



*Gastronomia & Vinhos*  
no contexto do Plano Estratégico Nacional do Turismo

Santarém, 16 de Outubro - 2008



# **PENT- Plano Estratégico Nacional do Turismo**

Uma estratégia para o desenvolvimento do Turismo em  
Portugal

(RCM 53/2007, de 04 de Abril)

O PENT é uma iniciativa do Governo que visa o desenvolvimento do Turismo nacional, no horizonte temporal 2015, baseado na:

- . **qualificação e competitividade da oferta**
- . **excelência ambiental e urbanística**
- . **formação dos recursos humanos**
- . **dinâmica e modernização empresarial**

A concretização das acções definidas para o crescimento sustentado do Turismo Nacional, materializa-se em 11 projectos específicos, destacando-se destes, a actuação em **10 produtos turísticos estratégicos**.

## Visão para o Turismo Nacional

- ▶ Portugal deverá ser um dos destinos de maior crescimento na Europa
- ▶ Desenvolvimento baseado na qualificação e competitividade da oferta
- ▶ Importância crescente na economia, assumindo papel de motor de desenvolvimento social, económico e ambiental

turistas +5%
receitas +9%
dormidas +4,5%
+peso economia 15% PIB
+emprego 15% emprego

## 10 Produtos Estratégicos com um contributo diferenciado na valorização dos destinos ...

Diferenciação -  
Redução da  
Sazonalidade  
Qualificação do  
Destino

+



Golfe



Saúde e  
Bem Estar



Turismo  
Náutico



Gastronomia  
e Vinho



Turismo de  
Natureza



Resort's Integrados  
e T. Residencial

Volume de  
Receitas

+

-



Sol e Mar



Touring Cultural  
e Paisagístico



City Breaks



Turismo de  
Negócios

## Desenvolver ofertas diferenciadoras para cada região + Desenvolver factores de qualificação

	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Madeira	Açores
<b>Sol e Mar</b>			•	•	•	• (P.Santo)	
<b>Saúde e Bem-Estar</b>	•	•	•	•	•	•	•
<b>City Break</b>	• (cidade Porto)		• (cidade Lx)				
<b>Touring</b>	•	•	•	•		•	•
<b>Gastron. e Vinhos</b>	•	•	•	•			
<b>Tur. Natureza</b>	•	•	•			•	•
<b>Tur. Náutico</b>			•	•	•	•	•
<b>Golfe</b>		•	•	•	•	•	•
<b>Tur. Negócios</b>	•		•		•	•	
<b>Resorts Integrados</b>		•		•	•	• (P. Santo)	



Âmbito	Os Consumidores Europeus	
Perfil sócio-demográfico	Adultos entre 35 e 60 anos Elevado poder de compra	Quem são? > Maioritariamente homens > Elevado nível sócio-cultural
Hábitos de informação	Clubes sociais de vinhos e gastronomia Imprensa especializada	Através de que meio se informam? > Recomendação de amigos e/ou familiares > Internet
Hábitos de compra	Portais de internet especializados Agencias de viagens especializada	Onde compram?
	Hotéis <i>boutique</i> Hotéis de 3 a 5 estrelas	Que tipo de alojamento compram? > Alojamentos rurais de luxo ou de charme
	Em que período do ano compram? Viajam durante todo o ano, mas com maior frequência na Primavera e Outono	
	Casais	Quem compra? > Grupos reduzidos
	Entre 3 e 7 dias	Quantos dias de estada compram?
	1 vez ao ano	Quantas vezes no ano compram? > Clientes 'entusiastas' viajam 3 a 5 vezes por ano
Hábitos de uso	Degustações Compra de produtos típicos Visitas a museus e exposições Relaxar e desfrutar as paisagens Actividades de Saúde & Bem-Estar	Que actividades realizam? > Provas de pratos > Visitas a atracções turísticas > Assistir a espectáculos > Passeios



## Gastronomia e Vinhos

### Motivação principal

Usufruir de produtos tradicionais e aprofundar o conhecimento sobre o património enológico e gastronómico de um território

### Actividade

Degustação de diversos produtos

Aprendizagem dos processos de produção

Visitas a atracções turísticas locais

### Tipo de Viagens

#### → Descobrimento

Visitas para conhecer os vinhos e gastronomia de uma determinada região

#### → Aprofundamento

Visitas temáticas cujo objectivo consiste em aprofundar o conhecimento sobre um tipo de produto específico (e.g, queijo, trufas, doces, etc.)

Nota: Representa 5% do total de viagens de G&V

#### → Aprendizagem

Viagens para realizar cursos de degustação ou sobre a preparação de produtos tradicionais.

Nota: Representa cerca de 15% do total de viagens de G&V





## Gastronomia e Vinhos

Requisitos chave	Descobrimento	Aprofundamento	Aprendizagem
Variedade de cursos e actividades relacionadas com este produto: cursos de enologia, provas de vinho, aulas de gastronomia regional, degustações, etc.	○	○	■
Centros de interpretação dotados de equipamento tecnológico: áudio-guias e equipamentos multimédia, a fim de oferecer maior valor às visitas turísticas	■	■	■
Excelente preservação e manutenção das rotas de G&V e áreas envolventes	■	■	■
Prestígio internacional dos produtos típicos: vinhos de renome internacional, produtos locais conhecidos internacionalmente, etc.	○	■	○
Lojas especializadas em produtos típicos e artesanato regionais, com garantia de qualidade	■	■	■
Profissionais capacitados e com clara vocação para o cliente; capazes de informar contando histórias, e permitindo ao turista desfrutar enquanto aprende	■	■	■

Legenda: ■ Factor chave, imprescindível ○ Factor importante, mas não imprescindível  
Fonte: Avaliação de THR & ILM



## Gastronomia e Vinhos

### Requisitos básicos para a formatação do produto

- Abundância e variedade de vinhos e gastronomia regional
- Diversidade de empresas com produtos associados à gastronomia e vinhos
- Produção organizada e adaptada à visita turística
- Existência de restaurantes e pontos de prova ou mostra de gastronomia portuguesa
- Infra-estruturas, equipamentos e serviços turísticos dotados de mais ofertas complementares
- Sinalização turística adequada
- Oferta de alojamento variado e de qualidade
- Recursos humanos especializados



## Gastronomia e Vinhos

### Oportunidades

- Aproveitar a Gastronomia e Vinhos como factor de lazer e *estilo de vida*
- Diferenciar a oferta através de acções mais personalizadas:
  - Dar informação específica sobre quintas, adegas e produtores que acolhem turistas, permitindo a realização de viagens independentes
  - Desenvolver experiências especiais para diferenciar viagens: visitas a vinhas, actividades agrícolas associadas, locais de produção de produtos de excelência (queijos, doces, enchidos, etc.)
  - Desenvolver a oferta complementar: compras de especialidades *gourmets*, actividades ao ar livre, visitas culturais



## Gastronomia e Vinhos

PENT  Visão a 10 anos

→ Oferta significativa de actividades complementares → degustação, provas de vinhos, cursos de culinária e enologia, viagens gastronómicas

→ Gastronomia e Vinhos como uma das motivações principais, em especial para visitar o Porto e Norte, Centro e Alentejo (5% dos turistas nestas regiões)

→ Mais de 100 *Grands Chefs* de nível internacional a trabalhar em Portugal

→ Reconhecimento de 6 - 10 pratos como representativos da gastronomia portuguesa (30% dos turistas devem conhecer 1 prato)



## Gastronomia e Vinhos

PENT  Acções a desenvolver

- Identificar carências e falhas de competitividade → conhecer o *gosto* dos turistas
- Identificar *Grandes Caves*, produtos qualificados e para *gourmets*
- Identificar as bases da *Cozinha Mediterrânica Portuguesa*
- Desenvolver produtos turísticos gastronómicos – *Estar & Viver* e dinamizar experiências de *edutenimento*
- Promover cursos de culinária de nível internacional
- promoção da qualidade nos restaurantes
- Definir *standards* de qualidade



## Gastronomia e Vinhos

PENT  Acções a desenvolver

- Estruturar o produto → adequar as infra-estruturas e equipamentos à actividade turística (pessoal qualificado, horários, informação, sinalização, promoção, comercialização)
- Estimular a venda de produtos DO (vinhos, queijos, doces, pão, água, etc.)
- Promover a certificação de estabelecimentos de restauração
- Exportar a arte de *Bem-Comer à Portuguesa*
- Promover os *Ícones* da gastronomia portuguesa



## Gastronomia e Vinhos

A cooperação estratégica entre actores é um factor crítico de êxito

- Ministério da Agricultura Desenvolvimento Regional e Pescas
- Entidades Regionais de Turismo e Agências Regionais de Promoção Turística
- Municípios
- Associações Empresariais e Profissionais
- Instituições de Ensino
- Restaurantes em Portugal e no estrangeiro
- Confrarias, Críticos de Gastronomia e Gastrónomos



**[www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt)**  
**[www.visitportugal.com](http://www.visitportugal.com)**