

3º ENCONTRO TEMÁTICO

GANHAR ESCALA – PARCERIAS E ESTRATÉGIAS REGIONAIS

Rede Urbana para a Competitividade e a Inovação do Pinhal Litoral I

Grupo de Trabalho “Turismo”

Pombal, Auditório do Teatro-Cine

SÍNTESE DOS TRABALHOS

Projeto



Promotor



Financiamento



Apoio técnico



Índice

Índice.....	2
1. Enquadramento.....	4
1.1 A Rede.....	4
1.2 Fundamento e objetivos do encontro temático.....	6
1.3 Oradores convidados.....	6
2. Síntese do evento.....	7
2.1 Intervenção do Professor José da Mota Alves, ATAHCA.....	7
2.2 Intervenção do Dr. Carlos Ferreira, Turismo Porto e Norte.....	8
2.3 Intervenção do Eng. Rui Anastácio, Cooking Hotel.....	10
2.4 Intervenção da Dra. Cristina Siza Vieira, AHP.....	12
2.5 Intervenção do Dr. José Pedro Gonçalves, Agência Abreu.....	13
2.6 Intervenção do Dr. João Salgueiro, Município de Porto de Mós / CIMPL.....	14
3. Imagens do evento.....	17



Projeto



Promotor



Financiamento



Apoio técnico



1. Enquadramento

1.1 A Rede

A Rede Urbana para a Competitividade e a Inovação do Pinhal Litoral (RUCI) resulta de uma parceria entre as cidades de Pombal, Leiria e Marinha Grande e as vilas da Batalha e Porto de Mós, que no seu conjunto totalizam cerca de 95.000 habitantes. O seu objetivo consiste em reforçar e dinamizar a competitividade industrial e empresarial da região e promover a valorização turística dos recursos naturais e culturais, colocando as sedes de concelho como núcleos de dinamização de todo o território. A cooperação no seio desta Região constitui o ponto de partida para o desenvolvimento de uma estratégia comum de aposta em fatores como a inovação e o conhecimento e a criação de condições de atração e fixação de profissionais criativos e qualificados.

A Rede reúne um conjunto alargado de entidades de referência do território lideradas pela **Comunidade Intermunicipal do Pinhal Litoral** do conjunto dos concelhos de Pombal, Leiria, Marinha Grande, Batalha e Porto de Mós. Os parceiros são as respetivas câmaras municipais, bem como outras instituições de relevo da região como o Instituto Politécnico de Leiria, a Associação Empresarial NERLEI, o Turismo Leiria-Fátima, a associação Leiria Região Digital (AMLEI), o CENTIMFE, a CEFAMOL, a SIMLIS e a Agência Regional de Energia da Alta Estremadura.

A parceria é responsável pela implementação de um programa de ação ambicioso, que envolve um investimento superior a dez milhões de euros a executar até Junho de 2013. A carteira de projetos permitirá que a região se torne **mais sustentável** (aposta na mobilidade ciclável, em veículos menos poluentes e na gestão dos recursos hídricos), **mais competitiva** (aposta na qualidade do capital humano endógeno, na gestão da informação e do conhecimento e na projeção internacional dos produtos regionais e do território), **mais aprazível** para viver e que constitua uma experiência única de visita (aposta na promoção integrada dos recursos turísticos, na dinamização cultural e na animação do território).

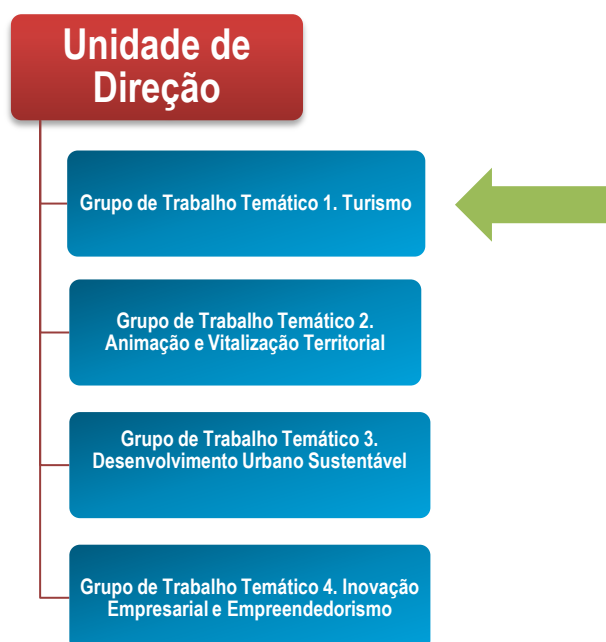


Figura 1. Objetivos do Programa Estratégico

O Programa de Animação da Rede tem como objetivos:

- Animar e monitorizar a implementação dos projetos da rede;
- Dinamizar atividades que garantam a coesão da rede de atores, a reflexão sobre o território e os resultados alcançados, a avaliação de trajetórias de desenvolvimento e a garantia de comunicação efetiva entre os atores da rede e os demais agentes territoriais que possam contribuir para o sucesso dos resultados;
- Promover a responsabilização de todos os cidadãos e estimular a criatividade inata para a apresentação de ideias de dinamização do Território e resolução de problemas.

No âmbito do Programa foram criados quatro grupos de trabalho dedicados às áreas de ação prioritária do Programa Estratégico.



Os objetivos dos grupos consistem em:

- Criar hábitos de trabalho conjunto (propõe-se a presença de elementos operacionais e diretamente ligados à implementação dos projetos)
- Desenvolver e implementar um modelo de cooperação temática com reuniões e debates periódicos;
- Partilhar, compatibilizar/coordenar atividades - gestão temporal de execuções;
- Organizar encontros/debates semestrais, mostrando à comunidade o que está a ser executado;
- Reflexão sobre a estratégia de marketing em elaboração.

1.2 Fundamento e objetivos do encontro temático

A organização do evento está relacionada com o **Grupo de Trabalho "Turismo" a partir do qual surgiu a iniciativa para a sua realização.**

O encontro temático constitui-se como um momento de partilha de informação sobre uma questão central no contexto atual da economia portuguesa – ganhar escala no turismo.

Os objetivos da sessão de trabalho prendiam-se com a apresentação de exemplos de abordagens setoriais e territoriais em rede no sentido de serem contributos para a região. Para esse efeito foi construído o seguinte programa.

09h00	Pequeno-almoço de receção e <i>networking</i>
09h30	Boas vindas e apresentação do programa da sessão de trabalho Eng. Narciso Mota, Presidente da Câmara de Pombal e presidente do conselho executivo da Comunidade Intermunicipal
09h45	Painel 1: Turismo de Touring Cultural e Paisagístico – “Fatores de atração e retenção de visitantes” Dr. Jorge Patrão, Representante da Rota das Judiarias Professor José da Mota Alves, Associação de Desenvolvimento das Terras Altas do Homem, Cávado e Ave <i>Debate</i>
10h45	Pausa
11h00	Painel 2: Turismo de Natureza - “A valorização económica sustentável do Turismo de Natureza” Dr. Carlos Ferreira, Turismo do Porto e Norte Eng. Rui Anastácio, Casa dos Matos / Cooking and Nature - Emotional Hotel <i>Debate</i>
11h45	Painel 3: Uma região atrativa num contexto global altamente competitivo – “ a importância de parcerias e produtos integrados” Dra. Cristina Siza Vieira, Associação Hotelaria de Portugal Dr. José Pedro Gonçalves, Agência Abreu Dr. João Salgueiro, Município de Porto de Mós / CIMPL <i>Debate</i>
12h45	Encerramento Eng. Narciso Mota, Presidente da Câmara de Pombal e presidente do conselho executivo da Comunidade Intermunicipal

Figura 2. Programa do seminário

1.3 Oradores convidados

O programa versou um conjunto de intervenções provenientes de diferentes quadrantes. Os oradores convidados foram:

-
- Prof. José da Mota Alves
 - Dr. Carlos Ferreira
 - Eng. Rui Anastácio
 - Dra. Cristina Siza Vieira
 - Dr. José Pedro Gonçalves

2. Síntese do evento

2.1 Intervenção do Professor José da Mota Alves, ATAHCA

Foi apresentado o projeto “Aldeias da Saudade”, da responsabilidade do ATAHCA.

O projeto é ancorado na recuperação do património das aldeias, caracterizado por preocupações relacionadas com a autenticidade e a sua identidade histórica, procurando distinguir-se desta forma em relação a outros locais de procura turística massificada. As aldeias situam-se no Minho.

O património rural é assim valorizado no sentido de oferecer todo um conjunto de produtos dos quais se destacam: o alojamento turístico em espaço rural – casas de campo, turismo de aldeia, gastronomia tradicional, turismo de natureza, turismo cultural e religioso, turismo termal, atividades agrícolas, artesanato, usos e costumes locais. A oferta é integrada e surge do contacto pleno com a natureza, a história de cada lugar, a gastronomia regional, o artesanato e os costumes de cada uma das Aldeias da Saudade.

As casas foram reabilitadas com base num regulamento apertado, sustentado numa aturada investigação etnológica e histórica. As paredes em granito e as caixilharias vermelhas são o fator comum a todas as intervenções nas aldeias, procurando conferir uma identidade entretanto perdida por intervenções descaracterizadoras e individualizadas.



Figura 3. Tipologia de recuperação arquitetónica do projeto Aldeias da Saudade.

A dinamização das habitações reabilitadas sustenta-se num portal online, onde se possibilita a reserva de quarto ou casas a quem pretender visitar e ficar alojado nas Aldeias. Neste sítio, disponibiliza-se também os locais e monumentos a visitar, sugestões de atividades e momentos de lazer ou de contacto com a natureza do Minho, a gastronomia, o artesanato, e os usos e costumes a descobrir por quem visitar as aldeias.

O coordenador da ATAHCA destacou como elemento essencial a investigação sobre, e a valorização do, património cultural material e imaterial como fonte de atração de turistas.

2.2 Intervenção do Dr. Carlos Ferreira, Turismo Porto e Norte

O Dr. Carlos Ferreira, administrador delegado do Turismo Porto e Norte começou por fazer uma abordagem genérica à temática do turismo em Portugal, percorrendo o Plano Estratégico Nacional do Turismo para enquadrar o Porto e Norte em termos de produtos e motivações turísticas.

O turista atual é um consumidor muito exigente e altamente globalizado. Com o advento da Internet, o turista dispõe de meios para avaliar quase instantaneamente o destino. Por esta razão torna-se imprescindível a qualificação e diferenciação da estadia, algo que Portugal tem vantagens relativamente aos

concorrentes, especialmente no que toca à simpatia como anfitrião, a qualidade das suas paisagens rurais, e a gastronomia e vinhos.

A requalificação do território, criando condições infraestruturais e viárias, e o urbanismo de qualidade, é assim instrumental para a criação das condições necessárias para promover a atratividade de investimentos privados e reforçar a noção de bem-estar nos turistas que visitam a região. O turismo acaba por esta via por contribuir para melhorar as condições de vida das populações locais.

Segundo o orador, Portugal encontra-se entre os 20 países com maior procura turística em todo o mundo e é um dos destinos turísticos mais seguros da Europa. Portugal é destino para mais de 14 milhões de turistas que visitam as paisagens, os inúmeros locais classificados Património da Humanidade, as praias e provam a gastronomia e vinhos. Acresce que a Espanha vizinha é a 2ª potência mundial ao nível de receitas turísticas.

O orador apontou para o facto das receitas turísticas constituírem exportações, algo que o país procura. O crescimento deste setor representará uma caminhada para o equilíbrio sustentado da nossa balança comercial externa.

Segundo Carlos Ferreira a elaboração do Plano Estratégico Nacional do Turismo – PENT alarga os polos turísticos de excelência em Portugal a todo o território nacional e insular, em comparação com a versão anterior, que limitava a sua estratégia a Lisboa, Algarve e ilhas.

O PENT classificou o destino Portugal em termos de motivações distintas do turista: Cultura, sol, praia, natureza, história e património, gastronomia e vinhos são os pratos fortes do turismo português que é um dos mais importantes sectores da economia portuguesa e representa já cerca de 10% do PIB nacional, prevendo-se que aumente ainda mais.

O turismo de natureza em particular está muito relacionado com a sustentabilidade dos recursos de um território. Este produto tem diversos subprodutos dos quais o orador destacou o geoturismo. Na região Norte existe o Arouca Geopark, que tem tido resultados muito positivos.

O turismo de natureza tem como principais clientes a população dos países do norte Europeu. Para este tipo de turistas são necessárias algumas condições:

- Existência de alojamento de qualidade nas áreas protegidas.
- Diferenciação no que concerne ligação com a história.
- Animação, na natureza, seja empresas de animação turística seja eventos
- Promoção dos produtos de base local.
- Divulgação das identidades tradicionais do território.
- Aproveitamento das estruturas museológicas (ex. ecomuseu).
- Utilização moderada dos recursos naturais.

Para que a oferta de turismo de natureza funcione são necessárias condições que já existem nos territórios, não sendo necessário produzir nada.

A reforma estrutural de turismo realizada nos anos de 2008 e 09, propiciou que a região do Porto e Norte se tenha afirmado como destino turístico de excelência, onde a qualidade ambiental, a gastronomia e a qualidade do património cultural histórico e etnográfico, se impõem como produtos turísticos.

2.3 Intervenção do Eng. Rui Anastácio, Cooking Hotel

O Eng. Rui Anastácio fez uma breve apresentação das suas unidades hoteleiras: Casa dos Matos e Cooking Hotel.

A Casa dos Matos é uma unidade de turismo da natureza, em pleno coração do Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros, na aldeia de Alvados. Iniciada em 2004, tratou-se de um projeto empreendedor ancorado numa ideia forte, idealizada originalmente através de um pequeno texto inspirador.



Figura 4. Imagens da Casa dos Matos.

Em 2007, surgiu a ideia da criação de um hotel em espaço rural, designado Cooking and Emotional Hotel. Tem o objetivo de se diferenciar de demais ofertas, tendo por base:

- A paisagem de Alvados
- A aliança entre a gastronomia e a oferta de alojamento de qualidade, com um cariz diferente: os hóspedes preparam as suas próprias refeições (com apoio). O espaço de cozinha funciona também como espaço de convívio
- A utilização dos produtos locais.
- A qualidade dos materiais e da decoração.
- Atividades na região e património disponível.

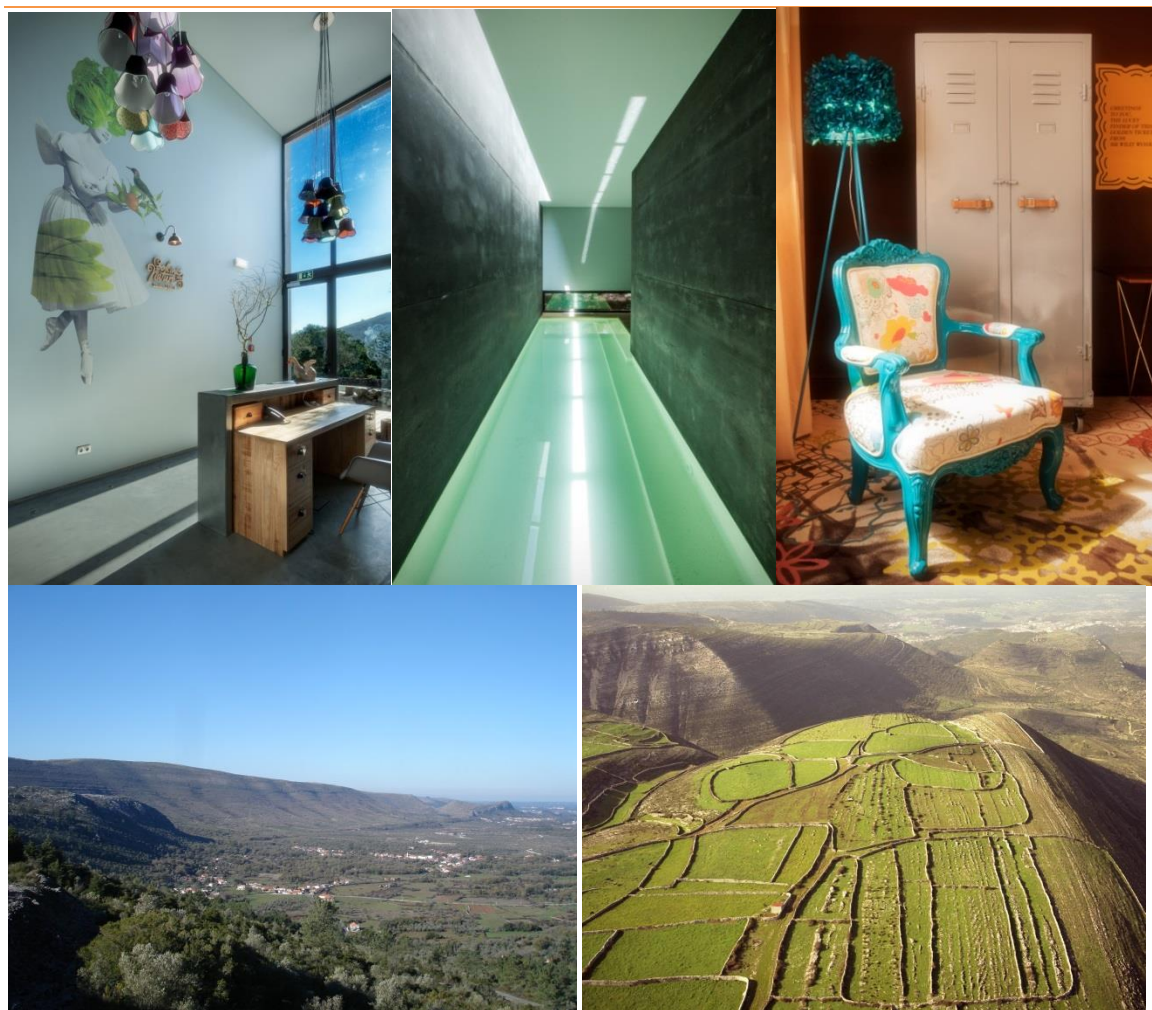


Figura 5. Imagens do Cooking Hotel, e da paisagem dos Alvados.

O Eng. referiu que os hotéis não vendem noites, vendem dias, pelo que deve haver uma interação com a região. Aqueles são ótimos vendedores da região (o hotel está a divulgar a região por toda a Europa). Disponibilizam uma listagem dos melhores restaurantes da região, pois é um fator de valorização da própria unidade hoteleira e de satisfação dos utentes.

O Eng. terminou por referir que os responsáveis dos monumentos e sítios históricos devem estar preocupados em falar com os agentes turísticos e hoteleiros de forma a construir de forma conjunta a oferta turística e a agenda cultural. Os responsáveis dos monumentos devem assim ter a preocupação de fazer reuniões frequentes com entidades externas.

2.4 Intervenção da Dra. Cristina Siza Vieira, AHP

A iniciativa de associação é um direito consagrado na constituição. A título de exemplo, a participação pública é parte da vida dos cidadãos dos Estados Unidos e é frequentemente atribuída como parte do sucesso deste país em termos económicos.

A AHP é uma associação de empreendimentos turísticos recentes, e que representa cerca de 70% das unidades existentes em Portugal. A associação presta serviços de ordem variada: jurídico, fiscal, financeiro. No entanto tem a ambição de se constituir mais do que simplesmente como um serviço de aconselhamento. A AHP serve também como plataforma de partilha de saber e conhecimento, com representatividade nacional e próxima dos centros de decisão.

A AHP desenvolveu recentemente o *Tourism Think Tank*, que contém um repositório de informação relacionada com o turismo e a atividade hoteleira.

Segundo a AHT, o TTT - *Tourism Think Tank* é um projeto que cria a ponte entre a teoria e a prática. Pretende criar pontes entre os diferentes agentes que interagem com o turismo, estabelecendo redes de contacto que permitem partilhar conhecimento aplicado, gerar negócio e reduzir custos, com o objetivo de aumentar a competitividade das empresas, a sua produtividade e elevar as competências dos seus profissionais. A ideia assenta na interligação de vários agentes que passam a estar ligados em rede, criando benefícios mútuos para a dinamização e desenvolvimento dos seus próprios negócios e interesses.

Na plataforma *online* do TTT pode encontrar:

- *Tourism Monitors* – Informação e análises estatísticas da situação do turismo em Portugal e por região, de atualização mensal.
- *Knowledge Center* – Documentação especializada de turismo, sobre temas chave para a atividade e com diferentes graus de abordagem: teses, artigos, estudos, entre outros.
- Portal da Formação – Base de dados de Universidades e escolas para o setor do Turismo e sobre cursos lecionados.
- Portal do Emprego – Base de dados de ofertas de emprego na área do Turismo, com colocação de anúncios de oferta e CV.
- *Hotel Buyers Index* – Diretório de fornecedores por categoria de produtos e serviços do sector hoteleiro (não inclui transação comercial).
- Associados – Todos as unidades hoteleiras associadas da AHP.
- Parceiros – Informação sobre os parceiros do TTT.
- Fóruns *online* – Local para discussão de temas relacionados diretamente com o turismo ou com impacto no sector.
- Eventos – Informação sobre eventos TTT, apresentações, workshops, feiras e outros, com interesse para o setor.

- Newsletter – Conteúdos sobre notícias da semana, próximos eventos, destaques, novos conteúdos TTT, informação sobre as parcerias, entre outros, enviadas a todos os utilizadores registados, mediante subscrição.

2.5 Intervenção do Dr. José Pedro Gonçalves, Agência Abreu

A apresentação encetou com uma descrição do Grupo Abreu, nomeadamente a sua evolução histórica, a sua presença nacional e internacional e a distribuição dos seus clientes.

Procedeu de seguida à descrição da campanha Portugal Sensacional. Trata-se de um marca para divulgação do produto Portugal no mercado interno, com os objetivos de:

- Promoção de produto de Portugal, através da comercialização de hotelaria e aposta no conceito Escapadinhas Temáticas;
- Afirmar a Agência Abreu como uma especialista no produto Portugal.

Este produto sustenta-se fortemente no negócio das “Escapadas”, que tem registado um crescimento notável nos últimos anos. Tem diferentes vertentes: SPA, turismo de natureza, touring, etc.

O “Portugal Sensacional” foi entretanto expandido para clientes internacionais, através de dois produtos:

- “Portugal Único” que agrega o melhor da oferta hoteleira e da restauração de gama elevada por região, incluindo animação local.
- O Portugal Sensacional para turistas estrangeiros, com uma gama de hotéis e restaurantes com uma gama menos elevada.

O representante da Agência Abreu terminou com algumas sugestões para criação de redes na região, que se transcreve de seguida:

- **Eco parque sensorial de Pia do Urso**
 - Criar programas de visita agregando alojamento, com especial destaque para programas para o cliente invisual (difusão associações para invisuais nacionais e internacionais)
- **Centro de BTT de Pia do Urso**
 - Desenvolvimento de programas combinando alojamentos com hoteleiros selecionados.
 - Programas de estágio desenvolvidos em parceria com UVP/Federação Portuguesa de Ciclismo. Internacionalizar a Maratona BTT do Centro? Ultramaratonas?
- **Marinha Grande *Glass Art Simposium***
 - Realização de simpósio internacional de artistas vidreiros no Exposalão (organizado em parceria com a rede internacional de associações de vidreiros Glassart.org). Junto com exposição de arte e *workshops* para alunos das escolas profissionais e outros interessados
- **Aproveitar estes fatores incentivar a visita de turistas**

- A visita de turistas estrangeiros e nacionais a Batalha – Fátima – Alcobaça – Tomar
- A forte presença de empresas, tecido empresarial para promoção de produtos da área de lazer
- Promoção cruzada entre municípios
- **Morcela de Arroz**
 - Encontro Ibérico de produtores de morcela de arroz - incluindo um evento, fim de semana, de degustação e venda de produtos ibéricos – em colaboração com a INSCA (*International Natural Sausage Casing Association*)
- **Certificação e promoção de produtos regionais**
 - Queijo rabaçal | brisas do Lis | sopa do vidreiro | leitão da Boavista | morcela de arroz | arroz de marisco da Praia de Vieira – 7 Maravilhas da Gastronomia
- **Aposta no turismo experiencial e de Sol e Mar**
 - Participar no trabalho de tecelagem na Mira D’Aire, na feitura de peças em vidro na Marinha Grande na confeção do queijo de rabaçal em Pombal, as praias de Vieira de Leiria
- **Parque Nacional de Serra de Aire e Candeeiros**
 - Programas de ecoturismo que integrem visitas a :
 - Grutas de Mira de Aire, Grutas de Alvados e Grutas de Santo António
 - Percurso pedestre até à Fornea
 - Percursos pedestres sinalizados pelo Parque Natural
- **Realização de reuniões e congressos no Instituto Politécnico de Leiria**

2.6 Intervenção do Dr. João Salgueiro, Município de Porto de Mós / CIMPL

A fechar o seminário, a Comunidade Intermunicipal do Pinhal Litoral fez uma breve apresentação da participação na Feira China *Outbound Travel & Tourism Market*, que decorreu em Pequim de 9 a 11 de abril.

O Dr. João Salgueiro referiu que o mercado chinês é um mercado em crescimento exponencial que representará em 2015 cerca de 10 milhões de turistas. O turista chinês é o que mais gasta nas suas viagens, algo que já se reflete no nosso país, com um crescimento de cerca de 34% nas receitas provenientes daquele país.

É no entanto um turista de características próprias – de classe média, educação superior, que gosta de viajar em grupos e que valoriza bens de luxo. Como tipologia de turismo preferencial escolhe o touring cultural, que mistura o património histórico, a beleza natural, a gastronomia e vinhos, bem como atividades de animação dos costumes e tradições locais.



Figura 6. Folheto promocional da Feira no Centro de Exposições da Agricultura Nacional de Pequim.

A seleção da Feira para as atividades de promoção das autarquias do Pinhal Litoral está relacionada com o enorme potencial deste mercado para Portugal, aliado à constatação de que as preferências da procura neste mercado está a ser configurada neste momento, pelo que importa fazer um esforço para incluir os destinos portugueses no seu mapa.

A feira é o principal ponto de encontro da indústria de turismo de Pequim e da China, exclusiva aos profissionais do mercado emissor. Em 2012, recebeu cerca de 275 expositores provenientes de **60 países diferentes**, que encontraram **4 137 operadores turísticos chineses** interessados em conhecer novos e interessantes destinos.

A participação da CIMPL foi avaliada de forma muito positiva. De acordo com o orador foram alcançados os seguintes resultados:

- Um **milhar de contactos (1/4 dos presentes)**, que resultaram na troca de **300 cartões de visita**:
 - Agências de viagem.
 - Empresas de media e comunicação.
 - Operadores turísticos.
 - Organizadores de eventos.
- Contactos posteriores, com a perspetiva de realização de “viagens de familiarização” com operadores chineses para conhecerem a região de Leiria.

Foi referida a importância de tradutores permanentemente no Stand da Feira Internacional, uma vez que apenas 20% a 30% falam inglês.

No seguimento da participação da feira, a CIMPL estabeleceu um plano de atuação, que envolve as seguintes atividades:

1. Seguimento dos contactos estabelecidos na Feira, de acordo com estratégia de marketing.
2. Realização de Workshop com os operadores chineses, com o apoio do Turismo de Portugal e da embaixada chinesa.
3. Adaptação interna da comunicação turística para o público chinês.
4. Estabelecimento de parceria com o Instituto Politécnico de Leiria para apoio na tradução dos materiais promocionais.
5. Constituição de associação de promoção turística da região de Leiria, com os operadores turísticos regionais.
6. Promoção da relação entre a CIM e órgão diplomático na China.
7. Estabelecimento de um eventual escritório de representação na China.
8. Afetação anual de verba para promover a internacionalização da região de Leiria (inc. China e outros destinos).
9. Integração dos operadores turísticos regionais na estratégia de internacionalização (incluindo a participação futura conjunta na COTTM).

Concluídos os painéis de intervenção, coube ao Eng. Narciso Mota, Presidente da Câmara de Pombal e presidente do conselho executivo da Comunidade Intermunicipal, como anfitrião do evento agradecer a presença dos convidados e audiência e dar por concluída a sessão.

3. Imagens do evento



