

MEDIA & COMUNICAÇÃO NO TURISMO

Revista blue Travel



blue **Travel**
PARAR É VIVER

↳ Descrição sumária do candidato, tipo de negócio.

A Revista blue Travel é uma marca de conteúdos dedicada a viagens, cultura e lifestyle, com a missão de fazer parte do dia a dia das pessoas e inspirar novas formas de ver e viver o mundo. Através de uma abordagem editorial envolvente, aborda temas como destinos, gastronomia, design, tendências e atualidade. Lançada em 2003, a blue Travel construiu uma relação sólida com o público e regressa ao mercado em 2025 reforçando o seu propósito de criar uma comunidade com interesses comuns. O projeto integra revista impressa, website com atualização diária, programas de televisão e rádio, newsletter e eventos, funcionando como uma ponte entre culturas, com foco em Portugal e no mundo. Mantém o compromisso de proporcionar experiências enriquecedoras e momentos de lazer de qualidade aos seus leitores e seguidores.

↳ O que torna este projeto diferente ou inovador?

O projeto distingue-se pela sua abordagem integrada e multiplataforma, combinando conteúdos editoriais com experiências reais. A blue não é apenas um meio de comunicação, mas uma marca que acompanha a sua comunidade através de revista, website, televisão, rádio, newsletter e eventos, criando uma presença contínua no dia a dia do público. A inovação está na forma como cruza viagens, cultura, gastronomia e lifestyle num único ecossistema, respondendo a interesses diversos que raramente estão reunidos num só projeto. Destaca-se ainda pela aposta na criação de uma comunidade ativa, promovendo experiências que aproximam pessoas, marcas e culturas. Ao posicionar-se como ponte entre Portugal e o mundo, oferece não só informação, mas inspiração e vivências, reforçando a ligação entre conteúdos e experiências reais.

↳ Em que medida antecipa tendências ou responde a novos desafios do mercado?

A antecipação de tendências e a resposta aos novos desafios do mercado fazem-se através de uma abordagem dinâmica, informada e centrada no consumidor. Por um lado, acompanhamos de forma contínua a evolução dos comportamentos e interesses do público, identificando mudanças nos estilos de vida, nas preferências de consumo e nas formas de interação com os conteúdos. Esta leitura permite-nos adaptar a nossa proposta editorial e os formatos de comunicação, privilegiando temas atuais como sustentabilidade, experiências autênticas, bem-estar e inovação. Por outro lado, respondemos aos desafios do mercado com uma estratégia multiplataforma, que integra print, digital, audiovisual e eventos, garantindo proximidade e relevância junto de diferentes audiências. A atualização frequente dos conteúdos, aliada a uma curadoria cuidada, assegura não só a pertinência da informação, mas também a capacidade de surpreender e fidelizar. Desta forma, mais do que acompanhar tendências, procuramos interpretá-las e transformá-las em propostas de valor consistentes, reforçando o posicionamento da marca num contexto em constante evolução.

↳ Que impacto tem o projeto na sua região, comunidade ou no país?

O projeto tem um impacto relevante ao nível regional e nacional, contribuindo para a valorização do território, da cultura e da economia. Por um lado, promove destinos, tradições, gastronomia e iniciativas locais, dando visibilidade a regiões menos exploradas e incentivando

>> (continua)

MEDIA & COMUNICAÇÃO NO TURISMO



Revista blue Travel

>>

a sua descoberta. Este destaque contribui para dinamizar economias locais, apoiar pequenos produtores e negócios e reforçar a identidade cultural. Por outro lado, atua como um agente de ligação entre comunidades, marcas e públicos, estimulando o interesse por experiências autênticas e sustentáveis. Através dos seus diferentes canais: revista, digital, audiovisual e eventos e amplia o alcance destas histórias e cria uma plataforma de partilha e inspiração. A nível nacional, o projeto ajuda a consolidar uma imagem contemporânea e diversificada do país, posicionando-o como um destino atrativo e culturalmente rico, tanto para residentes como para visitantes. Em simultâneo, promove hábitos de consumo mais informados e conscientes, acompanhando as novas exigências do mercado e da sociedade.

↳ Contribui para a imagem e competitividade da região ou de Portugal enquanto destinos?

Sim, de forma clara e consistente. A blue contribui para a valorização da imagem de Portugal enquanto destino turístico, ao promover conteúdos que destacam a diversidade cultural, gastronómica e paisagística do país. Ao comunicar Portugal de forma inspiradora e contemporânea, reforça a sua atratividade junto de públicos nacionais e internacionais. Simultaneamente, ao dar visibilidade a destinos menos explorados e experiências autênticas, contribui para a descentralização da procura turística e para o aumento da competitividade das regiões. Através da sua presença multiplataforma e da realização de eventos, potencia a ligação entre marcas, territórios e consumidores, posicionando Portugal como um destino dinâmico, inovador e relevante no contexto global.

↳ Referências/Outros

[Saber mais 1.](#) [Saber mais 2.](#)

Nome	Revista blue Travel
Distrito	Porto
Setor de atividade	Edição de revistas e outras publicações periódicas
Tipo de empresa	PME
N.º de funcionários	22
Website	https://revistablueltravel.com/
Redes sociais	 