

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

**Designação do Projecto:** Hotel The Lince Convento de Santa Clara - Criação de nova unidade hoteleira de luxo (5\*) em edifício histórico em Vila do Conde

**Código do Projecto:** POCI-02-0853-FEDER-047531

**Objectivo Principal:** Reforçar a competitividade das PME

**Região de Intervenção:** Vila do Conde

**Entidade Beneficiária:** SliceDays - Hotelaria, Lda.

**Data de Aprovação:** 16-09-2020

**Data de Início:** 28-06-2020

**Data de Conclusão:** 24-08-2022

**Custo Total Elegível:** 10.434.815,42€

**Apoio Financeiro da União Europeia:** FEDER - 2.347.833,47€

## Descrição do Projecto:

### 1. Enquadramento

O Convento de Santa Clara foi fundado em 1318 e parcialmente reedificado em 1777, sendo alvo de sucessivas alterações até finais do século XX. Uma das intervenções mais relevantes, que levaria à sua actual configuração, ocorreu em 1935. Apesar de devoluto, o Convento de Santa Clara apresenta-se em bom estado de conservação exterior, fruto das intervenções de manutenção de que foi alvo em 2015 por parte da Câmara Municipal de Vila do Conde.

Trata-se de um edifício histórico de grande riqueza arquitectónica e com uma localização muito singular, numa colina na periferia de Vila do Conde, com excelentes vistas sobre o oceano, o Rio Ave e sobre a própria cidade. O edifício conventual insere-se num vasto conjunto monumental que integra a Igreja Gótica de Santa Clara, o respectivo claustro e o aqueduto.

Salienta-se ainda que, à luz do Plano Director Municipal, o Convento de Santa Clara encontra-se numa área protegida por ser um monumento de interesse público, possuindo grande valor patrimonial para toda a envolvente. Encontra-se ainda em curso o procedimento para incluir o Convento de Santa Clara na classificação da Igreja Gótica de Santa Clara, elevando-o assim a Monumento Nacional.

### 2. Conceito

Este projecto consiste na criação de um produto turístico de excelência, através da requalificação e ampliação do edifício existente. Tratar-se-á de uma unidade hoteleira de 5\* com 89 quartos (62 duplos, 18 individuais e 9 suites, uma das quais adaptada a clientes com mobilidade condicionada) e que irá integrar valências e equipamentos que permitam a oferta de serviços, actividades e experiências complementares que valorizem o produto.

O Convento de Santa Clara apresenta características distintivas que permitem criar neste local um produto turístico altamente atractivo e diferenciado, que integrará a oferta de uma estadia de qualidade superior e de serviços complementares, também eles de excelência e alinhados com o posicionamento pretendido, aliado a um design moderno, mas coerente com a história e singularidade do edifício. A diferenciação far-se-á também pela localização privilegiada do Convento de Santa Clara, com vista para o Rio Ave, para o oceano e para a cidade, e pela majestuosidade do próprio edifício e sua riqueza histórica, cultural e arquitectónica.

O hotel irá integrar um programa de actividades diversificado, nomeadamente espaços sociais e de lazer (e.g. biblioteca, livraria, sala de eventos, restauração, piscinas exterior e interior, SPA, entre outros) e espaços culturais (e.g. centro interpretativo dedicado ao património histórico do edifício e adega e prova de vinhos). Estas valências, aliadas à riqueza histórica e arquitectónica do edifício, permitem posicionar este produto para o Turismo de Cultura e de Experiências, sendo ainda de destacar as parcerias que o promotor pretende concretizar com diversos operadores da região para valorizar esta componente.

Pretende-se assim criar um produto turístico diferenciado, inovador na região e com um posicionamento distintivo, orientado a um target mais maduro, com elevado poder de compra e com interesse no Turismo de Cultura e de Experiências. O hotel irá ainda integrar uma sala de eventos, o que lhe permitirá estender a sua oferta a eventos corporativos e sociais.

De notar que se procura uma integração com a envolvente e, simultaneamente, a preservação do valor patrimonial existente, oferecendo à região um alojamento turístico com valor histórico e arquitectónico. Pretende-se preservar o estilo da época e a sua traça original. Nesse sentido, todos os trabalhos a realizar terão em consideração estes requisitos.

### **3. Objectivos**

São objectivos do investimento proposto:

- Criar um hotel de luxo especialmente orientado para targets maduros com elevado poder de compra, que privilegiam ofertas com componentes culturais, históricas, arquitectónicas e naturais, assim como comodidades ligadas ao conceito de wellness/bem-estar;
- Criar um produto que acrescente valor à oferta da região/nacional, competindo com as melhores unidades do género em Portugal;
- Oferecer um produto que seja especialmente atractivo para clientes estrangeiros;
- Incluir no produto hoteleiro valências que suportem conteúdos turísticos - SPA, restaurante com conceito de “cozinha interactiva”, espaço cultural que contemple o património histórico do edifício, etc.;
- Criar parcerias com empresas de actividades turísticas para acrescentar conteúdo turístico à oferta;
- Capacitar o hotel para explorar a componente de organização de eventos.



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

**Designação do Projecto:** Plano de internacionalização do hotel The Lince Convento de Santa Clara

**Código do Projecto:** POCI-02-0752-FEDER-071169

**Objectivo Principal:** Reforçar a competitividade das PME

**Região de Intervenção:** Vila do Conde

**Entidade Beneficiária:** SliceDays - Hotelaria, Lda.

**Data de Aprovação:** 23-03-2021

**Data de Início:** 01-07-2021

**Data de Conclusão:** 30-06-2023

**Custo Total Elegível:** 512.025,34€

**Apoio Financeiro da União Europeia:** FEDER - 128.261,40€

### **Descrição do Projecto:**

Com a conclusão da remodelação do Convento de Santa Clara a aproximar-se, que se traduzirá na oferta de um serviço diferenciado e de elevado valor, foi necessário à SliceDays desenvolver um plano estruturado na vertente comercial internacional para não só comunicar os novos factores de diferenciação dos seus serviços, mas sobretudo identificar e promover a aproximação aos alvos que definiu - mercados sofisticados e exigentes de segmento alto e premium, disponíveis para valorizar o valor acrescentado da oferta.

Para alcançar os objectivos traçados, a empresa estruturou o plano de investimentos que sustenta este projecto, que passará, em primeiro lugar, pela valorização da sua imagem de marca, capaz de a posicionar nos segmentos mais exigentes, e por introduzir factores de comunicação inovadores e ajustados aos targets.

Para esse efeito, o plano envolve (1) uma transformação importante do website da empresa, em termos gráficos e visuais, mas também a subscrição de serviços de gestão específicos do mercado do turismo, (2) a aposta em estratégias de marketing digital centradas na experiência do cliente que maximizem a respectiva atracção e interacção, (3) o desenvolvimento de conteúdos de marketing na vertente física e digital, em particular vídeos e newsletters e (4) a aquisição de conhecimento especializado sobre os mercados-alvo.

Desta forma, conseguir-se-á comunicar de forma atractiva e eficaz, ajudando no posicionamento da marca, que irá ser registada em mercados específicos, e valorizando as competências distintivas que serão geradas pelo investimento realizado no Convento.

Munida dos produtos comunicacionais adequados, a SliceDays irá lançar-se num programa de prospecção e promoção internacional que terá como principais objectivos a abordagem aos novos segmentos e aos canais de comercialização mais sofisticados nos mercados seleccionados.

Assim, a partir de Julho de 2021, e ao longo de 2 anos, com a expectativa de que o efeito da pandemia COVID-19 sobre a economia já esteja minimizado nessa altura, a promotora pretende realizar as seguintes acções:

- Participação em feiras de referência internacional, localizadas em regiões distintas do planeta, para desenvolver visibilidade e notoriedade junto dos diferentes players internacionais;
- Missões de charme (visitas inversas) regulares para captar prescritores e parceiros comerciais dos mercados-alvo.

Todo este plano será implementado e monitorizado por uma equipa reforçada com dois novos colaboradores, especialmente vocacionados para apoiar todo este esforço comunicacional e de promoção internacional.

Grandes objectivos da empresa para os próximos anos:

- Aumentar o Volume de Negócios global, com uma grande parte do mesmo a ser proveniente de mercados externos;
- Expandir a actividade para/nos mercados e segmentos prioritários;
- Reforçar a notoriedade/visibilidade internacional.