candeias	1º Sábado de Fevereiro
Macedo do Mato	São Brás	1º Domingo de Fevereiro
Macedo do Mato	S. Estêvão e S. Sebastião	12 de Agosto
Macedo do Mato	Festa do Sábado Aleluia	Sábado antes da Páscoa
Macedo do Mato	Nossa Senhora dos Remédios	15 de Agosto
Macedo do Mato	São João	24 de Junho
Macedo do Mato	S. Bartolomeu	24 de Agosto
Meixedo	Santa Ana	Último fim-de-semana de Julho
Meixedo	São Sebastião	20 de Janeiro
Meixedo	Festa do Senhor e da Senhora	2ª Quinzena de Julho
Meixedo	São Vicente	22 de Janeiro
Meixedo	Sagrado Coração de Jesus	2ª Quinzena de Outubro
Milhão	São Lourenço	10 de Agosto
Milhão	Santo António	13 de Junho
Milhão	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Milhão	São Paio	1º Domingo de Agosto
Milhão	Festa dos Reis	2º Fim-de-semana de Janeiro
Milhão	Festa de Vale de Prados	1º Fim-de-semana de Agosto
Milhão	Festa de São Lourenço	10 de Agosto
Milhão	Festa de Quintas do Vilar	15 de Agosto
Milhão	Festa dos Santos	1 de Novembro
Milhão	Festa de Santa Bárbara	4 de Dezembro
Milhão	Festa de Santo Estêvão	26 de Dezembro
Mós	Nossa Senhora do Rosário	Último Domingo de Outubro
Mós	S. Nicolau	Agosto
Mós	S. Tiago	25 de Julho
Nogueira	Santo António	13 de Junho
Nogueira	Nossa Senhora da Cabeça	2 de Fevereiro e 15 de Agosto
Nogueira	São Plágio	26 de Junho
Outeiro	Santa Cruz	3 de Maio
Outeiro	Nossa Senhora da Assunção	15 e 16 de Agosto
Outeiro	São Gonçalo	10 de Janeiro
Outeiro	Santo Estevão	26 de Setembro
Outeiro	São Miguel	8 de Maio
Outeiro	Nossa Senhora do Carmo	Agosto
Outeiro	Peregrinação Diocesana do Coração de Jesus	1º Domingo de Julho
Parada	Santa Cruz	3 de Maio
Parada	São Lourenço	10 de Agosto
Parada	Nossa Senhora do Carmo	15 de Agosto
Parada	Santo Estevão	26 de Dezembro
Parada	São Roque	16 de Agosto
Parada	São Génésio	17 de Agosto
Paradinha Nova	Nossa Senhora das Neves	5 de Agosto
Paradinha Nova	São Jerónimo	29 e 30 de Setembro
Paradinha Nova	Santa Maria Madalena	2º Domingo de Agosto

BRAGANÇA
FREGUESIA

FESTA/ROMARIA

DATA

Paradinha Nova	Santo António	4 de Agosto
Paradinha Nova	Sagrado Coração de Jesus	Maio
Parâmio	São Lourenço	2º Domingo de Agosto
Parâmio	São João	24 de Junho
Parâmio	Nossa Senhora de Fátima	13 de Maio
Parâmio	Santa Leocádia	9 de Dezembro
Parâmio	S. Cipriano	16 de Setembro
Parâmio	Sagrado Coração de Jesus	Junho
Pinela	Festa de N.Sra do Rosário e St.Estêvão	13 e 14 de Agosto
Pinela	Santo António	1º Domingo de Agosto
Pombares	São Frutuoso	Domingo a seguir à Páscoa
Pombares	São Cristóvão	15 de Agosto
Quintanilha	Senhora da Ribeira	Último Domingo de Maio
Quintanilha	S. Gens e S.Tomé	Última semana de Agosto
Quintela	São Lourenço	10 de Agosto
Quintela	São Miguel	29 de Setembro
Quintela	Stª Bárbara, Divino Sr. do Bom Pastor	15 dias após a Páscoa
Quintela	N. Sra. do Rosário	Dia seguinte ao do Divino Senhor
Rabal	São Bartolomeu	24 de Agosto
Rabal	São Sebastião	20 de Janeiro
Rabal	Festa do Menino	1 de Janeiro
Rebordãos	Nossa Senhora da Serra	30 de Agosto a 8 de Setembro
Rebordãos	São Sebastião	20 de Janeiro
Rebordãos	Santíssimo	Junho
Rebordãos	São Pantalvão	27 de Julho
Rebordãos	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Rebordãos	Nossa Senhora do Rosário	1º Domingo de Outubro
Rio de Onor	São João	24 de Junho
Rio de Onor	Nossa Senhora de Fátima	13 de Maio
Rio de Onor	Nossa Senhora do Rosário	Último Domingo de Agosto
Rio de Onor	São Vicente	22 de Janeiro
Rio Frio	Santo Estevão	26 de Dezembro
Rio Frio	Nossa Senhora da Assunção	2º Domingo de Agosto
Rio Frio	São Roque	2ª Quinzena de Dezembro
Rio Frio	São Francisco	3º Domingo de Setembro
Rio Frio	São João	Fim-de-semana próximo de 24 de Junho
Rio Frio	Nossa Senhora das Dores	Sexta-feira antes de Domingo de Ramos
Rio Frio	Nossa Senhora das Necessidades	8 de Setembro
S. Julião de Palácios	Sagrado Coração de Jesus	3º Domingo de Agosto
S. Julião de Palácios	São Miguel	Último Domingo de Setembro
S. Julião de Palácios	Nossa Senhora da Alegria	2º Domingo de Agosto
S. Julião de Palácios	Santo Antão	17 de Janeiro
S. Julião de Palácios	Santo Estêvão	25 e 26 de Dezembro
Salsas	Divino Senhor da Agonia	5 a 14 de Setembro
Samil	Divino Senhor de Cabeça Boa	3 de Maio
Samil	Santo António	13 de Junho
Samil	São Bartolomeu	24 de Agosto
Samil	N.Sra da Assunção, Stª Teresinha e Sra do Rosário	12 e 13 de Outubro
Samil	Santo Estêvão	26 de Dezembro
Santa Comba de Rossas	Nossa Senhora do Pereiro	15 de Agosto
Santa Comba de Rossas	Divino Espírito Santo	7 semanas depois da Páscoa
Santa Maria	Santo Antão	Janeiro
Santa Maria	São Sebastião	Janeiro
Santa Maria	São Lázaro	Julho

BRAGANÇA		
FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Santa Maria	São Bento e Senhora da Saúde	11 de Julho
Santa Maria	Divino Senhor da Piedade	11 de Julho
Santa Maria	Senhora do Sardão	15 de Agosto
Santa Maria	Sagrado Coração de Jesus	2º Domingo de Agosto
Santa Maria	Senhora das Graças	22 de Agosto
São Pedro	Divino Espírito Santo	Dia de Pentecostes
São Pedro	Nossa Senhora do Rosário	1º Domingo de Outubro
São Pedro	Santo Estevão	26 de Dezembro
Sé	Nossa Senhora das Graças	12 a 22 de Agosto
Sé	Santo Condestável	Junho
Sé	Santos Mártires	Julho
Sé	São Tiago	Penúltimo Domingo de Julho
Sendas	Santo António	10 de Maio
Sendas	Divino Senhor e Santa Rita	Agosto
Sendas	Santíssima Trindade	7ª semana após a Páscoa
Serapicos	Senhora do Aviso	1º Domingo de Junho
Sortes	Nossa Senhora do Rosário	3º Domingo de Agosto
Zoio	Santíssima Trindade	Maio ou Junho
Zoio	Sagrado Coração de Jesus	Junho
Zoio	Santo António	13 de Junho

MACEDO DE CAVALEIROS		
FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Ala	Santo António	13 de Junho
Ala	São Caetano	2º Sábado de Agosto
Amendoeira	St.ª Maria Madalena	Último Domingo de Julho
Arcas	St.ª Catarina	25 de Novembro
Arcas	Senhor dos Passos	2º Fim-de-semana de Agosto
Bagueixe	Santa Luzia	13 de Dezembro
Bagueixe	São Sebastião	Novembro
Bagueixe	São Roque	16 de Agosto
Bagueixe	São Paio	17 de Agosto
Bornes	Santa Marta	29 de Julho
Bornes	Nossa Senhora da Piedade	Agosto
Burga	Nossa Senhora da Conceição	23 de Maio
Carrapatas	Santíssimo Sacramento	3º Fim-de-semana de Agosto
Carrapatas	Santo António	13 de Junho
Carrapatas	Santa Catarina	25 de Novembro
Castelãos	São Zenão	3º Domingo de Setembro
Castelãos	São Marcos	25 de Abril
Chacim	S. Sebastião e Santa Eufémia	2º Fim-de-semana de Agosto
Chacim	Santíssima Trindade	Junho
Cortiços	Santo António	13 de Junho
Cortiços	São Caetano	2º Sábado de Agosto
Corujas	Santo Amaro	15 de Janeiro
Edroso	Santa Marinha	Agosto
Edroso	Santo António	13 de Junho
Espadanedo	Divino Senhor	2º Sábado de Agosto
Espadanedo	Senhora dos Caminhos	Agosto
Ferreira	Nossa Senhora de Fátima	13 de Agosto
Ferreira	Nossa Senhora das Candeias	9/18 de Agosto

MACEDO DE CAVALEIROS		
FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Grijó	S. Caetano e Santa Maria Madalena	1º Fim-de-semana de Agosto
Grijó	Divino Senhor do Calvário	1º Fim-de-semana de Setembro
Lagoa	Santa Bárbara	Maio
Lagoa	São Martinho	11 de Novembro
Lagoa	Santo Arsénio	15 de Agosto
Lamalonga	S. Francisco de Assis	1.º Domingo de Agosto e 4 de Outubro
Lamalonga	São João	24 de Junho
Lamas	Nossa Senhora do Campo	25 de Março
Lamas	Nossa Sennhora da Assunção	15 de Agosto
Lombo	Divino Espírito Santo	13 de Maio
Lombo	Nossa Senhora de Fátima	13 de Maio
Macedo de Cavaleiros	S. Pedro	29 de Junho
Macedo de Cavaleiros	S. Francisco de Assis	último fim-de-semana de Setembro
Morais	São Sebastião	20 de Janeiro
Morais	Senhora da Oliveira	1º Domingo de Outubro
Morais	Santo André	30 de Novembro
Murçós	Santo António	13 de Junho
Murçós	Divino Senhor	3º Domingo de Agosto
Olmos	Santíssimo Sacramento	3º Domingo de Agosto
Peredo	Nossa Senhora do Bom Despacho	2º Domingo de Agosto
Podence	Santa Eufémia	3º Domingo de Agosto
Salselas	Santa Joana	2º Domingo de Setembro
Salselas	São Francisco	2º Domingo de Outubro
Santa Combinha	São Gonçalo e São Sebastião	Agosto
Sezulfe	S. João Baptista	24 de Junho
Sezulfe	Divino Senhor dos Milagres	25 de Agosto
Sezulfe	Nossa Senhora do Pilar	2º Domingo de Agosto
Soutelo Mourisco	Santo António	15 de Agosto
Soutelo Mourisco	São Tiago	2.º ou 3.º domingo de Agosto
Talhas	Srª dos Desamparados, S. Francisco e Srª da Boa Viagem	2º Fim-de-semana de Agosto
Talhas	S. Sebastião	20 de Janeiro
Talhinhas	Nosso Senhor de Santa Cruz	1º Domingo de Agosto
Talhinhas	São Tiago	3.º Sábado de Setembro
Talhinhas	Nossa Senhora de La Salle	3º Domingo de Setembro
Vale Benfeito	Nossa Senhora do Freixo	4º Domingo de Agosto
Vale Benfeito	Divino Espírito Santo	
Vale da Porca	São Vicente	Julho
Vale da Porca	Santo Ambrósio	Penúltimo Domingo de Agosto
Vale de Prados	Santa Catarina	Novembro
Vale de Prados	São Jerónimo	Agosto
Vilar do Monte	São Martinho	11 de Novembro
Vilar do Monte	Divino Espírito Santo	
Vilarinho de Agroxão	Santo Antão	17 de Janeiro
Vilarinho de Agroxão	Nossa Senhora da Apresentação	21 de Novembro
Vilarinho de Agroxão	Nossa Senhora do Rosário	1º Domingo de Outubro
Vilarinho do Monte	São Sebastião	20 Janeiro e 3.º fim-de-semana de Agosto
Vinhais	Anjo da Guarda	2º Domingo de Agosto
Vinhais	São Gregório	3º Domingo de Agosto

MIRANDA DO DOURO

FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Atenor	N. Srª da Purificação e de Stª Bárbara	Entre o dia 15 e 20 de Agosto
Cicouro	St.º António	10 de Janeiro
Cicouro	S. João	24 de Junho
Cicouro	St.º Amaro	Data próximo 15 Agosto
Cicouro	N. Sr.ª Rosário	Último Domingo de Outubro
Constantim	Ceia das morcelas	29 de Dezembro
Constantim	Romaria de Nossa Senhora da Luz	Último Domingo de Abril
Constantim	Festa do Mono e da Mona	3º Domingo de Setembro
Constantim	Festa dos Moços	28 de Dezembro
Duas Igrejas	Nosso Senhor dos Passos	29 de Março
Especiosa	Santo Amaro	15 de Janeiro
Especiosa	N. Srª das Candeias	2 de Fevereiro, ou fim-de-semana+próximo
Especiosa	São Gregório	Início de Agosto
Genísio	Santa Bárbara e São Bartolomeu	Início de Agosto
Genísio	N. Srª da Conceição	8 de Dezembro
Ifanes	S. Sebastião	3º fim-de-semana de Janeiro
Ifanes	Stª Catarina	25 de Novembro
Ifanes	N. Sr. Piedade	Último Domingo de Maio
Malhadas	Stº Amaro	15 de Janeiro
Malhadas	S. Sebastião	22 de Janeiro
Malhadas	N. Srª dos Remédios	15 de Maio
Malhadas	Santa Bárbara	3º Domingo de Agosto
Palaçoulo	S. Sebastião	20 de Janeiro
Palaçoulo	S. Miguel	8 de Maio
Palaçoulo	N. Sr.ª do Carrasco	15 de Agosto
Palaçoulo	Srª Rosário	2 de Setembro
Palaçoulo	Stª Bárbara	20 de Setembro ou Domingo a seguir
Palaçoulo	Stª Isabel	7 de Julho
Paradela	S. Sebastião	20 de Janeiro
Paradela	Nossa Senhora da Ascensão	Último Domingo de Agosto
Póvoa	N. Srª do Rosário	1º Domingo de Outubro
Póvoa	Stª Estevão	26 de Dezembro
Póvoa	Santo Amaro	15 de Janeiro
Póvoa	N. Srª do Naso	6,7 e 8 de Setembro
Prado-Gatão	Stª Bárbara	8 de Agosto
Prado-Gatão	Srª do Rosário	16 de Agosto
São Pedro da Silva	Festa de Nossa Senhora do Rosário	1º Domingo de Maio
São Pedro da Silva	Festa de São Pedro	29 de Junho
São Pedro da Silva	Festa de Santa Bárbara	1º Domingo de Agosto
São Pedro da Silva	Festa de Santa Marinha	Agosto

MIRANDELA

FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Abambres	São Martinho	11 de Novembro
Abambres	São Tomé	21 de Dezembro
Abambres	Divino Senhor dos Passos	2º domingo de Agosto
Abreiro	Santa Bárbara	3ª semana de Agosto
Aguieiras	Santa Catarina	04 de Agosto
Aguieiras	Nª Sr.ª do Bom Caminho	10 de Agosto
Aguieiras	Sr.ª do Monte	11 de Agosto
Alvites	Santa Maria Madalena	Agosto
Alvites	Nª Sr.ª da Saúde	Setembro
Avantos	Santo António	18 de Agosto
Avidagos	Santa Bárbara	3º domingo de Agosto
Avidagos	São Miguel	29 de Setembro
Barcel	São Ciriaco	8 de Agosto
Bouça	São Sebastião	20 de Fevereiro
Bouça	Nª Sr.ª da Assunção	15 de Agosto
Bouça	N. Sr.ª do Repouso	20 de Agosto
Cabanelas	São Sebastião	20 de Janeiro
Cabanelas	Festa de Verão	Agosto
Caravelas	São Brás	3 de Fevereiro
Caravelas	Senhora da Piedade	Agosto
Carvalhais	Divino Espírito Santo	Agosto
Cedães	Santo Ildefonso	Agosto
Cobro	São Sebastião	20 de Janeiro
Cobro	Santa Bárbara	Agosto
Fradizela	São Lourenço	10 de Agosto
Fradizela	Senhor dos Milagres	3º domingo de Agosto
Fradizela	F. da Ribeirinha em honra Nª Srª da Encarnação	25 de Maio
Fradizela	Festa do Ramo	Natal
Franco	Santa Bárbara	3º domingo de Agosto
Franco	N. Sr.ª da Expectação	18 de Dezembro
Frechas	N. Sr.ª de Lurdes	11 de Fevereiro
Frechas	Santo Isidro	15 de Maio
Frechas	São Miguel	29 de Setembro
Frechas	N. Sr.ª do Aviso	3º domingo de Agosto
Freixeda	Festa do Menino Jesus	1 de Janeiro
Freixeda	Festa do Padroeiro	30 de Novembro
Lamas de Orelhão	N. Sr.ª do Rosário	1ª quinzena de Agosto
Marmelos	São Gens	25 de Agosto
Mascarenhas	N. Sr.ª do Viso	1º domingo de Agosto
Mascarenhas	N. Sr.ª da Natividade	15 de Agosto
Mascarenhas	Santa Luzia	15 de Dezembro
Mirandela	Nossa Senhora do Amparo	Entre 25 de Julho e o 1º domingo de Agosto
Mirandela	São João Bosco	Junho (1º Fim de semana)
Mirandela	São Sebastião	Setembro (2º Fim de semana)
Mirandela	Nª Srª do Ó (Golfeiras)	Setembro (1º Fim de semana)
Mirandela	Verbenas de St. António, S. João e S. Pedro (Confraria de Nª Srª do Amparo e Srª do Ó)	Junho (1º Fim de semana)
Mirandela	Santo Estêvão (Vale de Madeiro)	26 de Dezembro e Agosto
Mirandela	São Domingos (Bronceda)	1º Domingo de Agosto
Mirandela	São Bartolomeu (Freixedinha)	Agosto
Múrias	São Sebastião	Domingo Gordo (antes do Carnaval)
Múrias	Santo Amaro	15 de Agosto
Múrias	Santa Bárbara	Agosto
Múrias	São Martinho	11 de Novembro

MIRANDELA FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Múrias	N. Sr.ª da Conceição	08 de Dezembro
Navalho	N. Sr.ª da Purificação	02 de Fevereiro
Passos	N. Sr.ª das Graças	Entre o 1º e 2º fim-de-semana de Setembro
Pereira	N. Sr.ª da Torre	2º domingo de Agosto
Romeu	Santo Amaro	10 de Janeiro
Romeu	N. Sr.ª de Jerusalém	1º domingo de Setembro
São Pedro Velho	Divino Senhor do Calvário	Último domingo de Julho
São Salvador	São Salvador	Entre 15 e 20 de Agosto
Suçães	N. Sr.ª da Assunção	15 de Agosto
Suçães	São João Baptista	Agosto
Suçães	São Frutuoso	Agosto
Torre de Dona Chama	São Brás	03 de Fevereiro
Torre de Dona Chama	Santíssimo Sacramento	3ª semana de Maio
Torre de Dona Chama	Divino Senhor dos Passos	2ª semana de Agosto
Torre de Dona Chama	Santa Rita	Agosto
Torre de Dona Chama	Senhor dos Aflitos	3º domingo de Setembro
Torre de Dona Chama	Santo Estevão	25 e 26 de Dezembro
Vale de Asnes	N. Sr.ª do Rosário	Agosto
Vale de Gouvinhas	N. Sr.ª do Rosário	2ª semana de Agosto
Vale de Gouvinhas	Santo André	30 de Novembro
Vale de Gouvinhas	Divino Espírito Santo	7º fim-de-semana depois da Páscoa
Vale de Gouvinhas	Santa Marinha	3º domingo de Julho em Vale Maior
Vale de Salgueiro	Festa dos Reis	06 de Janeiro
Vale de Salgueiro	São Sebastião	20 de Janeiro
Vale de Salgueiro	Senhor dos Aflitos	3º domingo de Agosto
Vale de Salgueiro	N. Sr.ª da Apresentação	21 de Novembro
Vale de Telhas	Santo Ildefonso	23 de Janeiro
Vale de Telhas	Sr.ª do Barreiro	02 de Fevereiro
Vale de Telhas	Festa do Emigrante	3º domingo de Agosto
Valverde da Gestosa	N. Sr.ª da Expectação	08 de Dezembro
Vila Boa	Santa Maria Madalena	Entre 18 e 22 de Julho
Vila Verde	Santo Apolinário	23 de Julho

MOGADOURO FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Bemposta	Festa do Chocalheiro	26 de Dezembro e 1 de Janeiro
Bruçó	Festa dos Velhos	25 de Dezembro
Castanheira	Nª Sra. da Assunção	Maio
Mogadouro	Amendoeiras em Flor	Março
Mogadouro	Festa de Santa Ana	1º Fim-de-Semana de Julho
Mogadouro	Festa de S. Mamede	Junho
Mogadouro	Festa de Nª Sra. do Caminho	Último Fim-de-Semana de Agosto
Mogadouro	Feira dos Gorazes	15 e 16 de Outubro
Soutelo	Festa do Ramo do Bi-Tó-Ró	3º Domingo Janeiro
Tó	Farandulo	1 de Janeiro

VILA FLOR FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Alagoa	Tradicional Ramo de Reis	6 de Janeiro
Alagoa	F. Religiosa honra de N.Sra de Fátima	20 de Agosto
Arco	Festa Religiosa a S. Lourenço	10 de Agosto
Assares	Festa religiosa a S. Miguel	29 de Setembro
Benlhevai	Festa Religiosa do Espírito Santo	7º. Domingo depois da Páscoa
Candoso	Festa Religiosa a S. Sebastião	20 de Janeiro
Candoso	Festa Religiosa à Sra da Assunção	3º Domingo de Agosto
Carvalho de Egas	Festa Religiosa a Santa Catarina	25 de Novembro
Folgaes	Festa das Maias	5 e 6 de Junho
Freixiel	Festa em honra de Stª Mª Madalena	22 de Julho
Freixiel	Festa/Romaria da Sra do Rosário	2º Domingo de Agosto
Lodões	Festa Religiosa a Santiago	25 de Julho
Macedinho	Festa Religiosa a Sta Maria Madalena	Último Domingo de Julho
Meireles	Festa Religiosa a Santa Marinha	18 de Junho
Mourão	Festa Popular de S. João	24 de Junho
Mourão	F. Religiosa à Sra da Saúde e a S. Ciríaco	2º Domingo de Agosto
Nabo	F. Religiosa a S. José (Festa dos rapazes)	19 de Março
Nabo	Festa Religiosa à Sra do Carrasco	2º Domingo de Agosto
Raios	Festa Religiosa à Senhora das Graças	1º. Domingo de Agosto
Samões	O Ramo da Senhora do Rosário	1 de Janeiro
Samões	Festa Religiosa a S. Braz	3 de Fevereiro
Sampaio	Festa Religiosa a Sto André	1º. Domingo de Agosto
Santa Comba de Vilariça	Festa em honra de S. Pedro	29 de Junho
Seixo de Manhoses	Festa/Romaria de Santa Cecília	3º Domingo de Agosto
Seixo de Manhoses	Festa Religiosa a Santa Bárbara	4 de Dezembro
Trindade	Festa Religiosa da Santíssima Trindade	8º. Domingo depois da Páscoa
Valbom	Festa Religiosa a S. Gregório	12 de Março
Vale Frechoso	Esmolas de S. Paulo e S. Sebastião	25 de Janeiro
Vale Frechoso	Festa Religiosa a S. Lourenço	10 de Agosto
Vale Frechoso	Festa Religiosa a N Sra. de Lurdes	19 de Setembro
Valtorno	Festa da Senhora do Castanheiro	2º Domingo de Agosto
Valtorno	Dia da Natividade da Sra. do Castanheiro	8 de Setembro
Vieiro	Festa Religiosa a Santa Bárbara	2º Domingo de Setembro
Vila Flor	S. Bartolomou	24 de Agosto
Vilarinho das Azenhas	Festa/Romaria da Sra dos Remédios	1º Domingo de Setembro
Vilas Boas	Festa Religiosa da Ascensão do Senhor	6º. Domingo depois da Páscoa
Vilas Boas	Festa/Romaria da Sra da Assunção	15 de Agosto
Vilas Boas	Festa Religiosa de Santa Eufémia	3º Domingo de Setembro

VIMIOSO FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Algozo	São João	24 de Junho
Algozo	Nossa Senhora do Castelo	15 de Agosto
Algozo	São Roque	16 de Agosto
Algozo	Feira anual de S. Lourenço	9 de Agosto
Angueira	Nossa Senhora do Rosário e S. Lucas	Agosto
Angueira	S. Miguel	Último Fim-de-Semana de Setembro
Angueira	Festa em honra de S. Lucas (Casados)	21 de Agosto
Argozelo	São Bartolomeu	24 de Agosto
Argozelo	Festa em honra do Sr. do Bonfim	4 e 5 de Agosto
Argozelo	Festa em honra de S. Roque	11 e 12 de Agosto
Argozelo	Festa em honra de S. José	15 de Agosto
Argozelo	Festa em honra de St.ª Bárbara	18 de Agosto
Argozelo	Festa em honra de N.ª Sr.ª das Dores	19 de Agosto
Avelanoso	Festa em honra de N.ª Sr.ª da Saúde	17 de Agosto
Avinhó	Festa em honra do Divino St.º Cristo	21 de Agosto
Caçarelhos	São Sebastião	Janeiro
Caçarelhos	Festa de Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Caçarelhos	Festas em honra de Santa Luzia	Setembro
Caçarelhos	Festa de Santa Bárbara	Dezembro
Campo de Víboras	Festas de São Tiago	Último Fim-de-Semana de Agosto
Campo de Víboras	Senhor dos Aflitos	3 de Maio
Carção	Nossa Senhora das Graças	Último Domingo de Agosto
Carção	São Roque	15 e 16 de Agosto
Junqueira	Festa em honra de St.º Estêvão	21 de Agosto
Matela	Festa em honra dos Santos Mártires: St.º Estêvão e S. Sebastião	18 de Agosto
Matela	Festa em honra de St.º Antão e St.ª Marinha	19 de Agosto
Mora	Festa em honra de Santa Eufémia	13 de Agosto
Pinelo	Festa em honra de N.ª Sr.ª da Assunção, St.ª Bárbara, S. Jerónimo e da Padroeira St.ª Eulália	19 de Agosto
Santulhão	S. Lázaro	2º Domingo de Agosto
Santulhão	Festa do emigrante	15 de Agosto
São Joanico	Festa em honra de S. João Baptista	18 de Agosto
Serapicos	Festa em honra de S. Sebastião	3 de Agosto
Vale de Algozo	Festa em honra de St.º António	11 de Agosto
Vale de Frades	Festas em honra de N.ª Sr.ª da Assunção	14 de Agosto
Vale de Pena	Festa em honra de N.ª Sr.ª ao Pé da Cruz	17 de Agosto
Vila Chã	Festa em honra de St.º António	17 de Agosto
Vilar Seco	Festa em honra de S. Bartolomeu	23 de Agosto

VINHAIIS FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Agrochão	Divino Espírito Santo	3 de Junho
Agrochão	Nossa Senhora do Areal	1º Domingo de Agosto
Agrochão	Divino Senhor Jesus da Piedade	3º Fim-de-semana de Setembro
Candedo	Corpo de Deus	21 de Junho
Candedo	Sta Bárbara	2º Domingo de Setembro
Candedo	Senhora das Dores	3º Fim-de-semana de Setembro
Celas	São Pedro	29 de Junho
Celas	Divino Espírito Santo	7 semanas após a Páscoa
Celas	São Bartolomeu	24 de Agosto
Celas	Nossa Sr.ª do Rosário	1º Domingo de Outubro
Curopos e Vale de Janeiro	Santa Madalena	22 de Julho
Curopos e Vale de Janeiro	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Curopos e Vale de Janeiro	Nossa Senhora da Saúde	Último Fim-de-Semana de Agosto
Curopos e Vale de Janeiro	São Justo	6 de Agosto
Curopos e Vale de Janeiro	Senhor dos Rosários	31 de Maio
Curopos e Vale de Janeiro	São José das Palas	26 de Abril
Edral	Santiago Menor de Ribas	1 de Maio
Edral	Santa Barbara	4 de Dezembro
Edral	Santiago de Ribas	Penúltimo fim-de-semana de Agosto
Edral	São Tiago	25 de Julho
Edral	São Mamede	17 de Agosto
Edrosa	Nossa Senhora do Rosário	Último Fim-de-semana de Julho
Ervedosa	Santa Ana	Último Fim-de-semana de Julho
Ervedosa	São Nicolau	Último Domingo de Setembro
Ervedosa	São Siríaco	2º Domingo de Agosto
Ervedosa	Santa Luzia	15 dias após a Páscoa
Ervedosa	Santo António	14 de Junho
Ervedosa	Santa Barbara	4 de Dezembro
Fresulfe	Imaculado Coração de Maria	2º Fim-de-semana de Julho
Fresulfe	Senhora da Assunção	15 de Agosto
Mofreita	São Vincente	17 de Junho
Moimenta e Montouto	Nossa Senhora do Carmo	3º Domingo e Segunda de Agosto
Nunes e Ousilhão	Senhora da Alegria	2º Domingo de Agosto
Nunes e Ousilhão	Nossa Senhora dos Remédios	3º Domingo de Agosto
Nunes e Ousilhão	São Cipriano	16 de Setembro
Nuzedo de Baixo	Senhor dos Aflitos	3º Sábado de Agosto
Paçó	Santa Barbara e Senhora de Fátima	7 de Agosto
Paçó	São Lourenço	10 de Agosto
Penhas Juntas	São Marcos	25 de Abril
Penhas Juntas	Santíssimo Sacramento	21 e 22 de Junho
Quirás e Pinheiro Novo	Nossa Senhora das Candeias	22 de Agosto
Quirás e Pinheiro Novo	São Salvador	6 de Agosto
Quirás e Pinheiro Novo	Nossa Senhora da Assunção	16 de Agosto
Quirás e Pinheiro Novo	Santa Luzia	17 de Agosto
Quirás e Pinheiro Novo	Santa Eufémia	3º Domingo de Agosto
Quirás e Pinheiro Novo	Santa Marinha	18 de Agosto
Quirás e Pinheiro Novo	Santo António	12 de Agosto
Quirás e Pinheiro Novo	Santa Ana	4 de Agosto
Rebordelo	São Venâncio	18 de Maio
Rebordelo	Senhora da Penha de França	15 de Agosto
Santalha	Nossa Senhora do Rosário	13 de Agosto
Santalha	Santo António	14 de Agosto
Santalha	São Marçal	1º Sábado de Agosto
Santalha	Santa Margarida	1º Domingo de Agosto

VINHAIS		
FREGUESIA	FESTA/ROMARIA	DATA
Sobreiro de Baixo e Alvaredos	São Mateus	21 de Setembro
Sobreiro de Baixo e Alvaredos	Santa Luzia	1º Domingo de Agosto
Sobreiro de Baixo e Alvaredos	São Miguel	29 de Setembro
Sobreiro de Baixo e Alvaredos	São Lourenço	10 de Agosto
Sobreiro de Baixo e Alvaredos	São João	26 de Junho
Soeira	Santa Teresinha do Menino Jesus	1º Domingo de Agosto
Travanca e Santa Cruz	Santa Helena	16 de Agosto
Travanca e Santa Cruz	São Mamede	17 de Agosto
Travanca e Santa Cruz	Santo Estêvão	27 de Dezembro
Tuizelo	Santo Cristo	1º Domingo de Maio
Tuizelo	Nossa Senhora dos Remédios	8 de Setembro
Tuizelo	São Pedro	5 de Agosto
Tuizelo	São Bartolomeu	24 de Agosto
Tuizelo	São Lourenço	10 de Agosto
Tuizelo	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Tuizelo	São Roque	16 de Agosto
Tuizelo	Santa Barbara	6 de Agosto
Vale das Fontes	Santo Amaro	23 de Agosto
Vale das Fontes	São Bartolomeu	24 de Agosto
Vila Boa	Corpo de Deus	15 de Junho
Vila Boa	São Roque	16 de Agosto
Vila Boa	São Miguel	29 de Setembro
Vila Verde	São Miguel	Ultimo Sábado de Setembro
Vila Verde	Senhora da Natividade	9 de Agosto
Vila Verde	Santo Amaro	17 de Janeiro
Vilar de Lomba e S. Jumil	Nossa Senhora das Mercês	2º Sábado de Agosto
Vilar de Lomba e S. Jumil	Santa Luzia	1ª Terça-feira de Agosto
Vilar de Lomba e S. Jumil	Sr.ª das Mercês	24 de Setembro
Vilar de Lomba e S. Jumil	Santo André	30 de Novembro
Vilar de Lomba e S. Jumil	São Pedro	29 e 30 de Julho
Vilar de Lomba e S. Jumil	Santo Estêvão	26 de Dezembro
Vilar de Ossos	Senhora das Neves	5 de Agosto
Vilar de Ossos	São Pedro	29 de Junho
Vilar de Ossos	São Tiago	25 de Julho
Vilar de Ossos	Divino Senhor do Campo	3º Domingo de Agosto
Vilar de Ossos	São Cipriano	16 de Setembro
Vilar de Peregrinos	São Jorge	24 de Agosto
Vilar de Peregrinos	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Vilar de Peregrinos	Festa da Cabra	31 de Outubro
Vilar Seco de Lomba	Sta Bárbara	3º Sábado de Agosto
Vilar Seco de Lomba	Nossa Senhora da Assunção	15 de Agosto
Vilar Seco de Lomba	Nosso Senhor dos Aflitos	2º Domingo de Agosto
Vinhais	São Pedro	28 de Junho
Vinhais	Senhor dos Aflitos	30 de Julho
Vinhais	São Salvador	1 de Agosto
Vinhais	Senhor do Calvário	1º Fim-de-semana de Junho
Vinhais	Nossa Senhora da Assunção	1 a 15 de Agosto
Vinhais	Santo António	1º Fim-de-semana de Setembro



Raiz, Consultoria de Marketing e Gestão, Lda

Urbanização Fernando Dias, Bloco 3, Loja 2
5400-590, Chaves

Telf.: +351 276 106 297

Telm.: +351 919 405 717

WWW.RAIZCONSULTING.COM

