



Douro Verde *Experience*

Programa Valorizar

Despacho Normativo n.º9/2016 de 28 de outubro

Linha de Apoio à Valorização Turística do Interior

Despacho Normativo n.º16/2016 de 30 de dezembro

Memória Descritiva



Índice

NOTA INTRODUTÓRIA	3
1. Visão Estratégica	4
2. Contextualização e Caraterização Territorial	
2.1 Território de abrangência	6
2.2 A Oportunidade na Ruralidade do Douro Verde	7
2.3 Impacto Ambiental do Despovoamento Rural	8
3. Douro Verde Experience	
3.1 Objetivos do Projeto	10
3.2 Parceria	
3.2.1 Entidades Envolvidas	11
3.2.2 Modelo de Governação	11
3.3 Plano de Ação	12
Ação A - Comunicação Territorial	13
Ação B - Promoção Territorial	19
Ação C - Capacitação Territorial	23
4. Contributo para os objetivos previstos nos documentos estratégicos da política territorial (nacional ou regional ou local) e setorial relevantes	
4.1 Estratégia Turismo 2027	25
4.2 Estratégia de Marketing para o Turismo Porto e Norte de Portugal	26
4.3 Estratégia Regional de Especialização Inteligente - RIS 3	27
4.4 Pacto de Desenvolvimento e Coesão Territorial NUT III Tâmega e Sousa	28
4.5 DLBC Estratégia “Douro Verde 2020”	29
4.6 PROVERE	29
4.7 Programas Operacionais Temáticos	30
5. Sustentabilidade do Projeto Após a Realização do Investimento	30
6. Qualidade do Projeto	
6.1 Coerência e racionalidade do Projeto	31
6.2 Grau de inovação do projeto	33
6.3 Grau de resposta a fatores críticos de competitividade	34
6.3.1 Valorização do interior	34
6.3.2 Reforço da Coesão Territorial	35
6.4 Impacto na economia	36
6.4.1 Demonstração e disseminação de resultados	36
6.4.2 Grau de relevância dos resultados	37
6.4.3 Contributo do projeto para a competitividade regional e nacional	38
7. Estimativa Orçamental	39

Nota Introdutória

O Território Douro Verde, situado entre o Douro Vinhateiro e o Douro Urbano do Porto, encerra uma inegável riqueza paisagística, histórica e cultural, a que se agregam produtos locais com reconhecido valor e crescente notoriedade, sendo esta a conjugação de argumentos que conduzirá ao (re)conhecimento deste território.

Enquanto entidade com intervenção supramunicipal, tendo em vista o desenvolvimento local e regional, a Dolmen assume como missão a concretização de medidas que traduzam esse reconhecimento e visibilidade externas.

É neste contexto que Douro Verde Experience surge. Um projeto centrado na valorização do património e recursos endógenos do território Douro Verde, partindo destes ativos diferenciadores e qualificadores, de forma a potenciar o desenvolvimento de novos serviços turísticos com base nesse património e produtos, qualificando este destino do interior, promovendo condições para a desconcentração da procura, para a redução da sazonalidade e, por esta via, para a crescente criação de valor e de emprego.

Com base nesse propósito o Douro Verde Experience elege os vinhos e a gastronomia como elemento de atração turística, servindo de mote à visitação do território e todo o património endógeno que o constitui, assente no facto de que “Nos dias de hoje os consumidores *não compram bens, compram experiências, não compram qualidade de serviço mas memórias* (Hemington, 2007).

Assumem-se assim como objetivos o aumento da atratividade do território de forma a elevar os seus níveis de notoriedade e reconhecimento, assim como a potenciar, harmonizar e consolidar a qualidade da oferta turística, a melhorar os indicadores do turismo e reduzir as assimetrias regionais que se sentem dentro do território e do território por comparação a outros destinos e a estimular um espírito colaborativo, de parceria coesa entre os diferentes stakeholders, para uma abordagem alinhada ao nível do desenvolvimento e promoção deste destino turístico de interior.

1. VISÃO ESTRATÉGICA

Em 2020, o território do Douro Verde será um território mais atrativo, ambientalmente exemplar, caracterizado por oportunidades económicas e de emprego, sustentadas na valorização do património e dos recursos endógenos.

No entanto, o cenário futuro não pode ser demasiado otimista, uma vez que o território se debate com os problemas do declínio demográfico, traduzido pelo envelhecimento acentuado da população e pelo êxodo dos mais jovens, do abandono das terras de cultivo, bem como de um relativo isolamento físico e social que pode comprometer, a longo prazo, a sua sobrevivência enquanto comunidade territorial e humana. Em contrapartida, existem algumas dinâmicas claramente positivas, que constituem, simultaneamente, sinais de esperança e de oportunidades, que importa não desvalorizar.

A recente instalação de alguns jovens agricultores, a importância socioeconómica de algumas atividades e a existência de recursos ambientais, patrimoniais, culturais, gastronómicos e vinícolas, são alguns dos ativos que podem ser mobilizados em favor de uma estratégia de desenvolvimento integrado e duradouro.

Não obstante, o território, a sua população e os seus líderes, necessitam de ganhar consciência das transformações e dos esforços, individuais e coletivos, que são necessários para valorizar o Douro Verde enquanto região do interior e reforçar a coesão territorial através da criação de valor, de emprego e da fixação das populações.

A formulação da visão estratégica para o Douro Verde enquanto destino turístico qualificado deve passar pela valorização dos seus recursos naturais e patrimoniais e produtos locais, nomeadamente o vinho e a gastronomia.

É sabido que entre os principais motivos que suscitam a visita a uma região se encontram incluídos, com cada vez mais força, a gastronomia e vinhos, assim como a paisagem, estando a valorização do que é genuíno e único, na ordem do dia. Valoriza-se o que se conhece, sendo por isso importante contribuir para a estruturação da oferta na sua multidisciplinaridade.

O trabalho que a Dolmen tem vindo a desenvolver, enquanto organismo gestor de programas de apoio ao desenvolvimento económico e social do meio rural, designadamente pela via da Abordagem LEADER, tem tornado possível o fomento da criação e do desenvolvimento de empresas, em áreas distintas, como sejam:

- Organização da produção e comercialização, na ótica dos mercados curtos de comercialização;
- Transformação e comercialização, tendo em vista o aumento do valor acrescentado dos produtos e a melhoria do desempenho competitivo das unidades agroindustriais;
- Promoção, apoiando estudos de *branding* e definição de estratégias de marketing, privilegiando-se mais uma vez a organização de produtores;

- Legalização e certificação de produtos, como forma de proteger os valores associados a um produto.

Mas para além do apoio financeiro, a Dolmen atua de forma proactiva, em linha com o que tem sido a sua experiência, designadamente através:

- **Promoção e Comercialização de Produtos Locais**

Tomando consciência da necessidade de apoiar os pequenos produtores e artesãos do território na promoção do seu trabalho e escoamento dos seus produtos, a Dolmen entendeu que deveria criar um espaço físico no qual fosse possível a quem visita o território, conhecer e adquirir os mais diversificados produtos de qualidade que aqui se produzem.

Foi neste contexto que surgiu, em 2010, o Centro de Promoção de Produtos Locais, em Baião, ao qual se seguiu o segundo Centro de Promoção, em Marco de Canaveses que abriu portas em maio de 2012.

Em meados de 2014, abre o terceiro espaço, em Amarante, considerado a “porta de entrada do território e do Douro Vinhateiro”, denominado de *Espaço Douro & Tâmega - Loja de Turismo*, um espaço polivalente, que para além do espaço de promoção e comercialização de produtos locais, alberga ainda um centro Interpretativo do Território Douro Verde, dedicado à promoção desta região e um Centro de Informação da Rota do Românico.

Sendo um espaço aberto à comunidade, aqui decorrem ainda eventos de índole diversa, designadamente sessões de apresentação de novos produtos locais como vinhos e produtos agroalimentares, *workshops* de artesanato, sessões de formação, servindo ainda de secretariado a provas desportivas como o Douro Bike Race, Mountain Quest e Christmas Trail.

Consideramos que esta Rede de Centros de Promoção de Produtos Locais, faz de facto a diferença neste território, pela oportunidade criada junto dos agentes económicos locais, que ganham na visibilidade e na promoção qualificada que é feita a partir destas estruturas, estando previsto o seu alargamento aos municípios do Douro Sul.

- **Participação em certames de promoção do território**

Sabendo da importância da participação em eventos nacionais e estrangeiros para o (re)conhecimento do território, a Dolmen há muito que vem marcando presença em feiras e outros fóruns, resultando nos últimos anos numa aposta com maior vigor, tendo sido este um caminho traçado com o objetivo da internacionalização do território. Refira-se que esta aposta, tem ganho maior preponderância em Espanha, desde logo pela proximidade, e semelhanças culturais, mais evidenciadas se tomarmos por referência a região da Galiza, sendo o exemplo da participação no *Encuentro Astur-Luso* em Siero, na Festa da Reconquista em Vigo, no Festival do Marisco em Vigo, no Festival Arcu Atlântico em Gijón - Astúrias ou no Fórum Gastronómico de Girona.

Para além da participação em eventos com histórico como os anteriormente mencionados, nos últimos anos, mercê do trabalho desenvolvido pela Dolmen na Galiza, temos vindo a colaborar com o Vice-Consulado Português ali sediado na organização das Comemorações do Dia de Portugal, que se realizaram em 2016 em Vigo e em 2017 em Ourense.

Refira-se também alguns eventos realizados em França, designadamente Fête des Vendanges, a Feira de Produtos Portugueses de Nanterre ou Feira de Achères.

Mas esta promoção faz-se também em território nacional, dando-se primazia à participação em eventos de cariz turístico e agroalimentar, como sejam o Festival Internacional da Máscara Ibérica em Lisboa, a Feira Internacional de Artesanato em Lisboa, a Feira de Artesanato de Vila do Conde, a Portugal Agro em Lisboa entre outros.

2. Contextualização e Caracterização Territorial

2.1 Território de abrangência

Situado a cerca de 50 km da área metropolitana do Porto, o Território Douro Verde, composto pelos municípios de Amarante, Baião, Cinfães, Marco de Canaveses, Penafiel e Resende, está marcado pela força de uma natureza arrebatadora e inigualável, que lhe confere um potencial imenso.

Encaixado entre o Marão e Montemuro, entre a zona de influência da Área Metropolitana do Porto e o Alto Douro Vinhateiro, percorrido por dois grandes rios de dimensão ibérica (o Douro e o Tâmega), o Douro Verde revela uma identidade territorial que remonta há cerca de cinco mil anos. Percorrendo a região de Norte para Sul sucedem-se Serras - Marão, Aboboreira e Montemuro - e vales cavados pelos inúmeros rios, como o Bestança, Ovil, Ovelha e Cabrum, que convidam ao contacto com a natureza.

O património existente assim o revela, nos vestígios pré-históricos dos planaltos dolménicos existentes nas Serras de Aboboreira e Montemuro.

Mas outras marcas, datadas de há cerca de dois mil anos, testemunham a relevância histórica deste território, tendo sido outrora, Tongobriga, no Marco de Canaveses, o seu centro político-administrativo.

O património cultural constitui, de facto, uma referência seja pelos vestígios arqueológicos existentes na região, seja pela arte, presente nos múltiplos edifícios e monumentos de cariz religioso, onde é possível admirar o românico aliado à talha dourada, ou à arte contemporânea. A força da riqueza patrimonial eleva o interesse turístico a outra dimensão, dada a ligação ao território de figuras de renome com projeção nacional e internacional: cumplicidade estabelecida entre Eça de Queiroz e Tormes, em Baião, relatada no seu romance *A Cidade e as Serras*, a escritora Agustina Bessa-Luís, Amadeo de Souza Cardoso, um dos mais emblemáticos pintores do modernismo, ou Teixeira de Pascoaes, poeta com profundas ligações a Espanha, naturais de Amarante, Carmen Miranda, célebre cantora e atriz nascida no início do século XX, no Marco de

Canaveses, Alexandre Serpa Pinto nascido em Cinfães no século XIX, tendo daqui partido para descobrir e inventariar África e aqui regressado para passar o conhecimento ao mundo, ou Egas Moniz, senhor das terras de Resende cujos apelos à senhora de Cárquere milagrosamente curaram o primeiro rei de Portugal.

A gastronomia local pontua pela diversidade de carnes, sendo o assado no forno eleito como a confeção dos pratos em dias festivos, em que se realça o anho e o cabrito assados acompanhados por batata assada e arroz de forno, confecionado em alguidar de barro. A arouquesa e a maronesa, enquanto raças autóctones, constituem igualmente uma referência na cozinha deste território, sendo produtos com Denominação de Origem Protegida, que em posta grelhada ou arroz de aba, fazem as delícias dos apreciadores. Noutro capítulo que não as carnes, mencionar a lampreia à bordalesa ou com arroz, que pode ser saboreada na zona de Entre-Os-Rios. Uma referência ainda para o fumeiro tradicional que estando intimamente relacionado com a cultura local, engrandece a gastronomia do Território Douro Verde, podendo ser acompanhado com a típica broa de milho, a sêmea de moure ou pão de Padronelo, conhecido também como o pão de 4 cantos, ou integrando a confeção de alguns pratos tradicionais, como o cozido à portuguesa. Entre as sobremesas, são particularmente famosos os doces conventuais de Amarante, o biscoito da Teixeira, as Cavacas e Cerejas de Resende, a laranja da Pala, os bolos de manteiga de Cinfães, as fatias do Freixo do Marco de Canaveses.

Região vinícola por natureza, com vinhos apreciados mundialmente, o Douro Verde concentra em si as melhores quintas vinícolas, começando o enoturismo a assumir-se como mote de visita. Tratam-se de vinhos verdes requintados, caracterizados por ter uma acidez baixa, com um volume de álcool situado entre os 12% e os 13,5%, originais pelas características do solo e do clima, mas também pelas peculiaridades das castas regionais e das formas de cultivo da vinha, sendo de destacar a casta Avesso, específica da sub-região vitivinícola de Baião, o Azal, o Arinto, o Trajadura e o Vinhão. Como se depreende é um vinho adamado com ótimas propriedades digestivas de sabor e personalidade inconfundíveis. Destacam-se os brancos de cor citrina ou palha, os tintos encorpados e de cor intensa e espuma rosada ou vermelha viva e os roses. De realçar ainda a produção do espumante de vinho verde.

Aliado a estes pilares surge uma cultura popular, enraizada em tradições ancestrais, que realça produtos locais com crescente notoriedade e reconhecimento.

O Douro Verde, sustentado nesta identidade territorial, projeta-se assim enquanto complemento de uma oferta turística mais abrangente, assente no produto reconhecido internacionalmente - Douro - em que o Porto é a grande porta de acesso.

2.2. A Oportunidade na Ruralidade do Douro Verde

O território do Douro Verde é constituído por comunidades predominantemente rurais, classificados como sendo de baixa densidade, ao abrigo do mapa aprovado pela Comissão Interministerial de Coordenação (CIC) a 1 de Julho de 2015.

De facto, a globalidade do território Douro Verde e as suas comunidades apresentam uma base rural, traduzida por uma baixa densidade que - mais do que nas questões do povoamento - se manifesta nos domínios da atividade empresarial, das qualificações do capital humano, bem como na mobilidade e capacidade de resposta a problemas crescentes como o desemprego ou a pobreza. Como se percebe, da informação contante da tabela infra, dos municípios que integram o Douro Verde, os municípios do Douro Sul e Baião, são aqueles onde se verifica uma menor densidade populacional, apresentado no caso de Cinfães uma densidade de 85 habitantes por km², Resende 92 habitantes por km², seguidos de Baião com 117 habitantes por km².

Concelho	Território Total			Território Baixa Densidade		
	População (2011)	Área (km ²)	Densidade populacional	População (2011)	Área (km ²)	Densidade populacional
Amarante	56 264	301,31	186,73	8 126	158,28	51,34
Baião	20 522	174,52	117,59	20 522	174,52	117,59
Cinfães	20 427	239,27	85,37	20 427	239,27	85,37
Marco de Canaveses	53 450	201,90	264,74	2 771	23,19	119,49
Resende	11 364	123,35	92,13	11 364	123,35	92,13
	162 027	1040,35	155,74	63 210	718,61	87,96

Já no que se refere aos municípios de Amarante e Marco de Canaveses, a realidade é ligeiramente distinta, verificando-se uma maior densidade populacional, estando por isso apenas parcialmente inserido no mapa de territórios de baixa densidade.

Refira-se que no caso de Marco de Canaveses apenas uma das 16 freguesias está classificada de baixa densidade, correspondendo a 11% da área do município, residindo aqui 5% da população total residente no município. No caso de Amarante, estão classificadas como sendo de baixa densidade 10 das 26 freguesias, correspondendo a cerca de 50% da área total do município, residindo aqui 14% da sua população.

2.3 Impacto Ambiental do Despovoamento Rural

A caracterização de alguns dados económico-sociais relevam para o contexto do presente projeto, nomeadamente os referentes à densidade populacional, desde logo porque esta baixa densidade reflete-se no abandono crescente dos espaços rurais e no sucessivo esvaziamento de massa crítica, provocando instabilidade ambiental, social e naturalmente económica.

Um dos reflexos desta realidade constatou-se este ano, e porventura da forma mais cruel, com os incêndios que deflagraram por todo o país.

De acordo com a informação constante do Sistema de Gestão de Informação de Incêndios Florestais do ICNF - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, no período compreendido entre 1 de janeiro e 31 de outubro de 2017, contabilizaram-se 16.981 ocorrências (3.653 incêndios florestais e 13.328 fogachos) que resultaram em 442.418 ha de área ardida de espaços florestais, entre povoamentos (264.951ha) e matos (177.467ha).

Comparando os valores do ano de 2017 com o histórico dos 10 anos anteriores, assinala-se que se registaram menos 3,6% de ocorrências, contudo mais 428% de área ardida relativamente à média anual do período.

Afortunadamente, no Douro Verde a gravidade das ocorrências registadas não provocou perdas humanas, como se verificou noutras regiões a 17 de junho e 15 de outubro. No entanto, também aqui se fizeram e fazem sentir os efeitos nefastos dos incêndios de 2017 com um total de 4.269 ha de área ardida entre povoamentos (165 ha) e matos (4105 ha), que inevitavelmente acentuaram as fragilidades económicas, naturais e sociais existentes.

Conforme se constata na tabela infra, que reporta ao período compreendido entre 01 de janeiro e 31 de outubro do presente ano, dos municípios que constituem o Douro Verde, aqueles em que se verificou um maior número de ocorrências foi Resende com 2404 ha de área ardida, seguido de Cinfães, com 895 ha, ambos localizados no Douro Sul. Refira-se que estes municípios são, do

Incêndios 2017 - Relatório Provisório				
De 1 de Janeiro a 31 de Outubro		Área Ardida / Ha		
Município	Data de Alerta	Povoamento	Mato	Total
Amarante - Bustelo	09/10/2017	60	231	291
Amarante - Aboadela	16/04/2017	27	173	200
Baião - Valadares	11/10/2017	2	100	101
Baião - Tresouras	20/08/2017	0	164	164
Marco de Canaveses - Penha Longa	07/10/2017	0	214	214
Cinfães - Santiago de Piães	22/08/2017	53	58	111
Cinfães - Cinfães	20/08/2017	0	527	527
Cinfães - Ramires	12/08/2017	0	145	145
Cinfães - Ramires	09/08/2017	0	112	112
Resende - Feirão	15/10/2017	0	775	775
Resende - Felgueiras	14/10/2017	1	300	301
Resende - Panchorra	20/08/2017	0	750	750
Resende - S. Martinho de Mouros	17/08/2017	22	446	468
Resende - Felgueiras	07/01/2017	0	110	110
Total		165	4105	4269

conjunto do Douro Verde e conforme apresentado no ponto anterior, aqueles onde a densidade populacional é menor, realidade que tem reflexo no abandono das aldeias, e decréscimo da atividade económica rural, seja agrícola, seja agropecuária, seja florestal, acabando por ter impacto na incidência de fogos florestais.

3. Douro Verde Experience | O Projeto

3.1 Objetivos

Os objetivos estratégicos deste projeto centram-se no aumento da atratividade do território, de forma a elevar os seus níveis de notoriedade e reconhecimento, a potenciar, harmonizar e consolidar a qualidade da oferta turística, a melhorar os indicadores do turismo e reduzir as assimetrias regionais que se sentem dentro do território e do território por comparação a outros destinos e a estimular um espírito colaborativo, de parceria coesa entre os diferentes *stakeholders*, para uma abordagem alinhada ao nível do desenvolvimento e promoção do destino turístico de interior.

Para tal a estruturação deste projeto centra-se na valorização do património e recursos endógenos do território Douro Verde de forma a potenciar o desenvolvimento de novos serviços turísticos com base nesse património e produtos, qualificando este destino do interior, promovendo condições para a desconcentração da procura, para a redução da sazonalidade e, deste modo, para a crescente criação de valor e de emprego.

Nesse sentido, o ativo referência do projeto é o vinho e a gastronomia, numa ampla abordagem ao enoturismo, enquanto característica intrínseca e distintiva do destino/território, que é reconhecida pelo turismo internacional e tem elevado potencial de desenvolvimento futuro.

O enoturismo é uma vertente do turismo que tem alcançado enorme sucesso em Portugal, principalmente nas regiões de maior produção de vinhos, como é o caso do Douro e do Alentejo. É esta a oportunidade que o Douro Verde Experience pretende potenciar.

Esta opção está, aliás, em linha com os dados que vamos conhecendo sobre o perfil de quem nos visita. De acordo com um inquérito realizado pelo Turismo de Portugal, 37% dos operadores estrangeiros questionados, dizem que este é o melhor argumento de promoção do país fora de portas, e 31% dizem mesmo que associa o vinho ao turismo nacional. Daqui resulta que o maior potencial turístico de Portugal e o produto que deve ser divulgado a nível internacional para vender o país como destino, é o vinho.

Com base nesse propósito o Douro Verde Experience elege os vinhos e a gastronomia como elemento de atração turística, servindo de mote à visita do território e todo o património endógeno que o constitui, assente no facto de que “Nos dias de hoje os consumidores *não compram bens, compram experiências, não compram qualidade de serviço mas memórias* (Hemington, 2007), é nesse sentido

e com o foco na valorização do património, dos recursos endógenos e das pessoas, que o projeto Douro Verde Experience está estruturado.

3.2 PARCERIA

3.2.1 Entidades envolvidas

A implementação do Plano de Ação do Douro Verde Experience assenta no princípio basilar adotado pela Dolmen em toda a sua intervenção, eminentemente de caráter supramunicipal - o Trabalho em Rede.

Neste caso concreto foi constituída uma parceria envolvendo, para além da Dolmen, que se assume enquanto Entidade Promotora, os municípios de Amarante, Baião, Cinfães, Marco de Canaveses e Resende. Para além destas, foram identificadas outras entidades cujo contributo reportamos de muito relevante para o sucesso do projeto. Destaque-se o apoio manifestado pela Turismo de Porto e Norte de Portugal, a Fundação Eça de Queiroz, entidade cuja atividade assume uma vertente essencialmente cultural associada aos produtos locais, traduzidas nas já reconhecidas ementas queirosianas, a Quinta de Tuberais - Ensino Profissional de Cinfães E.M., cuja área de formação incide na restauração e hotelaria, desenvolvendo cursos de formação de serviços de cozinha e de mesa. Para além destas, são ainda parceiras do projeto diversas empresas com atividade na área da restauração e produção de vinhos como sejam Lima & Smith, Lda., Restaurante Pena, Maranhão entre outros.

3.2.2 Modelo de Governação

O modelo de governação do consórcio assenta na constituição de uma Comissão de Acompanhamento e de um Grupo de Apoio Técnico.

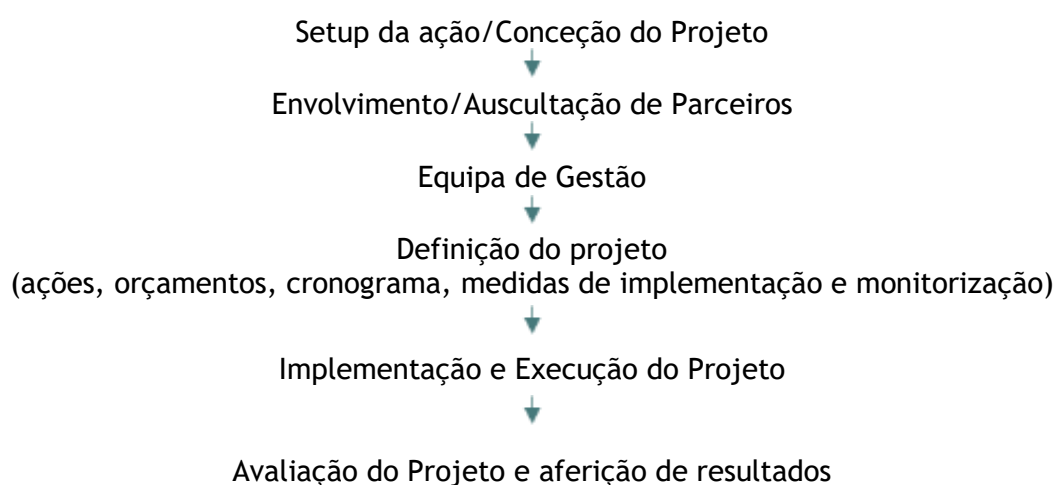
A Comissão de Acompanhamento será composta por um representante da Entidade Promotora, que preside a esta Comissão e um representante de cada uma das Entidades Parceiras e tem como incumbência a verificação do cumprimento dos indicadores propostos, podendo emitir pareceres sobre os trabalhos desenvolvidos, e propor ajustamentos e correções sempre que tal se justifique.

Serão ainda convidados a integrar esta Comissão de Acompanhamento, na qualidade de observadores externos, representantes dos setores de atividade relevantes para a implementação deste projeto, designadamente da Entidade Regional do Turismo do Porto e Norte de Portugal, da Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes, da Associação

da Hotelaria e Restauração e Similares de Portugal, Instituições de Ensino Profissional e Superior, entre outros a identificar pela parceria.

O Grupo de Apoio Técnico será constituído por elementos da Equipa Técnica da Entidade Promotora e das Entidades Parceiras, cabendo-lhe a responsabilidade do acompanhamento e execução das ações previstas no âmbito da candidatura, prestando colaboração direta à Comissão de Acompanhamento.

Tal como tem vindo a acontecer desde a sua conceção, em que ocorreram diferentes momentos de auscultação, o processo de implementação do projeto terá o envolvimento dos parceiros, ao longo das suas diferentes fases:



3.3 Plano de Ação

O plano de ação proposto revela-se consequente e coerente, tendo sido perspectivado em torno de atividades distintas, potenciado o cross-selling, imprescindível para a rentabilidade de qualquer atividade turística.

Consideramos por isso que as atividades propostas, visam potenciar e melhorar a experiência da visita turística, numa perspetiva integrada e coesa de valorização dos recursos endógenos e do património que estimule a iniciativa privada ou pública para o desenvolvimento de novos serviços turísticos com base nesse património e produtos.

No plano de ação estão vertidas preocupações com o cronograma de realização das ações propostas, uma estratégia que contempla 365 dias por ano, que traduz as motivações e satisfação dos visitantes, procurando conciliar por exemplo o calendário de férias escolares dos mercados alvo com a planificação de atividades, reportando para este facto o peso relevante dos turistas estrangeiros, nomeadamente os da Diáspora, sendo o Douro Verde um Território de muita emigração.

O plano de ação do projeto Douro Verde Experience estrutura-se em três grandes ações:

- **Comunicação Territorial**

No âmbito desta ação serão desenvolvidos alguns instrumentos de apoio à divulgação do território, a ser materializados em suportes diversos recorrendo a meios distintos: novas tecnologias, multimédia e em papel.

Daqui fará igualmente parte a contratação de um plano de comunicação, tendo em vista a amplificação do projeto, das diferentes iniciativas previstas no plano de ação e do próprio território.

- **Capacitação Territorial**

Nesta ação serão desenvolvidas ações conducentes ao *empowerment* e reforço de capacitação dos agentes económicos do território numa perspetiva de conhecimento e contextualização da oferta vínica, gastronómica, cultural e natural do Douro Verde.

- **Promoção Territorial**

Nesta ação serão desenvolvidas iniciativas de promoção e divulgação do vinho, gastronomia e cultura identitária do Douro Verde, quer através da **participação em eventos** que se realizem fora do território, estando prevista a participação em certames associados ao vinho que habitualmente se realizam no Porto, Lisboa, Espanha ou França, quer através de **ações de charme** a realizar no território, direcionadas a operadores turísticos nacionais e internacionais, agências de viagens, empresas exportadoras, opinionmakers, jornalistas, chefes e escanções premiados, entre outros.

A criação da Rota dos Sabores e da Carta de Vinhos do Douro Verde, a conceção e produção de Montras Douro Verde e a Criação de uma sala de Provas de Vinhos, constituem outras atividades a desenvolver no âmbito do presente projeto.

Apresenta-se de seguida, com maior detalhe, as atividades previstas no Plano de Ação:

AÇÃO A - COMUNICAÇÃO TERRITORIAL

A.1 - Desenvolvimento, Criação e Registo da Marca Douro Verde Experience

Uma marca é um sinal que permite identificar um determinado produto ou serviço, distinguindo-o no mercado. A marca - *Douro Verde Experience* - deverá traduzir o convite à visitação e experiência turística no território Douro Verde, repleto de ativos endógenos, que como tal se traduzem na diferenciação, e ativos qualificadores capazes de enriquecer a experiência turística.

Uma marca, que se pretende de notoriedade nacional e internacional, necessita de uma estratégia eficiente para a sua construção acrescentando-lhe valor e significado, considerando a criação de

uma ligação entre o “consumidor” e ela própria, posicionando-a num patamar de excelência perante o seu público-alvo.

Assim será criada uma identidade visual apelativa, sincera e transparente que defina a nossa missão e valores, ao mesmo tempo que se identifique com a história do nosso território.

O branding está diretamente ligado à gestão da própria marca, utilizando estratégias, práticas e técnicas de comunicação, design, marketing entre outros, o que se pretende é posicionar no mercado, a marca “Douro Verde Experience” orientando-a para as preferências e dinâmicas do mercado.

Nesta ação esta prevista a elaboração de um manual de identidade visual: identidade, símbolo e logótipo e elementos básicos e universo visual.

Para que uma marca se torne exclusiva, ou seja, para que ninguém utilize a imagem ou nome, é necessário fazer o registo da mesma, estado previsto na presente ação a consulta e registo da marca Douro Verde Experience no INPI, consulta e análise de códigos NICE e registo na plataforma, acompanhamento de todas as etapas desde o registo à contestação caso exista oposição ao registo da marca.

A.2 - Plano de Comunicação

O potencial do território Douro Verde é reconhecido por todos, a suas características, a sua cultura, o seu património, os seus produtos são de uma valia incalculável, sendo imperativo criar uma comunicação fluida, uniforme e estrategicamente elaborada, criando uma relação de confiança com todos os visitantes e potenciais visitantes.

O Plano de comunicação assume-se assim como um fator decisivo no sucesso do projeto, sendo uma ferramenta valiosa na sua divulgação e promoção.

Identificado o público-alvo (visitantes, operadores turísticos, operadores de incoming, agências de viagens retalhistas, agentes de handing, DMC, agências de viagens online, GDS e outros sites e outros profissionais do setor), o local de comunicação (mercado de origem e destino), canais de comunicação/media (Revista Evasões, Revista Wine, Jornal de Notícias, TSF e outras Rádios, tendo sempre em conta a comunicação regional, nacional e internacional) e meios de comunicação (campanhas publicitárias, artigos de imprensa/reportagens escritas, reportagens em televisão, roadshows, feiras de turismo, campanhas de promoção com operadores turísticos, disponibilização de brochuras promocionais, newsletters) é imperativo definir os objetos de comunicação, dar a conhecer a marca Douro Verde Experience e fidelizar os visitantes.

Atividade A.3 - Website, Elaboração e Gestão de Conteúdos

O crescimento do turismo em Portugal como um elemento fundamental para o crescimento da atividade económica e desenvolvimento e os indicadores atuais que apontam para uma tendência

de crescimento, despoletam nos agentes locais uma vontade de aproveitar esta corrente e lançar o desafio ao Douro Verde de se auto afirmar como destino turístico de excelência.

Acreditamos que o marketing digital enquanto elemento agregador de estratégias voltadas para a promoção de uma marca na internet, é um elemento fundamental para a promoção do território do projeto Douro Verde Experience além-fronteiras.

Nos dias de hoje, a internet está incorporada na nossa vida de tal forma que é impensável dispensar todas as comodidades que esta nos oferece, sendo uma ferramenta imprescindível no nosso dia-a-dia, nomeadamente no processo de aquisição de viagens e alojamento, informação sobre destinos turísticos, artigos e avaliações sobre determinado restaurante ou alojamento.

O desenvolvimento e criação de um Website com uma linguagem turística, é uma ferramenta fundamental na comunicação com o público-alvo, tornando-se por demais evidente a necessidade de desenvolver um “sítio” digital que contenha toda a informação do nosso território que potencie e sirva de instrumento facilitador para que todos possam planear as suas próprias viagens de forma concertada e coerente.

A consolidação da internet tornou mais acessíveis e ampliou as formas de divulgação, gerando altas taxas de ROI (retorno sobre o investimento). No entanto, para alcançar seu público-alvo, não basta apenas estar presente na internet, através de um site ou com perfis em redes sociais. A lógica de navegação on-line funciona de forma muito mais complexa.

Quem pesquisa na internet pelos melhores destinos ou pelas melhores experiências aliadas ao vinho e gastronomia, o mais provável é que receba imagens e informações de Portugal, sendo esta “responsabilidade” do SEO (Search Engine Optimization), estratégia prevista na criação do nosso site assim como, a RWD (Responsive web design) que permitirá que o nosso site esteja acessível com eficiência máxima, a partir de qualquer dispositivo.

Mas não bastará ter bons canais de comunicação se esses não forem “alimentados” corretamente, sendo essencial apresentar nesses mesmos canais de divulgação, conteúdos informativos e experienciais, atuais, diversificados e apelativos que tenham a capacidade de criar impacto positivo e que façam com que as pessoas demonstrem interesse em seguir e visitar e partilhar esses mesmos canais e conteúdos, que se revejam e que desejem ser atores nessas experiências.

O website Douro Verde Experience será desenvolvido em cinco idiomas (português, francês, inglês, alemão e espanhol) no qual serão disponibilizadas conteúdos visuais, traduzidos em fotos e vídeos, cuja produção está igualmente prevista no âmbito desta atividade.

Pretende-se que o website tenha a seguinte estruturação:

1. O Douro Verde: Amarante, Baião, Cinfães, Marco de Canaveses, Penafiel e Resende, informação geográfica, geológica, política, religiosa, demográfica e económica. Distinções, dez razões para visitar o Douro Verde, Clima, Natureza, História, Tradições Regionais, Produtos Regionais, Lendas,

2. Sabia que..., Galeria, Mapa.
3. Como chegar: chegar ao Douro Verde e Agentes de Turismo.
4. Onde dormir: Hotel, Estalagem/Pensão, Hostel, Turismo Rural, Turismo de Habitação, Pousada da Juventude, Parque de Campismo e Caravanismo.
5. O que fazer: Cultura: agenda cultural, museus, monumentos, centros culturais, igrejas e capelas, rota do românico; Eventos: descrição e calendarização de todos os eventos a ocorrer no território; Atividades: Terra - BTT, Canoagem, escalada, jeep tour, excursões, geocaching, golf, observação da natureza, orientação, paintball, passeio a cavalo, slide, trail running, entre outros. Ar - exemplo: asa delta, parapente, passeio de balão. Rio - passeio de barco, giga, pesca desportiva, outros. Percursos pedestres - rotas, percursos e circuitos, homologados (naturais, culturais/património, gastronómico, víquicos). Empresas de animação Turística e Compras: Artesanato, produtos locais, bordados, adegas de vinho e enoturismo, mercados, outros.
6. Explorar: Campo de Golfe, Parque Aquático, Termas, Porto e Cais, Praias fluviais, Clubes náuticos, Atrações temáticas, Miradouros, Jardins, Parques, Quintas, Complexos desportivos, Museus, Monumentos, Centros culturais, Bibliotecas, Igrejas e Capelas, Percursos Recomendados e Rota do Românico.
7. Como se deslocar: Rent a car, Autocarro, Comboio, Embarcações de recreio, Táxi.
8. Informações Úteis: Postos de turismo, Contactos e links úteis, Apps, Webcams, Meteorologia.
9. Copyright - Possibilidade de efetuar login para registo de dados e comunicação (newsletters e outros).
10. Plan de Trip.

Atividade A.4 - APP Douro Verde Experience

Uma aplicação móvel, compatível com os sistemas IOS e Android, que se pretende como um novo guia para todos os visitantes do território Douro Verde, sejam eles apaixonados pela natureza, património, cultura ou artesanato ou procurem conhecer e saborear a gastronomia e os vinhos verdes da região.

A finalidade é que todos os pontos de interesse “comuniquem” com os visitantes, transportando o conceito de Internet of Things (I.o.T.) para o Território “Douro Verde”.

A APP disponibilizará aos utilizadores, informações sobre atividades na natureza (percursos pedestres, eventos desportivos de BTT, Trail, passeio de barco, passeios de jipe ou outros) culturais (monumentos, museus, outros pontos de interesse com referências históricas e culturas) gastronómicas (restaurantes, tasquinhas ou adegas com gastronomia regional), víquicas (quintas que pratiquem enoturismo, produtores de vinho verde, wine bares, salas de provas, centros

interpretativos do vinho e da vinha), alojamento (hotéis, alojamento local, turismo rural e outros) e animação territorial (atividades/experiências e eventos a decorrer). Além disto, através da georreferenciação, o utilizador terá a oportunidade de se localizar e perceber quanto tempo e a que distância fica de determinado destino.

A grande novidade, que tem como adeptos os países mais desenvolvidos ao nível do turismo é a interatividade da APP com os espaços físicos através da instalação de Beacons em pontos estratégicos. Os beacons são dispositivos muito simples, com ID únicos, e que pela sua reduzida dimensão podem ser facilmente colocados no exterior ou interior dos edifícios, a partir de onde enviam sinais via Bluetooth Low Energy (BLE) que podem ser captados por dispositivos móveis munidos desta tecnologia. Basta que exista uma APP instalada no telefone, conectada com aqueles beacons e que seja dada autorização de utilização para se começar a interagir.

Será desenvolvida uma interface web para visualização de estatísticas, com recolha de dados registados durante a visita, sendo estes enviados posteriormente para o servidor. A aplicação para visualização de estatísticas vai buscar os dados, efetua tratamento sobre os mesmos e apresenta os resultados, num browser, recorrendo a um mapa. Com isto conseguiremos saber, por exemplo, quais os locais mais visitados e qual o perfil de visitantes, ficando dotados de indicadores de elevada importância para a manutenção ou ajuste da estratégia.

Atividade A.5 - Coletânea de Catálogos Promocionais de Enoturismo e Vinhos

A coletânea de catálogos de Enoturismo e Vinhos do Território Douro Verde é um instrumento fundamental para comunicar a oferta da região na lógica da experimentação turística no setor vinícola junto de visitantes, opinion makers, especialistas ou operadores turísticos. Estes catálogos serão utilizados nas ações de charme, na participação em eventos e outros momentos de igual importância que constituam uma oportunidade de divulgação e promoção.

Serão desenvolvidos cinco catálogos, um por município (Amarante, Baião, Marco de Canaveses, Cinfães e Resende) com os seguintes conteúdos: enquadramento da região Douro Verde, artigos de opinião de enólogos, história do vinho verde, mapa (mundo, europa, Portugal e região), apresentação de espaços de enoturismo de excelência e apresentação de produtores de vinho.

Este trabalho inclui as sessões fotográficas (quinta, vinhas, produtores e produto) e será objeto de integração digital no website Douro Verde Experience.

Resumidamente, cada catálogo será um suporte organizado subdividido em duas categorias: o Enoturismo e os Vinhos, numa exposição das boas práticas e dinâmicas existentes no território que fomente o seu desenvolvimento e a procura turística onde o vinho verde se assume como um recurso endógeno de excelência e de reconhecido valor.

Atividade A.6 - Viagem pelo Douro Verde

Em 2015 a Dolmen desenvolveu um trabalho em rede, no sentido da estruturação e organização do potencial turístico existente no Douro Verde, a que deu o nome de Viagem pelo Douro Verde, sendo o primeiro guia que agrega, em papel e em vídeo, informação turística dos concelhos integrados no Douro Verde.

Na realização deste trabalho forma assumidos dois objetivos:

1. O desenvolvimento de ferramentas que permitissem divulgar o potencial existente no Douro Verde, devendo ser utilizado na região, até porque ainda é grande o desconhecimento de uns municípios em relação aos seus vizinhos, e em certames nacionais e internacionais;
2. Valorização do trabalho em rede envolvendo todos os parceiros públicos e privados, traduzindo num projeto de desenvolvimento, com impacto na alavancagem do tecido socioeconómico da região.

Daqui resultou a produção de um [filme](#) em duas versões (de 3 e 11 minutos), com locução em português, inglês e espanhol e a publicação de um roteiro, com edição em papel, com cerca de 220 páginas, apenas em português.

Estes trabalhos foram organizados por temáticas a partir das quais se percorre todo o território, com apelos distintos, porém complementares, podendo aqui ser encontrados, de forma organizada, elementos sobre alojamento, restauração, gastronomia, doçaria, vinhos, artesanato, história, tradições, paisagens, museus, monumentos, atividades radicais e festividades, assumindo-se como motes: **Observar | Conhecer | Saborear | Vicenciar | Ficar**

No âmbito do Douro Verde Experience, pretende-se proceder à atualização, tradução e impressão do roteiro “Viagem pelo Douro Verde” para inglês, alemão, francês e espanhol, impondo-se esta evolução pelo feedback que temos recebido, dada a qualidade e relevância do trabalho realizado, sendo-nos frequentemente solicitadas versões noutros idiomas, que num contexto de internacionalização se torna absolutamente imprescindível.

No contexto do projeto, este suporte comunicacional será utilizado no âmbito das ações de charme orientadas para agências e operadores turísticos que poderão promover o destino e nas ações de promoção em que participemos.

AÇÃO B - PROMOÇÃO TERRITORIAL

B.1 Rota dos Sabores do Douro Verde

Saborear o Douro Verde é entrar numa paleta de sabores que pontua pela diversidade de pratos e de néctares. A Rota dos Sabores é uma atividade de divulgação que será implementada em unidades

de restauração que se destaquem pela genuinidade das suas ementas e pelas valorização dos produtos locais, localizadas que no território.

Procuraremos ainda expandir esta Rota às cidades do Porto e Lisboa, locais onde sabemos que se fixaram diversos empresários originários deste território, sendo excelentes embaixadores desta causa.

Esta rota consiste numa atividade de cooperação com as casas de gastronomia da região (restaurantes, adegas, casas de petiscos, wine bares, entre outros), para que num determinado período de tempo, cerca de quinze dias, duas vezes por ano, disponibilizem aos clientes uma iguaria acompanhada por um vinho da nossa região. À rota estará associado um passaporte para colocação de um selo/carimbo por cada petisco consumido. O preenchimento total do passaporte habilitará o cliente ao sorteio de uma estadia em regime APA num alojamento do território e uma refeição Menu Douro Verde para duas pessoas num restaurante do território.

Esta Rota terá como produtos base da confeção do Sabor os produtos endógenos: carne arouquesa ou maronesa, anho, fumeiro, porco bísaro, cogumelos, trigo de cantos, peixe do rio, verde/bazulaque, lampreia, entre outros e sempre acompanhados pelo vinho da nossa região.

Para a sua implementação será elaborado material promocional, com as informações respeitantes à rota, nomeadamente um mapa com a rota dos estabelecimentos aderentes e descritivo.

Esta atividade está prevista para a “época baixa”, contrariando a sazonalidade e coincidindo com as férias escolares europeias (outubro, janeiro e maio).

Em complemento, produziremos ainda uma Carta de Vinhos do Douro Verde, disponibilizada nestes estabelecimentos, ao longo de todo o ano, devendo apresentar variedade e qualidade para responder às expectativas de todos os consumidores, mais uma vez salientado a importância e o impacto positivo que poderá ter para a economia local.

O nosso vinho tem uma qualidade excepcional, contudo nem sempre é (re)conhecido e saboreado pelos visitantes, nem tão pouco pela população local, não havendo a devida valorização, por parte das unidades de restauração locais, parceiros cruciais na promoção dos nossos produtos, junto de quem nos visita.

B.2 Menu do Douro Verde

Será proposta, junto das unidades de restauração do Território Douro Verde, a criação de uma ementa com um preço fixo, composta por produtos endógenos, devendo ser disponibilizada durante todo o ano. O preço do menu deve ser uniformizado e deverá ser incluir entrada, sopa, prato principal e sobremesa, acompanhado por copo de vinho verde da região.

Os produtos que deverão estar na base da confeção da ementa deverão ser os produtos endógenos pretendendo-se a recriação dos pratos mais típicos do território. O produto de confeção do sabor

sobremesa são as fatias do freixo, os doces conventuais, os bolinhos de manteiga, o biscoito de Teixeira, a laranja da pala, a cereja e as cavacas de Resende, entre outros. Esta ação, numa segunda fase será replicada em Lisboa e no Porto, em restaurantes, adegas e casas de petiscos ou wine bares com ligações ao território.

B.3 Sala de Provas

Esta ação tem como objetivo principal conferir um maior profissionalismo e conhecimento nas ações de promoção e divulgação do Vinho Verde enquanto produto de excelência do território, possibilitando a realização de workshops, cursos, provas e apresentação de vinhos, master classes, entre outras ações de promoção e divulgação.

B.3.1 Sala de Provas | Espaço Douro & Tâmega

O Espaço Douro & Tâmega em Amarante é um espaço de promoção territorial, tendo sido concebido para prestar serviços de informação, acolhimento e orientação turística, a nível local, regional e nacional, constituindo-se em simultâneo como uma montra dos nossos produtos locais (vinhos, gastronomia e artesanato), destinado a todos os visitantes nacionais e estrangeiros, funcionando aqui um dos três Centros de Promoção de Produtos Locais geridos pela Dolmen.

Pretende-se dotar este espaço de excelência de promoção turística com equipamento e material indispensável ao bom funcionamento de uma Sala de Provas, onde todos os visitantes possam ter a possibilidade de provar os nossos vinhos nas melhores condições.

O investimento previsto incidirá na aquisição de dispensadores de vinhos, equipamento que permitirá um aproveitamento mais eficiente dos recursos, e uma maior qualidade dos vinhos servidos, aquisição de mobiliário conferindo um maior conforto ao cliente/visitante e ainda aquisição de equipamentos de apoio às provas, designadamente copos, tábuas (devendo os vinhos ser acompanhados com degustações dos nossos produtos como queijos, fumeiro) entre outros.

B.3.2 Sala de Provas | Itinerante

Aliada à Sala de Provas do Espaço Douro & Tâmega está prevista também uma Sala de Provas Itinerante, que possibilitará que estas provas possam ser realizadas com o mesmo nível de profissionalismo em espaços *outdoor*, nomeadamente enquadrados em eventos promovidos pelos diferentes municípios, ou em certames de promoção nacional e internacional.

B.4 Montra do Douro Verde

Quem não é visto, não é lembrado, ou por outras palavras, quem não é visto não é (re)conhecido e valorizado, nesta atividade propomo-nos a conceber um Expositor/Montra para produtos locais do Douro Verde.

Um expositor com um design apelativo, respeitando os traços da nossa história e origem, que estará, 365 dias por ano, nos mais diversos estabelecimentos (lojas de produtos gourmet, hotéis, restaurantes, lojas de turismo, entre outros), numa lógica de promoção e comercialização dos produtos locais. A presença deste expositor será um despertar de sensações e emoções, um avivar de memórias e um fomento para a aquisição dos produtos, criando um incentivo para a economia local, ao mesmo tempo que alicia a visita ao nosso território.

B.5 Participação em Eventos

O público é cada vez mais exigente, mais conhecedor e seletivo a escolher os eventos que quer visitar. É certo que enófilos, ou simplesmente as pessoas que apreciam o vinho, procuram uma oferta de eventos específicos nesta vertente.

Elegemos assim um conjunto de eventos em que a nossa participação é estratégica, sendo crucial a promoção e divulgação do Douro Verde em eventos nos quais a gastronomia e os vinhos se assumem como temáticas centrais e a partir dos quais lançaremos o convite à descoberta de todo o potencial existente no Douro Verde. Destacam-se:

- Vinho Verde Wine Fest no Porto edições de 2018 e 2019;
- Vinho Verde Wine Fest em Lisboa edições de 2018 e 2019;
- SISAB edição de 2018 e 2019;
- Essência do Vinho no Porto se possível ainda 2018 e 2019);
- FIMI Lisboa - Festival Internacional da Máscara Ibérica edição 2018 e 2019;
- FIMI Gijón - Festival Internacional da Máscara Ibérica edição 2018 e 2019;
- Fête des Vendanges, Paris, edição 2019;

Tratam-se de eventos reconhecidos, com um enorme sucesso nos quais é possível divulgar o território, criar redes de contactos e gerar oportunidades de negócios.

B.6 Ações de Charme

Serão realizadas atividades, no formato Ação de Charme, que possibilitem a captação de novos parceiros estratégicos que se pretendem sejam facilitadores de promoção/divulgação e possíveis investidores.

A captação de novos parceiros é decisiva para o desenvolvimento e crescimento económico de qualquer região, principalmente para o Douro Verde, localizado entre o Douro Urbano e o Douro Vinhateiro.

Estas Ações de Charme terão como objetivo dar a conhecer o destino, dirigir a promoção a segmentos de mercado específicos, promover todo o território ao mesmo nível destacando as especificidades de cada um, promover atividades ao longo de todo o ano através de produtos como o vinho e o enoturismo e segmentos de nicho, manter relações no mercado da operação turística,

estreitar relações com operadores especializados, promover a oferta ao longo do ano, promover complementaridade entre produtos e destinos (Vinho e Douro Verde) e alcançar segmentos de mercado que comprem pacotes de viagens organizadas e lançar ao território o desafio da sua criação.

Como destinatários principais identificamos os operadores Turísticos Nacionais e Internacionais, Opinion Makers, Online Travel Agents, Agências de Viagens e Turismo, e outros intermediários como Figuras Públicas que poderão ser embaixadoras deste destino, entre outros.

B.6.1 Matching Food, Culture & Wine of Douro Verde

Esta atividade consiste na realização de uma Ação de Charme por município, que pretende associar a gastronomia local, o vinho verde e a cultura.

Para além da promoção do potencial vínico do Douro Verde, estas ações de charme pretendem criar espaços de debate e reflexão sobre questões relacionadas com o seu desenvolvimento: passado, presente e futuro à mesa.

O elemento cultural relaciona-se com a localização da ação e a relação entre uma personalidade marcante de determinado concelho, por exemplo: Amadeo de Souza Cardoso - Restaurante Pena (relação familiar à quinta da Pena) ou António do Lago Cerqueira - Restaurante Largo do Paço (Casa da Calçada Relais & Chateaux), ambos em Amarante; Eça de Queirós - Restaurante Tormes (Fundação Eça de Queirós) ou Manuel de Oliveira na Quinta de Covela, ambos em Baião, Carmen Miranda no Cais de Bitetos ou no Jardim Municipal, Serpa Pinto, na quinta do Maranhão, onde é produzido o vinho Inspirar em Cinfães, entre outros.

Será realizada uma ação por concelho, num total de cinco, dirigida a cinquenta pessoas, duas das quais deverão ocorrer na época das vindimas nos anos de 2018 e 2019 e terão início pela manhã para que os presentes possam experimentar e conhecer, de perto, a jornada e a experiência turística nas vindimas.

As restantes serão realizadas em momentos diferentes da vinha e da maturação da uva, podendo ser interessante o mês de novembro, associando-se esta ideia com a “prova do vinho novo” de forma a apresentar o processo de maturação pouco depois do engarrafamento do vinho, acompanhando e compreendendo este processo.

B.6.2 Douro Verde Sightseeing

Nesta atividade os convidados terão a oportunidade de viajar pelo Território, em autocarro panorâmico de dois pisos, passando pelos locais mais emblemáticos do Douro Verde, com observação das paisagens e explicação e contextualização histórico-cultural.

Do itinerário fará parte a visita a duas quintas produtoras de vinho, localizadas nas duas margens do Rio Douro, para demonstração de boas práticas do enoturismo local, onde será servida uma merenda regional e vinhos verdes. Serão organizados três tours para cinquenta pessoas cada uma.

B.6.3. Douro Verde Boat Experience

À semelhança da atividade anterior, também aqui os convidados terão a oportunidade de viajar pelo território, desta feita de barco. Esta viagem fluvial no Douro deverá integrar a apresentação do território através da observação das paisagens e explicação/contextualização histórico-cultural, acompanhado de merenda regional, vinho do território e animação local. Será organizada uma ação para cem pessoas.

AÇÃO C - CAPACITAÇÃO TERRITORIAL

O mercado está cada vez mais exigente, os critérios para seleção dos destinos turísticos estão cada vez mais rigorosos. Os agentes locais que diariamente trabalham no setor do turismo, quer na hotelaria quer na restauração ou similar, tendem a ter melhores resultados se dotados de mais e melhor conhecimento.

O que se pretende é capacitar os agentes para lidarem e prestarem um melhor serviço, é importante não defraudar expectativas, só assim é possível fidelizar e cativar novos visitantes, através do conhecimento rigoroso do território.

Assim, consideramos que só conhecendo a região, a cultura, o património, a história, a gastronomia, os vinhos e o artesanato, entre outros ativos de igual relevância e aliando o conhecimento, à emoção e autenticidade intrínseca dos residentes, é que o discurso se torna coerente e assertivo.

C.1 Ação de Autoconhecimento - Roteiro Viagem pelo Douro Verde

Efetivamente só se valoriza o que se conhece, importando por isso promover esse conhecimento, ou auto-conhecimento, junto dos agentes locais, sendo notório o desconhecimento do potencial que existe entre os agentes económicos associados à atividades turística, dos diferentes municípios que compõem o Douro Verde.

Pretende-se com esta atividade que os mais variados intervenientes e agentes locais (técnicos de turismo, empresários da restauração e hotelaria, animação turística...) sejam capacitados de um conhecimento alargado de todo o Território e não apenas do Município em que atua, dos Produtos, da História, da Cultura, do Património, assim como de todos os instrumentos de promoção e divulgação.

Esta atividade assumirá uma vertente mais teórica (indoor), na qual será apresentado o roteiro “Viagem pelo Douro Verde” e uma vertente de caráter mais prático (outdoor), através da realização de visitas intra-território. Prevê-se a realização de cinco ações, destinadas a um total de 200 participantes.

C.2 Ação de Capacitação - Vinho, a minha primeira vez

Serão organizadas três ações para sessenta pessoas em grupos de vinte, sendo que pelo menos uma decorrerá na Sala de Provas do Espaço Douro e Tâmega.

Para a implementação das restantes ações, recorreremos ao equipamento da sala de provas itinerante, podendo ser realizadas em dois dos municípios parceiros.

O tema desta ação será a iniciação à prova de vinhos, devendo ser focados os seguintes aspetos: como é feito o vinho; diferentes tipos de vinho; aspeto visual do vinho; aromas do vinho; paladar do vinho; aspetos práticos do vinho (rótulos, como comprar vinho, armazenar vinho, entre outros) numa abordagem direcionada para o vinho verde.

C.3 Ação de Capacitação - Vinho, a minha segunda vez (avaliação sensorial)

Serão organizadas três ações para sessenta pessoas em grupos de vinte, uma das quais deverá decorrer na Sala de Provas do Espaço Douro e Tâmega.

Para a implementação das restantes ações, recorreremos ao equipamento da sala de provas itinerante, podendo ser realizadas em dois dos municípios parceiros.

A temática desta ação deverá incidir sobre a forma como se conseguem reconhecer, identificar e descrever os vinhos e como podemos melhorar as capacidades de degustação.

C.4 Seminário - Planear o Enoturismo

Pretendemos, com esta ação, a realização de um Seminário, com um público estimado de 80 pessoas e deverá ter como temática central “Planear o Enoturismo”, devendo permitir a reflexão sobre as vantagens e desafios da atividade enoturística, o planeamento para a comercialização e o conhecimento de boas práticas nacionais de enoturismo.

Esta atividade deverá ser realizada em parceria com a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes.

C.5 Ação de capacitação “Harmonizar o vinho verde com a gastronomia local”

Esta atividade é dirigida a estabelecimentos aderentes à Rota dos Sabores/Menu Douro Verde e assume-se como principal objetivo o incentivo do consumo de vinhos ao copo.

O formato que se pretende adotar é de workshop, identificando-se como tema “Harmonizar o vinho verde com a gastronomia local”.

Prevê-se igualmente que esta atividade seja realizada em parceria com a Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes, devendo ser organizadas três ações, para sessenta pessoas em grupos de vinte.

3. Contributo para os objetivos previstos nos documentos estratégicos da política territorial (nacional ou regional ou local) e setorial relevantes

O Douro Verde Experience considera o conjunto de princípios, objetivos e orientações relativas à valorização turística que se encontram inscritos nos vários instrumentos de gestão territorial e documentos estratégicos da política territorial, estabelecidos a diferentes escalas, partindo-se da análise à estratégia nacional (Estratégia Turismo 2027) passando pela regional (RIS 3 e Estratégia de Marketing da Turismo do Porto e Norte), sub-regional (PDCT Tâmega e Sousa e PROVERE) e local (DLBC Rural Douro Verde 2020).

3.1 Estratégia Turismo 2027

Constatando-se a importância económica do setor vinícola na região ao qual se associa a gastronomia que se diferencia pela qualidade, facilmente se identificou o foco temático do Douro Verde Experience: Gastronomia e Vinhos, considerado, na Estratégia Turismo 2027 como um Ativo Qualificador, na medida em que enriquece a experiência turística e/ou acrescentam valor à oferta dos territórios, alavancados pelos ativos diferenciadores do destino. Os prémios alcançados pelos vinhos portugueses colocam o país entre os melhores do mundo, sendo um cartão de visita para potenciar o Enoturismo. Efetivamente este território está integrado na Região Demarcada dos Vinhos Verdes, reportando as mais antigas referências da produção de vinho, à época romana, facilmente se depreende o peso que esta atividade tem no território, sendo que esta região tem acompanhado e seguramente contribuído para os indicadores positivos que o setor tem vindo a registar, seja ao nível do aumento da produção, seja no volume das exportações.

Estes vinhos diferenciam-se por serem vinhos macios, sendo que nos municípios banhados pelo Douro são produzidos vinhos de transição, diferenciando-se aqui a casta Avesso.

A par dos vinhos pretendemos contribuir para a valorização dos produtos locais, através da realização de ações de (re)conhecimento dos produtos agroalimentares, como sejam o fumeiro, a cereja de Resende, o mel da serra do Marão, da Aboboreira e de Montemuro, e ementas gastronómicas confeccionados a partir das mais distintas raças autóctones, como a arouquesa, o leitão bísaro ou o anho.

Face ao exposto há um cruzamento evidente das ações previstas no Douro Verde Experience com o disposto no Eixo VALORIZAR O TERRITÓRIO E AS COMUNIDADES | Linha de Atuação: Conservar, valorizar e usufruir o património histórico-cultural e identitário, designadamente no que se refere

à implementação de ações de valorização dos produtos endógenos regionais, nomeadamente, no âmbito do ativo estratégico Gastronomia & Vinhos.

Refira-se contudo que as ações aqui previstas não se esgotam neste ativo, mas antes servirão de argumento e de apelo à visita ao território, na qual poderão ser fruídos outros ativos, classificados enquanto Ativos Diferenciadores, destacando-se os recursos naturais e culturais existentes no território como sejam as serras do Marão, Aboboreira e Montemuro e os rios destacando-se o Douro, importante elementos que têm vindo a ser apostas dos Municípios no sentido de os tornar destinos turísticos no segmento turismo de natureza. Os recursos culturais são igualmente relevantes nesta estratégica, estando associadas a este território projetos como a Rota do Românico, ou figuras de renome ligados à cultura, como sejam Eça de Queiroz, Amadeu Souza Cardoso, Teixeira de Pascoaes, Carmen Miranda, Serpa Pinto, entre outros.

De referir ainda o facto de se considerar no Douro Verde Experience, as pessoas, Ativo Único e Transversal, cuja relevância é ainda maior no Turismo, "uma atividade de pessoas para pessoas", tal como é referido na Estratégia Turismo 2027 "Receber bem em Portugal não é mero marketing: é cultura, é atitude, é identidade." Tendo isto presente o Douro Verde Experience prevê a realização de ações de capacitação dirigidas a públicos diferentes, mas todos interlocutores de quem nos visita: sejam produtos de vinhos que se dispõem a criar condições para a realização de atividades eno gastronómicas nas suas explorações, sejam técnicos de turismo, sejam empresários proprietários de estabelecimentos aderentes à Rota dos Sabores/Menu Douro Verde. A este propósito identifica-se o Eixo POTENCIAR O CONHECIMENTO | Linha de Atuação: Capacitar em contínuo os empresários e gestores para liderar o turismo do futuro - tecnológico, inclusivo e sustentável.

3.2 Estratégia de Marketing para o Turismo Porto e Norte de Portugal

No que se refere à estratégia de Marketing Turístico, prosseguida pela Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte, este alinhamento está igualmente garantido, desde logo porque a Gastronomia e Vinhos, principal segmento do Douro Verde Experience, é um dos produtos âncora identificados como estratégicos para o subdestino Porto, no qual se integram os municípios abrangidos pelo projeto (Amarante, Baião, Cinfães, Marco de Canaveses e Resende).

A este estará associado o Touring Cultural e Paisagístico que aqui também se abordará, desde logo pelo cross selling que se pretende alcançar entre a restauração, a dormida e o património cultural, personificado desde logo pelos diversos ativos associados a esta região, destacando-se Eça de Queiroz, Amadeu Souza Sardoso, Carmen Miranda, Serpa Pinto, entre outros.

Refira-se ainda que a lógica subjacente à definição das opções estratégicas identificadas por subdestinos se replica no Douro Verde Experience, na medida em que "a riqueza dos recursos oferece em cada subdestino um conjunto de produtos âncora e complementares que permite a

vivência de experiências diversas" ao visitante, no Douro Verde, sem que tenha a necessidade de procurar outros destinos.

3.3 Estratégia Regional de Especialização Inteligente | RIS 3

O presente projeto está em linha com a Estratégia Regional de Especialização Inteligente, designadamente no que se refere aos domínios de especialização de sistemas agroambientais e alimentação e no capital simbólico, tecnologias e serviços do turismo, desde logo porque as atividades aqui previstas direcionam-se a empresas que atuam no setor agrícola, turístico e industrial.

No que se refere aos sistemas agroambientais e alimentação, a estratégia de intervenção perfilada tem em linha de conta os indicadores económicos, facto evidenciado se cruzarmos os indicadores económicos da região, com os produtos existentes no território em análise, como seja o vinho (verde), terminologia adotada pela paisagem verdejante assim como pela falta da maturação que caracterizava as suas uvas, o que se refletia nos vinhos, ou o fumeiro.

Considerando que este território integra a Região Demarcada dos Vinhos Verdes, reportando as mais antigas referências da produção de vinho, à época romana, facilmente se depreende o peso que esta atividade tem no território, sendo que esta região tem acompanhado e seguramente contribuído para o Portugal Vitícola chegar mais além. Estes vinhos diferenciam-se por serem vinhos macios, sendo que nos municípios banhados pelo Douro são produzidos vinhos de transição, diferenciando-se aqui a casta Avesso. Na região norte a indústria do vinho apresenta o maior volume de negócios, com quase 800M€.

No que se refere às atividades associados à produção e criação animal, a fabricação de produtos à base de farinha e o setor das carnes são igualmente atividades económicas importantes na região, representando cada uma mais de 550M€.

Estamos numa região com um potencial agropecuário considerável, fazendo-se referência às condições naturais existentes nas serras do Marão, Aboboreira e Montemuro, onde se concentra a maior atividade, importando, contudo, criar condições favoráveis ao repovoamento animal, havendo ainda capacidade de expansão.

De notar que neste território podemos encontrar duas raças autóctones classificadas com denominação de origem protegida, a Maronesa e a Arouquesa, sendo ainda de referir o porco de raça bísara ou o cabrito Terras Altas do Minho, IGP, referências incontornáveis na gastronomia deste território.

É aqui que se cruzam os domínios de especialização de sistemas agroambientais e alimentação com o capital simbólico, tecnologias e serviços do turismo, onde como já foi referido, a gastronomia e vinhos constituem um forte atrativo turístico.

Mas neste domínio o rio Douro, enquanto ativo reconhecido internacionalmente, assume-se como foco central de qualquer estratégia de desenvolvimento económico da região, com potencial alavancador do surgimento de diversas iniciativas empresarias, no domínio da hotelaria, da restauração, das atividades outdoor.

Tal como referido na RIS 3, este território possui um capital simbólico que se traduz em elementos de diferenciação, dado o seu carácter intrínseco, sendo um destino de excelência em termos de património cultural, assim como ao nível enoturístico com tendo como mote a cultura do vinho e da vinha associando-se as vindimas e outras tradições.

3.4 Plano de Desenvolvimento e Coesão Territorial (PDCT)

No âmbito da estratégia definida no Plano de Desenvolvimento e Coesão Territorial (PDCT) a implementar pela CIM Tâmega e Sousa cuja visão ambiciona promover “um território ambientalmente exemplar, uma economia dinâmica e uma comunidade coesa”, é reconhecido o papel dos Grupos de Ação Local - designadamente da Dolmen - para a implementação do plano de ação proposto.

O Douro Verde Experience está em linha com os domínios estratégicos de intervenção (DEI2; DEI3; DEI4; DEI6) sobretudo na inovação e competitividade da economia, na promoção do potencial turístico e no reforço da inclusão e coesão social.

Destaque-se para a prossecução do, o enfoque dado à promoção do potencial turístico e cultural no contexto do Norte de Portugal, apostando no marketing territorial e na dinamização da oferta através da promoção de eventos, valorização do capital cultural e natural e capacitação dos agentes, assim como à estruturação da oferta na sua multidisciplinaridade, conforme definido na Ação 4.3, no que se refere ao património natural, património cultural, aldeias típicas, alojamento ou gastronomia e vinhos.

3.5 PROVERE

Este projeto está igualmente em total articulação com o PROVERE - Programa de Valorização Económica do de Recursos Endógenos PROVERE Douro, Tâmega e Sousa | Território Único, do qual a Dolmen será a entidade Gestora, que define cinco temas prioritários: a valorização do património natural e cultural; a valorização dos produtos locais de qualidade; a valorização dos recursos termais e turismo de bem-estar; a promoção e animação territorial e a qualificação e reforço da oferta de serviços de turismo, devendo estes temas ser desenvolvidos em Três Eixos: Promoção; Estruturação da oferta e valorização do património natural e cultural e Formação e capacitação dos agentes turísticos.

3.6 DLBC Estratégia “Douro Verde 2020”

Em relação à estratégia de Desenvolvimento Local de Base Comunitária - DLBC Rural Douro Verde 2020 - gerida pela Dolmen, este projeto está em estreita articulação, com o Eixo 1 - DOURO VERDE INTELIGENTE, estando prevista a valorização das Sinergias entre a urbanidade e a ruralidade, favorecendo complementaridades, designadamente a proximidade entre mercados e bens.

Ora o Douro Verde Experience prevê algumas tipologias de ações relacionadas com esta questão, nomeadamente no que se refere às Montras do Douro Verde, destinadas a expor produtos da região em locais estratégicos da restauração e hotelaria localizados no Porto e em Lisboa; à Rota dos Sabores do Douro Verde, pretendendo-se agregar unidades de restauração localizados igualmente no Porto e em Lisboa, assim com a Sala de Provas.

Considera-se ainda que concorre para o definido no EIXO 2 - DOURO VERDE INCLUSIVO, através da criação de emprego e fixação da população, através do apoio a microempresas (novas ou já existentes) e à diversificação de atividades económicas. Naturalmente que aumentando o nível de atratividade do território mais serão os visitantes e maior será a necessidade de criar novos serviços. Por fim assinala-se ainda a relação com o disposto no Eixo 5 - DOURO VERDE CAPACITAÇÃO INSTITUCIONAL E ANIMAÇÃO TERRITORIAL, tendo sido identificados como pilares a promoção e organização de ações de animação e promoção do território e de envolvimento e capacitação dos atores locais. Também a este nível estão previstas ações nom Douro Verde Experience que concorrem para estes objetivos, seja pela via da realização de ações de capacitação orientadas a produtores, empresários e técnicos de turismo, seja pela participação em eventos que consideramos relevantes, tomando como referência a valorização da gastronomia e vinhos, dando-se a título de exemplo o SISAB, Vinho Verde Wine Fest; Fête Des Vendanges, entre outros.

3.7 Programas Operacionais Temáticos

O Douro Verde Experience contribui para praticamente todos os Eixos do Programa Inclusão Social e Emprego, nomeadamente a Promoção da Sustentabilidade e qualidade do emprego uma vez que se prevê a criação, robustecimento e sustentabilidade de postos de trabalho ligados ao setor do vinho/enoturismo, gastronomia e animação turística, contribuindo para o combate à exclusão social e à pobreza.

No que se refere ao PO Capital Humano, esta candidatura contribuirá para o eixo 3 “Aprendizagem, qualificação ao longo da vida e reforço da empregabilidade”, nomeadamente através das ações de capacitação dos agentes económicos locais.

Relativamente ao PO Sustentabilidade e Eficiência no Uso de Recursos, podemos dizer que responde aos seus objetivos pelo facto de transmitir e promover as boas práticas de enoturismo, produção

vínica, gastronomia e produção agroalimentar, pelas questões ligadas à redução das emissões de carbono, a adaptação às alterações climáticas e a prevenção e gestão de riscos bem como o uso eficiente dos recursos.

4 Sustentabilidade da Operação Após a Realização do Investimento

A presente operação assenta numa lógica de racionalidade e sustentabilidade, na alocação dos recursos, a verificar-se quer na fase de implementação e execução, quer na fase pós projeto. O objetivo é afirmar o turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental do território, posicionando o Douro Verde como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis. A realização deste objetivo pressupõe uma estratégia alinhada a diferentes níveis, nomeadamente: a definição do vinho/enoturismo enquanto produto turístico disponível, com qualidade, inexplorado e com um forte potencial de crescimento e a gastronomia regional que não necessita de grandes apresentações pelo que encerra por si só um reconhecimento nacional e internacional.

No que se refere à execução do projeto, em termos globais a alocação de verbas privilegia o setor do enoturismo e gastronomia, através da promoção destas práticas enquanto mais valia para a valorização turística de um território de interior, pretende-se incrementar nos agentes económicos o espírito inovador e a abertura para a criação de uma oferta diversificada que não apenas a produção e comercialização de vinho. Pretende-se de igual modo harmonizar, consolidar e capacitar a oferta existente. A afirmação da identidade diferenciada do destino Douro Verde passa pela consolidação e desenvolvimento de uma oferta integrada e complementar, pelo desenvolvimento de uma dinâmica regional coerente e concertada entre agentes e parceiros e pela promoção do bem-estar económico, social e ambiental da região e dos seus diversos atores.

De igual modo, assumem particular relevância o património cultural (material e imaterial) e natural. O turista procura estes valores, aprecia o que é genuíno e é avido de experiências marcantes em locais emblemáticos. O vinho, a gastronomia, a cultura e a natureza podem afirmar-se sustentando a procura turística, reforçando a atratividade do território e valorizando outras propostas de visita turística.

Se analisarmos a repartição dos custos por ação, aferimos que do total do investimento previsto, mais de 50% estão concentrados na ação de Comunicação do projeto e conseqüentemente do destino Douro Verde e nas ações de Promoção e Divulgação dos vinhos e gastronomia enquanto recursos essenciais ao desenvolvimento de novos serviços turísticos, acreditamos que a comunicação, promoção e divulgação é a base para o crescimento do potencial turístico da região. Na fase pós projeto, a sustentabilidade e continuidade deverá ser assegurada desde logo pela convergência de esforços da parceria que sustenta este projeto, tratando-se de entidades com

intervenção direta no território, dispondo de instrumentos e/ou competências que resultam como elementos facilitadores e fundamentais ao desenvolvimento do território.

Dá-se a título de exemplo, o envolvimento da Dolmen enquanto entidade promotora, que, quer pelo histórico quer pela responsabilidade que tem na gestão de alguns instrumentos/programas de financiamento, como a DLBC Douro Verde 2020, o Sistema de Incentivos ao Empreendedorismo e Emprego ou o PROVERE, tem a possibilidade de potenciar estes diferentes instrumentos, em torno de um único objetivo: fomentar o desenvolvimento económico e social do território, como forma de entrave à sua desertificação, criando condições para a criação de emprego, fixação da população e coesão territorial.

Mas refira-se igualmente os agentes económicos do setor vinhos e gastronomia e os privados envolvidos na parceria, que continuarão a desempenhar a sua atividade direcionada ao setor empresarial, sendo certo que sairão deste projeto com maior capacidade instalada, podendo colocar esta competências ao serviço do turismo.

Destaque-se ainda o envolvimento dos municípios, que terão um papel preponderante nomeadamente na continuidade de iniciativas de promoção e divulgação do vinho e da gastronomia. Acreditamos que o sucesso deste projeto se centra essencialmente na diversidade e tipologia de entidades que dão suporte ao projeto, sendo atores cruciais na sua implementação, ambicionando-se que com o desenvolvimento do projeto esta parceria seja alargada a outras entidades do setor.

5 QUALIDADE DO PROJETO

5.1 Coerência e racionalidade do Projeto

O projeto Douro Verde Experience visa contribuir para colmatar as fragilidades inerentes ao território de baixa densidade, do Douro Verde. Considerando o baixo espírito empreendedor a que se assiste neste território, com dificuldade de acesso aos mercados, altas taxas de desemprego, baixa taxa de fixação da população, com défices de capacitação e de formação dos agentes e insuficiente surgimento de ideias inovadoras e diferenciadas, com um desaproveitamento e baixa valorização dos recursos deste território, surge este projeto.

Existe de facto um potencial turístico por explorar no território ligado ao vinho e à gastronomia e que importa potenciar de forma a melhorar a experiência da visita turística. Importa definir dinâmicas que permitam acolher e satisfazer os nossos visitantes, proporcionando-lhes experiências únicas, autênticas, de qualidade superior, salvaguardando, ao mesmo tempo, as dinâmicas regionais e a sustentabilidade social e territorial.

O orçamento proposto na presente candidatura está dentro dos valores médios inerentes ao acompanhamento e ao desenvolvimento das ações previstas. Todas as rubricas são as necessárias

ao desenvolvimento do plano de ação previsto na candidatura, estando as despesas de acordo com os valores de mercado para o desenvolvimento das mesmas.

Os recursos humanos a considerar no projeto são os que mais se adequam ao desenvolvimento e acompanhamento das ações previstas e pela sua experiência, “Know-How” e capacidades técnicas já desenvolvidas em projetos e ações similares, são um garante ao sucesso e aos resultados a atingir no seio da operação. Refira-se neste ponto que a afetação dos recursos humanos ao projeto não está associada qualquer despesa.

A estratégia definida por o Douro Verde Experience é coerente e racional porque:

- Dirige a promoção do destino Douro Verde a segmentos de mercado com apetência para os vários produtos da Região, explorando o potencial de cada canal de comunicação e distribuição;
- Promove e estimula a visita ao destino junto dos mercados com maior potencial de desenvolvimento e crescimento (Espanha e França, assim como Alemanha e Reino Unido);
- Permite o conhecimento, visitação e interesse dos operadores turísticos e agências de viagens pelo destino;
- Permite o conhecimento, visitação e interesse de opinion makers e jornalistas internacionais do setor vinho e gastronomia pelo destino;
- Aproveita os eventos atuais de caráter regional, nacional e internacional para a projeção da marca Douro Verde Experience;
- Fomenta o espírito inovador das empresas regionais e introduz modernidade   cadeia de valor do vinho e gastronomia enquanto recursos essenciais ao desenvolvimento turístico;
- Promove, organiza e dirige a es de capacita o específica aos profissionais do setor e agentes locais envolvidos;
- Sensibiliza a popula o regional para a importância do turismo enquanto fator de desenvolvimento;
- Melhora a qualidade do serviço turístico nas suas várias vertentes;
- Promove a complementaridade entre recursos endógenos e serviços.
- Aumenta a taxa de ocupa o turística no território;
- Aumenta a estada média de ocupa o turística no território;
- Diminui a taxa de sazonalidade de visita o turística uma vez que complementa as iniciativas existentes, na lógica da calendariza o 365 dias por ano;
- Aumenta o gasto médio do visitante, numa lógica de maior oferta de experiências mais valor despendido e entregue aos agentes económicos locais;
- Aumenta o fluxo de visitantes e turistas em todos os concelhos do território, numa oferta complementar de modo a que se equilibrem as assimetrias e transversalmente os indicadores da atividade e coesão territorial;

- Aumenta o contributo do turismo para a economia da região.
- Incentiva a criação de parcerias na oferta dos produtos turísticos;
- Fomenta a participação ativa dos agentes públicos e privados na promoção do destino;
- Fomenta o investimento público e privado em projetos de interesse regional.

5.2 Grau de inovação do projeto

A região tem à sua disposição um conjunto de oportunidades para explorar, como é o caso do leque diversificado de recursos naturais e patrimoniais, a existência de produtos e marcas de renome e os investimentos que têm vindo a realizar-se nos últimos anos. Ao nível dos desafios destacam-se a competitividade dos destinos concorrentes e geograficamente próximos como é o caso do Douro Vinhateiro, a crise económica e financeira que se fez sentir em todo o país, mas atrevemo-nos a dizer que mais frágil tornou territórios rurais do interior, o aparecimento de novos destinos, a sazonalidade dos fluxos turísticos, a desertificação do interior, a presença de recursos humanos pouco qualificados, as acessibilidades e a concentração do turismo no Porto, Lisboa e Algarve.

A inovação do presente projeto está desde logo evidenciada pela criação de um Produto turístico estruturado pela Dolmen em parceria com os municípios do território, que num momento de reflexão onde se pretende explorar e potenciar de forma coletiva, o potencial da região, projetando-o como um todo, numa lógica em que o todo vale mais que a soma das partes.

O fator de inovação deste projeto está enunciado nos seguintes pontos:

- Parceria de diferentes concelhos de um território que se unem em prol da qualificação do destino turístico unificado e coeso, através da valorização do património e dos recursos endógenos;
- Criação de uma plataforma (website), aplicação móvel (APP), roteiros turísticos (existente, mas a necessitar de atualizações), catálogos com a oferta de experiência de enoturismo única para um território, cujo objetivo é promover e divulgar a oferta turística existente numa abordagem cultural, vínica, gastronómica, natural e cultural;
- Desenvolvimento de uma rota de sabores que associa um produto gastronómico ao vinho verde e de um menu Douro Verde concebida exclusivamente por produtos endógenos;
- Criação, registo e desenvolvimento da marca “Douro Verde Experience” que será uma marca aglutinadora e identificadora do território e que potencie o acesso a novos mercados, nacionais e internacionais e promova o potencial turístico da região;
- Constituição de uma equipa de gestão com experiência no apoio ao empreendedorismo e no seu acompanhamento técnico nas fases de conceção, implementação e execução de projetos, com a complementaridade de programas comunitários direcionados para os territórios de baixa densidade, como seja a DLBC Rural Douro Verde 2020 gerida localmente

pela Dolmen no território Douro Verde, ou PROVERE de que a Dolmen será igualmente entidade gestora, no contexto da NUT III Tâmega e Sousa, ou ainda o Programa de Apoio ao Empreendedorismo, sendo a Dolmen uma entidade acreditada pelo IEFP,;

- “Know-How”, experiência e capacidade técnica das pessoas a envolver no projeto, nomeadamente de agentes económicos ligados ao setor do enoturismo, que já trabalham o setor de uma forma sustentável e reconhecida, elementares às ações de disseminação de boas práticas e incentivo ao surgimento e desenvolvimento de novas iniciativas ou iniciativas complementares ligadas ao turismo como por exemplo empresas de animação turística;
- Envolvimento de parceiros com diferentes missões, designadamente Escolas Profissionais, Autarquias, agentes económicos entre outros;

5.3 Grau de resposta a fatores críticos de competitividade

5.3.1 Valorização do interior

O projeto Douro Verde Experience visa assegurar as mais-valias económicas, sociais e ambientais na implementação de medidas para a promoção integrada do potencial turístico e a valorização do território, numa perspetiva integral e multidimensional fruto de um novo paradigma de políticas públicas nos territórios do interior.

O Douro Verde, no panorama global, concorre diretamente com um vasto conjunto de destinos. A área metropolitana do Porto e o Douro Vinhateiro, são sem sombra de dúvida dois polos de atração e visitação turística, que lançam para segundo plano destinos como o Douro Verde.

Para fazer face aos destinos concorrentes, diretos e indiretos, o Douro Verde Experience transparece a necessidade que uma região, através de uma parceria consolidada e coesa, em estruturar de forma clara os seus produtos turísticos, evidenciando as suas valências e singularidades diferenciadoras, e colocá-los, comunicá-los e distribuí- los estrategicamente junto dos mercados com maior predisposição ao seu consumo, de modo a aumentar o nível de interesse e intenção de visita.

Em particular, no âmbito do relançamento da economia, o projeto pretende o aumento da resiliência económica e social do territórios, desde logo porque:

- (i) Este é um conceito pioneiro na região cuja estrutura tem uma parceria consolidada, com poder de decisão local, para a valorização do património e dos recursos endógenos, que contribuirá para o reforço da atratividade do Douro Verde enquanto destino de interior e contribuirá para a dinamização do cross-selling regional,
- (ii) Pretende dinamizar o tecido empresarial e a iniciativa privada no âmbito do investimento produtivo e criação de emprego, numa região de interior,
- (iii) A transversalidade do plano de ação concretiza-se na capacidade para propor medidas de desenvolvimento do território de carácter supramunicipal que resultam da

articulação da ação de várias autarquias e dos agentes económicos locais. Acreditamos por isso que este projeto materializa uma das prioridades do programa do Governo, que consiste na “afirmação do ‘interior’ como um aspeto central do desenvolvimento económico e da coesão territorial, promovendo uma nova abordagem de aproveitamento e valorização dos recursos e das condições próprias do território e das regiões fronteiriças, enquanto fatores de desenvolvimento e competitividade”.

5.3.2 Reforço da Coesão Territorial

O projeto Douro Verde Experience encerra uma abordagem de base local, mais colaborativa e mais próxima capaz de promover uma participação ativa e um envolvimento empenhado de autarquias locais, comunidades intermunicipais, associações, empresas e pessoas na construção de um território de interior mais coeso, mais competitivo e mais sustentável. Salvaguardar a equidade no território Douro Verde pressupõe a diminuição das assimetrias e permite a coesão.

Na estruturação do projeto e reflexão conjunta das necessidades e potencial do território, foram considerados os eixos de intervenção do Programa Nacional para a Coesão Territorial “Um Território do Interior”:

- + Coeso - Construir sistemas capazes de promover a inclusão social e a equidade através de uma maior igualdade de competências, promovendo uma melhor articulação entre a oferta de serviços e propondo novos serviços em rede que valorizem visões intersectoriais e intercalares, tendo em vista a qualidade de vida.
- + Competitivo - Alargar as capacidades de desenvolvimento deste território, potenciando novas estratégias de valorização dos seus recursos, ativos e agentes, assim como a geração de maiores níveis de atratividade, afirmando e consolidando uma nova competitividade.
- + Sustentável - Potenciar e aproveitar a diversidade geográfica, integrando a paisagem, os recursos endógenos variados e valiosos, o património natural e cultural tão vasto e tão rico, em prol de uma maior sustentabilidade, valorizando os espaços de serra e rio.
- + Conectado - Reforçar a conectividade do território, facilitando a sua inserção em espaços mais alargados, por forma a potenciar os relacionamentos entre litoral-interior, de fronteira e com a diáspora, gerando, assim, novas formas de articulação e de organização para a coesão, a competitividade e a sustentabilidade.
- + Colaborativo - Promover a transversalidade da atuação supramunicipal, valorizando as lideranças locais e a capacitação institucional, difundindo plataformas de diálogo e de cocriação, de experimentação e implementação de políticas, em prol de processos inovadores de governança territorial.

Os elementos unificadores, que permitem esta visão estratégica de lançamento do turismo, baseada na coesão e partilha, comunicará a mensagem de um Território:

- Autêntico (tradições e costumes bem preservados);
- Próximo (com facilidade e rápido acesso ao destino);
- Seguro (ambiente rural tranquilo);
- Qualidade (dos produtos, serviços e infraestruturas relacionadas com os produtos turísticos);
- Hospitalidade (acolhimento ao visitante de forma cuidada e integrada);
- Diverso (variedade de experiências e atividades de lazer);
- Património (histórico, natural e cultural)
- Riqueza Gastronómica e Vínica (produtos locais de elevada qualidade e os vinho verdes “únicos no mundo”)

6 Impacto na economia

6.1 Demonstração e disseminação de resultados

A demonstração e disseminação dos resultados far-se-á da seguinte forma com carácter regular e permanente:

- Publicação regular no “website” dos resultados gerados pelo projeto, designadamente o número de projetos e empresas de enoturismo que vão surgir, a participação em ações de divulgação e promoção, os artigos de opinião e reportagens, entre outros;
- A Dolmen como gestora de programas de apoio ao empreendedorismo e criação de iniciativas empresariais, como seja a DLBC Rural Douro Verde 2020, e o apoio e acompanhamento às ideias de negócio que surgem nos territórios de baixa densidade, possibilitará alavancar outras iniciativas empresariais ligadas ao turismo, pelo efeito de demonstração de sucesso e do mérito da metodologia proposta nesta candidatura.
- O projeto envolve uma ação de comunicação com outras variantes, como forma de difundir as iniciativas desenvolvidas no âmbito deste, assim como os resultados obtidos, tornando-os conhecidos dentro e fora do território, prosseguindo-se deste modo a sua disseminação.
- Importa ainda referir que a divulgação de práticas ligadas ao enoturismo e os resultados das mesmas provocará a motivação de agentes que se dedicam apenas à produção e comercialização de vinhos em replicar essas atividades.

6.2 Grau de relevância dos resultados

O presente plano de ação elaborado para o projeto Douro Verde Experience é dirigido a um território muito específico, onde se registam os mais débeis e baixos índices de desenvolvimento socioeconómico do País. Neste sentido, esta candidatura tem como grandes pilares apoiar as empresas e empreendedores dos territórios de baixa densidade, onde o tecido empresarial regista

bastantes fragilidades tanto de crescimento como de desenvolvimento. Assim, será de prever que com as ações elencadas nesta candidatura surjam novas iniciativas empresariais no setor do turismo e o desenvolvimento de outras com as consequentes externalidades e efeitos coletivos e públicos, com a geração de emprego, riqueza e melhoria das condições sociais e económicas das populações. Será ainda expectável que grande parte dos empreendedores direcione as suas decisões de investimento para a valorização dos recursos endógenos locais - nomeadamente o vinho, a gastronomia e as atividades de animação turística territorial - com caráter tradicional, inovador, diferenciador e de qualidade. Esta candidatura possibilitará o surgimento, desenvolvimento e ganhos de competitividade nas microempresas tradicionais do setor dos serviços, vinho e gastronomia/agroalimentares. Releva que a articulação do potencial agrícola regional em produtos de elevado valor acrescentado como o vinho com competências científicas e tecnológicas associadas (enologia, engenharia) e empresariais (vitivinicultura) contribui para o desenvolvimento de produtos associados como a gastronomia local, e destinados a segmentos de procura mais dinâmicos.

A sinergia com a gestão de outros programas de iniciativa comunitária, como é o exemplo da Abordagem LEADER-DLBC gerido nestes territórios pela Dolmen, potenciará e irá complementar o apoio ao tecido empresarial destes territórios de baixa densidade pela via do apoio ao investimento para a criação e desenvolvimento de microempresas. Esta estruturada toda uma rede para alavancar as ideias de negócio e resolução de aspetos de ordem burocrática com os licenciamentos e legislação aplicável às atividades a desenvolver. Esta rede de apoio informal permanecerá após a conclusão do projeto para a resolução dos seus problemas, podendo o tecido empresarial contar com este apoio no futuro dos seus negócios. A criação de novas empresas estratégicas para a promoção deste destino turístico de interior e o emprego criado darão um contributo importante para a competitividade do tecido empresarial e serão um impulso para a economia deste território, valorizando os seus recursos endógenos, criando valor e inovando os produtos oriundos do mundo rural e especificamente destes territórios em declínio e com indicadores mais frágeis do País. A própria imagem deste território sairá valorizada com os consequentes impactos coletivos e públicos.

6.3 Contributo do projeto para a competitividade regional e nacional

Uma das características essenciais deste projeto é o de propiciar a qualificação do destino turístico Douro Verde alicerçado na valorização dos recursos endógenos - vinho e gastronomia - e no património cultural e natural, promovendo e potenciando a criação de produtos, serviços e processos que têm potencialidades para contribuir positivamente para a internacionalização e reconhecimento do território. É sabido que o turismo tem a capacidade de gerar mais receita, mais emprego e alargar cada vez mais a atividade ao longo do ano e do território.

Os objetivos que norteiam esta candidatura, materializados nas ações descritas a par da própria estruturação desta parceria conferem um fator de competitividade fundamental ao crescimento e competitividade do território: inovação, diferenciação, promoção e divulgação, gestão e capacitação.

A estratégia proposta pretende reforçar o desenvolvimento de base territorial e promover a melhoria da qualidade de vida dos seus residentes através da mobilização dos recursos, saberes e competências locais, promovendo a capacitação e envolvimento dos agentes na construção e implementação de ações orientadas para a competitividade e a inovação, gerando a criação de emprego, o reforço das qualificações e o combate às desigualdades e problemas de natureza social. As intervenções propostas concorrem, assim, para o reforço da competitividade, coesão e sustentabilidade do Douro Verde e ainda para o aprofundamento de experiências colaborativas ou de governança, considerando a metodologia de atuação delineada.

Neste sentido acreditamos que a solução está na constituição de parcerias estratégicas, que contribuam para a permanência de profissionais altamente qualificados e empreendedores neste território, fomentando a dinamização do tecido empresarial através da criação e consolidação de novos projetos inovadores e de grande valor acrescentado.

Esta é encarada como um instrumento fundamental para o desenvolvimento turístico regional e nacional. São valorizadas e apoiadas atitudes empreendedoras e desenvolvimento empresarial enquanto iniciativas para a criação de emprego, fomento da competitividade e inovação no mercado do vinho/enoturismo e gastronomia.

7. Estimativa Orçamental

ESTIMATIVA ORÇAMENTAL	Quant.	PU	Total sem Iva	Total IVA	Total com IVA
AÇÃO A - COMUNICAÇÃO TERRITORIAL			139 085,00 €	31 989,55 €	171 074,55 €
A.1 - Desenvolvimento, Criação e Registo da Marca Douro Verde Experience			610,00 €	140,30 €	750,30 €
Processo de Registo	1	480,00 €	480,00 €	110,40 €	590,40 €
Pagamento Taxas	1	130,00 €	130,00 €	29,90 €	159,90 €
Branding	1	2 600,00 €	2 600,00 €	598,00 €	3 198,00 €
A.2 - Plano de Comunicação	1	30 500,00 €	30 500,00 €	7 015,00 €	37 515,00 €
A.3 - Website, Elaboração e Gestão de Conteúdos	1	15 000,00 €	15 000,00 €	3 450,00 €	18 450,00 €
A.4 - APP Douro Verde Experience	1	18 100,00 €	18 100,00 €	4 163,00 €	22 263,00 €
A.5 - Catálogo Promocional de enoturismo e vinhos			42 625,00 €	9 803,75 €	52 428,75 €
Conceção e desenvolvimento de Conteúdos	5	4 600,00 €	23 000,00 €	5 290,00 €	28 290,00 €
Produção (5*500)	1	19 625,00 €	19 625,00 €	4 513,75 €	24 138,75 €
A.6 - Viagem pelo Douro Verde			29 650,00 €	6 819,50 €	36 469,50 €
Tradução para inglês, espanhol, alemão e francês	1	15 850,00 €	15 850,00 €	3 645,50 €	19 495,50 €
Produção (500 cada idioma)	1	13 800,00 €	13 800,00 €	3 174,00 €	16 974,00 €
AÇÃO B - PROMOÇÃO TERRITORIAL			200 585,15 €	46 134,58 €	246 719,73 €
B.1 - Rota dos Sabores do Douro Verde			13 119,99 €	3 017,60 €	16 137,59 €
Individuais (30000)	1	984,99 €	984,99 €	226,55 €	1 211,54 €
Copos inquebráveis	10000	1,03 €	10 300,00 €	2 369,00 €	12 669,00 €
Passaportes (5000)	1	1 175,00 €	1 175,00 €	270,25 €	1 445,25 €
Selo estabelecimento aderente (100)	1	40,00 €	40,00 €	9,20 €	49,20 €
Selo passaporte (50000)	1	200,00 €	200,00 €	46,00 €	246,00 €
Flyer (10000)	1	300,00 €	300,00 €	69,00 €	369,00 €
Cartaz (200)	1	120,00 €	120,00 €	27,60 €	147,60 €
B.2 - Menu do Douro Verde			180,00 €	41,40 €	221,40 €
Impressão menu (120)	1	180,00 €	180,00 €	41,40 €	221,40 €
B.3 - Sala de Provas			29 075,16 €	6 687,29 €	35 762,45 €
Mesas	8	360,00 €	2 880,00 €	662,40 €	3 542,40 €
Cadeiras	24	65,00 €	1 560,00 €	358,80 €	1 918,80 €
Dispensador			18 911,92 €	4 349,74 €	23 261,66 €
Máquina	2	8 285,00 €	16 570,00 €	3 811,10 €	20 381,10 €
Cartões	200	0,90 €	180,00 €	41,40 €	221,40 €
Software	2	500,00 €	1 000,00 €	230,00 €	1 230,00 €
Fornecimento garrafa	2	63,24 €	126,48 €	29,09 €	155,57 €
Carregamento azoto	16	20,34 €	325,44 €	74,85 €	400,29 €
Manutenção	4	130,00 €	520,00 €	119,60 €	639,60 €
Leitor de cartões	2	95,00 €	190,00 €	43,70 €	233,70 €
Equipamento Hoteleiro			5 723,24 €	1 316,35 €	7 039,59 €
Saca rolhas	10	5,00 €	50,00 €	11,50 €	61,50 €
Frapé	8	32,00 €	256,00 €	58,88 €	314,88 €
Saca Rolhas classic	4	9,50 €	38,00 €	8,74 €	46,74 €
Tábuas	24	6,36 €	152,64 €	35,11 €	187,75 €
Copos de vidro (170*6)=1020	170	29,90 €	5 083,00 €	1 169,09 €	6 252,09 €
Pano anti-gotas	5	4,00 €	20,00 €	4,60 €	24,60 €
Cuspideira	24	5,15 €	123,60 €	28,43 €	152,03 €

Douro Verde Experience

B.4 - Montra do Douro Verde			34 800,00 €	8 004,00 €	42 804,00 €
Conceção e produção de expositor	#####	1 500,00 €	30 000,00 €	6 900,00 €	36 900,00 €
Conceção e produção de stand	1,00 €	4 800,00 €	4 800,00 €	1 104,00 €	5 904,00 €
B.5 - Participação em Eventos			105 160,00 €	24 186,80 €	129 346,80 €
Vinho Verde Wine Fest Porto (580*8)	2	4 640,00 €	9 280,00 €	2 134,40 €	11 414,40 €
Vinho Verde Wine Fest Lisboa (580*8)	2	4 640,00 €	9 280,00 €	2 134,40 €	11 414,40 €
SISAB	2	7 950,00 €	15 900,00 €	3 657,00 €	19 557,00 €
Essencia do Vinho Porto	4	5 000,00 €	20 000,00 €	4 600,00 €	24 600,00 €
FIMI Lisboa	2	5 000,00 €	10 000,00 €	2 300,00 €	12 300,00 €
FIMI Gijón	2	7 000,00 €	14 000,00 €	3 220,00 €	17 220,00 €
Fete des Vendanges	1	26 700,00 €	26 700,00 €	6 141,00 €	32 841,00 €
B.6 - Ações de Charme			18 250,00 €	4 197,50 €	22 447,50 €
B.6.1 Matching Food, Culture & Wine of Douro Verde (5 degustação*50px/20€)+ (alojamento 6 pessoas*5 vezes 100€)	1	7 500,00 €	7 500,00 €	1 725,00 €	9 225,00 €
B.6.2 Douro Verde Sightseeing (bus1000 + merenda regional 50px*15€=750)*3	1	5 250,00 €	5 250,00 €	1 207,50 €	6 457,50 €
B.6.3 Douro Verde Boat Experience (barco 3500 + degustação 100px*20€)	1	5 500,00 €	5 500,00 €	1 265,00 €	6 765,00 €
AÇÃO C - CAPACITAÇÃO TERRITORIAL			20 586,00 €	4 734,78 €	25 320,78 €
C.1 - Ação de Autoconhecimento Visitas Intra-território: Roteiro "Viagem do Douro Verde": 5 ações com 40 participantes cada. Custos de alimentação (5 lanches regionais* 8€*40) + (aluguer de autocarro 5*400€)	5	2 000,00 €	10 000,00 €	2 300,00 €	12 300,00 €
C.2 - Ação de Capacitação - "Vinho, a minha primeira vez" (3 ações para 20 pessoas - 35€px)	60	35,00 €	2 100,00 €	483,00 €	2 583,00 €
C.3 - Ação de Capacitação - "Vinho, a minha segunda vez" (3 ações para 20 pessoas - 40€ px)	60	40,00 €	2 400,00 €	552,00 €	2 952,00 €
C.4 - Seminário - "Planear o Enoturismo, vantagens e desafios, planear para vender, boas práticas nacionais de Enoturismo" 1 ação- 4 oradores (500€cada=2000€), destinatários 80 px(coffe-break 3,6€px =336€)	1	2 336,00 €	2 336,00 €	537,28 €	2 873,28 €
C.5 - Ação de Capacitação - "Saber Harmonizar Vinho e Comida" (3 ações para 20 pessoas, cada)	3	1 250,00 €	3 750,00 €	862,50 €	4 612,50 €
			360 256,15 €	82 858,91 €	443 115,06 €