

Programa de Revitalização da **Rota do Vinho** da Bairrada

CARLOS COSTA * [ccosta@ua.pt]

JOSÉ MIGUEL BRÁS ** [miguel.bras@idtour.pt]

ISABEL MARTINS *** [isabel.martins@idtour.pt]

NUNO LOPES **** [nuno.lobes@idtour.pt]

Objectivos |

- Identificar dinâmicas de desenvolvimento económico alicerçadas no enoturismo na Região da Bairrada;
- Definição de uma estratégia de desenvolvimento para a Rota do Vinho da Bairrada;
- Elencar um conjunto de projectos e acções que visem a implementação da estratégia definida e contribuam significativamente para o desenvolvimento da base socioeconómica da Região da Bairrada.

Metodologia | A metodologia definida para a elaboração deste estudo seguiu muito de perto alguns modelos desenvolvidos na área do turismo por diversos autores, nomeadamente Cooper *et al.* (2005), Inskeep (1991) e Mill e Morrison (1985). Para além disso, procedeu-se a uma reflexão profunda relativa ao conhecimento científico produzido por diversos investigadores e académicos. Isto permitiu-nos introduzir conhecimento no processo de I&D. Como complemento, foi analisado o caso da Rota do Vinho da Bairrada o que permitiu questionar e validar as hipóteses iniciais de investigação. Neste sentido, o estudo focou três principais vectores, (i) a análise técnica de referências bibliográficas e casos análogos relevantes, (ii) o estudo e compreensão do que representa a rota, quais os seus promotores e parceiros, quais os objectivos e funções (iii) e a auscultação das opiniões, expectativas e necessidades dos agentes e promotores locais, bem como da comunidade local, contribuindo significativamente para a definição de uma estratégia coerente e adequada às necessidades do território e às expectativas dos diferentes agentes.

A metodologia utilizada para analisar as unidades aderentes, na sua maioria vitivinicultores, da Rota do Vinho da Bairrada visou a realização de entrevistas, que seguiam um guião previamente preparado, com os proprietários ou gestores, sendo a entrevista estruturada de acordo com vários objectivos: caracterização dos aderentes, impactes socioeconómicos, infra-estruturas e serviços de enoturismo, estratégias para o futuro e níveis de cooperação regional.

Principais resultados e contributos | Este projecto estabeleceu uma visão estratégica que permitiu orientar um conjunto de acções e investimentos com o intuito de alcançar os objectivos pré-definidos, que pretendem contribuir significativamente para alavancar o processo de desenvolvimento da base económica regional, melhorar objectivamente a qualidade de vida da população local, aumentar a competitividade e o volume de negócios das empresas regionais e contribuir para a criação de uma imagem de marca regional com notoriedade.

* **Doutorado em Turismo** pela Universidade de Surrey (Reino Unido) e **Professor Associado com Agregação** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

** **Mestrando em Planeamento do Território** – Inovação e Políticas de Desenvolvimento na Universidade de Aveiro.

*** **Mestranda em Gestão e Desenvolvimento em Turismo** na Universidade de Aveiro.

**** **Mestrando em Gestão e Planeamento em Turismo** na Universidade de Aveiro.

Foram apresentados elementos chave da estratégia suportados num conjunto de projectos estratégicos que devem ser dinamizados e implementados a curto, médio e longo prazo, que numa fase inicial pretendem colmatar as principais lacunas evidenciadas no território ao nível do seu desenvolvimento turístico e estruturar a região em função das condições de base necessárias para espoletar um incremento sustentável da economia regional, repartida entre as actividades ligadas à vitivinicultura (produtores, vinificadores, distribuidores, etc.) e as actividades características do sector do turismo (alojamento, restauração, transportes, animação, cultura, etc.).

Conclusões | O desenvolvimento de uma estratégia regional suportada no enoturismo visa a captação de novos mercados e de um maior número de visitantes que se assumem como potenciais clientes, quer, numa primeira perspectiva, para os agentes associados ao sector vitivinícola quer para os restantes agentes económicos localizados na região numa perspectiva complementar. A perspectiva de desenvolvimento de projectos estratégicos visa apresentar medidas concretas e directas com o intuito de organizar o produto regional, dinamizar a economia regional e envolver os agentes regionais.

Um dos factores críticos do sucesso da estratégia preconizada para o território reside no nível de acompanhamento e envolvimento dos diferentes agentes regionais (públicos e privados) existentes, assim o processo de implementação da estratégia deve ser monitorizado, quer em termos individuais quer através de entidades corporativas ou associativas. O sector público deve, no entanto, assumir-se como elemento de agregação de todos os agentes da região criando bases políticas, estratégicas e estruturais que permitam, posteriormente, captar o dinamismo e competitividade subjacente à iniciativa privada em prol do desenvolvimento da região.

O objectivo principal da estratégia e política a adoptar, através da implementação do Programa de Revitalização da Rota do Vinho da Bairrada, consiste na dinamização da base económica regional suportada no cluster do vinho da Bairrada e no aumento da notoriedade da região da Bairrada e dos seus produtos endógenos. A implementação da estratégia e da política desenvolvida no âmbito do programa de revitalização da Rota do Vinho da Bairrada pretende intervir ao nível de quatro variáveis principais: organização e institucional, produto e imagem, mercado (interno e externo) e desenvolvimento socioeconómico, identificadas como essenciais para a obtenção de um elevado grau de sucesso da estratégia apresentada.

A estratégia definida apresenta um conjunto de projectos estratégicos que devem ser dinamizados e implementados a curto prazo, projectos que numa fase inicial pretendem colmatar as principais lacunas evidenciadas no território ao nível do seu desenvolvimento turístico e estruturar a região com condições de base necessárias para espoletar um incremento sustentável da base económica local, repartida entre as actividades ligadas à vitivinicultura e as actividades características do sector do turismo. A implementação dos projectos estratégicos deverá ocorrer a curto/médio prazo. Para além das suas valências específicas, estes projectos contribuem significativamente para a implementação e monitorização da estratégia preconizada para a região da Bairrada. Deste modo, como projectos estratégicos são definidos os seguintes: Sede e Estrutura Técnica de Apoio, Centros de dinamização da Rota, Promoção, Website e Central de Reservas, Sinalização e Interpretação, Qualidade e Formação, Evento internacional.