



# Estratégia de Conteúdos de um Destino



PRTNERS

**2020**





**#CANTSKIPCOVID19**

Com o mundo a fechar portas, todos os setores e empresas procuravam a luz em toda e qualquer oportunidade.

Poucos encontraram no contexto de pandemia um enquadramento positivo, mas muitos, com as devidas transformações, tinham condições para continuar a manter os negócios ativos.

**O Turismo, foi um setor que se viu forçado a parar por completo a sua atividade.**

**#CANTSKIPFACTS**

The image features a black background with several abstract, torn-paper-like shapes in vibrant colors: a large green shape on the left, a yellow circle in the top right, a large red shape on the right, and a blue shape at the bottom. The text '#CANTSKIPFACTS' is centered in a bold, white, sans-serif font.

Em Portugal, com o Turismo a representar **50%** das exportações de serviços, mais de **20%** do total de exportações, **14%** do PIB e **10%** da força de trabalho, esta situação era de extrema preocupação a todos os níveis e para inúmeros stakeholders ao longo da cadeia valor:

Política. Económica. Social. Local. Regional. Nacional. Global. Hotéis.  
Empresas de animação turística. Agências de Viagens. Restauração.  
Acionistas. Sócios. Proprietários. Profissionais. Colaboradores. Fornecedores.  
Pessoas. Famílias.



**#CANTSKIPTHECHALLENGE**

# Assim, o desafio era imenso.

Qual seria a posição da marca **Visit Portugal**, quando o que estava em causa era precisamente o facto de **não se poder visitar Portugal?**

Focados no propósito, esta seria uma investida que precisava de:

**Ser célere**, mesmo num contexto de incerteza.

**Ser relevante**, mesmo sem medidas concretas.

**Ser pertinente**, mesmo numa altura de ruído.

**Ser transversal**, mesmo quando cada caso era particular.

**Ser humana**, mesmo que se tivesse a dirigir para o setor.



**#CANTSKIPUS**

# Contexto

Tempos excepcionais exigiam medidas excepcionais.

Enquanto a estratégia para mitigar e, posteriormente, contrariar os efeitos da pandemia não estava totalmente traçada, as verbas para investir em comunicação estariam cativas e afetadas a um plano futuro.

A decisão era de comunicar. Com audácia e força.

Uma vez que esta campanha seria lançada e veio colada de forma orgânica, o ônus recaía sobre a criatividade.

**E a esperança estava na mensagem.**



**CONCEITO**

A landscape photograph of rolling green hills at sunset. The sun is low on the horizon, casting a golden glow over the scene. The sky is filled with dramatic, dark clouds, some of which are illuminated from below by the setting sun. The foreground shows lush green fields with scattered trees and a few small structures. The overall mood is serene and hopeful.

**#CantSkipHope**

Para que as pessoas se lembrassem daquilo que as esperava se todos soubessem esperar, o Turismo de Portugal transformou assim a comunicação do destino turístico:

De **#CantSkipPortugal** para **#CantSkipHope**.

Através de um filme concebido e produzido com todas as equipas a trabalhar desde casa, com imagens do arquivo do Turismo, que refletiam o melhor de Portugal, todas as paisagens, momentos, todas as gentes e todos os monumentos e recorrendo a um smartphone para gravação da locução, o país viajou pelo mundo.



**#CantSkipHope**

**Link to video:** <https://youtu.be/IFIFkGV207A>

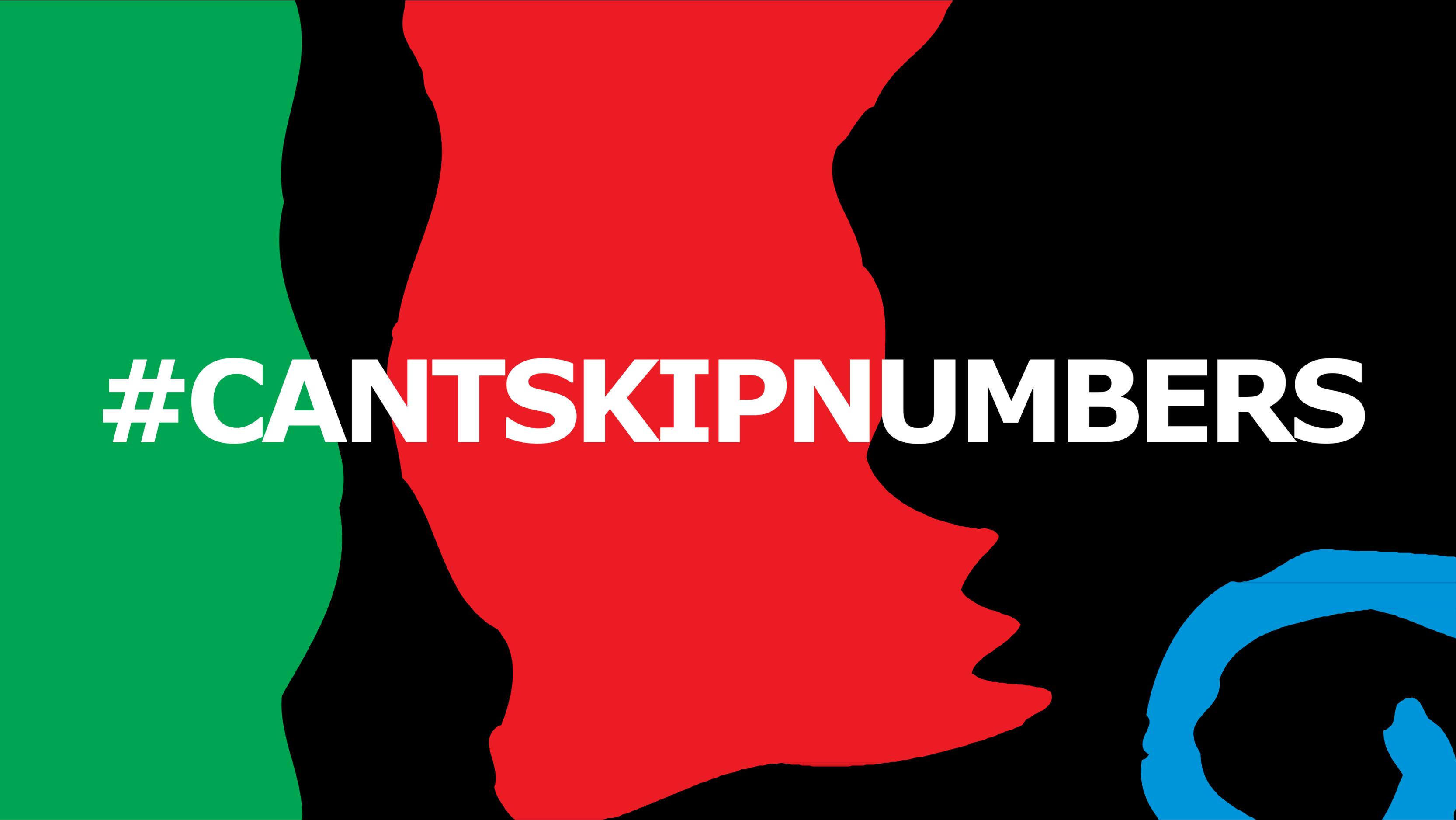


**#CANTSKIPRESULTS**

Mais do que números, o Turismo de Portugal tinha tomado como sua, a responsabilidade de partilhar uma mensagem de esperança, mesmo quando todos (marcas) ainda estavam em silêncio.

**Foi o mote em tempos de incerteza que ganhou lastro e se transformou num movimento apropriado pela comunidade e elevado a verdadeiro mantra de esperança para todo o setor do turismo e sociedade em geral.**

**É a viagem de uma mensagem que chegou a movimento.**



**#CANTSKIPNUMBERS**

# Mais de **1 milhão** de visualizações, sem **1 cêntimo** de investimento em media.

Uma mensagem, veiculada de forma orgânica, com uma performance que merece destaque pelo engagement e dinâmica que gerou:

Canal	Visualizações	Comentários	Partilhas	#
Youtube*	872.812	242	N.A	N.A
Facebook	245.900	1.426	6.100	2.600
Instagram	74.900	202	3.844	5.782
Twitter	32.819**	12	168	1.728
Linkedin	17.005	20	419	6.937
<b>Total</b>	<b>1.210.617</b>	<b>1.902</b>	<b>10.531</b>	<b>17.047</b>

\*Com o video nacional a gerar uma performance **25,4x** superior à média do canal de YouTube e a versão internacional **35,6x** superior à média do canal de YouTube ( **180,9x** mais partilhas, **77,5x** mais comentários e **81,6x** mais Reações).

\*\*impressões

**Fonte:** Turismo de Portugal



**#CantSkipOpening**

## **De #CantSkipHope a #CantSkipOpening**

Com as fronteiras abertas - Portugal está oficialmente pronto para receber visitantes internacionais.

O país acolhe a todos de braços abertos, com o compromisso de continuar a garantir a implementação de medidas de saúde e segurança que permitam ao turista manter a sua confiança enquanto desfruta da viagem.

Os turistas que visitam Portugal agora vão poder vivenciar o destino ao máximo, seja nos seus museus, sítios classificados pela UNESCO, restaurantes e cafés, miradouros, áreas naturais protegidas, geoparques ou atividades e experiências turísticas.



**#CantSkipOpening**

**Link to video:** <https://youtu.be/zNcJpI9IG-Q>

# **A mensagem tinha que ser dirigida aos que cá estavam.**

Com várias fronteiras ainda fechadas e com inúmeras restrições às viagens, tentar comunicar para o público internacional afigurava-se não só infrutífero como irresponsável. O foco deveria então passar por comunicar com os que cá ficaram, os portugueses que viram os seus planos de verão saírem furados e que se perguntavam como seria o verão.

## DESAFIO

# Como falar para dentro quando temos falado para fora?

Os últimos anos foram marcados pela descoberta de Portugal pelo Mundo, o que obrigou os agentes turísticos a virar-se para fora, de forma a captar este interesse e capitalizá-lo. O **Turismo de Portugal** comunicava quase exclusivamente para fora, sob a forma do “*Visit Portugal*”.

Uma comunicação virada para os que procuravam conhecer o melhor destino do Mundo. Perante este novo cenário pandémico, o **Turismo de Portugal** aproveitaria para falar para dentro, para os portugueses.

## DESAFIO

**Da sobrelotação passámos ao espaço vazio.  
O melhor destino do Mundo  
estava livre a descobrir.**

Só quem ficou é que podia explorar Portugal.

Um Portugal sem filas, nem trânsito, sem marcações ou reservas.

Decidimos incentivar os portugueses a aproveitar para redescobrir o seu país.

**DESAFIO**

# **Desafiámos os Portugueses a "visitar" aquilo que nos tornou referência mundial.**

O Mar, o Sol, o Património, a Cultura, o surf, as vinhas, a gastronomia...

Um "movimento" para manter "vivo" tudo aquilo que faz de nós o melhor destino do mundo.

**Uma mensagem de "fora" para "dentro"**

An aerial photograph of a rugged, rocky coastline. The rocks are dark and jagged, with some patches of green moss or lichen. The water is a deep, dark blue. A small yellow boat is visible in the upper right corner, moving across the water and leaving a white wake.

# #TuPodes



visita Portugal

# Conceito

Um filme que é uma **mensagem de quem nos visita**.  
É dedicado a todos os que vivem no melhor destino do mundo.

São milhões os estrangeiros que se apaixonam pelo nosso país e que todos os anos regressam para alguns dias de férias, mas este ano estavam impedidos de vir.

Foram estes turistas, de várias nacionalidades, os protagonistas da nossa campanha.

Cantando uma versão portuguesa da música **'Only You'** deram a conhecer aos portugueses que, apesar de eles não poderem fazê-lo, todos nós podíamos finalmente começar a desfrutar de todas as maravilhas do nosso país.

Sob o conceito **'Tu podes'** e sendo esta uma mensagem para dentro, para os nossos, a assinatura **'Visit Portugal'** transformou-se também ela em **'Visita Portugal'**.

Um convite exclusivo aos que cá estão, um convite a ficar, um convite a explorar, um convite a descobrir, a redescobrir.

Um convite aos portugueses mas também aos que nos escolhem para morar.

An aerial photograph of a coastline during sunset. The sky is a gradient of orange and yellow, transitioning into a pale blue. The ocean is a deep blue, with white foam from waves crashing onto a sandy beach. In the background, dark, silhouetted cliffs and hills stretch across the horizon. The overall mood is serene and dramatic.

**#TuPodés**

**Link to video:** <https://youtu.be/Y7j3cvtWnOE>

# Campanha

## 1 **Conceito** **#TuPodes**

Emocionar-me,  
mostrar-me o teu caminho,  
dar-me a tua mão,  
tornar o meu sonho real

## 2 **Profissionais** **Visita a tua**

GASTRONOMIA  
VINHO  
PATRIMÓNIO  
TERRA  
SURF

## 3 **Comercial** **Visita muito por pouco**

**Promo 50%**

# 1 Conceito #TuPodes

 Visit Portugal   
Publicado por Rafaela Mota Lemos  · 18 de junho · 

Agora que já podes, vai. Pelo teu mar, pelo teu sol, pela tua cultura, pelo teu património. Vai por tudo o que é nosso. Vai porque vives no Melhor Destino do Mundo.

[#TuPodes](#) [#VisitaPortugal](#)



 **tupodesvisitaportugal**  

9 publicações · 13 seguidores · A seguir 1

Visita Portugal  
Um movimento para manter vivo tudo aquilo que faz de nós o Melhor Destino do Mundo.

Publicações · Respostas



 **visitaportugal** · A seguir 

 **visitaportugal** · A partir de hoje, tu podes dedicar-te a aproveitar o melhor que Portugal tem para te dar. Vem daí e redescobre o teu país. Segue o novo perfil de Instagram  [@tupodesvisitaportugal](#) [#VisitaPortugal](#) [#TuPodes](#)

22 sem



 **rosa\_m\_valiente** Deseando   
22 sem · 2 gostos · Responder

 **as3delesales** Podemos sim!!! 

Gostos:  **isabelseixasvaz** e 3 215 outras pessoas

15/6

Adiciona um comentário... 



**Visit Portugal**  Patrocinado (demonstração) · 

Tu podes viajar pelo Melhor Destino do Mundo. Emociona-te e redescobre o teu país.



VISITPORTUGAL.COM  
**#TuPodes**  
Visita Portugal [Saber mais](#)

**Visit Portugal**  Patrocinado (demonstração) · 

Tu podes viajar pelo Melhor Destino do Mundo. Dá-me a tua mão e redescobre o teu país.



VISITPORTUGAL.COM  
**#TuPodes**  
Visita Portugal [Saber mais](#)

**Visit Portugal**  Patrocinado (demonstração) · 

Tu podes viajar pelo Melhor Destino do Mundo. Mostra-me o caminho, abre horizontes e redescobre o teu país.



VISITPORTUGAL.COM  
**#TuPodes**  
Visita Portugal [Saber mais](#)

**Visit Portugal**  Patrocinado (demonstração) · 

Tu podes viajar pelo Melhor Destino do Mundo. O sonho torna-se real, vem daí e redescobre o teu país.



VISITPORTUGAL.COM  
**#TuPodes**  
Visita Portugal [Saber mais](#)

Madeira

# Visita o teu mar

#TuPodes



visita Portugal

Algarve

# Visita o teu sol

#TuPodes



visita Portugal

Lisboa Região

# Visita a tua cultura

#TuPodes



visita Portugal

Centro de Portugal

# Visita as tuas aldeias

#TuPodes



visita Portugal

Porto e Norte

# Visita o teu património

#TuPodes



visita Portugal

Lisboa Região

# Visita a tua arquitetura

#TuPodes



visita Portugal

Açores

# Visita a tua natureza

#TuPodes



visita Portugal

Alentejo

# Visita o teu interior

#TuPodes

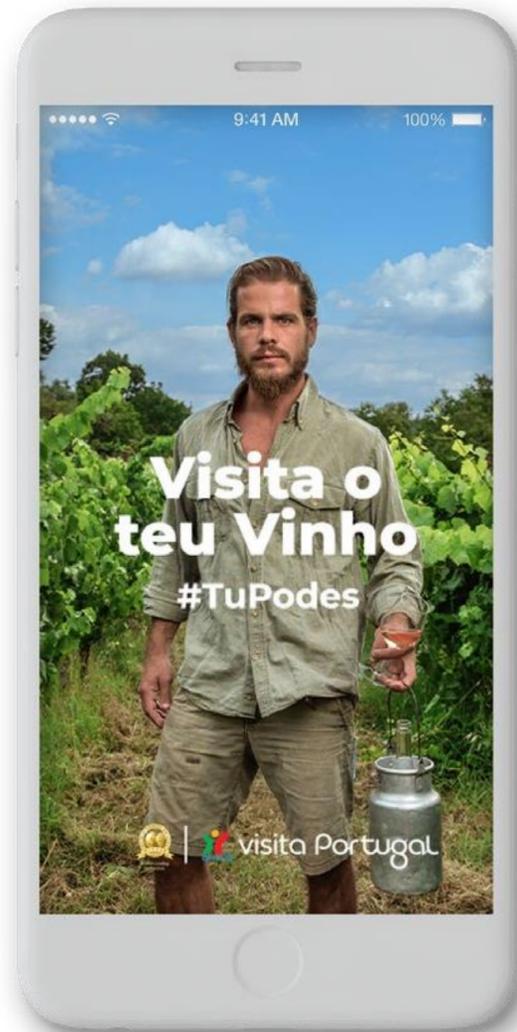


visita Portugal

## 2 Profissionais Visita a tua...

Um segundo momento onde personalidades marcantes de cada setor e vetor estratégico do turismo em Portugal, deixaram o seu testemunho, evidenciando o porquê de sermos o melhor destino do Mundo.







**Link to video:** [https://youtu.be/sI4p8\\_dkL5I](https://youtu.be/sI4p8_dkL5I)



**Link to video:** <https://youtu.be/hmiB1OPS-sY>

# 3 Comercial

## Visita muito por pouco

Depois da apresentação do conceito, dos portugueses de cada área, o **Turismo de Portugal** em parceria com o Governo conseguiu um **pacote de descontos em experiências, alojamento, museus e viagens de comboio até 50%**, ajudando na prática a promover o turismo dentro do país para os portugueses. Um momento que é em si um *call to action*, com uma promoção associada. Uma tática arriscada, que infelizmente, pelo agravamento do contágio da pandemia, acabou por ter de ver a campanha ser suspensa.





#TuPodes  
**Visita muito por pouco**  
visitaportugal.pt



Experiências  
**Descobre Portugal**



Viagens  
**Comboios de Portugal**



Alojamento  
**Solares de Portugal**



Alojamento  
**Hotéis Click2Portugal**



Cultura  
**Museus e Monumentos**



Alojamento  
**Aldeias do Xisto BookinXisto**

visita Portugal 

#TuPodes

# Visita muito por pouco

Aproveita o melhor destino do mundo, das praias às ilhas, das vinhas às montanhas e descobre o teu país.

Accede às plataformas abaixo e faz a tua reserva com descontos até 50%.

Visita Portugal, tu podes.

## Reserva já. Descontos até 50%.

11:21

Visita muito por pouco

Reserva. Descontos até 50%.

- Descobre Portugal
- Hotéis Click2Portugal
- Aldeias do Xisto BookinXisto
- Hotéis Bura de Portugal
- Combos de Portugal

#TuPodes

Experiências

### Descobre Portugal

Ver Descontos

Alojamento

### Hotéis Click2Portugal

Ver Descontos

Alojamento

### Aldeias do Xisto BookinXisto

Ver Descontos

Alojamento

### Solares de Portugal

Ver Descontos

visita Portugal

#TuPodes

Sem saber o que fazer nas férias ou no próximo fim de semana? Temo aqui centenas de experiências à tua disposição.



Ateliers e Oficinas



Aventura



Cidade

Reserva aqui

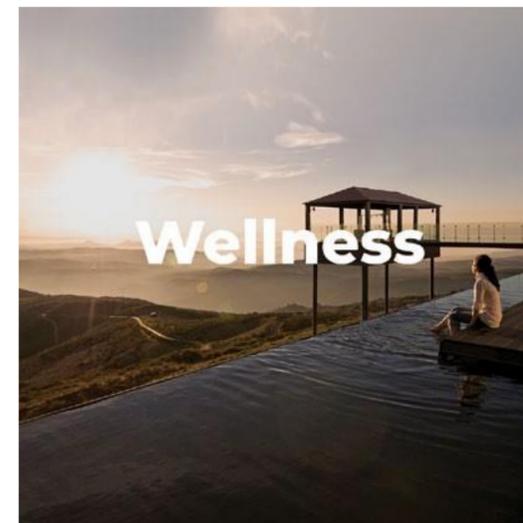


#TuPodes

## Visita o teu Mar

visita Portugal

Linha de Apoio  
 24h/24h (9h)  
 e-book@visitaportugal.com  
 100000000





## RESULTADOS DE COMUNICAÇÃO

# Uma adesão em massa ao apelo lançado.

Os objetivos foram largamente superados, o que revela a pertinência da estratégia e das mensagens no período em definido. Uma campanha que superou em mais de 100% a notoriedade prevista. A relevância bateu recordes com uma performance de +366% de sessões na LP da promoção.

Vetor	Métrica	Objetivos	Resultados	Performance
Notoriedade	Impressões	>50M	<b>+123M</b>	<b>+146%</b>
	Alcance Programmatic	>5M	<b>8,9M</b>	<b>+78%</b>
	Alcance FB (toda a duração)	>1M	<b>+2,85M</b>	<b>+185%</b>
Relevância	Cliques	>0,5M	<b>+1,2M</b>	<b>+140%</b>
	Interações Totais	>5M	<b>+11,2M</b>	<b>+124%</b>
	Interações(*)	>100K	<b>+210K</b>	<b>+110%</b>
	Views 100%	>5M	<b>+8,2M</b>	<b>+64%</b>
	Sessões LP Visit Portugal	>100K	<b>955</b>	<b>+109%</b>
	Sessões VMPP (visitaportugal)	>10K	<b>651</b>	<b>+366%</b>
	Sessões Exp (tupodes.visitaportugal)	>1K	<b>&gt;1K</b>	<b>+167%</b>

Conversões (orgânicas e pagas) até 3/nov: +20.4K cliques do visitaportugal.pt para as plataformas externas

(\*) Interações consideram comentários, reações, partilhas da publicação (FB+IG+LinkedIn) / retweets, replies, follows (Twitter).

Nota 1: Sessões consideram tráfego apenas pago

Nota 2: Plataforma DV360 (Programmatic) só permite tirar reach até 1 trimestre completo.

**2021**

---

Depois da campanha de esperança que o Turismo de Portugal protagonizou no início do confinamento, surge agora a oportunidade para **voltar a liderar o caminho.**

**É tempo de seguir em frente, relembrando as pessoas do valor único e emocional de viajar.**

# Time to be

## Tempo de ser

Um mote que urge uma reflexão para a ação. Que apela à emoção e à essência humana de forma a ganhar de novo a vida que foi colocada em pausa.

# Time to be

Time to surf  
Time to walk  
Time to inspire  
Time to taste  
Time to reach

Time to be.  
Visit Portugal.

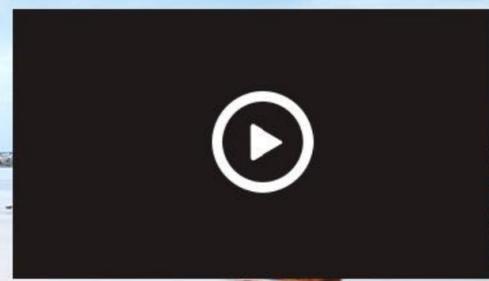
# Tempo de ser

Tempo de surfar  
Tempo de andar  
Tempo de inspirar  
Tempo de saborear  
Tempo de alcançar

Tempo de ser.  
Visita Portugal.



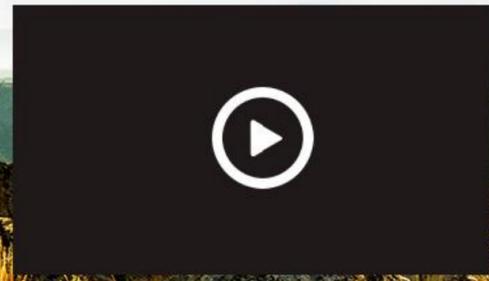
visit Portugal  
**Time to surf**  
#TimeToBe  
DISCOVER MORE



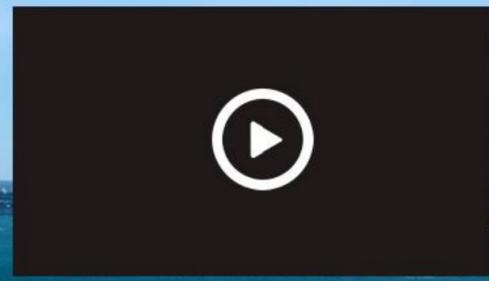
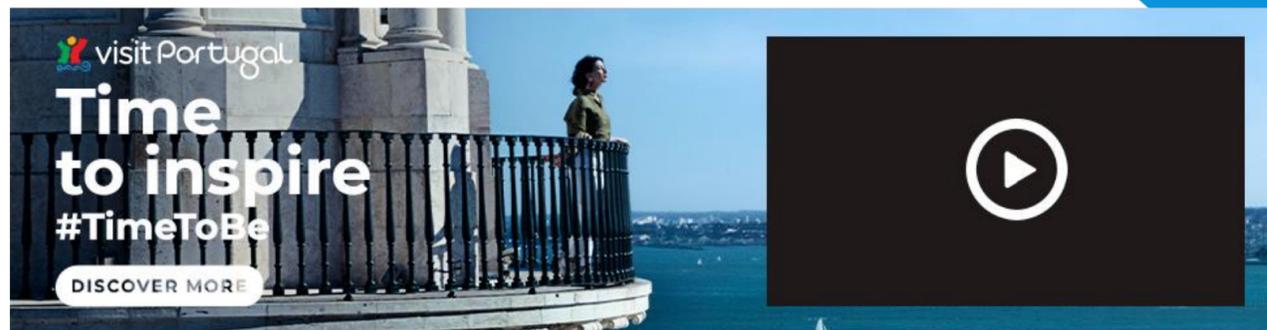
visit Portugal  
**Time to taste**  
#TimeToBe  
DISCOVER MORE



visit Portugal  
**Time to reach**  
#TimeToBe  
DISCOVER MORE



visit Portugal  
**Time to inspire**  
#TimeToBe  
DISCOVER MORE



visit Portugal  
**Time to walk**  
#TimeToBe  
DISCOVER MORE



# Tempo de alcançar



**Link to video:** <https://youtu.be/3ftEoCFVVK0>

# Tempo de inspirar



**Link to video:** [https://youtu.be/d\\_mVouGD5d0](https://youtu.be/d_mVouGD5d0)



**OBRIIGADO**

PRTNERS