

Anexo III - Memória Descritiva Complementar

[Valorização, dinamização e promoção turística da região: Ação 5 – Dolmen – Produtos que marcam (as)gentes]

ÍNDICE

1. Síntese da Operação	2
1.1. Designação da Operação (Projeto Âncora)	2
1.2. Beneficiário(s).....	2
1.3. Responsável(eis) pela assinatura da candidatura	2
1.4. Datas de realização da Operação	2
1.5. Custo da Operação	2
2. Fundamentação da Operação	2
2.1. Justificação, objetivos e metas:.....	3
2.2. Sustentabilidade da operação durante e após a realização do investimento:	3
2.3. Modelo de Gestão a adotar na fase de exploração/funcionamento das estruturas/equipamentos resultantes da operação candidatada, evidenciando a sua sustentabilidade (se aplicável).....	4
3. Âmbito Territorial	4
4. Indicadores a alcançar	4
4.1. Indicadores de realização	4
4.2. Indicadores de resultado	Erro! Marcador não definido.
5. Enquadramento da operação/tipologia de Ação	5
6. Metodologia de Implementação	5
7. Plano de Comunicação	15
7.1. Objetivos específicos:.....	15
7.2. Públicos-alvo:.....	15
7.3. Ações e instrumentos de comunicação:.....	16
7.4. Responsabilidade técnica e pessoas de contacto:	16
8. Estrutura de Custos	17
8.1. Investimento elegível por Ação e Ano.....	17
8.2. Orçamento Global da Operação.....	17
8.3. Orçamento da Equipa Técnica (se aplicável).....	17
8.4. Cálculo do Investimento por Componente e Executor	17
8.5. Cálculo do Investimento por Componente Contratada (Contrato).....	17
8.6. Cálculo do Investimento por Ano e Fonte de Financiamento	17
9. Justificação dos critérios de seleção.....	17

1. Síntese da Operação

EEC PROVERE: DOURO 2020 Turismo para Todos

1.1. Designação da Operação (Projeto Âncora)

Valorização, dinamização e promoção turística da região: Ação 5 – Dolmen – Produtos que marcam (as)gentes

1.2. Beneficiário(s)

NIF	Designação	Assinale o Líder com X
502973544	DOLMEN - Desenvolvimento Local e Regional, CRL	X

1.3. Responsável(eis) pela assinatura da candidatura

NIF Beneficiário	Nome	Cargo	Nº BI ou CC	Validade
214611680	Cristina Lasalete Cardoso Vieira	Presidente da Direção	10656174 0 ZY3	30-11-2028
162862180	Serafim Rodrigues	Tesoureiro	06170284 6 ZX7	29/09/2030

1.4. Datas de realização da Operação

Início (dia/mês/ano) 01-01-2020 Conclusão (dia/mês/ano) 31-05-2023

1.5. Custo da Operação

Investimento Total: 390 554,12 Euros

Investimento Elegível: 390 554,12 Euros

Comparticipação Comunitária: 331 971,00 Euros

Taxa de co-financiamento 85 %

2. Fundamentação da Operação

2.1. Justificação, objetivos e metas:

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto consubstancia a ação 5 do projeto âncora transversal inscrito na EEC PROVERE “Turismo para Todos”, designada por “Produtos que marcam (as)gentes”. Esta ação imaterial pretende dar corpo a um conjunto de ações e atividades complementares que visam a promoção e valorização de ativos gastronómicos locais, em articulação com outros ativos culturais, patrimoniais e naturais do território alvo.

OBJETIVOS

O presente plano de ação incidirá sobre a valorização dos produtos locais existentes no território, abrangendo toda a cadeia de valor, desde a produção até ao cliente final, com o objetivo de promover o desenvolvimento económico e social sustentável do território.

Os pilares sobre os quais assenta este plano de ação visam o combate a algumas das fragilidades diagnosticadas para este território, sendo elas a coesão, a identidade, a valorização, a competitividade e capacitação territorial.

De um modo abrangente pretende-se valorizar cultural e economicamente os produtos endógenos do território alvo, atribuindo-lhes acrescidos fatores de competitividade.

METAS

A materialização das ações previstas na presente operação configura um contributo indireto para o efeito multiplicador do investimento privado. Com efeito, as ações de matriz imaterial contribuirão para alcançar resultados de processo que se encontram mensurados no ponto 6. da presente memória descritiva.

Não obstante, o exercício de mobilização e acompanhamento sistemáticos junto das entidades promotoras de projetos âncora e complementares consubstanciará um ativo de rede fundamental à prossecução dos indicadores de realização e de resultados da EEC “Turismo para Todos” contratualizada.

2.2. Sustentabilidade da operação durante e após a realização do investimento:

A sustentabilidade da presente operação, pelo período da sua execução, está garantida através do apoio comunitário do FEDER, em 85% das necessidades de financiamento, e do esforço da entidade beneficiária que alocarão recursos financeiros próprios, em 15% daquelas necessidades. Adicionalmente, para a boa prossecução dos trabalhos contarão com a disponibilização de recursos materiais e imateriais por parte da Entidade Beneficiária, designadamente relacionadas com (i) a disponibilização de espaços físicos; (ii) a realização de deslocações em viaturas da entidade beneficiária; (iii) da disponibilização de material consumível; (iv) da realização de comunicações diversas; entre outros ativos materiais e imateriais necessários à implementação do plano de ação.

Numa perspetiva de médio e longo prazo, perspetiva-se que, por um lado, a estrutura de produtos locais concebida com este projeto, permita a adoção de estratégias de comercialização integrada que favoreça o escoamento da produção de muitos pequenos produtores do território-alvo e, por outro, a incorporação de metodologias de promoção ancoradas na qualidade dos serviços disponibilizados nas diversas mostras gastronómicas e de produtos locais, por parte dos Municípios envolvidos, assim como a valorização de estratégias de comunicação do território baseadas em canais contemporâneos, numa abordagem complementar e integrada.

2.3. Modelo de Gestão a adotar na fase de exploração/funcionamento das estruturas/equipamentos resultantes da operação candidatada, evidenciando a sua sustentabilidade (se aplicável)

Não aplicável, uma vez que é uma candidatura imaterial.

3. Âmbito Territorial

Concelho(s) AMARANTE, AROUCA, BAIÃO, CASTELO DE PAIVA, CELORICO DE BASTO, CINFÃES, FELGUEIRAS, LOUSADA, MARCO DE CANAVESES, PAÇOS DE FERREIRA, PENAFIEL, RESENDE, VALE DE CAMBRA

NUTS III TÂMEGA E SOUSA (79%) E ÁREA METROPOLITANA DO PORTO (21%)

4. Indicadores a alcançar

4.1. Indicadores de realização

Indicadores de realização		Unidade	Quantidade
Código	Designação		
0.08.09.12.P	Eventos/iniciativas apoiadas	n.º	1
0.08.09.10.P	Ações de promoção e valorização de recursos	n.º	16
0.08.09.13.P	Participantes em eventos/iniciativas, apoiados	n.º	221
0.08.09.15.P	Material de promoção, divulgação e informação produzido	n.º	84

5. Enquadramento da operação/tipologia de Ação

	Assinale com X a(s) tipologia(s) aplicável(eis)
(i) Promoção de operações de qualificação e dinamização de aldeias emblemáticas e de centros rurais (sinalética, material promocional, recuperação de património público, realização de estudos e documentos sobre o património material e imaterial, nomeadamente associados à toponímia e, assim, com fortes ligações à história, cultura, arqueologia e geografia, etc.)	
(ii) Incentivo a atividades turísticas, artesanais e de desenvolvimento de produtos tradicionais e de qualidade	X
(iii) Valorização e gestão de sistemas produtivos locais (contemplando iniciativas conjuntas de promoção e comercialização, de desenvolvimento cooperativo, de mutualização de equipamentos ou de processos de certificação, ou de inovação social e tecnológica)	X
(iv) Oferta de serviços coletivos de apoio técnico, de promoção conjunta de produtos e serviços locais e acesso aos mercados, envolvendo modelos organizativos e tecnológicos adaptados a estes territórios	

6. Metodologia de Implementação

6.1 Cronograma global das ações

Ação (n.º)	Designação	2020				2021				2022				2023	
		1.º T	2.º T	3.º T	4.º T	1.º T	2.º T	3.º T	4.º T	1.º T	2.º T	3.º T	4.º T	1.º T	2.º T
1	Identificação e Estruturação Territorial														
2	Valorização Territorial														
3	Promoção e Divulgação Territorial														
4	Gestão, acompanhamento, Monitorização do Projeto														

(T – trimestre)

6.2 AÇÕES

Nº Designação

Beneficiário:

NIF Designação

Calendário de realização da ação:

Início (dia/mês/ano)

Conclusão (dia/mês/ano)

Objetivos:

Estruturar a oferta existente dos produtos locais, de forma integrada, com o objetivo de a consolidar em cada município que integra esta EEC PROVERE, uniformizando conceitos e conferindo notoriedade e (re)conhecimento interno e externo.

Descrição das Atividades a desenvolver:

1.1. Identificação dos produtos locais (endógenos e emergentes)

Nesta atividade será estruturada a oferta existente dos produtos locais, de forma integrada, com o objetivo de a consolidar, uniformizando conceitos e conferindo notoriedade e (re)conhecimento interno e externo.

Pretende-se assim, numa dialética construtiva desenvolvida entre a equipa técnica do projeto e diversos agentes representativos do território, identificar os produtos identitários existentes em cada concelho, com maior representatividade e cujo potencial, pela via da diferenciação ou pelo peso económico na economia local, importe catapultar, transformando estes recursos em produtos, através da subsequente estruturação a realizar sob novos formatos e da respetiva promoção, prosseguida nas mostras gastronómicas internas e externas.

A título exemplificativo:

Áreas	Tipos	Produtos
Endógenos	Naturais	Hortícolas e Frutícolas
		Raças Autóctones
	Transformados	Vinhos
		Fumeiro
		Doces e Compotas
		Mel
		Azeite
		Queijos
Emergentes	Naturais	Pão tradicional
		Cogumelos
		Hortícolas e Frutícolas
	Transformados	Frutos Secos
		Ervas aromáticas
		Doces e Compotas
		Cogumelos
		Licores

1.2. Cabazes de Produtos Locais | Picnic Box

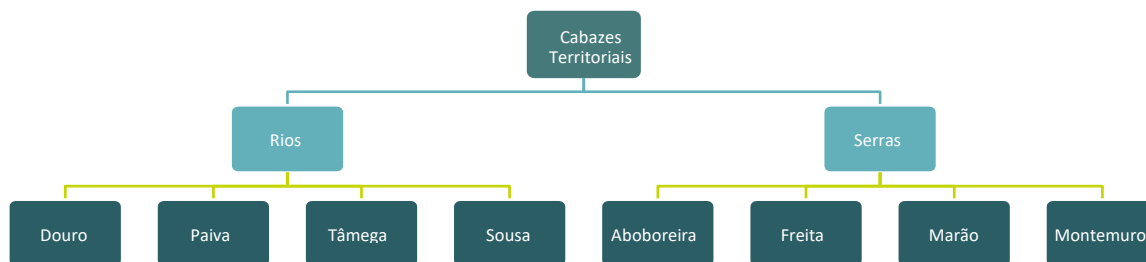
A orientação para a agregação dos produtos terá em conta um conjunto vasto de elementos identitários do território-alvo da EEC PROVERE “Turismo para Todos”. Neste sentido pretende estabelecer-se uma forte ligação entre os produtos e os recursos (arte, cultura e natureza), conferindo-lhe uma identidade territorial.

No mesmo sentido, serão desenvolvidas embalagens diferenciadas, assumindo uma ligação forte com figuras locais de notoriedade e projeção internacional, associadas ao mundo das **Artes**, designadamente à literatura, pintura, geografia, música, entre outras.

Outra abordagem assumirá a tónica da **Cultura**, destacando-se elementos de interesse arquitetónico, realçando-se a Rota Românico e os monumentos megalíticos entre outros existentes no território.

Por fim, a **Natureza**, assumirá também uma temática, realçando-se os ativos naturais de elevada riqueza paisagística e biodiversidade, que marcam a paisagem da região.

A título de exemplo o esquematizado de seguida poderá servir de orientação para evidenciar uma das possibilidades a adotar na estruturação de cabazes do território-alvo.



Associada a esta ação será desenvolvido um produto inovador e agregador – a PICNIC BOX – que *per se* promoverá um conjunto de produtos identitários diversos, abrangendo desde o artesanato aos produtos agroalimentares, constituída por: cesto tradicional, de madeira, palha ou breza, os bordados tradicionais, os vinhos, a doçaria e o pão tradicional.

A filosofia subjacente a esta ação rege-se pela preconização do princípio dos circuitos curtos de comercialização.

Esta atividade visa a afirmação dos produtos e o estabelecimento de redes de colaboração, uniformizando os instrumentos de comunicação, criando uma imagem homogênea e identitária.

Assim serão elaboradas propostas de imagem e de *packaging* das diferentes tipologias de produtos, concebendo para o efeito diversas soluções de apresentação utilizando, por um lado, cestaria e tecelagem artesanal e, por outro, elementos identitários do território para a conceção de cabazes *Gourmet*.

Do ponto de vista orçamental a presente atividade compreenderá o desenvolvimento dos seguintes produtos:

(1) Plano de comunicação

- a) Redação, envio e publicação de notas de imprensa, prévias às atividades e ações a desenvolver no âmbito da execução do projeto;
- b) Redação e envio e publicação, à *posteriori*, de notas de imprensa, follow-up e respetivos resultados das atividades e ações desenvolvidos no âmbito da execução do projeto;

(2) PICNIC BOX

- a) Conceção de 2 modelos de cestaria tradicional de quatro artesãos, num total de oito modelos;
- b) Produto base para a conceção e produção: breze, palha, madeira e piorna (oriundos dos concelhos alvo);
- c) Produção de 40 exemplares de cada modelo de cestaria;
- d) Conceção de 2 modelos de tecelagem tradicional de dois artesãos, num total de quatro modelos;

e) Produto base: 100% linho, tipo: pano de tabuleiro 40cmX60cm, com cores;

f) Produção de 80 exemplares de cada modelo de tecelagem;

(3) packaging de cabazes Gourmet

Conceção de 39 modelos de embalagens diferenciadas, três por município, e produção de 40 exemplares de cada.

Prevê-se a realização de uma sessão pública de apresentação dos PICNIC BOX e dos Cabazes Gourmet em local a definir oportunamente.

Indicadores de Acompanhamento:

Indicadores de Realização			
Código	Designação	Unid.	Quant.
O.08.09.12.P	Eventos/iniciativas apoiadas	N.º	1
O.08.09.15.P	Material de promoção, divulgação e informação produzido	Un	13

Nº	2	Designação	Valorização Territorial
----	---	------------	-------------------------

Beneficiário:

NIF	502973544	Designação	DOLMEN - Desenvolvimento Local e Regional, CRL
-----	-----------	------------	--

Calendário de realização da ação:

Início (dia/mês/ano)	01-01-2022	Conclusão (dia/mês/ano)	31-05-2023
----------------------	------------	-------------------------	------------

Objetivos:

Esta ação visa promover o reconhecimento territorial no exterior, colocando-se em evidência os ativos gastronómicos, culturais e patrimoniais do território alvo, através da realização de ações de charme, materializadas através de “Fam trips” e “Press trips”. Objetiva assim dar a conhecer, de forma estruturada e integrada, os produtos locais existentes em todo o território, promovendo o crossselling em contextos geográficos nacionais e internacionais.

Descrição das Atividades a desenvolver:

É sabido que os atuais padrões de consumo são significativamente influenciados por personalidades de referência nos planos político, cultural e desportivo. A intenção sustenta-se em convidar estes “formadores de opinião” a viverem uma experiência em primeira mão para que, após a mesma, a possam partilhar com o seu público, ampliando a divulgação das experiências que usufruíram. Sabendo-se hoje em dia da importância da Internet e das redes sociais, abre-se um espaço para novos criadores de conteúdo especializado, que permite a mobilização de nichos qualificados, formados ao redor de interesses específicos. Ora, a mobilização destes “influenciadores” para a fruição dos ativos indissociáveis do território alvo configura uma ação decisiva para a sua afirmação em segmentos de mercado que remunerem a qualidade.

Esta ação será materializada através da concretização de quatro ações de charme (Fam trips e Press trip) dinamizadas em diversos contextos do território alvo da EEC PROVERE “Turismo para Todos”, aproveitando, nomeadamente, a concretização das atividades previstas na ação 3 do presente plano de ação.

Neste contexto, serão mobilizados perfis de “influenciadores” / *opinion makers* tendo em conta a sua notoriedade pessoal e institucional junto de segmentos de procura particular e organizacional de mercados internos e externos. Nesta senda e a título de exemplo, poderão destacar-se “influenciadores” junto de operadores turísticos e jornalistas especializados, assim como “bloggers” e criadores de conteúdos digitais, em vários segmentos de relevo para o território (gastronomia, enoturismo, entre outros). Paralelamente e num sentido abrangente pretende-se promover, para além dos ativos gastronómicos e produtos locais, todos os ativos culturais, patrimoniais e naturais do território. Esta abordagem reveste-se de particular interesse metodológico, uma vez que se pretende aproveitar a concretização de eventos, não só previstos no presente projeto, mais centrados na valorização de ativos gastronómicos e de produtos locais, mas também de eventos de natureza cultural e patrimonial promovidos no âmbito das restantes ações do projeto âncora transversal da EEC PROVERE “Turismo para Todos”- Valorização, dinamização e promoção turística da região.

Concretamente dinamizar-se-ão as seguintes ações de charme (Fam trip/Press trip), definidas em função dos seguintes segmentos de mercado a sensibilizar:

- Mercado Nacional, a realizar em 2022;
- Mercado Britânico, a realizar em 2023;
- Mercado Espanhol (particularmente da região da Galiza), a realizar em 2022;

- Mercado Francês, a realizar em 2023.

A escolha da proveniência das personalidades convidadas prende-se com uma série de fatores facilmente identificáveis: o mercado britânico, que continua a ser um dos principais mercados emissores de turistas para Portugal, e pelo crescente interesse destes nos vinhos verdes da região; Espanha, com enfoque na região da Galiza, pela proximidade geográfica e por ser um mercado estratégico para a região, sendo que a Dolmen já é presença assídua em certames nesta região (Vigo e Ourense); o mercado francês, pelo facto de já existir uma forte ligação deste mercado a Portugal, onde está presente uma grande comunidade portuguesa, sendo que os franceses têm mostrado cada vez mais interesse em visitar o nosso território.

Nas ações referentes ao mercado Português e Espanhol espera-se mobilizar 6 influenciadores/opinion makers, ao passo que nas ações respeitantes ao mercado Britânico e Francês serão mobilizados 4 personalidades originárias dos referidos mercados.

Tendo em conta a agenda das atividades, pretende-se criar uma série de atividades que se traduzam em experiências interessantes e interativas, para que tal se reflita nas futuras opiniões e publicações das personalidades selecionadas. Paralelamente, pretende-se criar redes de contacto, construindo e estreitando relacionamentos proveitosos com atores importantes no setor.

Para cada ação de charme, com uma duração média previsível de três dias, será desenvolvido um programa diversos e complementar, devendo contemplar algumas das seguintes atividades:

- Visita a quintas de vinho da região, incluindo visita guiada a adega, vinhas e prova de vinhos;
- Visita a um monumento ligado à história e cultura da região;
- Visita a um dos Centros de Promoção de Produtos Locais;
- Degustação de produtos locais;
- Experiência e participação (workshop) na produção de produtos locais relevantes;
- Visita a uma exploração agrícola com degustação dos produtos endógenos e/ou emergentes;
- Atividade *outdoor* numa das serras ou rios da região, complementado com picnic;
- Visita e refeição numa das mostras gastronómicas identificadas no presente projeto âncora;
- Estadia num alojamento de referência na região.

Desta forma, espera-se que com estas várias atividades se conte uma “história” da região, e assim se consiga obter publicidade positiva do território e das experiências vividas. Os resultados a obter com a materialização destas ações traduzir-se-ão em diversos suportes comunicacionais tais como:

- (i) publicações em revistas especializadas em determinados setores, por exemplo setor de vinhos e gastronomia;
- (ii) publicação em blogues e redes sociais de personalidades com notoriedade em diversas áreas;
- (iii) conceção de vídeos promocionais publicados em sites, blogues e redes sociais de elevada audiência.

Indicadores de Acompanhamento:

Indicadores de Realização			
Código	Designação	Unid.	Quant.
O.08.09.10.P	Ações de promoção e valorização de recursos	N.º	4
O.08.09.15.P	Material de promoção, divulgação e informação produzido	N.º	4

Nº Designação

Beneficiário:

NIF Designação

Calendário de realização da ação:

Início (dia/mês/ano) Conclusão (dia/mês/ano)

Objetivos:

A presente ação tem como propósito a promoção e divulgação dos produtos locais, promovendo e participando em certames locais e internacionais, através do reforço da imagem de conjunto daqueles produtos. Este exercício de promoção estimulará a procura potencial local e estrangeira e configurará um importante mecanismo de escoamento de produções de micro e pequena dimensão.

Descrição das Atividades a desenvolver:**3.1. Mostras de produtos internas**

Com esta atividade pretende-se dar corpo e impulsionar um conjunto de 6 mostras gastronómicas e de produtos locais, devendo constituir-se como momentos de celebração dos produtos e das produções, capazes de atrair a população local e visitante. Pretende-se igualmente que contribuam para que o visitante se torne turista, motivado pela oportunidade de conhecer/provar o que de melhor se faz ou produz na região. Assim, destacam-se, sumariamente as mostras que se pretende dinamizar/impulsionar:

- Feira dos doces conventuais: Amarante – mês de maio | 2021 e 2022 (publicação e vídeo)
- Feira da Gastronomia de Caça e do Arroz de Aba: Baião – mês de maio | 2022 e 2023
- Expomontemuro | Carne Arouquesa: Cinfães - mês de julho | 2022
- Festival dos Petiscos e do Vinho Verde - Julho 2022, incluído nas Festas do Marco; Festival do Anho Assado - Setembro de 2022, incluído na Noite Verde: Marco de Canaveses | 2022
- Feira da Lampreia: Penafiel – mês de fevereiro | 2020
- Festa das Cavacas: Resende - mês de março/abril | 2021 (formato online) e 2022 (presencial)

Por razões inerentes à atual situação de pandemia, entendeu-se oportuno desenvolver, em alternativa à habitual feira dos doces conventuais de Amarante, uma publicação em livro com formato A5 e um vídeo promocional sobre os doces conventuais de Amarante. Estes produtos de comunicação serão desenvolvidos em 2022.

Estes eventos têm como entidade promotora o respetivo Município, assumindo-se a DOLMEN, através desta operação, como parceiro das mesmas no sentido de impulsionar os seus impactos, fundamentalmente no que respeita a promoção de produtos locais.

As despesas associadas a estes eventos encontram-se descritas nos cadernos de encargos e especificidades técnicas respetivos e resultam, mormente da necessidade de aquisição de serviços de aluguer, transporte e montagem de tendas e stands, bem como de diversos serviços de comunicação associados à promoção dos eventos.

Através destas iniciativas pretende-se ainda levar o conceito dos Centro de Promoção concebido pela DOLMEN, qualificando-o, para junto de mercados de proximidade que estabeleçam uma relação forte entre o rural e o urbano, garantindo a presença de produtos de qualidade. Neste sentido, adquirir-se-á um conjunto de ativos

materiais que potenciem a promoção dos produtos e experiências gastronómicas, garantindo uma melhoria na qualidade do serviço prestado assim como na imagem oferecida.

Assim está prevista a aquisição de um dispensador de vinhos, que permitirá uma maior eficiência na realização das provas, acautelando o menor desperdício e simultaneamente a manutenção da qualidade do produto, desde a primeira à última gota, garantindo a qualidade durante vários dias depois de aberta a garrafa.

Está ainda prevista a aquisição de equipamento/mobiliário tendo em vista a promoção dos produtos e a realização de degustações, destacando-se o stand que deverá ser estruturante na promoção territorial, perspetivada quer para as mostras internas quer para as externas, nas quais será dado destaque aos produtos locais diferenciados do território-alvo.

Adicionalmente pretende-se dotar os Centros de Promoção e Valorização de Produtos Locais de Marco de Canaveses (que será deslocalizado para o Museu Cármen Miranda) e de Resende (que ficará albergado na Loja de Turismo) de condições físicas essenciais à promoção de produtos locais dos territórios de intervenção da EEC PROVERE Turismo para Todos, nomeadamente através da disponibilização das soluções PICNIC BOX e Cabazes Gourmet e da realização de eventos promocionais previstos no plano de ação do presente projeto. Para o efeito serão celebrados contratos de cedência de instalações, entre os municípios de Resende e Marco de Canaveses, na qualidade de entidades proprietárias e a Dolmen, que assumirá a responsabilidade pela gestão e dinamização dos Centros de Promoção, numa perspetiva de operacionalização de ações de promoção dos produtos locais e em complementaridade com outras atividades a realizar pelo município, no setor do turismo e cultura. Neste contexto, consideraram-se duas despesas, uma relacionada com o serviço de design do mobiliário a alocar aos 2 Centros de Promoção e Valorização de produtos locais mencionados e outra relacionada com a produção e instalação do mobiliário.

3.2. Mostra de produtos externa

Com o intuito de projetar fora de portas os produtos locais estruturados de todo o território-alvo, pretende-se participar num certame internacional de elevada participação de públicos estrangeiros e da diáspora portuguesa. Esta incursão materializar-se-á através da participação no seguinte certame internacional:

- Fêtes des Vendanges de Montmartre – mês de outubro - Paris | França | 2022

A Festa das Vindimas é um evento temático, que se realiza anualmente no mês de outubro, durante três dias e é uma celebração do vinho e da gastronomia com vários produtores locais e os seus produtos, que conta com mais de 500 mil visitantes, sendo enriquecida com vários eventos culturais associadas à mesma temática da vinha e vinhos: exposições, concertos, desfiles, visitas a vinhas, entre outros.

A importância e pertinência da participação neste evento prende-se com o facto de França, e mais concretamente Paris, possuir uma forte ligação a Portugal, onde está presente a maior comunidade emigrante portuguesa e onde os residentes nacionais assumem a maior percentagem de turistas que visitam Portugal. Promover o vinho, os espumantes, a doçaria, o fumeiro e queijo e o artesanato regional é a motivação para a participação neste evento. Importa ainda referir que a Dolmen, em parceria com outras entidades regionais participou nas três últimas edições do certame.

Do ponto de vista orçamental a participação neste evento pressupõe:

(1) A aquisição de serviços de eventos para a Fête des Vendanges de Montmartre (Paris)

- a) A participação no evento em 3 stands de 9m² (3x3m) cada, ou seja um total de 27m² com chão em madeira, alcatifa, telas de fundo e laterais bege e de qualidade superior, iluminação e tomada;
- b) Três mesas de 50x200cm e mais três mesas de 80x220cm;
- c) Seis cadeiras;
- d) Dois frigoríficos de 500lt cada;
- e) Três blocos de palha;
- f) Três barricas de madeira ou equivalente com bancos para colocar na frente dos stands;

- g) Cestos, caixas de madeira e juta para cobrir as mesas;
- h) Guardanapos, pratos brancos e sacos do lixo.
- i) Lugar de estacionamento para Transporte de mercadorias com sistema de frio de 20m2;
- j) Outros serviços de logística necessários à participação.

(2) A locação de veículo com condutor

- a) 1 camião de frio de 20m2;
- b) Viagem Felgueiras - Montmatre (Paris) - Felgueiras;
- c) Partida a 13 de outubro de 2022;
- d) Regresso a 19 de outubro de 2022;
- e) Imobilização do veículo em Montmatre durante o período do evento;
- f) Refrigeração ligada durante as viagens de ida e regresso e durante o tempo de imobilização.

(3) Transporte e alojamento de 2 técnicos afetos ao projeto

- a) Viagem Porto (OPO) - Paris-Orly (ORY) e Paris-Orly (ORY) - Porto (OPO), inclui transfers para/do hotel;
- b) Hotel Timhotel Montmartre (Festa das Vindimas), quartos duplos com PA para 2px de 15 de outubro a 19 de outubro.

(4) Aquisição de serviços de Showcooking e Prova de Vinhos

- a) Realização de dois *Showcooking*, com a duração de pelo menos duas horas, em dois dias diferentes;
- b) Realização de duas Provas de Vinhos, em dois dias diferentes;
- c) Nos *showcooking* devem ser utilizados produtos gastronómicos do território como por exemplo: hortícolas e frutícolas, raças autóctones, fumeiro, mel, azeite, queijo, pão tradicional, cogumelos, frutos secos, ervas aromáticas e medicinais, doces e compotas.
- d) Nas provas de vinhos devem ser utilizados vinhos verdes e espumantes da casta azal, avesso, vinhão, palhete, pedernã, trajadura, arinto, amaral, alvarelhão e borraçal. Em cada prova devem ser servidos pelo menos 5 vinhos diferentes.
- e) O equipamento necessário à realização do *showcooking* e prova de vinhos é fornecido pela Dolmen.
- f) Os produtos necessários à confeção e provas é da responsabilidade do adjudicatário.

Indicadores de Acompanhamento:

Indicadores de Realização			
Código	Designação	Unid.	Quant.
O.08.09.10.P	Ações de promoção e valorização de recursos	N.º	12
O.08.09.15.P	Material de promoção, divulgação e informação produzido	Un	25 *

* consideraram-se diversas tipologias de material de promoção e divulgação associadas a 7 mostras internas, nomeadamente spots e inserções publicitárias, outdoors, cartazes e flyers. entre outras.

Nº	4	Designação	Gestão, Acompanhamento e Monitorização do Projeto
----	---	------------	---

Beneficiário:

NIF	502973544	Designação	DOLMEN - Desenvolvimento Local e Regional, CRL
-----	-----------	------------	--

Calendário de realização da ação:

Início (dia/mês/ano)	01-01-2020	Conclusão (dia/mês/ano)	31-05-2023
----------------------	------------	-------------------------	------------

Objetivos:

A presente ação visa garantir as condições necessárias à boa gestão, acompanhamento e monitorização do projeto.

Descrição das Atividades a desenvolver:

Para o desenvolvimento e acompanhamento das três ações estruturantes do plano de ação, a DOLMEN afetará parcialmente dois técnicos de desenvolvimento local e 2 agentes de promoção territorial.

Aos técnicos de desenvolvimento local, imputados parcialmente (menos de 50%), caberão tarefas de gestão e monitorização do projeto, assim como de interação institucional necessária à concretização da multiplicidade de atividades de diagnóstico e de promoção de produtos endógenos do território alvo.

Aos agentes de promoção imputados a 100% caberá, para além das tarefas operativas relacionadas com a concretização das ações previstas (contactos com produtores e artesãos, preparação e acompanhamento de aspetos de natureza logística associados à realização de eventos, ...), a articulação sistemática com produtores de produtos endógenos do território alvo no sentido de garantir a sua representação nos 4 locais físicos de promoção de produtos da DOLMEN, designadamente em Amarante, Baião, Marco de Canaveses e Resende (a partir do 2º semestre de 2022), assim como no espaço de e-commerce LOCALE.PT.

Explicita-se a imputação dos referidos técnicos em termos cronológicos através do seguinte esquema:

	2020	2021	2022 (1º trimestre)
Técnicos de desenvolvimento local	Luís Rocha 12 meses 49% António Carneiro 7 meses 32%	Luís Rocha 12 meses 50% António Carneiro 12 meses 25% Diogo Pereira 2 meses 100%	Luís Rocha 3 meses 70% Diogo Pereira 3 meses 100%
Agentes de promoção territorial	Rui Teixeira 12 meses 100% Carina Cardoso 12 meses 100%	Rui Teixeira 12 meses 100% Carina Cardoso 4 meses 100% Otília Borges 5 meses 100%	Rui Teixeira 3 meses 100% Otília Borges 3 meses 100%

Consideram-se adicionalmente nesta ação as deslocações nacionais necessárias à preparação e execução das diversas atividades.

Indicadores de Acompanhamento: Não Aplicável

Indicadores de Realização				Indicadores de Resultado			
Código	Designação	Unid.	Quant.	Código	Designação	Unid.	Quant.
NA							

7. Plano de Comunicação

O(s) beneficiário(s) têm a obrigação de proceder à publicitação dos apoios, em conformidade com o disposto na legislação europeia, designadamente o Regulamento de Execução (EU) nº 821/2014 da Comissão, de 28 de julho de 2014, e nacional, nos termos do nº1 do artigo 24º do Decreto-Lei nº 159/2014, de 27 de outubro.

7.1. Objetivos específicos:

Pese embora o presente projeto âncora não configure um mecanismo de comunicação, as ações de promoção nele inscritas reger-se-ão pelas regras descritas no Regulamento de Execução (EU) nº 821/2014 da Comissão, de 28 de julho de 2014, e nacional, nos termos do nº1 do artigo 24º do Decreto-Lei nº 159/2014, de 27 de outubro.

Neste quadro, a estratégia de comunicação da presente operação deverá orientar-se para o (re)conhecimento interno e externo dos produtos locais e do território que os agrega, visando igualmente contribuir para o reforço da coesão territorial do espaço geográfico compreendido nesta EEC PROVERE, que sendo tão diverso e heterogéneo poderá e deverá ser complementar, numa verdadeira assunção de Estratégia de Eficiência Coletiva.

7.2. Públicos-alvo:

O presente projeto âncora pretende ir ao encontro de diversos públicos-alvo, em função das atividades que nele se inscrevem. Assim, estabelece-se de seguida uma relação das ações estruturantes do projeto com o público-alvo:

Ação 1 – Nesta ação pretende-se sensibilizar os artesãos e os produtores para uma promoção, numa lógica conjunta e agregada, dos elementos e produtos identitários do território. Desta forma, o público-alvo serão todas as instituições com responsabilidade de promoção do território, numa coerência organizacional, assim como todo o comércio a retalho, a fim de uma difusão deste produto final inovado (Cabazes de Produtos Locais e Picnic Box).

Ação 2 – Com vista a uma valorização territorial, promovendo o reconhecimento externo dos ativos gastronómicos, culturais e patrimoniais, as ações de charme abrangem um público-alvo constituído por influenciadores/opinion makers, a fim de se obter publicidade positiva do território e das experiências proporcionadas. Estas personalidades, com notoriedade pessoal e institucional, serão selecionadas tendo em conta a sua proveniência, abrangendo o mercado nacional, brasileiro, espanhol (particularmente da região da Galiza) e o mercado francês.

Ação 3 – No domínio da promoção e divulgação territorial pretendida, o público-alvo difere mediante a localização geográfica dos eventos promovidos e participados. Tendo em conta as mostras de produtos internas que se pretende promover, de âmbito local/regional, espera-se que o público-alvo abranja maioritariamente residentes e visitantes do território em questão. De outra forma, nas mostras de produtos externas, prevêem-se duas realidades distintas: por um lado, um conjunto alargado de visitantes Portugueses e Espanhóis e ainda profissionais da área da restauração na Feira Internacional de Turismo Gastronómico de Xantar, em Ourense; por outro lado, na Fête des Vendanges, em Paris, o público-alvo engloba todos os franceses visitantes do evento, os turistas à escala

mundial presentes e a diáspora portuguesa, não fosse Paris, a cidade que alberga a maior comunidade emigrante Portuguesa.

7.3. Ações e instrumentos de comunicação:

A estratégia de comunicação compreenderá as seguintes ações:

- Realização de evento com vista à apresentação da estruturação dos produtos locais nos cabazes e picnic box produzidos;
- Promoção das ações de charme, dirigidas ao mercado nacional e internacional;
- Comunicação dos eventos de promoção dos produtos locais, nacionais e internacionais, apoiados e/ou participados;

Como instrumentos de comunicação pretendem-se mobilizar os seguintes ativos:

- Comunicação através das redes sociais da Dolmen;
- Inserções publicitárias, atendendo à promoção dos eventos apoiados, em rádios e jornais locais, regionais e nacionais;
- Elaboração de propostas de imagem e embalamento, com vista à conceção de cabazes Gourmet;
- Publicação em revistas especializadas em setores estratégicos para o território, a partir das publicações dos *opinion makers*;
- Publicação em blogues e redes sociais de "influenciadores" com notoriedade em diversas áreas;
- Produção de roll-ups referentes ao presente projeto.

7.4. Responsabilidade técnica e pessoas de contacto:

A responsabilidade técnica da execução do plano de comunicação será da responsabilidade da coordenação da DOLMEN
Elsa Pinheiro

8. Estrutura de Custos

8.1. Investimento elegível por Ação e Ano

Ação (n.º e designação)	Investimento elegível por ano					
	2020	2021	2022	2023	TOTAL	%
1 - Identificação e Estruturação Territorial	0,00	0,00	33 505,20	0,00	33 505,20	8,6%
2 - Valorização Territorial	0,00	0,00	10 182,28	23 758,66	33 940,94	8,7%
3 - Promoção e Divulgação Territorial	12 300,00	36 963,51	154 886,65	17 010,90	221 161,06	56,6%
4 - Gestão, acompanhamento e Monitorização do Projeto	39 147,35	44 734,48	17 561,73	503,36	101 946,92	26,1%
TOTAL	51 447,35	81 697,99	216 135,87	41 272,92	390 554,12	100,0%

8.2. Orçamento Global da Operação

Por favor preencher o respectivo ficheiro excel:

“AnexoIV_OrcamentoGlobal_Outros”

8.3. Orçamento da Equipa Técnica (se aplicável)

Por favor preencher o respectivo ficheiro excel:

“AnexoIV_OrcamentoGlobal_Outros”

8.4. Cálculo do Investimento por Componente e Executor

Por favor preencher o respectivo ficheiro excel:

“AnexoIV_OrcamentoGlobal_Outros”

8.5. Cálculo do Investimento por Componente Contratada (Contrato)

Por favor preencher o respectivo ficheiro excel:

“AnexoIV_OrcamentoGlobal_Outros”

8.6. Cálculo do Investimento por Ano e Fonte de Financiamento

Por favor preencher o respectivo ficheiro excel:

“AnexoIV_OrcamentoGlobal_Outros”

9. Justificação dos critérios de seleção

A. Avaliação da Candidatura

A.1. Relevância do projeto

A presente candidatura corresponde à Ação 5 –Projeto âncora transversal da EEC PROVERE “Turismo para Todos” - Valorização, dinamização e promoção turística da região: Ação 5 – Dolmen – Produtos que marcam (as)gentes.

A coerência do presente plano de ação com a EEC PROVERE “Turismo para todos” radica, não apenas no encontro com o domínio temático “Gastronomia e Produtos endógenos” e a sua representatividade no espectro das intenções complementares, mas também com a territorialização da abordagem e a complementaridade com as restantes ações transversais inscritas no projeto âncora “Valorização, dinamização e promoção turística da região”, assim como com diversos projetos âncora de natureza material.



Os produtos locais e a gastronomia configuram um dos ativos imateriais mais relevantes para diferenciar o território alvo da EEC PROVERE. Esta constatação não é apenas evidenciada na singularidade destes ativos, mas também nas intenções de investimento privado plasmados nos projetos complementares do Programa de Ação.

A.2. Coerência do projeto

As ações que estruturam o presente projeto de desenvolvimento local apresentam-se intrinsecamente relacionadas, tanto funcional como condicionalmente.

Como pode observar-se no descrito no ponto 6.2 da presente Memória Descritiva, as ações apresentam elevado grau de complementaridade e compreendem um conjunto diverso de atividades passíveis de monitorização através dos indicadores de processo/realização e de resultado descritos. Com efeito, o grau de descrição das ações e atividades e o conseqüente detalhe materializado em orçamentos, cadernos de encargo e especificações técnicas permite, de modo objetivo, construir e quantificar os indicadores de resultados de realização a alcançar.

Do ponto de vista diacrónico e territorial também se regista uma operacionalização sequencial e coerente, na medida em que as ações e atividades se apresentam delimitadas no tempo e no espaço, sendo clara a sua abrangência territorial.

A.3. Qualidade Geral do projeto

Atendendo à ambição necessária para executar o presente plano de ação, considera-se que há razoabilidade de custos entre os resultados a alcançar e o esforço financeiro que vai ser necessário imprimir ao longo dos 42 meses de execução.

Os indicadores de resultado refletem os encargos de natureza diversa inscritos no orçamento previsional definido no anexo C21. Com efeito, todas as necessidades com recursos humanos, materiais e de serviços externos estão devidamente discriminados no referido orçamento e suportadas com: (i) declaração de afetação, relativamente aos recursos humanos; (ii) orçamentos, (iii) especificações técnicas e (iv) cadernos de encargos (à luz das exigências da contratação pública), relativamente aos recursos materiais e de serviços externos.

Sumariamente, fundamenta-se de seguida a razoabilidade dos custos previsionais:

Da imputação da equipa técnica – os encargos com pessoal correspondem a cerca de 25% do investimento total elegível, não ultrapassando o previsto na alínea (v) do ponto 8.3.1. do AVISO Nº NORTE-28-2018-37. O esforço técnico necessário para a execução e acompanhamento das ações e atividades do projeto, nomeadamente com a identificação e estruturação dos produtos locais, com a preparação e acompanhamento das ações de charme e com as mostras nacionais e internacionais previstas, justificam plenamente a afetação de cerca de 2/3 do tempo útil dos referidos técnicos.

Da necessidade de recorrer à aquisição de recursos materiais – a aquisição de sala de provas e de stand promocional revestem-se de particular necessidade no sentido de qualificar, por um lado, o propósito dos Centros de Promoção já existentes no território, visando a sua extensão territorial e, por outro, as mostras gastronómicas a realizar nos territórios considerados, assim como criar condições de excelência para proporcionar momentos relevantes às ações de charme.

Da necessidade de recorrer a serviços especializados – a concretização das ações de charme, das mostras gastronómicas internas e externas e a estratégia de comunicação das ações previstas pressupõe a contratação de agentes especializados em áreas distintas como sejam a identificação e mobilização de *opinion makers* nacionais e internacionais; a disponibilização de estruturas necessárias à concretização das mostras gastronómicas; a comunicação das diversas atividades através de instrumentos de divulgação impressos e digitais de disseminação regional e nacional.

A complementaridade com as restantes ações do projeto âncora transversal uma vez que concilia os produtos endógenos com os ativos culturais, patrimoniais e naturais do território.

A.4. Organização e equipa do projeto

Uma das imagens de marca da DOLMEN relativamente às suas congéneres nacionais prende-se com a promoção e valorização de produtos locais. Desde a sua criação há ¼ de século, particularmente na última década, a DOLMEN tem criado um conjunto de respostas e ações de natureza sistemática que proporcionam aos pequenos produtores de produtos transformados, mecanismos de promoção e comercialização.

Esta capitalização organizacional reflete-se naturalmente no saber-fazer dos seus quadros técnicos, nomeadamente nos que constituem a equipa técnica que fará a gestão, acompanhamento e monitorização da operação. A experiência profissional acumulada da coordenação e dos técnicos afetos à operação apresenta-se como satisfatória às exigências em matéria de cumprimento das exigências associadas; (i) à contratação pública; (ii) à produção de relatórios de avaliação e monitorização; (iii) ao estabelecimento de parcerias necessárias à execução da multiplicidade de ações imateriais pelo território-alvo; (iv) à preparação da participação em certames gastronómicos internos e internacionais.

Estas constatações resultam, em larga medida, de um conhecimento aprofundado dos ativos endógenos centrados nos produtos locais diferenciadores do território e da notoriedade institucional e pessoal da DOLMEN e do seu quadro técnico, junto das instituições mais representativas.

B. Avaliação do(s) beneficiário (s)

B.1. Capacidade técnica, financeira e de gestão

A capacidade de gestão de fundos comunitários e a sua exigência técnica e financeira configuram condições essenciais à boa prossecução do presente projeto âncora. Ora, a DOLMEN evidencia uma vasta experiência na gestão de fundos estruturais que garantem as condições necessárias e satisfatórias referidas.

Com efeito, a DOLMEN é desde 1997 a Entidade Gestora do LEADER (Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural), que nos sucessivos Quadros Financeiros veio adotando diferentes nomenclaturas (LEADER II; LEADER +; SP3 PRODER e atualmente a DLBC Rural Douro Verde 2020). Refira-se igualmente a Gestão e Coordenação do Consórcio da EEC PROVERE "Paisagens Milenares do Douro Verde", tendo alcançado bons resultados, quer enquanto entidade líder deste consórcio como entidade executora de projetos aí inscritos.

Adicionalmente e como pode comprovar-se da análise aos currícula dos elementos da equipa técnica afeta à operação, as competências técnicas, a experiência profissional, o conhecimento do território e a notoriedade institucional evidenciadas garante as condições técnicas necessárias à boa prossecução do plano de ação.

A DOLMEN evidencia ainda ter recursos financeiros satisfatórios às exigências, quer da execução financeira ao longo do período de vida do projeto, quer da comparticipação nacional associada. Este facto pode ser comprovado pelas declarações complementares aos termos e condições da candidatura e pela inscrição da presente operação nos orçamentos e planos de atividade previsionais registados em anexo.

B.2. Adequação institucional e modelo de governação

Como referido, a presente operação prevê a materialização da Ação 5 – Produtos que marcam (as)gentes do Projeto âncora transversal da EEC PROVERE "Turismo para Todos".

O modelo de gestão da dinamização das ações que estruturam a presente operação confina com o modelo de organização da DOLMEN. Neste contexto, a equipa técnica mobilizada parcialmente à dinamização das atividades desenvolvendo as tarefas necessárias de acordo com orientações da coordenação técnica do projeto que, por sua vez, fará pontos de situação no conselho de administração da DOLMEN.

A monitorização e acompanhamento dos resultados de processo e de resultado assentará numa dialética entre a equipa técnica e a estrutura de gestão da DOLMEN e entre esta e a Autoridade de Gestão. Os resultados também serão refletidos no exercício de monitorização da gestão do consórcio da EEC PROVERE "Turismo para Todos".

B.3. Constituição ou reforço de parcerias

Embora a presente operação não pressuponha a ativação formal de parcerias com entidades regionais, a sua execução implica a colaboração institucional de uma miríade de atores públicos e privados. A ativação destas parcerias assentará na notoriedade e confiança institucional já existentes.

Assim, atendendo aos ativos relacionais já capitalizados pela DOLMEN ao longo das últimas duas décadas de intervenção no território alvo, aprofundar-se-ão as relações de proximidade institucional aproveitando elementos de partilha materiais e imaterial existentes com vista à boa execução das ações e atividades previstas no presente plano de ação.

A informação relativa à execução e concretização das ações e atividades da presente operação será reportada à gestão de consórcio da EEC PROVERE. Este exercício apresenta-se facilitado na medida em que a DOLMEN é, simultaneamente, entidade coordenadora da Estrutura Técnica da Gestão do Consórcio (conforme definido no Modelo de Governação do Consórcio) e como tal responsável pela aferição da concretização dos indicadores de processo e de resultado da Estratégia.

C. Impacto Regional da Candidatura

C.1. Contributo para os indicadores de realização e de resultado do NORTE2020

Considerando o disposto no Aviso de concurso, pelas especificidades desta operação, não é possível aferir o contributo direto para os indicadores de realização e de resultado do objetivo específico do NORTE 2020.

Contudo tratando-se de uma operação de natureza imaterial, será possível aferir o seu contributo indireto para o indicador de resultado da EEC PROVERE Turismo para Todos encontra-se espelhado na materialização dos indicadores de realização e de resultado a seguir elencados:

Código do Indicador	Designação do Indicador	Unidade	Quantidade
0.08.09.12.P	Eventos/iniciativas apoiadas	n.º	1
0.08.09.10.P	Ações de promoção e valorização de recursos	n.º	16
0.08.09.13.P	Participantes em eventos/iniciativas, apoiados	n.º	221
0.08.09.15.P	Material de promoção, divulgação e informação produzido	n.º	84

A execução das ações imateriais previstas configura a criação de dinâmicas e de ativos essenciais à estruturação da oferta de produtos locais e à sua comunicação em diversos contextos nacionais e internacionais. A expectativa existente com a sua verificação centra-se na atração crescente de consumidores locais, regionais, nacionais e internacionais daqueles produtos diferenciadores e, bem assim, criar oportunidades de negócio a diversos operadores ligados à transformação de produtos agroalimentares e ao artesanato, assim como a agentes da restauração que utilizem aqueles produtos para servirem pratos regionais singulares. Atendendo à incorporação de elementos identitários ligados à cultura, ao património e à natureza, esta dinâmica contribuirá complementarmente para atrair uma procura turística que valoriza a diferença e a qualidade das experiências e, assim, a oferta hoteleira e de alojamento existente.

Esta perspetiva de causalidade permite estabelecer uma relação positiva com a propensão ao investimento de projetos complementares inscritos no tema prioritário “Gastronomia e produtos endógenos” e a concretização dos seus objetivos operacionais.

C.2. Contributo para outras estratégias específicas de promoção da competitividade territorial

Os objetivos da presente operação enquadram-se com diversas Estratégias Territoriais, desde logo:

Estratégia Turismo 2027 (ET2027), considerando-se que a presente operação comunga da mesma visão da ET2027, que pretende afirmar o *“turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo”*, partilhando igualmente algumas das linhas de atuação como seja a valorização do território e o impulsionamento da economia. No que se refere aos ativos estratégicos definidos na ET 2027, as atividades promovidas nesta operação terão particular incidência nos ativos diferenciadores (como a história e cultura e natureza e água) desde logo porque no âmbito das ações de charme (press ou fam trip) será apresentada uma oferta integrada transversal que promova todo o potencial cultural e paisagístico existentes) e nos ativos qualificadores a gastronomia e vinhos e eventos artístico-culturais, desportivos e de negócios, pela estruturação, valorização e promoção dos produtos endógenos, manifestados nas mostras gastronómicas internas.

Estratégia Regional de Especialização Inteligente, concorrendo para a prossecução do domínio da Cultura, Criação e Moda, na medida em que se prevê o desenvolvimento de várias ações de apoio às atividades artesanais envolvendo o design de suporte à criação de novas peças e produtos que sem perderem o seu caráter histórico assumam novas funcionalidades, em áreas como o barro negro, o burel, a cestaria, entre outras; do domínio dos Sistemas Agroambientais e Alimentação, sendo que muitas das atividades aqui previstas direcionam-se a empresas que atuam no setor agrícola, dado o enfoque na valorização, estruturação e promoção dos produtos locais, naturais ou transformados, endógenos ou emergentes. Destacam-se na pela sua importância na economia local, os vinhos ou pela sua diferenciação, as carnes, sendo 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; e do domínio Capital Simbólico, Tecnologias e Serviços do Turismo, sendo nesta dimensão 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. foco central de qualquer estratégia de desenvolvimento económico da região, com potencial alavancador do surgimento de diversas iniciativas empresariais

Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial (EIDT), aprovada pela Comunidade Intermunicipal do Tâmega e Sousa em 2014, materializado no Pacto para o Desenvolvimento e Coesão Territorial, realçando-se dois dos domínios estratégicos de intervenção para o quais a presente operação concorre: a promoção do potencial turístico e cultural do Tâmega e Sousa, no contexto do Norte de Portugal, apostando no marketing territorial e na dinamização da oferta e o reforço da inclusão social, a qualidade de vida e a coesão territorial, sendo evidente a heterogeneidade existente entre os municípios do Tâmega, do Douro Sul, do Sousa, devendo os esforços centrar-se em encontrar e potenciar as complementaridades a partir das assimetrias, transformando-as em vantagens competitivas.

Estratégia de Desenvolvimento Local de Base Comunitária - DLBC Douro Verde 2020, construída e gerida pela Dolmen, considerando-se que esta operação concorre em particular para a concretização do EIXO 4 – DOURO VERDE EM REDE – COOPERAR PARA INOVAR, que tem como objetivo geral a promoção de processos de cooperação e a inovação, através do desenvolvimento de estratégias partilhadas e da cooperação com outras entidades e do Eixo 5 – DOURO VERDE CAPACITAÇÃO INSTITUCIONAL E ANIMAÇÃO TERRITORIAL a promoção e organização de ações de animação e promoção do território, através da realização de eventos de cariz promocional, do território e dos produtos locais de qualidade e de envolvimento e capacitação dos atores locais.