

Bloom Consulting

# Portugal City Brand Ranking©

2017



Municípios  
Portugueses



Bem-vindo!

# Bloom Consulting

## Sobre a empresa

Criada em 2003, a Bloom Consulting é uma consultora especializada em “Country”, “Region” e “City” branding, analisando e desenvolvendo estratégias, análises e ferramentas de medição para destinos por todo o mundo. A empresa tem sede em Madrid e escritórios em Lisboa e São Paulo.

Ao longo dos últimos 14 anos, a Bloom Consulting tem sido presença constante em meios internacionais de renome como a BBC, Economist, Forbes e CNN. O seu CEO, José Filipe Torres, é reconhecido como um dos maiores especialistas mundiais de “Place Branding” tendo vindo a colaborar com a **OCDE** e a **European Travel Commission**.

A Bloom Consulting é “Data partner” oficial do  e contribui para a elaboração do seu índice mundial de competitividade turística.

Todos os anos publica o **Bloom Consulting Country Brand Ranking©**, nas edições de Negócios e Turismo. Estes estudos analisam a performance de marca de 225 países e territórios a nível mundial. No ano de 2016 foi publicada a segunda edição do **Digital Country Index©** que avalia a atratividade digital de todos os países do mundo nas áreas de Turismo, Talento, Prominência, Exportações e Investimento.

Neste documento apresentamos a 4ª edição do **Portugal City Brand Ranking©**, sobre a performance de marca dos 308 municípios portugueses, nas áreas do Turismo, Negócios e Talento. Os resultados e posições dos municípios no Ranking resultam de uma análise baseada em dados quantitativos estatísticos e digitais.

Apresentamos alguns países, regiões e cidades com quem a Bloom Consulting tem colaborado:

### Países

Alemanha  
Aruba  
Áustria  
Bulgária  
Cabo Verde  
Costa Rica  
El Salvador  
Espanha  
Finlândia  
Letónia  
Malta  
Noruega  
Paraguai  
Polónia  
Portugal  
Seychelles  
Suécia

### Regiões e Cidades

Abu Dhabi (AE)  
Beló Horizonte (BR)  
Bruxelas (BE)  
Castilla y León (ES)  
Helsínquia (FI)  
Herzegovina (BA)  
Macau (CN)  
Madrid (ES)  
Miami (US)  
Munique (DE)  
Riga (LV)  
Tete (MZ)  
Victoria Gasteiz (ES)

### Regiões e Cidades em Portugal

Algarve  
Angra do Heroísmo  
Beira Baixa  
Braga  
Bragança  
Caldas da Rainha  
Castelo Branco  
Figueira da Foz  
Idanha-a-Nova  
Litoral Alentejo  
Maфра  
Mondim de Basto  
Penafiel  
Porto & Norte  
Sudoeste de Portugal

# Boas-vindas do nosso CEO

## A afirmação de Portugal

Madrid, Março de 2017

Num ano em que Portugal conseguiu afirmar-se como a 21ª marca digital mais forte do mundo no turismo (subindo 4 posições e destronando grandes referências desta indústria) é com imensa satisfação que prefacio a quarta edição do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©**.

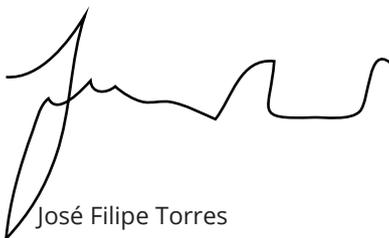
À semelhança da Marca País, temos seguido com atenção e particular interesse a evolução das marcas dos municípios portugueses e acreditamos que a evolução muito positiva que está à vista pode vir a espelhar-se em alguns dos mais interessantes casos de estudo a nível mundial.

Entre as naturais subidas e descidas no Ranking, vemos uma evolução global de performances sem precedente, reveladora do crescente interesse por parte dos municípios portugueses na procura da sua identidade, ativos únicos e extraordinárias condições para atrair trabalhadores, estudantes, talento, turistas, empreendedores e investidores para os seus territórios.

O ano de 2016 ficou também marcado pelo início de um dos maiores projetos da Bloom Consulting na área de Investimento e Exportações: a estratégia da Marca País Paraguai. Este projeto marcante tem o apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento e do Governo do Paraguai e o conceito único e diferenciador - que será apresentado brevemente - foi desenvolvido num workshop em Portugal.

É também com entusiasmo que vimos neste ano o início de novas colaborações entre a Bloom Consulting e instituições portuguesas interessadas em potencializar as suas marcas e a sua relevância no mundo digital, bem como a continuidade de projetos de sucesso que continuam a mostrar o impacto tremendo que a marca pode ter num município, independentemente do seu tamanho ou número de habitantes.

Expresso o convite a todos os municípios, empresas, entidades e cidadãos portugueses a ler, interpretar e utilizar a informação contida neste documento para o fim que desejarem. Mantemos o nosso objetivo de trazer cada vez mais a importância das estratégias de marca municipal e regional, para a agenda pública e contribuir assim, para o desenvolvimento do nosso país.



José Filipe Torres  
CEO, Bloom Consulting

# O Diretor Geral de Portugal

## Estamos mais fortes

Lisboa, Março de 2017

O ano de 2016 foi acima de tudo um ano de afirmação para o “City Branding” em Portugal. Nunca antes tínhamos assistido a um interesse proativo tão intenso por parte de Associações, Municípios e Regiões portuguesas nesta temática nem à incansável cobertura mediática do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©** e dos casos de estudo de sucesso dos nossos clientes.

É um orgulho para nós perceber que este ranking começa a consolidar o seu espaço nas agendas de instituições que têm como objetivo perceber o impacto das suas estratégias e ações nas categorias de Negócios, Visitar e Viver e sentimos isso como um grande incentivo para continuar a percorrer o país de norte a sul e nos arquipélagos com o objetivo de apoiar os municípios e regiões portuguesas a atingir todo o seu potencial.

A publicação do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking© 2017** representa a importância de continuar a medir o impacto da marca de cada município com indicadores que representem a verdade deste impacto através de dados estatísticos concretos e atualizados considerando variáveis quer tradicionais quer inovadoras.

Não podemos ignorar que estamos a escassos meses de um ponto de definição para todos os municípios portugueses. Este ano de 2017 será marcado pela continuidade, renovação ou alteração dos executivos que têm em si a maior responsabilidade pela estratégia de marca dos seus territórios e que o sucesso de um município passa também pela sua estratégia para viver, visitar e fazer negócios.

É por isso importante referenciar que nunca antes no **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©** assistimos a resultados tão competitivos como na presente edição onde assistimos a uma subida de 34% nas procuras online, e que uma variação menos positiva nos resultados de um município não representa necessariamente um enfraquecimento da marca.

Estamos e estaremos sempre à disposição de todos os municípios portugueses para ajudar na interpretação de resultados e reforçamos a nossa disponibilidade e entusiasmo e colaborar na sua estratégia de marca. Deixo o convite para navegar e descarregar o **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking© 2017**, através do site:

<http://www.bloom-consulting.com/rankingportugal/>

Esperamos que estes dados sejam úteis e interessantes para quem comanda, participa ou observa atentamente a estratégia do seu município.

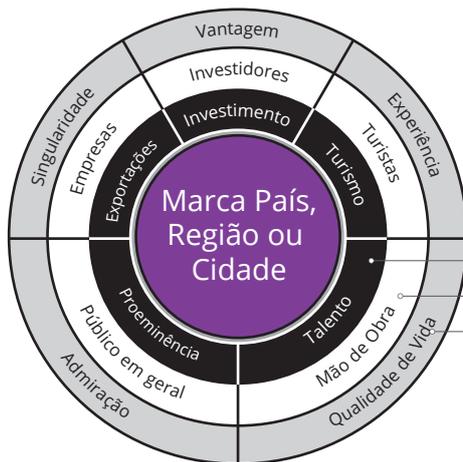
Termino esta nota com o mais profundo agradecimento à minha equipa em Portugal e à Bloom Consulting em Madrid pela dedicação ímpar na elaboração e aperfeiçoamento deste ranking.



Filipe Roquette  
Diretor Geral da Bloom Consulting em Portugal

# Bloom Consulting's Branding Wheel

Como vemos a Marca País, Região e Cidade



Existem cinco objetivos ou dimensões para cada País, Cidade ou Região.

Cada dimensão possui um público-alvo distinto.

Cada público-alvo tem as suas necessidades específicas.

Cada vez mais a marca de um país, região ou cidade, é um ativo com valor tangível e intangível que requer uma gestão estratégica de forma a atingir múltiplos objetivos.

De acordo com a Metodologia da Bloom Consulting, existem 5 objetivos ou dimensões essenciais:

1. Atração de Investimento
2. Atração de Turistas
3. Atração de Talento
4. Aumento da Proeminência
5. Aumento das Exportações

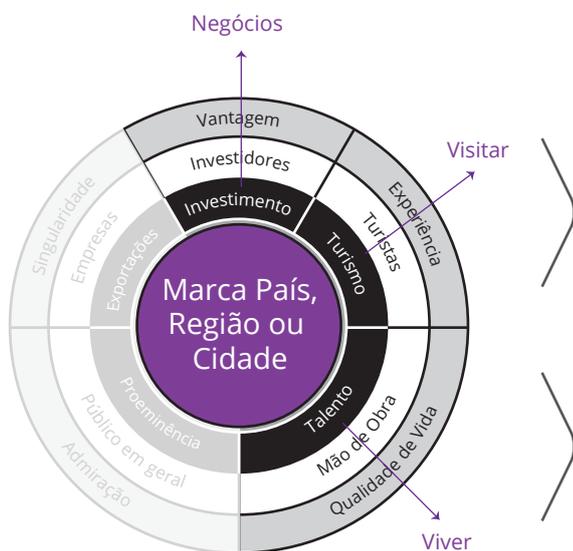
Cada uma destas 5 dimensões tem em conta diferentes públicos-alvo que são sensíveis a distintos aspetos. Isto significa que cada público-alvo, nomeadamente investidores e turistas, têm em consideração fatores antagónicos aquando da escolha ou afinidade com cada país, região ou mesmo cidade (ver figura).

Assim sendo, a Bloom Consulting recomenda o tratamento isolado de cada objetivo ou dimensão, para que se possam desenvolver estratégias de marca país, região ou cidade de forma eficaz. Uma só estratégia, muito dificilmente pode satisfazer as necessidades de investidores e turistas, comunicando geralmente uma mensagem vaga e sem condições para marcar a diferença.

Só uma percentagem muito reduzida de países, regiões ou cidades, pode ou consegue satisfazer todas as suas necessidades sob uma estratégia tão abrangente. Por isso, cada país, região ou cidade, deve ser criterioso na definição do seu público-alvo e das respetivas necessidades, ao executar uma estratégia de "branding" profissional, de forma a atingir resultados eficazes.

# Bloom Consulting's Branding Wheel

Como vemos a Marca País, Região e Cidade



## sistemas de medição atuais



Forma de medição das 3 dimensões superiores. Pode medir-se tangivelmente de forma económica e social.



Forma de medição das 2 dimensões inferiores. Pode medir-se somente de forma intangível.

Outro aspeto importante da filosofia da Bloom Consulting, são os instrumentos utilizados para medir o desempenho de cada objetivo ou dimensão.

A Bloom Consulting desenvolveu um conjunto de painéis de controlo que permitem, pela primeira vez, medir o impacto da estratégia de marca nos 5 objetivos ou dimensões anteriormente mencionadas. Tradicionalmente, estes resultados eram medidos pelas perceções, níveis de felicidade ou através de inquéritos de opinião públicos.

Contudo, com as novas ferramentas desenvolvidas pela Bloom Consulting, tais como o **Digital Demand - D2©**, é possível medir com maior precisão o impacto das estratégias de "Branding", uma vez que, para além de ter em conta os interesses do público-alvo de cada região, mede igualmente o impacto económico de cada estratégia implementada.

Nem todos os objetivos podem ser avaliados de forma idêntica e, dentro dos 5 objetivos ou dimensões, existem três que podem ser medidos de forma mais tangível que os outros. As dimensões Investimento, Turismo e Talento, descritos na figura, são as que se conseguem medir de forma mais concreta e as que serão apresentadas no **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©**.

Adicionalmente, vão ser considerados mais dados estatísticos dentro de cada dimensão de Investimento, Turismo e Talento, (dados enunciados no capítulo *Metodologia*). Posto isto, para efeitos de simplificação, as 3 dimensões eleitas para avaliar o desempenho de cada município são as seguintes:

1) Negócios (Investimento), 2) Visitar (Turismo) e 3) Viver (Talento).

Dada a diferente natureza destas 3 dimensões, a Bloom Consulting apresenta um ranking dividido em 3 categorias, o que permite a realização de uma avaliação de "branding" mais eficaz e precisa.

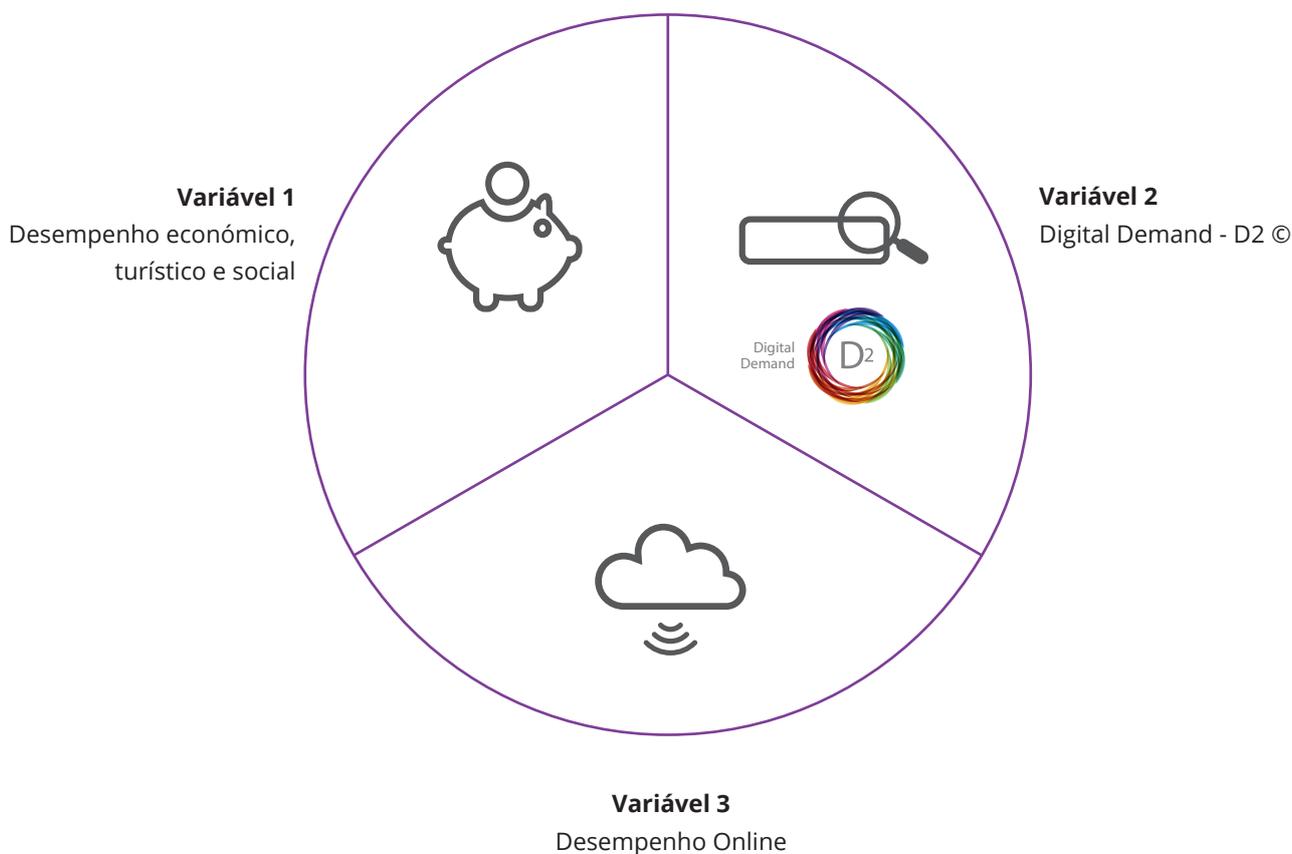
# A nossa metodologia

## As variáveis por trás dos resultados do Ranking

A Bloom Consulting baseia este seu estudo anual, **Portugal City Brand Ranking**© no seu algoritmo proprietário. Foram consideradas variáveis relacionadas com as três dimensões (**Negócios, Visitar e Viver**) na formação deste algoritmo. Os resultados finais deste ranking não só medem as perceções sobre um município, mas também classificam o desempenho da sua marca de uma forma tangível e realista.

O algoritmo é composto por três variáveis-chave utilizadas para analisar o sucesso da marca dos 308 municípios portugueses, bem como o seu desempenho relativo entre eles. Esta metodologia utilizada avalia a variável económica turística e social, representada por dados estatísticos, a variável da procura, pelas pesquisas online captadas pela ferramenta **Digital Demand - D2**© e a variável da performance on-line, através dos sites e redes sociais de cada município. Desta forma concreta e rigorosa, é possível avaliar o desempenho e a eficácia dos diversos municípios na captação de investidores, turistas e novos residentes.

Esta metodologia é descrita na figura abaixo e detalhada nas próximas páginas.



**Variável 1 + Variável 2 + Variável 3 = Portugal City Brand Ranking**©

# A nossa metodologia

## Variável 1 - Desempenho económico



Receitas



Evolução



Dados Económicos

Dados Turísticos

Dados Sociais

### *Performance económica, turística e social*

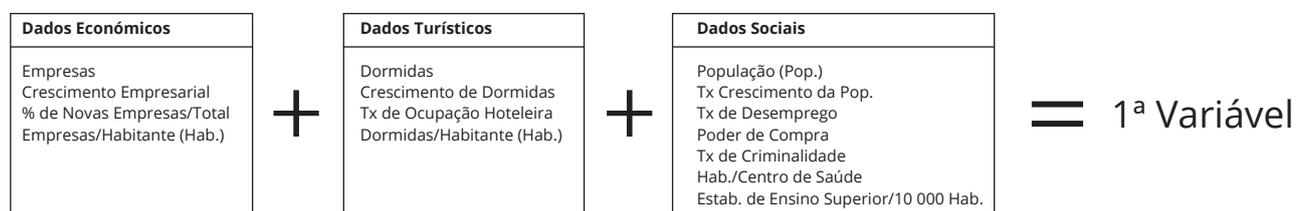
Por forma a medir o desempenho socioeconómico de todos os municípios portugueses, nas suas dimensões de Negócios (Investimento), Visitar (Turismo) e Viver (Talentos), foram analisados vários tipos de dados. Cada dimensão possui um indicador principal e indicadores complementares, que procuram medir com eficácia a força da marca de cada município nas suas três dimensões.

Os indicadores principais da 1ª variável nas dimensões Negócios (Investimento), Visitar (Turismo) e Viver (Talentos) estão identificados na figura abaixo, e são respetivamente, os seguintes:

a) Dados económicos, b) Dados turísticos e c) Dados sociais. Por forma a detetar tendências e volatilidade destes indicadores, foram consideradas alterações ao longo do tempo. Estes indicadores permitem avaliar a atividade empresarial, a dimensão da indústria turística e os movimentos migratórios populacionais em cada município.

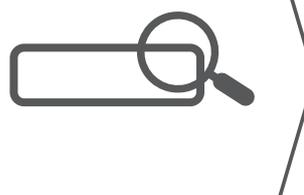
Para avaliar a robustez de cada dimensão, foram considerados vários cálculos percentuais. Em Negócios (Investimento), foi considerada a percentagem de novas empresas sobre o total de empresas. Em Visitar (Turismo), foi tida em conta a taxa de ocupação hoteleira. Em Viver (Talentos), foram consideradas, não só as taxas de desemprego e de criminalidade, mas também, o poder de compra de cada município, relativamente à média nacional. Estes indicadores permitem compreender o clima de negócios, o desempenho hoteleiro, o nível de segurança e ainda as oportunidades oferecidas a novos residentes.

Finalmente, e por forma a fazer justiça aos municípios menos populosos, foram incluídos indicadores de rácios. Isto permite entender qual das três dimensões, Negócios (Investimento), Visitar (Turismo) e Viver (Talentos), é a componente socioeconómica mais importante em cada município. Por sua vez, na dimensão Negócios (Investimento), foi calculado o número de empresas por habitante enquanto que na dimensão Visitar (Turismo), foi calculado o número de dormidas por habitante bem como, o número de habitantes por centro médico e estabelecimentos de ensino superior, por 10.000 habitantes.



# A nossa metodologia

## Variável 2 - Digital Demand - D2©



Negócios  
Visitar  
Viver

### A procura online por um município

Muitas vezes a atratividade de uma marca é medida, somente através de estudos de mercado e/ou de opinião. A Bloom Consulting, no entanto, desenvolveu uma ferramenta única no mercado, o **Digital Demand - D2©**, esta é capaz de calcular a atratividade de um município ou região de uma forma objetiva, rigorosa e tangível.

A ferramenta **D2©** mede o volume total de procuras online, de temas relacionados com negócios, turismo ou talento em cada um dos 308 municípios incluídos neste ranking, o que permite avaliar o comportamento online e processos de tomada de decisão. Quantas mais procuras um município tem, mais atrativo é.

### Porque é tão importante esta variável no ranking?

De acordo com a Google(1), 65% dos turistas procuram inspiração sobre o seu próximo destino, através de fontes que consultam na internet e 74% planeiam desta forma as suas férias. Segundo o centro de estudos “Economist Intelligence Unit”(2) da prestigiada revista “The Economist”, mais de 58% dos investidores considera que as consultas online são as primeiras e principais fontes de informação para analisarem o risco de um investimento.

Todos os anos, a Bloom Consulting analisa as pesquisas realizadas sobre 38 brandtags e 171 microbrandtags em relação a cada um dos 308 municípios. Cada uma destas brandtags, descritas na figura a baixo, é composta por milhares de palavras-chave relacionadas às 3 categorias em análise. Nesta edição, cerca de 8.955.144 combinações de palavras-chave foram analisadas em vários idiomas.

A Bloom Consulting tem ajustado sistematicamente a sua base de dados ao longo dos últimos anos, de forma a aperfeiçoar a efetividade das pesquisas recolhidas. Desta forma, apesar de recolhermos resultados quase semelhantes a 2016 em número, **50.302.120** resultados válidos, registamos um grande aumento na procura, de 34,5% segundo iguais critérios.

NOTA: A informação detalhada de **D2©** para cada município, não é apresentada neste documento. Podemos, no entanto, desenvolver esta análise através de um relatório completo **D2©**. Para mais informações queira contactar-nos, por email para: [portugal@bloom-consulting.com](mailto:portugal@bloom-consulting.com) ou ligue diretamente para 210 936 819.

Visitar			Negócios	Viver
1. Alojamento	8. Mercados Alvo	15. Património Cultural	22. Características da População	29. Viver
2. Turismo Rural & Sustentável	9. Mercados de Nicho	16. Património Histórico	23. Economia Local	30. Saúde e Segurança
3. Campismo	10. Natureza	17. Gastronomia	24. Negócios & Empreendedorismo	31. Qualidade de Vida
4. Atividades de Lazer	11. Parques de Diversão	18. Restaurantes	25. Incentivos	32. Transportes Públicos
5. Desportos ao ar Livre	12. Praia	19. Pontos de Interesse	26. Setor Primário	33. Escolas e Escolas Profissionais
6. Desportos Aquáticos	13. Surf	20. Tours & Passeios	27. Setor Secundário	34. Estudar
7. Eventos	14. Museus	21. Visitar & Turismo	28. Setor Terciário	35. Universidades e Politécnicos
				36. Emprego
				37. Estágios
				38. Voluntariado

(1) Google/Ipsos OTX MediaCT - 2014

(2) Economist IU - Assessing and explaining risk Investors' expectations after the financial crisis (2010)

# A nossa metodologia

## Variável 3 - Desempenho online



Instagram



Facebook



Twitter



Google Plus



Site



### *O desempenho da comunicação online de cada município*

A terceira variável considerada, diz respeito à comunicação e promoção levada a cabo por cada município, através do seu "Website" e outras redes sociais. O "website" oficial do município é uma fonte relevante de informação, não só para os munícipes, mas também para investidores e turistas, uma vez que esta é uma das mais importantes portas de entrada de cada município.

De forma a avaliar o desempenho do "website" de cada município, a Bloom Consulting analisou a página web oficial de todas as 308 câmaras municipais, utilizando ferramentas de "Website Analytics". Aspetos como o número de acessos, o tempo médio que cada utilizador permaneceu no respetivo "website" e o número de páginas que visualizou foram considerados.

Adicionalmente, as redes sociais têm provado ser uma via eficaz e popular utilizada pelos municípios, com o objetivo de se promoverem e interagirem com os seus investidores, turistas e cidadãos. Assim sendo, a Bloom Consulting avaliou a presença e "performance" de todos os municípios em plataformas sociais como o Facebook ou o Twitter.

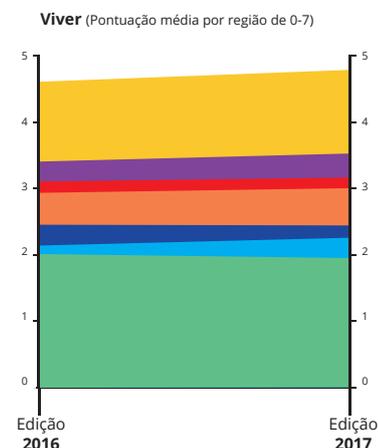
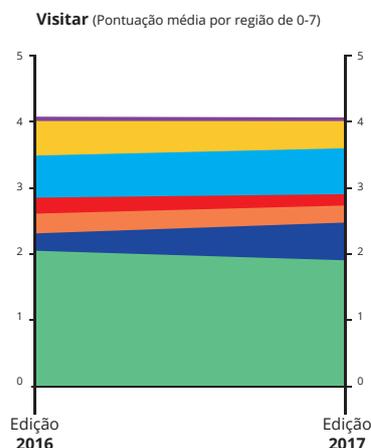
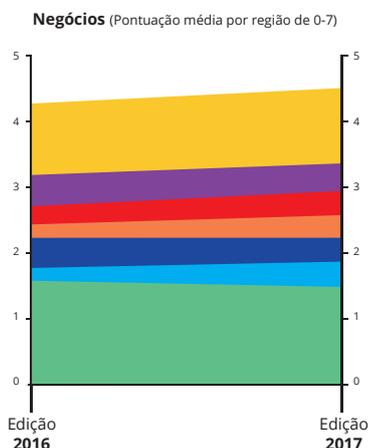
O critério de avaliação utilizado é a medição do numero de "Likes" e seguidores que a presença oficial de cada município recolhe.

O algoritmo da Bloom Consulting avalia ainda ambas as variáveis independentemente, penalizando os municípios que não se mostrem ativos ou que não disponham de uma página online.

Esta 3ª variável é relevante, mas não a mais importante na hora de calcular a posição de cada município.

# Visão geral

## Dados gerais do ranking



### Digital Demand - D2©

Num ano em que registámos um grande aumento nas pesquisas pelos municípios portugueses em relação a 2016, as regiões de Lisboa e Norte aumentam significativamente a sua preponderância sobre as restantes regiões, recolhendo cerca de 65% do interesse registado.

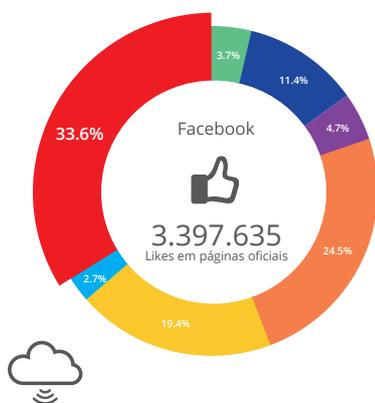


### Variação regional

Na categoria Negócios observamos uma continuação do crescimento médio geral, com exceção da região do Alentejo e dos Açores, de registar o acentuar da média da região de Lisboa.

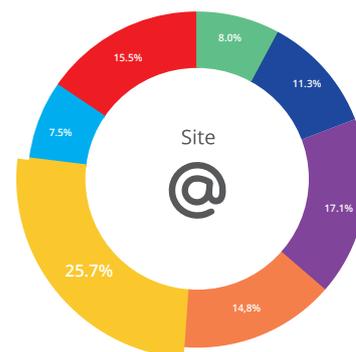
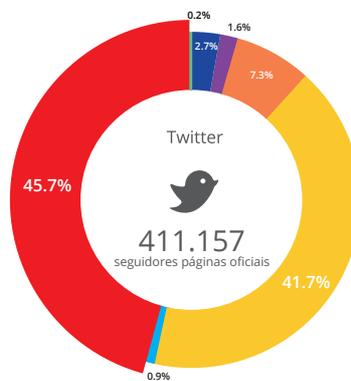
Em Visitar registamos uma estagnação geral da pontuação média das regiões, com exceção dos Açores que decrescem um pouco.

Na categoria Viver registámos um ligeiro crescimento geral com destaque para a afirmação da região de Lisboa.



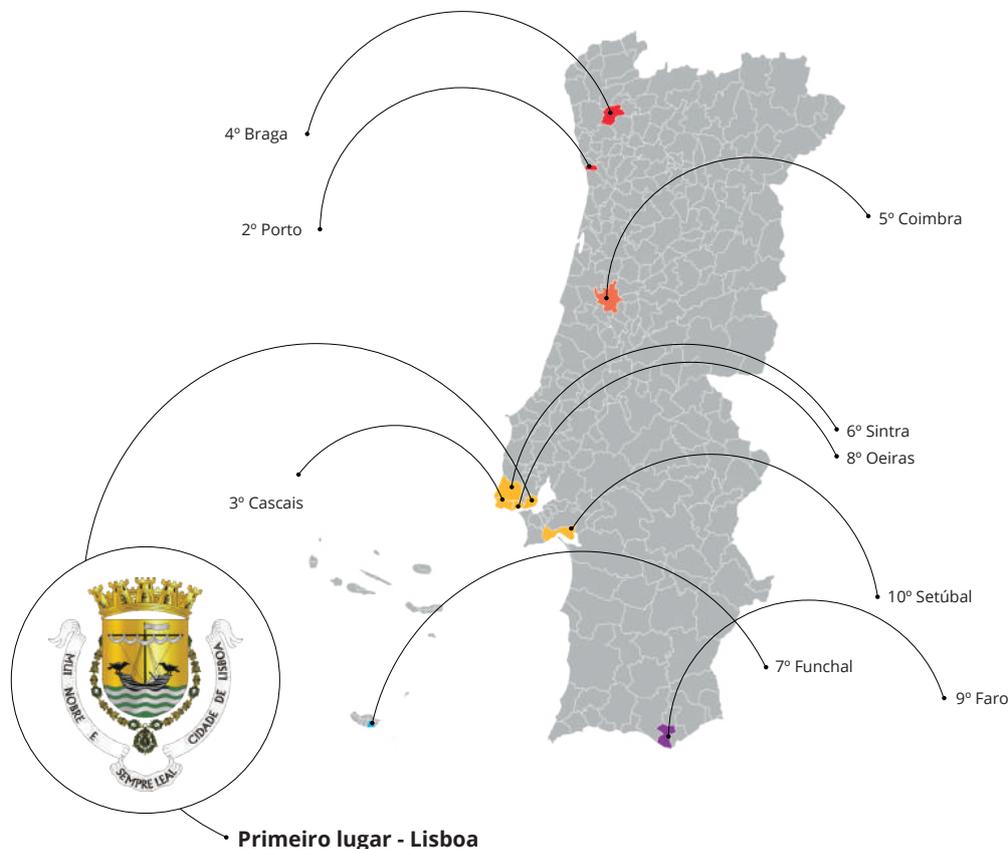
### Performance Online

Analisando as duas principais plataformas de comunicação online utilizada pelos municípios portugueses, observamos um crescimento notável na participação. 42% no número de "likes" no Facebook e uma afirmação da comunicação no Twitter com um acréscimo de 69% do número de seguidores nas 157 páginas oficiais existentes de municípios portugueses.



# Detalhe do Top 10

Lisboa (5); Norte (2); Centro, Algarve e Madeira (1)



**Primeiro lugar - Lisboa**

Lisboa assegura a liderança do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©** pelo 4º ano consecutivo. Nesta que é a edição mais competitiva do ranking, vemos Lisboa a melhorar a sua prestação em todas as dimensões e variáveis afirmando-se mais uma vez como o município mais procurado online do país por turistas, investidores e cidadãos em geral (27,4% do total das pesquisas nacionais).



## Subidas de destaque

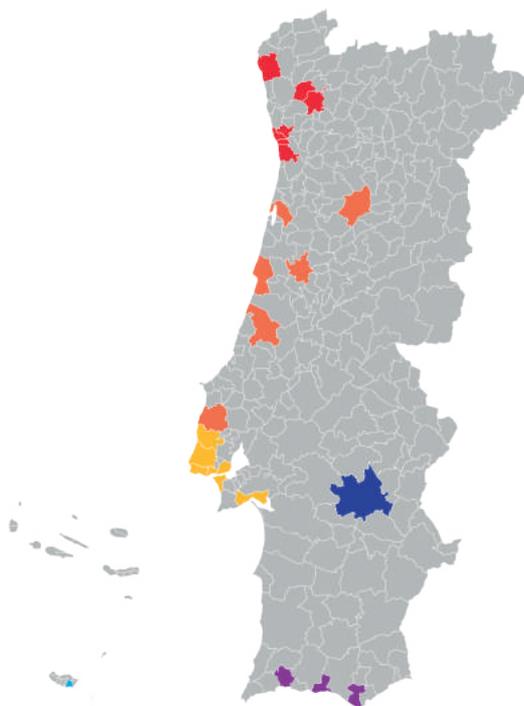
Faro, que se encontrava fora do Top 10 desde a edição de 2014, regista uma subida de 4 lugares devido a uma excelente performance na variável **Digital Demand - D2©**. Cascais protagonizou a única subida no Top 5, superando Braga e assumindo o 3º lugar no ranking. Quer Cascais, quer Braga melhoraram em muito a sua prestação pelo que foi uma luta renhida pelo 3º posto. O Funchal não pára de crescer desde a primeira edição do ranking e 2017 não foi exceção, estando agora em 7º lugar.

## Descidas de destaque

A grande subida do interesse internacional no Turismo, Talento e Negócios dos municípios portugueses causou também algumas descidas relevantes. Guimarães está pela 2ª vez em 4 anos fora do Top 10, ficando em 14º lugar. Aveiro cai de 10º para 11º e o município de Braga, ultrapassado por Cascais, desce à 4ª posição.

# Top 25 nacional

## Destaques



O Top 25 desta quarta edição do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©** apresenta os mesmos 25 municípios que a edição anterior. No entanto, houve 17 alterações nas posições em relação ao ano anterior. Isto não significa a baixa de prestação de algum destes municípios, mas sim a subida acentuada de vários municípios que tendem a afirmar-se como grandes polos de atração de Turismo, Negócios e Talento no contexto Nacional.

Lisboa e Porto, sem surpresa, voltam a liderar o Ranking nas 3 dimensões e partilham agora o pódio com Cascais, que tem mostrado uma evolução impressionante desde o seu 10º lugar na edição de 2014. Apesar de uma subida sem precedentes de 29% nas pesquisas, Braga desce pela primeira vez e pela margem mínima ao 4º lugar. Para além de Lisboa e Porto, só Coimbra (5º), Sintra (6º), Matosinhos (16º), Maia (21º), Torres Vedras (22º) e Mafra (25º) conseguem manter as posições que tiveram na última edição.



Vila Nova de Gaia é, no âmbito do Top 25, o município de mais impressionante crescimento ao longo das últimas edições do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©** passando de 34º a 12º classificado em apenas 4 edições e tornando-se numa referência nacional na dimensão de Talento. Faro, que vinha a perder terreno nas últimas edições, retorna agora ao Top 10 com uma subida de 4 posições graças à subida de prestação no Turismo e nos Negócios.

Apesar de manter a sua posição no Talento, Guimarães foi ultrapassada devido ao crescimento acentuado de municípios como Almada, V.N. de Gaia e Setúbal. Também Leiria, que já esteve no Top 10, volta a baixar 3 posições e encontra-se agora na 14ª posição.

As regiões de Lisboa (7) e Norte (7) são as mais representadas, seguidas de Centro (6), Algarve (3), Alentejo (1) e Madeira (1). Apesar de não ter representantes dos Açores, a subida de 9 lugares de Ponta Delgada mostra que a presença açoriana no Top 25 pode estar para breve.

# Top 25 nacional

#	Varição			Negócios	Visitar	Viver
1.	-		Lisboa	1.	1.	1.
2.	-		Porto	2.	2.	2.
3.	+1		Cascais	5.	5.	3.
4.	-1		Braga	3.	8.	5.
5.	-		Coimbra	4.	7.	6.
6.	-		Sintra	9.	12.	4.
7.	+1		Funchal	18.	3.	22.
8.	-1		Oeiras	6.	23.	11.
9.	+4		Faro	11.	11.	17.
10.	+1		Setúbal	13.	16.	14.
11.	-1		Aveiro	10.	15.	15.
12.	+5		Vila Nova de Gaia	16.	17.	9.
13.	+1		Almada	14.	24.	8.
14.	-5		Guimarães	12.	21.	12.
15.	-3		Leiria	8.	26.	7.
16.	-		Matosinhos	19.	14.	13.
17.	+1		Albufeira	17.	4.	37.
18.	-3		Viseu	15.	30.	10.
19.	+1		Portimão	27.	6.	25.
20.	-1		Évora	29.	10.	23.
21.	-		Maia	7.	38.	19.
22.	-		Torres Vedras	21.	36.	16.
23.	+1		Figueira da Foz	32.	19.	31.
24.	-1		Viana do Castelo	25.	32.	26.
25.	-		Mafra	22.	49.	27.

# TOP 25 nacional

## Categorias

---

# Negócios

---

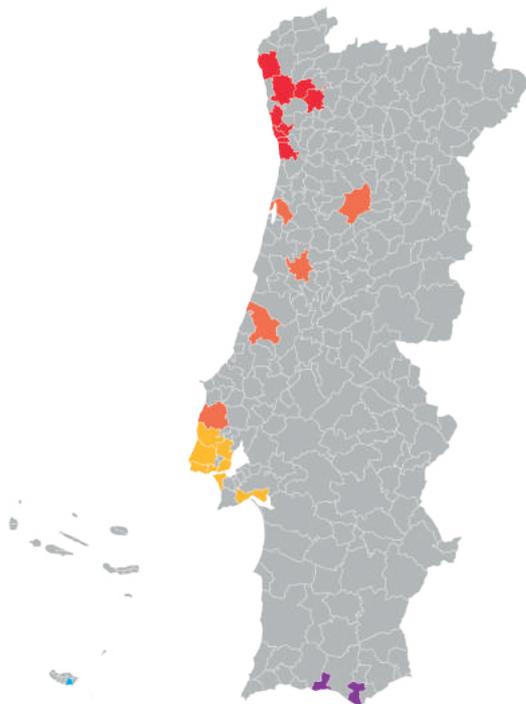
# Visitar

---

# Viver

# Top 25 nacional - Negócios

## Destaques



O Top 3 das marcas municipais do Ranking de Negócios mantém-se inalterado em relação à edição anterior. Lisboa, Porto e Braga, por esta ordem, apresentam-se como os municípios mais procurados sobre o tema de Negócios, o que aliada a excelentes dados estatísticos, os coloca no pódio desta dimensão.

As primeiras alterações surgem no Top 5, onde Coimbra ascende pela primeira vez à 4ª posição, sustentado pelo excelente resultado no **Digital Demand - D2©** desta categoria e pelo elevado número de empresas presentes neste município. Na 5ª posição surge Cascais, que vê a sua subida ser suportada pelas procuras sobre o tema e pelo excelente resultado apresentado no Rácio de novas empresas.

Relativamente ao restante Top 10 desta categoria verifica-se a descida de Oeiras e Maia que ocupam agora a 6ª e 7ª posição, respetivamente. Em sentido inverso, destaque para Leiria e Sintra, que ao subirem uma e três posições respetivamente, se situam agora na 8ª e 9ª posição. A fechar o Top 10 encontra-se o município de Aveiro, que mantém uma ligeira vantagem sobre Faro.

Importa ainda destacar Faro, que regista a maior subida dentro do Top 20, ao passar da 17ª posição na edição anterior para a 11ª posição neste ano, sustentado, fundamentalmente, pelo bom desempenho no **Digital Demand - D2©** da categoria. Destaque ainda para o município de Loures que é o único a entrar no Top 25, ocupando a 20ª posição, apoiado principalmente no número de empresas presentes no seu território.

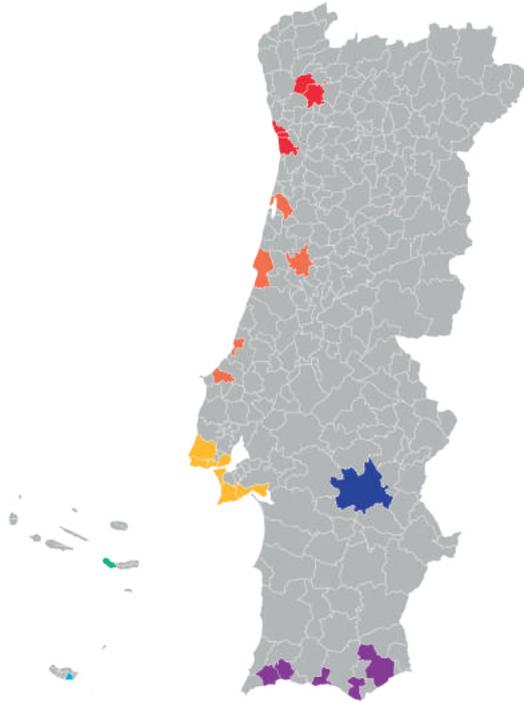
O Top 25 de Negócios apresenta-se como o menos representativo do país, pois apenas estão presentes municípios de quatro regiões. Como seria expectável as regiões de Lisboa e Norte dominam este Ranking, ao colocarem 9 municípios cada uma. De seguida surge a região Centro com 4, seguido da região do Algarve com 2 e da região da Madeira com 1.

## Ranking Nacional - Negócios

#	Varição		
1.	-		Lisboa
2.	-		Porto
3.	-		Braga
4.	+1		Coimbra
5.	+2		Cascais
6.	-2		Oeiras
7.	-1		Maia
8.	+3		Leiria
9.	+1		Sintra
10.	-1		Aveiro
11.	+6		Faro
12.	-4		Guimarães
13.	+2		Setúbal
14.	-		Almada
15.	-3		Viseu
16.	+3		Vila Nova de Gaia
17.	+4		Albufeira
18.	-5		Funchal
19.	-1		Matosinhos
20.	+7		Loures
21.	-5		Torres Vedras
22.	-		Mafra
23.	+1		Vila do Conde
24.	-4		Barcelos
25.	-2		Viana do Castelo

# Top 25 nacional - Visitar

## Destaques



Nesta edição do **Portugal City Brand Ranking©** o Top 25 da categoria Visitar volta a apresentar-se como o mais heterogéneo de todos ao abranger todas as regiões do país, com destaque para a região de Lisboa que apresenta 7 municípios e para as regiões do Norte, Centro e Algarve, que colocam 5 municípios cada uma. Por fim, as regiões do Alentejo, Açores e Madeira também apresentam um cada uma.

Este ano o Top 10 desta categoria mantém-se inalterado em relação à edição anterior, sendo liderado por Lisboa, seguido de perto pelo Porto e Funchal. Os municípios de Albufeira e Cascais completam o restante Top 5.

As primeiras alterações surgem na 11ª posição, onde se encontra agora Faro, após subida de dois lugares. Este município algarvio assenta a sua subida na crescente procura sobre este tema no território e também na variação do número de dormidas. Na 12ª e 13ª posição encontram-se Sintra e Nazaré, respetivamente, que perderam uma posição para o município de Faro.

Salienta-se, neste Top 25 as prestações de Aveiro e Vila Nova de Gaia, que ascenderam ambos 5 posições, ocupando agora a 15ª e 17ª posição, respetivamente. Aveiro sustenta a sua subida aliando um elevado número de procuras a um aumento na taxa de ocupação hoteleira, enquanto Vila Nova de Gaia se apresenta à porta do Top 10 Nacional no que à taxa de ocupação hoteleira diz respeito.

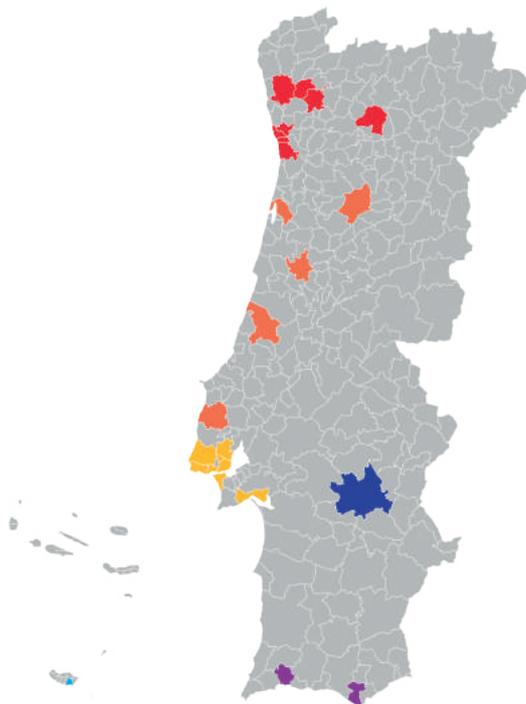
Importa ainda destacar Óbidos, que volta a entrar no Top 25 desta categoria, onde já tinha estado na edição 2015. Este município assenta a sua subida, sobretudo, na variação das procuras, onde apresenta o 5º melhor resultado a nível nacional.

## Ranking Nacional - Visitar

#	Varição		
1.	-		Lisboa
2.	-		Porto
3.	-		Funchal
4.	-		Albufeira
5.	-		Cascais
6.	-		Portimão
7.	-		Coimbra
8.	-		Braga
9.	-		Tavira
10.	-		Évora
11.	+2		Faro
12.	-1		Sintra
13.	-1		Nazaré
14.	+2		Matosinhos
15.	+5		Aveiro
16.	-2		Setúbal
17.	+5		Vila Nova de Gaia
18.	+3		Ponta Delgada
19.	+5		Figueira da Foz
20.	-2		Sesimbra
21.	-4		Guimarães
22.	-7		Lagos
23.	-4		Oeiras
24.	-1		Almada
25.	+6		Óbidos

# Top 25 nacional - Viver

## Destaques



O Ranking da categoria Viver continua a ser liderado por Lisboa, no entanto o restante pódio sofre alterações com o município do Porto a conquistar a 2ª posição e Cascais o 3ª lugar. O Porto sobe duas posições, principalmente sustentado num aumento do rácio de habitantes por centro de saúde.

Também no Top 10 existem alterações, com Sintra a subir uma posição, ocupando agora o 4º lugar, seguida de perto por Braga. Os municípios de Coimbra e Leiria mantêm as posições da edição anterior, 6º e 7º, respetivamente.

Um dos destaques deste Top 25 vai para o município de Almada, que sobe três posições, situando-se agora no 8º lugar. Para tal, Almada alia o excelente resultado no **Digital Demand - D2©** com uma melhoria evidente na variação da população. O restante Top 10 é fechado por Vila Nova de Gaia e Viseu, na 9ª e 10ª posição, respetivamente.

Salienta-se ainda Odivelas, que volta a entrar para o Top 20 desta categoria, onde já esteve na edição 2015. Odivelas assenta a sua subida numa excelente performance no **Digital Demand - D2©**, mas principalmente ao ser o município com a melhor variação da população em todo o país. Destaque ainda para Portimão, que é o único a entrar no Top 25, apoiado, sobretudo no bom resultado obtido na variação do **Digital Demand - D2©**.

O Top 25 Viver apresenta representantes de todas as regiões, excetuando os Açores. As regiões de Lisboa e Norte lideram a presença neste Top ao colocarem 9 e 8 municípios, respetivamente. De seguida surge a região Centro com 4 municípios enquanto a região Algarvia apresenta 2. Por fim, as regiões da Madeira e do Alentejo colocam um Município cada.

## Ranking Nacional - Viver

#	Varição		
1.	-		Lisboa
2.	+2		Porto
3.	-1		Cascais
4.	+1		Sintra
5.	-2		Braga
6.	-		Coimbra
7.	-		Leiria
8.	+3		Almada
9.	+1		Vila Nova de Gaia
10.	-2		Viseu
11.	-2		Oeiras
12.	-		Guimarães
13.	+1		Matosinhos
14.	-1		Setúbal
15.	+1		Aveiro
16.	+2		Torres Vedras
17.	-2		Faro
18.	+4		Odivelas
19.	-2		Maia
20.	+4		Vila Real
21.	-		Barcelos
22.	+1		Funchal
23.	-3		Évora
24.	+1		Loures
25.	+6		Portimão

# Rankings Regionais

Análise regional

Açores

---

Alentejo

---

Algarve

---

Centro

---

Lisboa

---

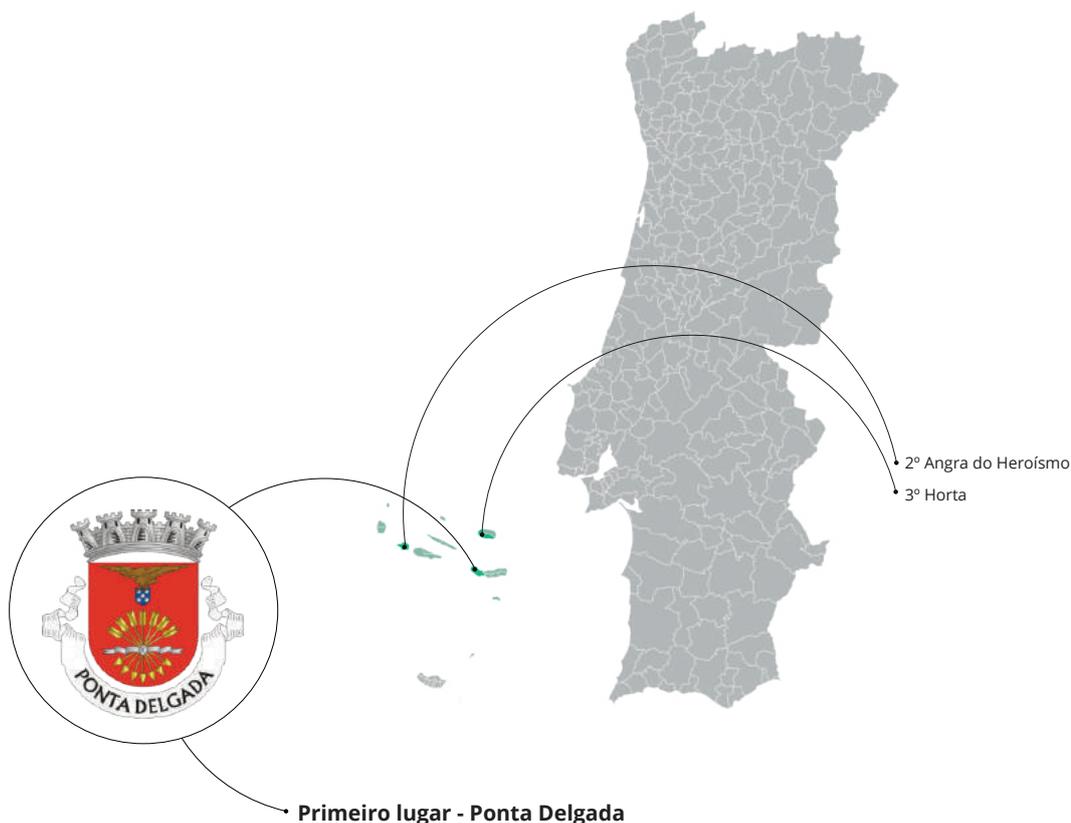
Madeira

---

Norte

# Ranking regional - Açores

Ponta Delgada cresce, consolida e lidera



Ponta Delgada é, pela quarta edição consecutiva, o município que melhores resultados apresenta em todas as variáveis e todas as dimensões na Região dos Açores. Com uma subida impressionante de 14 lugares no ranking nacional, Ponta Delgada apresenta-se como uma marca forte e com capacidade de competir com as grandes referências nacionais.



## Subidas de destaque

É preciso descer até ao 7º classificado da região para encontrar as primeiras mexidas no ranking açoriano. Vila Franca do Campo, graças ao Turismo - e Lagoa, que melhorou substancialmente os resultados nas três dimensões, conseguem subir duas posições. A consolidação da dimensão de Turismo de Povoação valeu ao município a subida de uma posição.

## Descidas de destaque

Já a meio da tabela açoriana começamos a encontrar resultados modestos na variável **Digital Demand - D2©**, sendo essa a causa de alguma volatilidade nas subidas e descidas como Velas, que perde 2 lugares, Santa Cruz da Graciosa que passa de 8º para 11º e Santa Cruz das Flores, que descendo 1 posição passa para o 14º lugar na região.

# Ranking regional - Açores

## Destaques



Esta é a primeira edição que um município açoriano consegue posicionar-se entre as 30 marcas municipais mais atrativas de Portugal, conseguindo mesmo a 18ª posição nacional na dimensão de Turismo.

Angra do Heroísmo, apesar do crescimento em número de pesquisas, não conseguiu evitar a descida de 14 lugares no âmbito do ranking nacional. Mesmo assim, o município da Terceira mantém o seu 2º lugar na região dos Açores.

O topo da tabela manteve-se inalterado desde a última edição, com Horta a fechar o pódio, seguido de Ribeira Grande, Praia da Vitória e Madalena. As variáveis **D2©** e online definiram a subida de Vila Franca do Campo, enquanto Lagoa se afirmou nas dimensões de Turismo e Talento, conseguindo captar maior interesse de potenciais turistas, estudantes e trabalhadores.

De um ponto de vista global, apesar da melhoria de prestação nas 3 dimensões por parte de muitos os municípios da Região Autónoma dos Açores, vemos que a quota açoriana no país é ainda a mais pequena de todas as regiões de Portugal.

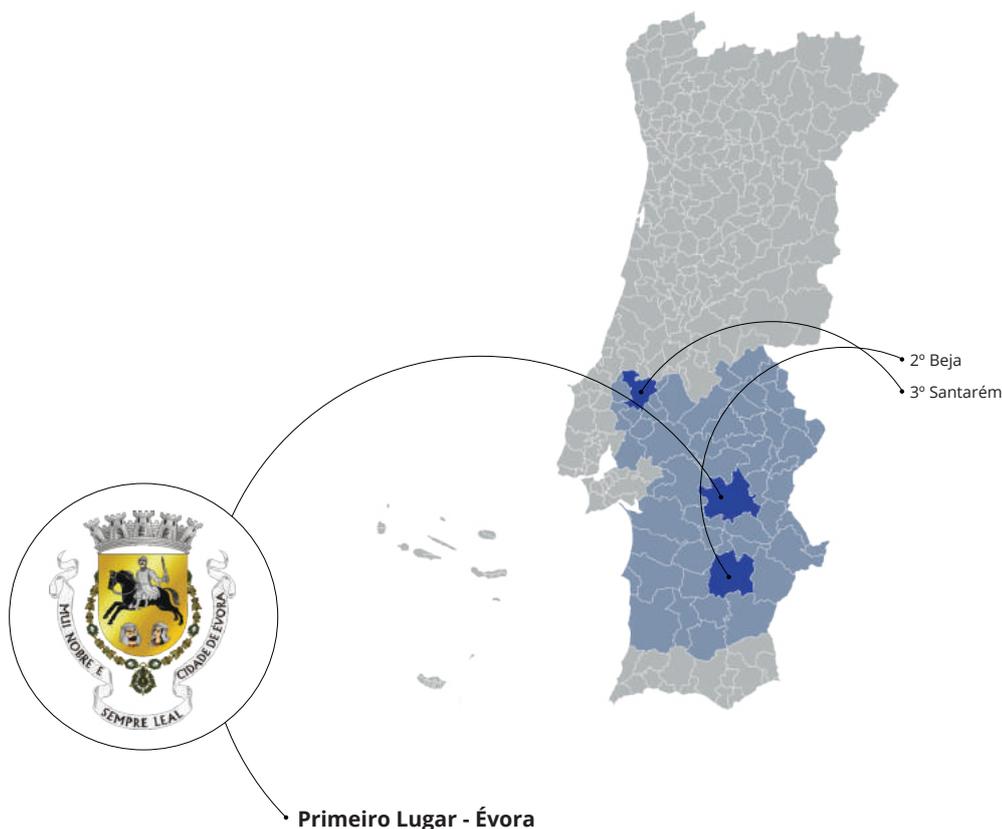
No entanto, na variável "Web Analytics", os Açores conseguem superar a Madeira pela primeira vez no **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©**, sendo este um sinal de aposta dos municípios nas suas plataformas online e do aumento de número de visitas às mesmas.

## Ranking Regional - Açores

# (Região)	Variação		Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)	
1.	-		Ponta Delgada	1.	1.	1.	28.
2.	-		Angra do Heroísmo	3.	3.	2.	88.
3.	-		Horta	2.	2.	3.	109.
4.	-		Ribeira Grande	4.	12.	4.	159.
5.	-		Praia da Vitória	8.	4.	5.	171.
6.	-		Madalena	6.	6.	6.	178.
7.	+2		Vila Franca do Campo	13.	9.	10.	202.
8.	+2		Lagoa (Açores)	9.	7.	7.	220.
9.	-2		Velas	5.	13.	9.	226.
10.	+1		Povoação	14.	5.	16.	230.
11.	-3		Santa Cruz da Graciosa	10.	11.	12.	240.
12.	-		Vila do Porto	7.	8.	8.	268.
13.	+1		Lajes do Pico	12.	14.	11.	293.
14.	-1		Santa Cruz das Flores	15.	10.	13.	297.
15.	+1		São Roque do Pico	11.	17.	15.	302.
16.	-1		Nordeste	19.	16.	14.	303.
17.	+1		Corvo	18.	15.	17.	306.
18.	+1		Calheta (Açores)	16.	19.	18.	307.
19.	-2		Lajes das Flores	17.	18.	19.	308.

# Ranking regional - Alentejo

Évora segura liderança



**Primeiro Lugar - Évora**

Nesta quarta edição do ranking, Évora mantém-se firme no topo da tabela da Região do Alentejo, apesar da descida de uma posição no ranking nacional. Indisputada nas 3 dimensões em análise, o município de Évora continua a ser a referência alentejana para Turismo, Talento e Negócios.



## Subidas de destaque

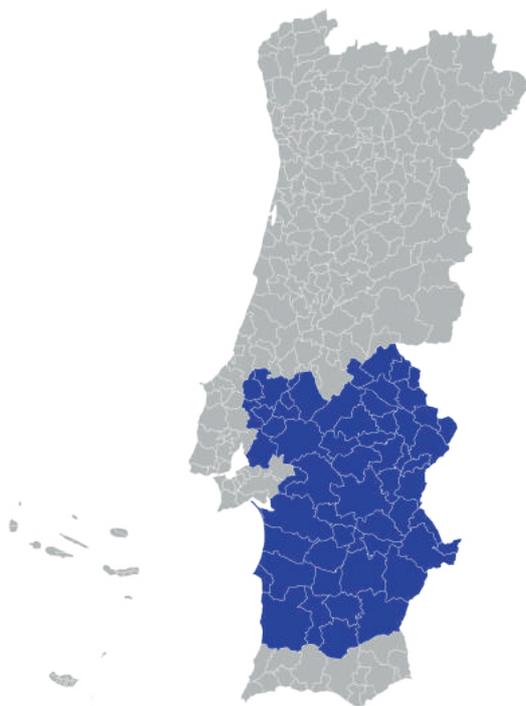
As alterações no topo da tabela encontram-se apenas na 6ª e 7ª posições com a subida de uma posição de Elvas e Odemira, que conseguem superar o município de Grândola. Montemor-o-Novo mostra-se também com uma boa prestação, conseguindo subir duas posições e mantendo a trajetória de subida que tem vindo a revelar nas últimas edições.

## Descidas de Destaque

A descida de Alcácer do Sal é o grande destaque das descidas, passando do 15º para o 20º posto. Esta descida não se deve a uma quebra de prestação, mas sim à sobreposição de municípios competidores que cresceram mais ao longo do último ano. Grândola perde dois lugares para Elvas e Odemira e Serpa, que o ano passado subiu um posto, volta ao 12º lugar.

# Ranking regional - Alentejo

## Destaques



Na presente edição do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking**®, Évora consegue mais uma vez manter-se na liderança na região apesar de continuar a descer no ranking nacional devido à prestação na categoria de Negócios. No entanto há que realçar que a manutenção do 10º lugar na dimensão de Turismo e a melhoria de resultados no Talento é um feito relevante, uma vez que esta é a edição mais competitiva de sempre do ranking.

Nada mudou no Top 5 da região, com Beja a segurar o 2º lugar através da melhoria na dimensão de Negócios que fez com que o município voltasse ao Top 40 nacional, algo que não acontecia desde 2015. Santarém mantém-se no terceiro lugar e é ainda uma referência regional enquanto marca de Negócios e Talento. Sines e Portalegre fecham o Top 5.

É de notar que, especialmente na região do Alentejo, encontramos pouca diferença entre as pontuações dos municípios, pelo que estes são sujeitos a uma grande volatilidade nas posições do ranking regional.

Uma descida de 5, 6 ou 10 lugares não significa necessariamente uma baixa acentuada na prestação, mas sim que houve municípios que conseguiram capitalizar de uma forma mais eficiente a geração de interesse proativo de turistas, empresários, investidores, estuantes ou trabalhadores; criar maior ligação através do site e redes sociais ou desenvolver uma estratégia de marca mais eficiente.

A região do Alentejo reduz a sua quota de representação na distribuição nacional das variáveis, perdendo terreno nas estatísticas de Talento, nas procuras online, no Facebook, no Twitter e mesmo nas "Web Analytics". No entanto, a prestação dos municípios alentejanos ditou a manutenção da pontuação média de Negócios e a subida no Turismo.

## Ranking Regional - Alentejo

# (Região)	Varição		Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
1.	-	 Évora	1.	1.	1.	20.
2.	-	 Beja	3.	2.	3.	40.
3.	-	 Santarém	2.	4.	2.	43.
4.	-	 Sines	4.	3.	5.	58.
5.	-	 Portalegre	5.	12.	4.	80.
6.	+1	 Elvas	9.	7.	7.	86.
7.	+1	 Odemira	7.	6.	12.	87.
8.	-2	 Grândola	10.	5.	10.	91.
9.	-	 Santiago do Cacém	20.	10.	6.	100.
10.	-	 Estremoz	12.	9.	14.	101.
11.	+2	 Montemor-o-Novo	14.	18.	13.	116.
12.	-1	 Serpa	13.	16.	20.	122.
13.	+4	 Rio Maior	8.	26.	9.	124.
14.	-2	 Benavente	6.	30.	11.	126.
15.	+3	 Almeirim	18.	20.	15.	139.
16.	-2	 Reguengos de Monsaraz	26.	11.	23.	141.
17.	+3	 Coruche	11.	25.	17.	142.
18.	+3	 Ponte de Sôr	21.	22.	16.	148.
19.	-3	 Moura	15.	19.	27.	152.
20.	-5	 Alcácer do Sal	31.	14.	24.	153.
21.	+1	 Azambuja	19.	40.	8.	157.
22.	+1	 Salvaterra de Magos	17.	34.	21.	161.
23.	-4	 Vendas Novas	32.	21.	18.	162.
24.	+1	 Marvão	27.	8.	47.	164.
25.	+3	 Mértola	33.	17.	34.	169.

## Ranking Regional - Alentejo

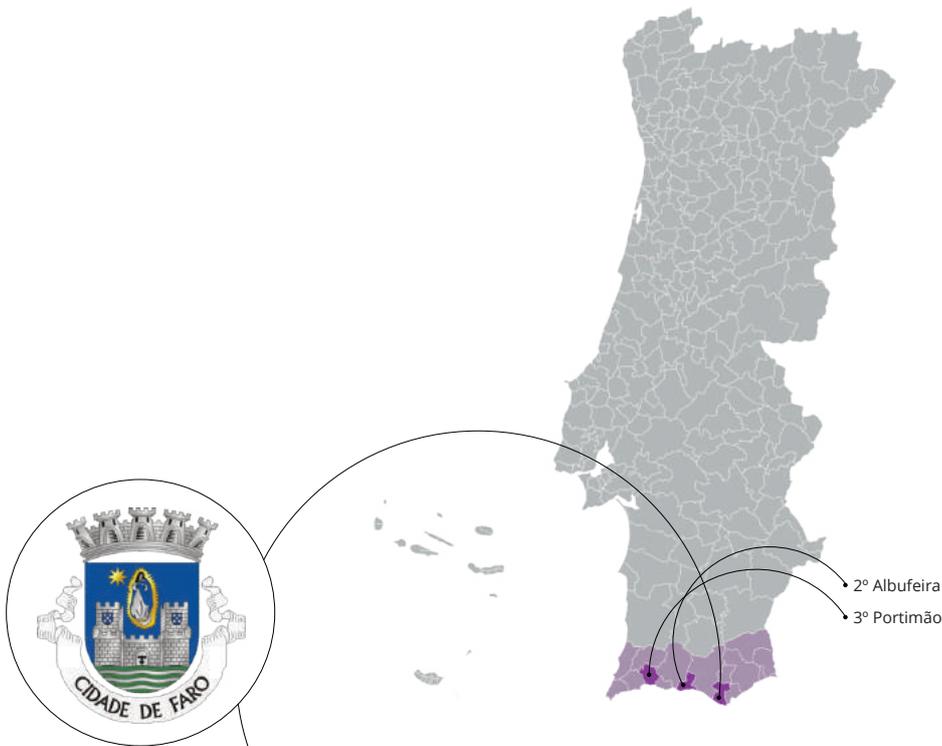
# (Região)	Variação		Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)	
26.	-2		Cartaxo	16.	46.	19.	170.
27.	+8		Crato	23.	24.	33.	173.
28.	-2		Vila Viçosa	45.	13.	30.	175.
29.	-		Golegã	22.	33.	32.	182.
30.	-3		Castelo de Vide	40.	15.	43.	187.
31.	-		Aljustrel	34.	28.	31.	189.
32.	+1		Castro Verde	41.	32.	22.	191.
33.	+1		Ferreira do Alentejo	39.	23.	29.	193.
34.	+3		Borba	24.	37.	40.	199.
35.	+13		Chamusca	25.	55.	25.	209.
36.	-4		Redondo	29.	35.	44.	215.
37.	-7		Campo Maior	43.	36.	26.	216.
38.	-		Almodôvar	35.	42.	36.	219.
39.	+2		Arraiolos	49.	27.	38.	228.
40.	+2		Mora	30.	39.	46.	229.
41.	-5		Nisa	42.	41.	28.	231.
42.	-2		Alpiarça	28.	49.	37.	237.
43.	-4		Portel	36.	43.	45.	245.
44.	-		Monforte	38.	44.	42.	250.
45.	-		Vidigueira	47.	38.	39.	254.
46.	-		Avis	53.	31.	49.	259.
47.	+2		Alter do Chão	54.	29.	52.	260.
48.	-1		Viana do Alentejo	46.	52.	35.	263.
49.	-6		Fronteira	37.	50.	50.	264.
50.	+1		Alandroal	51.	45.	48.	274.

## Ranking Regional - Alentejo

# (Região)	Variação			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
51.	-1		Ourique	52.	48.	41.	275.
52.	+2		Cuba	50.	54.	53.	285.
53.	+3		Gavião	48.	57.	56.	289.
54.	-1		Alvito	57.	47.	55.	290.
55.	-3		Sousel	44.	58.	51.	291.
56.	-1		Arronches	56.	56.	54.	296.
57.	-		Barrancos	55.	51.	57.	301.
58.	-		Mourão	58.	53.	58.	305.

# Ranking regional - Algarve

A grande força continua no Turismo



## Primeiro Lugar - Faro

Pela quarta edição consecutiva, Faro lidera a Região do Algarve sendo o município algarvio com melhores resultados nos Negócios e no Talento.

Nesta região que apresenta 3 municípios no Top 25, Albufeira continua a ser a grande referência no Turismo, ocupando o segundo lugar geral da região, seguido de Portimão que mantém o 3º lugar.



## Subidas de destaque

Na disputa que tem vindo a ser uma constante nos rankings entre o 4º e o 6º lugar, Loulé foi quem levou a melhor, superando Tavira e Lagos e assumindo a 4ª posição na região, Vila Real de Santo António sobe uma posição e Castro Marim repete a façanha da última edição, subindo mais um lugar na região algarvia.

## Descidas de Destaque

A subida de Loulé significou a descida de uma posição de Tavira que mesmo assim se mantém no Top 5 do Algarve e Lagos. A descida de uma posição de Olhão não foi suficiente para afastar o município algarvio do Top 10 da região.

# Ranking regional - Algarve

## Destaques



O pódio algarvio mantém-se inalterado desde a última edição do **Bloom Consulting Country Brand Ranking©**, liderado pelo município de Faro - que subiu 4 lugares no ranking nacional, apresentando subidas em praticamente todas as variáveis em análise neste ranking.

Albufeira é o município que melhores resultados de Turismo apresenta na região, conseguindo manter o 4º lugar nacional nesta dimensão. A consistência de resultados ao longo dos anos mostra o potencial deste município para competir nacional e internacionalmente neste âmbito.

Portimão consegue também bons resultados transversalmente às 3 dimensões assegurando o 3º lugar na região, sendo a 2ª marca mais forte do Algarve para Visitar e Viver.

Na região com menos altos e baixos, vemos um aumento geral na prestação dos municípios com as pontuações médias a subirem substancialmente nas dimensões de Negócios e Talento.

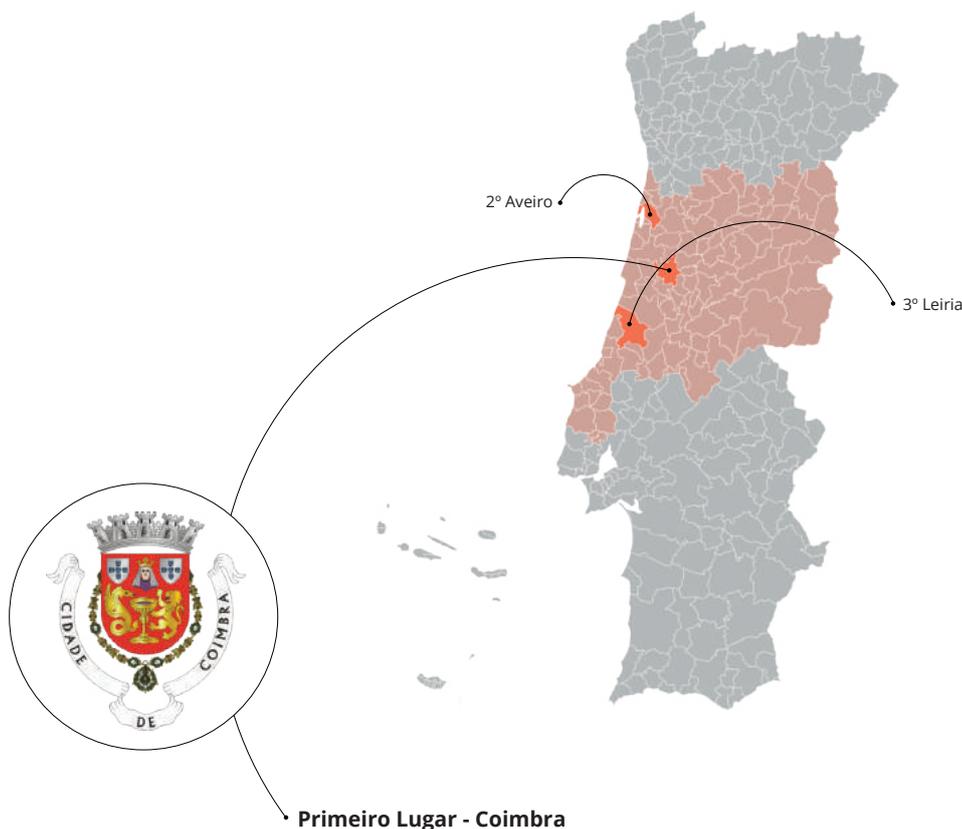
Apesar da boa prestação estatística, uma descida na quota regional no **Digital Demand - D2©**, nas redes sociais e ainda no "Web Analytics" são fatores menos positivos na média regional.

## Ranking Regional - Algarve

# (Região)	Varição			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
1.	-		Faro	1.	4.	1.	9.
2.	-		Albufeira	2.	1.	3.	17.
3.	-		Portimão	3.	2.	2.	19.
4.	+2		Loulé	4.	6.	4.	27.
5.	-1		Tavira	5.	3.	6.	31.
6.	-1		Lagos	6.	5.	5.	39.
7.	-		Silves	8.	8.	8.	71.
8.	+1		Vila Real de Sto António	10.	7.	9.	73.
9.	-1		Olhão	7.	9.	7.	75.
10.	-		Aljezur	9.	10.	10.	97.
11.	-		Lagoa (Algarve)	12.	13.	11.	125.
12.	+1		Castro Marim	13.	12.	13.	145.
13.	-1		Vila do Bispo	14.	11.	12.	146.
14.	-		Monchique	11.	14.	15.	155.
15.	-		São Brás de Alportel	16.	15.	14.	238.
16.	-		Alcoutim	15.	16.	16.	257.

# Ranking regional - Centro

Coimbra é líder indiscutível



Coimbra mantém-se indisputado como o município líder da Região Centro, apresentando os melhores resultados nas dimensões de Negócios, Visitar e Viver. Num ano em que assistimos a uma luta acesa pelo 2º lugar entre Aveiro e Leiria, Coimbra mantém inalteradas a sua posição no âmbito da região, subindo ainda um lugar nos Negócios no contexto nacional.



## Subidas de destaque

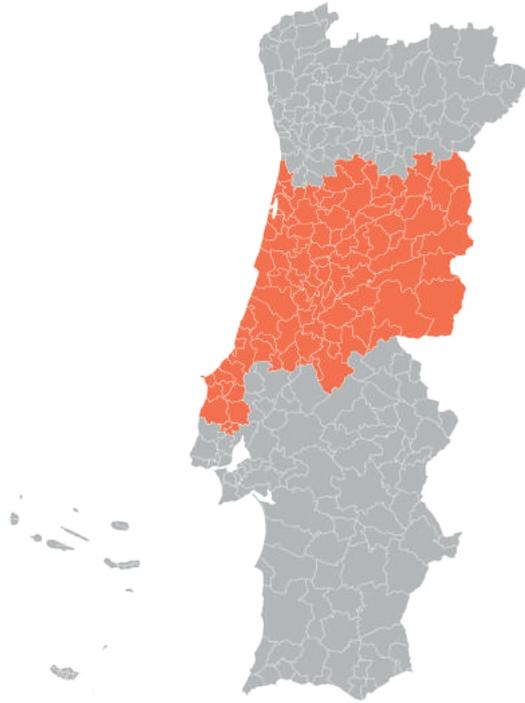
Enquanto a edição passada se caracterizou por novas entradas no Top 10 da Região Centro, nesta edição apresenta-se um topo semelhante com apenas uma subida: Caldas da Rainha passa de 10º a 8º, posição que já tinha ocupado em 2015. Peniche consegue subir a posição que tinha baixado na edição anterior e Tomar protagonizou uma escalada de 4 lugares, encontrando-se agora à porta do Top 15 regional.

## Descidas de Destaque

O município da Nazaré, que na edição passada havia registado uma subida significativa, perde uma posição nesta edição. A Covilhã mantém a trajetória de descida, passando agora para a 10ª posição regional. Ourém perde duas posições e sai do Top 15 regional, apresentando uma descida transversal no ranking em todas as dimensões.

# Ranking regional - Centro

## Destaques



Sem surpresas, Coimbra mantém a liderança neste Ranking da Região Centro de Portugal, demonstrando ter a marca mais forte e consolidada para Negócios, Turismo e Talento. Aveiro, que o ano passado superou Leiria, consegue manter o 2º lugar pela margem mínima, uma vez que o município de Leiria registou uma subida nas dimensões de Negócios e Viver, em que é agora a segunda força da região.

Viseu e Torres Vedras fecham o Top 5, imunes às subidas e descidas na região. Viseu perdeu 3 lugares na dimensão Visitar, mas não foi suficiente para abrir mão do 4º lugar do Centro. Olhando para os lugares cimeiros, destaque para as subidas de Caldas da Rainha, Peniche, Óbidos, Tomar, Fundão, Torres Novas e Ílhavo, sendo que estes últimos dois estavam abaixo do Top 25 na edição anterior. No reverso da medalha estão a Lousã e Mangualde que saem deste cenário.

A par da Madeira e do Norte, a Região Centro consegue registar uma subida de pontuações médias dos municípios em todas as dimensões em análise. Apesar desta pontuação média relevante, assistimos a uma diminuição da quota do Centro no panorama nacional, em que as procuras online, prestação no Twitter e Website sofreram baixas consideráveis.

No entanto, como ponto positivo, houve uma subida na prestação do Facebook dos municípios da Região Centro, mantendo-se como a 2ª região do país com melhores resultados atrás do Norte.

## Ranking Regional - Centro

# (Região)	Varição			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
1.	-		Coimbra	1.	1.	1.	5.
2.	-		Aveiro	3.	3.	4.	11.
3.	-		Leiria	2.	6.	2.	15.
4.	-		Viseu	4.	8.	3.	18.
5.	-		Torres Vedras	5.	10.	5.	22.
6.	-		Figueira da Foz	6.	4.	6.	23.
7.	-		Castelo Branco	7.	14.	7.	36.
8.	+2		Caldas da Rainha	8.	13.	8.	38.
9.	-1		Nazaré	9.	2.	20.	41.
10.	-1		Covilhã	15.	9.	11.	45.
11.	-		Guarda	13.	11.	10.	46.
12.	-		Pombal	11.	19.	9.	50.
13.	+1		Peniche	21.	7.	18.	53.
14.	-1		Ovar	10.	18.	15.	54.
15.	+1		Óbidos	14.	5.	39.	55.
16.	+4		Tomar	22.	15.	16.	59.
17.	-2		Ourém	20.	12.	21.	61.
18.	-		Marinha Grande	16.	21.	13.	62.
19.	-2		Águeda	12.	32.	12.	65.
20.	-1		Alcobaça	17.	16.	19.	72.
21.	+2		Fundão	19.	17.	23.	77.
22.	-1		Abrantes	25.	30.	17.	89.
23.	+5		Torres Novas	18.	37.	14.	90.
24.	+3		Ílhavo	26.	28.	24.	93.
25.	-3		Seia	35.	22.	25.	94.

## Ranking Regional - Centro

# (Região)	Variação			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
26.	-2		Lousã	23.	31.	29.	96.
27.	-1		Mealhada	37.	24.	27.	99.
28.	-3		Mangualde	30.	29.	32.	103.
29.	-		Batalha	36.	27.	37.	106.
30.	+1		Idanha-a-Nova	41.	23.	48.	110.
31.	-1		Lourinhã	34.	35.	36.	114.
32.	+5		Alenquer	27.	55.	22.	115.
33.	-		São Pedro do Sul	56.	20.	45.	117.
34.	+6		Cantanhede	31.	40.	38.	120.
35.	-		Arganil	50.	26.	46.	123.
36.	+5		Anadia	33.	42.	41.	127.
37.	+11		Oliveira do Hospital	39.	39.	35.	128.
38.	-4		Tondela	38.	44.	34.	131.
39.	-7		Albergaria-a-Velha	24.	51.	42.	132.
40.	-4		Mira	44.	25.	57.	133.
41.	-2		Sertã	42.	34.	47.	134.
42.	+3		Montemor-o-Velho	45.	41.	33.	135.
43.	-5		Estarreja	28.	65.	30.	136.
44.	-1		Entroncamento	46.	47.	28.	138.
45.	+4		Arruda dos Vinhos	29.	72.	26.	140.
46.	-		Condeixa-a-Nova	40.	70.	31.	147.
47.	-5		Vagos	32.	66.	44.	149.
48.	+2		Porto de Mós	48.	50.	43.	150.
49.	-2		Gouveia	47.	36.	55.	151.
50.	-6		Nelas	51.	38.	53.	154.

## Ranking Regional - Centro

# (Região)	Varição			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
51.	+1		Bombarral	54.	52.	50.	167.
52.	+2		Alcanena	53.	62.	51.	172.
53.	+2		Oliveira do Bairro	43.	91.	40.	174.
54.	-3		Constância	65.	43.	72.	177.
55.	+3		Penacova	55.	64.	54.	181.
56.	-3		Vouzela	58.	57.	65.	183.
57.	-1		Mortágua	66.	48.	66.	184.
58.	+11		Belmonte	63.	46.	81.	185.
59.	-2		Ferreira do Zêzere	64.	61.	61.	186.
60.	-1		Trancoso	62.	60.	70.	188.
61.	+2		Vila de Rei	57.	71.	73.	190.
62.	-1		Sabugal	78.	45.	67.	195.
63.	+3		Castro Daire	77.	63.	49.	196.
64.	-2		Oliveira de Frades	49.	82.	64.	197.
65.	-5		Sever do Vouga	60.	75.	75.	200.
66.	-1		Manteigas	92.	33.	86.	205.
67.	+9		Vila Nova da Barquinha	67.	76.	69.	206.
68.	+6		Proença-a-Nova	79.	69.	58.	208.
69.	+3		Soure	59.	86.	63.	211.
70.	+1		Ansião	52.	94.	62.	212.
71.	-7		Penela	80.	58.	78.	221.
72.	+3		Miranda do Corvo	81.	73.	56.	222.
73.	+4		Murtosa	88.	67.	60.	223.
74.	+6		Góis	73.	56.	93.	224.
75.	-5		Celorico da Beira	90.	49.	80.	225.

## Ranking Regional - Centro

# (Região)	Varição		Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)	
76.	-9		Carregal do Sal	61.	90.	77.	227.
77.	-4		Tábua	68.	92.	68.	232.
78.	+3		Santa Comba Dão	71.	83.	74.	236.
79.	-11		Cadaval	75.	88.	52.	241.
80.	+3		Castanheira de Pêra	76.	54.	94.	242.
81.	-3		Pinhel	74.	84.	71.	244.
82.	+9		Oleiros	72.	79.	87.	251.
83.	+3		Pampilhosa da Serra	91.	68.	84.	252.
84.	-5		Figueira Castelo Rodrigo	82.	59.	89.	253.
85.	-1		Sobral de Monte Agraço	70.	98.	59.	256.
86.	-1		Figueiró dos Vinhos	85.	74.	85.	258.
87.	-5		Almeida	83.	53.	100.	261.
88.	+7		Mêda	69.	87.	98.	262.
89.	+5		Aguiar da Beira	87.	89.	76.	266.
90.	-3		Sátão	86.	85.	82.	267.
91.	-2		Mação	89.	77.	91.	272.
92.	+1		Vila Nova de Poiares	94.	93.	79.	277.
93.	-5		Pedrogão Grande	93.	80.	97.	279.
94.	-4		Fornos de Algodres	96.	78.	96.	281.
95.	+1		Alvaiázere	84.	99.	83.	284.
96.	-4		Penamacor	98.	81.	90.	286.
97.	+2		Vila Nova de Paiva	95.	96.	92.	294.
98.	-1		Penalva do Castelo	97.	95.	95.	299.
99.	+1		Sardoal	99.	100.	88.	300.
100.	-2		Vila Velha de Ródão	100.	97.	99.	304.

# Ranking regional - Lisboa

Lisboa confirma hegemonia



## Primeiro Lugar - Lisboa

Desde a primeira edição do ranking que Lisboa não tinha tão parca margem sobre o segundo classificado na região. Mesmo assim, Lisboa lidera com vantagem considerável, partilhando o pódio da região com Cascais (que teve resultados sem precedente nesta edição) e com Sintra, que mantém o 3º lugar conquistado na passada edição.



## Subidas de destaque

Loures consegue recuperar a posição perdida na edição passada ficando no 8º lugar do ranking da Região de Lisboa. Odivelas dá o salto de 14º para 12º, confirmando a tendência de subida registada desde 2014. À semelhança de Loures, Vila Franca de Xira recupera também o lugar perdido na edição anterior e fica em 14º lugar na região.

## Descidas de Destaque

Sesimbra e Palmela descem um lugar na região como consequência direta das subidas de Loures e Odivelas. Seixal, por sua vez, segue uma tendência de descida, depois de descer 1 lugar na última edição e mais 2 na edição de 2017 do ranking.

# Ranking regional - Lisboa

## Destaques



O município de Lisboa é líder na região a que dá nome e mantém-se invicto nas dimensões de Negócios, Visitar e Viver na região e no país pelo 4º ano consecutivo. De realçar que Lisboa é também o município do país mais procurado online nacional e internacionalmente.

Cascais conseguiu uma das maiores subidas em termos de pontuação de todo o ranking, sendo agora 2º na região em todas as dimensões, superando Oeiras pela primeira vez nos Negócios. Sintra apresenta-se no 3º lugar consolidado depois da entrada no pódio na edição anterior.

No Top 10 da Região, apenas Loures e Sesimbra trocam de posições, não havendo qualquer entrada e saída entre os lugares cimeiros do ranking.

Os resultados globais dos municípios que constituem a Região de Lisboa são muito positivos, sendo esta a região que melhor média apresenta nas Dimensões de Negócios e Talento.

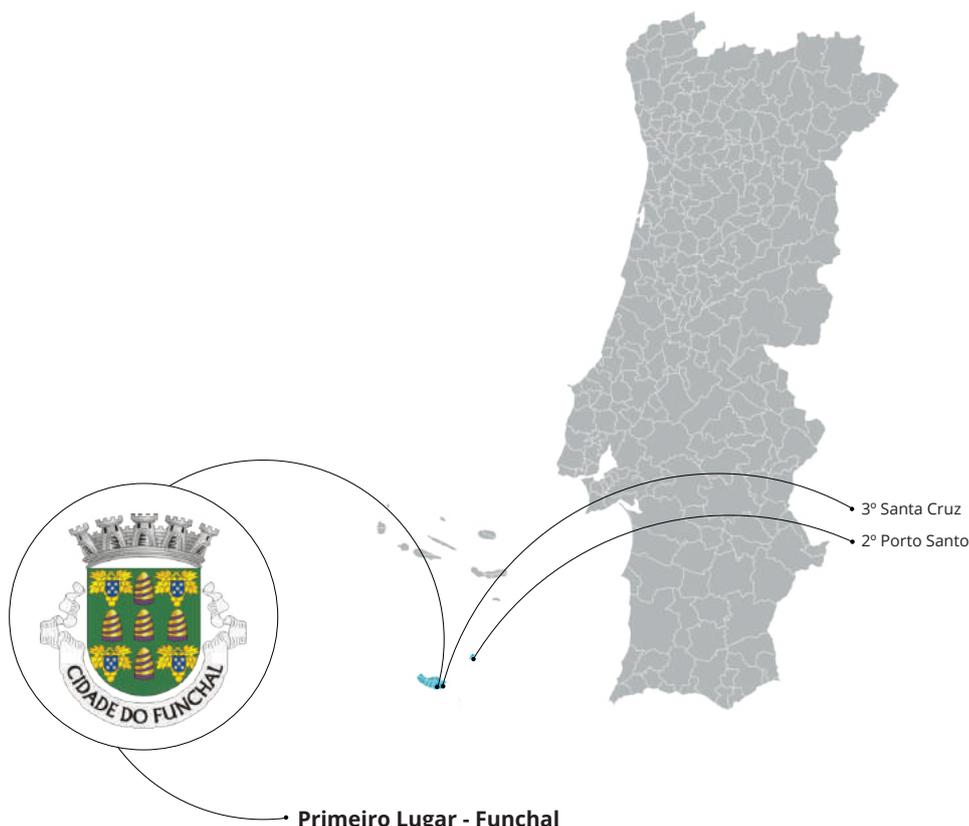
A grande conquista dos municípios da Região de Lisboa prende-se com o **Digital Demand - D2©**, pela primeira vez uma região consegue dominar mais de um terço de todas as procuras online feitas sobre os 308 municípios portugueses.

## Ranking Regional - Lisboa

# (Região)	Varição			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
1.	-		Lisboa	1.	1.	1.	1.
2.	-		Cascais	2.	2.	2.	3.
3.	-		Sintra	4.	3.	3.	6.
4.	-		Oeiras	3.	6.	5.	8.
5.	-		Setúbal	5.	4.	6.	10.
6.	-		Almada	6.	7.	4.	13.
7.	-		Mafra	8.	8.	9.	25.
8.	+1		Loures	7.	10.	8.	29.
9.	-1		Sesimbra	10.	5.	15.	33.
10.	-		Montijo	13.	9.	12.	44.
11.	-		Amadora	12.	12.	11.	48.
12.	+2		Odivelas	9.	16.	7.	56.
13.	-1		Palmela	15.	11.	17.	63.
14.	+1		Vila Franca de Xira	16.	14.	10.	66.
15.	-2		Seixal	14.	15.	13.	68.
16.	-		Barreiro	11.	17.	14.	76.
17.	-		Alcochete	18.	13.	18.	95.
18.	-		Moita	17.	18.	16.	129.

# Ranking regional - Madeira

Funchal mantém liderança



## Primeiro Lugar - Funchal

O município do Funchal é mais uma vez líder inquestionável da Região da Madeira e o único a marcar presença no Top 10 nacional com uma notoriedade relevante ao alcançar o pódio na Dimensão de Turismo. Porto Santo segura com segurança o 2º posto nas três dimensões com alguma margem para o 3º classificado Santa Cruz.



## Subidas de destaque

Câmara de Lobos consegue ultrapassar Machico graças a uma melhoria substancial nos Negócios e Talento. A Calheta e Porto Moniz vêm no Turismo o seu ativo de maior crescimento e conseguem conquistar duas posições no ranking da Região da Madeira desta edição.

## Descidas de Destaque

Como consequência da subida de Câmara de Lobos, vemos Machico a descer uma posição devido às categorias de Negócios e Turismo. Ponta do Sol perde o 6º lugar para a Calheta e Santana, com uma descida nos resultados de Negócios e Talento fica agora no 11º lugar na região.

# Ranking regional - Madeira

## Destaques



Aumentando a margem trazida da edição passada do **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©**, o município do Funchal é o líder isolado do ranking da Região da Madeira alcançando o primeiro lugar em todas as dimensões e assumindo-se como um “player” de referência em Portugal na área do Turismo subindo uma posição no exigente Top 10 nacional.

Porto Santo mantém o segundo lugar e, apesar de ter descido no âmbito nacional, consegue fazer o pleno de 2º lugar em todas as dimensões, ultrapassando Santa Cruz na dimensão Viver.

Santa Cruz, por sua vez, sobe mais de uma dezena de lugares no ranking nacional e uma posição no ranking regional de Visitar, sendo no entanto insuficiente para recuperar o 2º lugar que tinha em 2015.

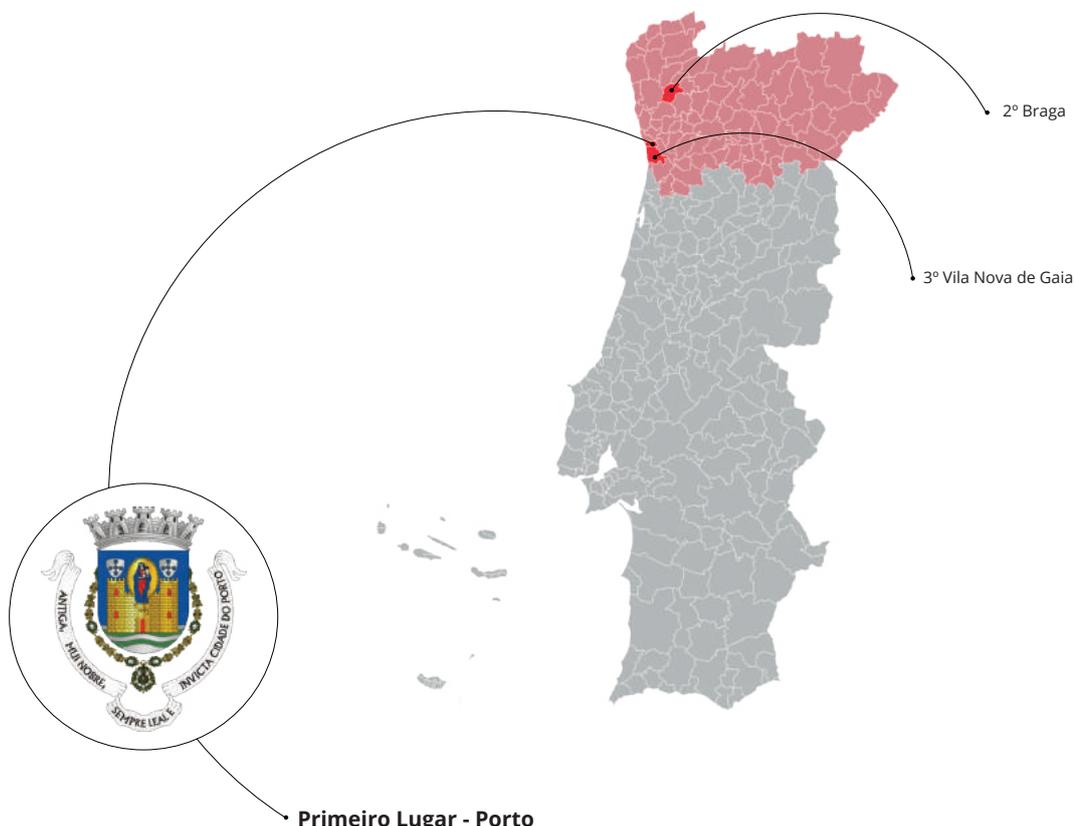
As pontuações médias dos municípios que compõem a Região da Madeira subiram em todas as dimensões, sendo esta subida mais notável na dimensão de Talento. Apesar da descida da quota em **Digital Demand - D2©** e no “Website Analytics”, vemos que a prestação dos municípios ajudou à subida da quota nacional da região na rede social mais utilizada em Portugal: o Facebook.

## Ranking Regional - Madeira

# (Região)	Variação			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
1.	-		Funchal	1.	1.	1.	7.
2.	-		Porto Santo	2.	2.	2.	92.
3.	-		Santa Cruz	3.	3.	4.	119.
4.	+1		Câmara de Lobos	4.	7.	3.	163.
5.	-1		Machico	5.	4.	5.	166.
6.	+2		Calheta (Madeira)	8.	5.	8.	204.
7.	-		Ribeira Brava	6.	11.	6.	213.
8.	-2		Ponta do Sol	7.	8.	9.	214.
9.	+2		Porto Moniz	10.	6.	11.	234.
10.	-		São Vicente	9.	9.	10.	243.
11.	-2		Santana	11.	10.	7.	246.

# Ranking regional - Norte

Porto e Braga afirmam região



## Primeiro Lugar - Porto

O município do Porto volta a dominar a Região Norte conseguindo nesta edição recuperar o 1º lugar na dimensão Viver que tinha perdido para Braga à duas edições. Braga é 2º classificado e partilha agora o pódio com Vila Nova de Gaia, que se estreia no Top 3 da Região Norte.



## Subidas de destaque

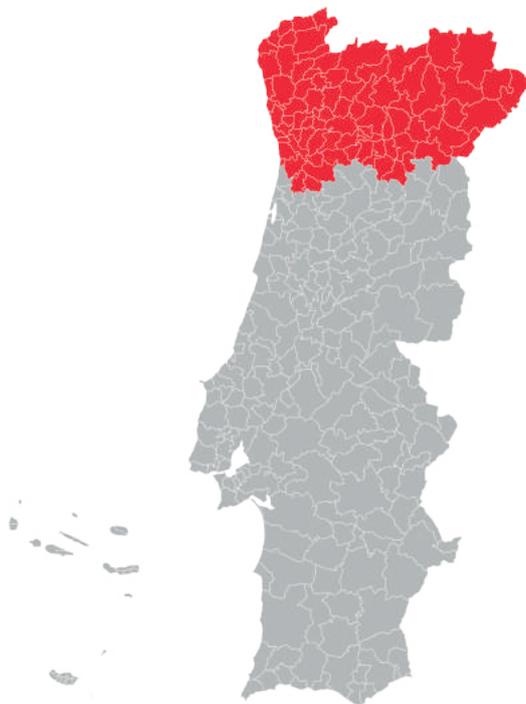
Vila Nova de Gaia é protagonista neste ranking da Região Norte tendo subido duas posições e conseguindo um 3º lugar sem precedente devido à melhoria de resultados em Negócios e Turismo. Vila do Conde sobe um lugar e recupera o 8º lugar de 2015 e Bragança mantém uma tendência vencedora, subindo mais 2 lugares no ranking regional e entrando no Top 10 da Região Norte.

## Descidas de Destaque

Guimarães sai pela primeira vez do Top 3 por força de uma ligeira descida na dimensão de Turismo. Matosinhos, que foi também ultrapassado por Vila Nova de Gaia, cai agora para o 5º lugar, baixando um lugar na categoria de Negócios. Póvoa do Varzim, que na edição passada tinha subido 3 lugares, desce agora 2, mantendo-se, no entanto, no Top 10.

# Ranking regional - Norte

## Destaques



Líder incontestado da Região Norte de Portugal no **Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking©**, o município do Porto consegue o pleno no primeiro lugar em todas as edições e em todas as dimensões.

Braga, que apesar de perder para o Porto o primeiro lugar na dimensão Viver, consegue subir de prestação em todas as categorias e consolida o segundo lugar na região. Guimarães, por sua vez, viu fugir o pódio para Vila Nova de Gaia que consegue pela primeira vez este 3º lugar da Região Norte de Portugal, ultrapassando também Matosinhos que é agora 5º.

No Top 10 destaca-se a entrada direta de Bragança, para o 9º lugar da tabela e a saída de Barcelos para o 11º lugar. Alargando a escala ao Top 25, destaca-se a impressionante entrada de Esposende que subiu 7 lugares e de São João da Madeira que passa de 27º para 25º. Mirandela e Valença foram os municípios que saíram do Top 25.

De um ponto de vista global, os resultados dos municípios do Norte foram muito positivos. Os resultados médios das 3 dimensões subiram consideravelmente, especialmente nos Negócios. A quota de **Digital Demand - D2©** do Norte em relação ao resto do país subiu de 27,7% para 28,8% e a quota em todas as outras variáveis subiu consideravelmente, nomeadamente nas Redes Sociais e Website.

## Ranking Regional - Norte

# (Região)	Varição			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
1.	-		Porto	1.	1.	1.	2.
2.	-		Braga	2.	2.	2.	4.
3.	+2		Vila Nova de Gaia	5.	4.	3.	12.
4.	-1		Guimarães	4.	5.	4.	14.
5.	-1		Matosinhos	6.	3.	5.	16.
6.	-		Maia	3.	9.	6.	21.
7.	-		Viana do Castelo	9.	6.	9.	24.
8.	+1		Vila do Conde	7.	11.	13.	26.
9.	+2		Bragança	11.	10.	11.	30.
10.	-2		Póvoa de Varzim	13.	7.	14.	32.
11.	-1		Barcelos	8.	20.	8.	34.
12.	-		Vila Real	15.	12.	7.	35.
13.	-		Santa Maria da Feira	12.	19.	10.	37.
14.	-		Ponte de Lima	14.	8.	18.	42.
15.	-		Vila Nova de Famalicão	10.	32.	12.	47.
16.	-		Penafiel	19.	23.	16.	49.
17.	-		Amarante	21.	16.	22.	51.
18.	+1		Santo Tirso	17.	27.	17.	52.
19.	-1		Espinho	29.	13.	25.	57.
20.	+1		Gondomar	18.	40.	15.	60.
21.	-1		Paredes	16.	37.	20.	64.
22.	+7		Esposende	23.	21.	32.	67.
23.	-1		Valongo	24.	34.	21.	69.
24.	-		Chaves	36.	15.	26.	70.
25.	+2		São João da Madeira	22.	33.	24.	74.

## Ranking Regional - Norte

# (Região)	Variação			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
26.	-3		Valença	25.	25.	35.	78.
27.	-2		Mirandela	32.	26.	28.	79.
28.	+4		Fafe	35.	29.	29.	81.
29.	+2		Lamego	41.	17.	34.	82.
30.	-4		Caminha	31.	14.	42.	83.
31.	-3		Oliveira de Azeméis	20.	52.	19.	84.
32.	-2		Arcos de Valdevez	30.	24.	38.	85.
33.	-		Felgueiras	26.	48.	23.	98.
34.	+3		Paços de Ferreira	27.	51.	27.	102.
35.	-1		Trofa	28.	53.	30.	104.
36.	+4		Arouca	38.	39.	37.	105.
37.	-2		Vila Verde	34.	43.	36.	107.
38.	-		Peso da Régua	46.	18.	44.	108.
39.	-3		Vila Nova de Cerveira	42.	28.	49.	111.
40.	+1		Monção	40.	36.	43.	112.
41.	+2		Montalegre	47.	22.	46.	113.
42.	-		Lousada	33.	58.	31.	118.
43.	-4		Vale de Cambra	37.	47.	39.	121.
44.	-		Marco de Canaveses	39.	57.	33.	130.
45.	-		Vieira do Minho	51.	31.	47.	137.
46.	+4		Macedo de Cavaleiros	48.	42.	40.	143.
47.	-1		Amares	45.	38.	51.	144.
48.	+1		Miranda do Douro	59.	30.	53.	156.
49.	-1		Melgaço	55.	35.	58.	158.
50.	+3		Póvoa de Lanhoso	49.	59.	41.	160.

## Ranking Regional - Norte

# (Região)	Variação		Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)	
51.	+4		Castelo de Paiva	50.	50.	50.	165.
52.	-5		Ponte da Barca	52.	45.	54.	168.
53.	-2		Resende	44.	64.	56.	176.
54.	-2		Vizela	43.	74.	45.	179.
55.	-1		Baião	56.	44.	52.	180.
56.	+5		Vila Flor	53.	56.	69.	192.
57.	+2		Mondim de Basto	58.	55.	62.	194.
58.	-2		Cabeceiras de Basto	57.	66.	48.	198.
59.	-2		Vila Pouca de Aguiar	64.	54.	59.	201.
60.	-		Terras de Bouro	61.	41.	77.	203.
61.	+1		Vila Nova de Foz Côa	65.	49.	67.	207.
62.	+1		Alijó	68.	46.	66.	210.
63.	+5		Celorico de Basto	63.	68.	55.	217.
64.	-6		Cinfães	62.	63.	60.	218.
65.	+5		Paredes de Coura	60.	71.	61.	233.
66.	+5		Vinhais	54.	75.	68.	235.
67.	-3		Valpaços	67.	65.	63.	239.
68.	-1		Moimenta da Beira	80.	70.	57.	247.
69.	-3		Mogadouro	70.	61.	70.	248.
70.	-5		Boticas	79.	62.	65.	249.
71.	-2		Alfândega da Fé	72.	60.	74.	255.
72.	-		Armamar	75.	73.	71.	265.
73.	+2		Tabuaço	81.	69.	75.	269.
74.	-1		Mesão Frio	73.	67.	82.	270.
75.	-1		Tarouca	78.	82.	64.	271.

## Ranking Regional - Norte

# (Região)	Variação			Negócios	Visitar	Viver	Posição (País)
76.	+1		Murça	66.	81.	72.	273.
77.	+1		Moncorvo	71.	77.	79.	276.
78.	+5		Carrazeda de Ansiães	69.	80.	78.	278.
79.	-3		Ribeira de Pena	85.	76.	76.	280.
80.	+1		Sabrosa	82.	72.	84.	282.
81.	-2		Sernancelhe	74.	85.	73.	283.
82.	-2		São João da Pesqueira	77.	84.	80.	287.
83.	-1		Penedono	84.	78.	83.	288.
84.	-		Santa Marta Penaguião	76.	86.	81.	292.
85.	+1		Freixo de Espada à Cinta	86.	79.	86.	295.
86.	-1		Vimioso	83.	83.	85.	298.

# Portugal City Brand Ranking ©

## Perguntas frequentes

### **O que é o Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking© e a quem se destina?**

Este ranking consiste na medição de resultados e impacto da marca de todos os 308 municípios portugueses nas áreas de Turismo (Visitar), Investimento e Exportações (Negócios) e Talento (Viver). O Portugal City Brand Ranking© destina-se a instituições governamentais, autarquias, académicos e profissionais das áreas de finanças, economia, marketing ou ao público em geral que se interesse pela temática.

### **O que faz do Portugal City Brand Ranking © um indicador relevante e único?**

O Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking© é o único estudo publicado nesta área que recorre única e exclusivamente a dados quantitativos não dando margem a interpretações ou input humano que tenha influência nas classificações. O ranking usa uma metodologia única e inovadora que incorpora um número elevado de variáveis objetivas e relevantes, em vez de estudos de opinião. A combinação de D2 ©, estatística e ferramentas únicas produzidas pela Bloom Consulting, dão a este estudo um elevado grau de fiabilidade e objetividade.

### **Porque têm credibilidade os estudos da Bloom Consulting na área do Place Branding?**

A Bloom Consulting é uma empresa com experiência e sucesso reconhecido na elaboração de rankings, bem como outros projetos, tendo sido referenciada por meios de comunicação social como "The Economist", "Forbes" e a "CNN". Desde 2011 que a Bloom Consulting publica anualmente o Bloom Consulting Country Brand Ranking © em que, com os mesmos critérios usados neste estudo, aborda todas as nações do mundo. A Bloom é "Data Partner" do World Economic Forum que usa os seus dados para a construção do Index "Global Competitiveness Report".

### **O Portugal City Brand Ranking © mostra quais são os melhores municípios para viver, visitar e fazer negócios?**

Não. O ranking mede a performance e o impacto da marca de cada município com dados puramente quantitativos não interpretando uma marca forte, por exemplo, na categoria de Talento (Viver) como o melhor sítio para viver em Portugal, uma vez que este é um tema que varia consoante a perceção, ambição e prioridades de cada cidadão (rural vs urbano, interior vs litoral, etc.). O mesmo se aplica às dimensões de Investimento e Exportações (Negócios) e de Turismo (Visitar). Melhores posições no ranking são por norma reveladoras de melhor estratégia de promoção e estruturação, de mais visibilidade, mais procura proactiva, melhores plataformas online e redes sociais e melhores indicadores estatísticos nas várias categorias.

### **A descida no Portugal City Brand Ranking © significa que houve um mau trabalho por parte da Câmara Municipal e organizações responsáveis pela promoção?**

Não necessariamente. A edição deste ano do Portugal City Brand Ranking© ficou caracterizada pela subida de prestação de muitos municípios que conseqüentemente se destacaram. Dita a lógica que para que um suba, outro tem de descer, o pode significar pura e simplesmente que houve uma estagnação ou uma subida mais modesta por parte de um município e não necessariamente uma baixa acentuada na performance do mesmo.

### **Como foi feita a distribuição de municípios por região?**

As regiões a que se refere este ranking, são classificadas pela União Europeia no nível NUTS 2 (Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins Estatísticos). Em alguns casos, pode ser que não coincidam com as regiões históricas de Portugal. No entanto, é a subdivisão regional mais atualizada do país.

### **Qual é o próximo passo para os municípios que desejam melhorar a sua "performance"?**

Cada caso é um caso. O Bloom Consulting Portugal City Brand Ranking © é, por si só, um ponto de partida para a reflexão que será levada a cabo pelos municípios. A Bloom Consulting dispõe de um serviço personalizado para cada cliente, criando estratégias eficazes para cada município, tendo em consideração todos os aspetos relevantes para melhorar a sua "performance". A Bloom Consulting combina métodos únicos, procurando um impacto no PIB local.

Obrigado!

# Bloom Consulting

Countries Regions and Cities

## Contactos

A Bloom Consulting está presente em Portugal através de um escritório em Lisboa, de onde pretende estender ao resto do território a sua experiência única.

Para mais informações, por favor contacte:

Filipe Roquette - Sócio e Diretor Geral de Portugal  
froquette@bloom-consulting.com

João Vasco Neves - Consultor de Estratégia  
jneves@bloom-consulting.com

João Eduardo Paulo - Consultor Técnico  
jpaulo@bloom-consulting.com

Avenida Estados Unidos da América 102 13A  
1700-179 Lisboa, Portugal

Telefone: +351 210 936 819

Aceda ao **Portugal City Brand Ranking**© interativo, através do site:  
<http://www.bloom-consulting.com/rankingportugal/>

