**Designação do projeto |** Marketing, comunicação e internacionalização
**Código do projeto |**NORTE-06-3928-FEDER-000019
**Objetivo principal|** Promover a sustentabilidade e a qualidade do emprego e apoiar a mobilidade laboral
**Região de intervenção |Norte**
**Entidades beneficiárias |Principal** Comunidade Intermunicipal do Alto Minho; **cobeneficiários** Comunidade Intermunicipal do Cávado; Comunidade Intermunicipal do Ave; Município de Caminha; Município de Monção; Município de Arcos de Valdevez; Município de Cabeceiras de Basto; Município de Barcelos; Município de Melgaço; Município de Ponte da Barca; Município de Guimarães; Município de Vizela; Município de Viana do Castelo; Município de Esposende; Município da Póvoa de Lanhoso; Município de Município de Paredes de Coura; Município de Vila Verde; Município de Vieira do Minho; Município de Vila Nova Famalicão; Município de Valença; Município de Amares; Município de Município de Ponte de Lima; Município de Fafe; Olho de Vidro – Associação Cinematográfica de Guimarães; Município de Vila Nova de Cerveira; Município de Braga; Município de Terras de Bouro; Município de Mondim de Basto

**Data de aprovação –** 27/12/2018
**Data de início –** 23/01/2018
**Data de conclusão –** 30/11/2023
**Custo total elegível –** 1. 676.228,76€
**Apoio financeiro da União Europeia - FEDER –** 1.441.556,73€
**Apoio financeiro público nacional/regional –** 234.672,03€

**Objetivo**
O projeto âncora Marketing, Comunicação e Internacionalização constitui uma oportunidade para continuar a delinear e implementar uma estratégia de promoção dos recursos turísticos do Minho de baixa densidade, assegurando os mecanismos de ordem financeira, organizacional e comunicacional indispensáveis à sua adequada execução. Nesse sentido, visa a consolidação da ação coletiva do Consórcio nas áreas do Marketing, Comunicação e Internacionalização, constituindo um elemento transversal de suporte à execução e promoção de todos os projetos âncora que integram a EEC PROVERE Minho Inovação bem como dos diferentes produtos turísticos que lhes estão na base. Pretende-se, desta forma, contribuir decisivamente para que o Minho se afirme enquanto subdestino turístico do Porto e Norte de Portugal com uma nova imagem assente numa narrativa mais moderna e atual baseada nos recursos únicos e inimitáveis deste território.

**Atividades**
A operacionalização deste projeto prevê as seguintes ações :
**Ação 1**. Planeamento - compreende três atividades que concorrem para a realização dos objetivos operacionais do projeto e os objetivos estratégicos do Minho Inovação: (i) Atividade 1.1 Plano de Comunicação e de Ativação; (ii) Atividade 1.2 Plano de Desenvolvimento Turístico 2030 e (iii) Atividade 1.3 Capacitação Estratégica e Comunicação Interna.
**Ação 2**. Marketing e Comunicação - concentra a conceção, produção e disponibilização dos principais suportes, instrumentos e iniciativas de comunicação do Minho turístico. Envolve, assim, a concretização das seguintes atividades: (i) Material Promocional; (ii) Publicidade, comunicação; (iii) Organização de Fam e Press Trips no Minho; (iv) Estratégia de promoção online do Minho e (v) Constituição de banco de imagens turísticas do Minho.
**Ação 3**. Eventos - prevendo as seguintes atividades: (i) participação em feiras de turismo; (ii) programa Minho Portas Abertas; (iii) Essência do Minho; (iv) Promoção Internacional: Embaixadas do Minho.
**Ação 4**. Minho Film Commission - inclui um conjunto de atividades: (i) produção de conteúdos; (ii) comunicação; (iii) estruturação do Minho enquanto destino para a realização de produções cinematográficas e (iv) participação em mercados.
**Ação 5**. Gestão e Coordenação - constituição de uma Estrutura Técnica de Gestão e Coordenação, fundamental na dinamização da parceria e da execução do Programa de Ação.

**Resultados Esperados/atingidos**
A execução deste projeto terá consequências extremamente positivas para a zona Norte do país ao nível da atratividade turística, estimulando o aprofundamento do conhecimento em torno dos recursos endógenos considerado diferenciadores. Pretende-se, assim, aproximar a promoção turística do território da comercialização provocando oportunidades de venda, designadamente através da diversificação dos canais de distribuição e do cruzamento de ofertas de produtos e serviços turísticos, chave da estratégia em redes europeias e internacionais.

