



Vitivinicultura e Enoturismo no Eixo Urbano do Douro

Oportunidades Emergentes



Ficha técnica

TÍTULO

Vitivinicultura e Enoturismo no Eixo Urbano do Douro:
Oportunidades Emergentes

CLIENTE

Douro Alliance – Eixo Urbano do Douro

AUTORIA

Sigma Team Consulting, SA

COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Carlos Melo Brito

CONSULTORES

Eduarda Ramalho
Hermano Rodrigues
Júlia Silva
Pedro Mazedo Gil

DATA DE EDIÇÃO

Abril de 2015

Índice

1. Introdução.....	5
2. Cadeia de Valor do Vinho e Enoturismo	6
3. Vitivinicultura e Enoturismo no Eixo Urbano do Douro: o Lado da Oferta.....	8
4. Vitivinicultura e Enoturismo no Eixo Urbano do Douro: o Lado da Procura	28
5. Vitivinicultura e Enoturismo: Estudos de Caso	40
6. Síntese de Diagnóstico e Principais Recomendações.....	49
Principais Referências Bibliográficas.....	54
Anexos.....	55



1. Introdução

O presente estudo visa dotar o Observatório Económico e Social da Douro Alliance de um conhecimento sistematizado e estruturado sobre a realidade que marca o enoturismo no território formado pelo Eixo Urbano do Douro (Vila Real - Peso da Régua - Lamego), reforçando, em simultâneo, a informação disponível sobre esta temática para o Gabinete de Turismo inserido nesta entidade.

Em particular, o estudo pretende coligir, de forma rigorosa, informação diversa sobre a oferta e a procura existente no Eixo Urbano do Douro no que à atividade enoturística diz respeito, sendo que, para o efeito, e atendendo às relações naturais que se estabelecem, não se deverá descurar a atividade associada à vitivinicultura.

A inventariação da oferta, a elencação das suas principais características e a análise da sua evolução ao longo dos últimos anos, bem como a identificação dos principais traços da procura e do comportamento dos indicadores mais relevantes que lhe estão subjacentes foi feita com base, em primeira instância, em indicadores estatísticos retirados de fontes oficiais (e.g. Instituto Nacional de Estatística, Turismo de Portugal, Instituto do Vinho e da Vinha, Instituto dos Vinhos do Douro e Porto), em revisão de bibliografia diversa existente acerca do turismo, da vitivinicultura, do enoturismo e da Região Demarcada do Douro, bem como em exercícios de auscultação de atores que se movem nas atividades em apreço e/ou no espaço geográfico contemplado pela Douro Alliance, que muito contribuíram para o resultado final do estudo e a quem se agradece a empreendida colaboração.

Tal auscultação foi levada a cabo em quatro momentos: (i) numa sessão de *brainstorming*, realizada a 4 de dezembro de 2014, em Vila Real, com um grupo de representantes de entidades institucionais do eixo urbano, com um forte conhecimento acerca dos desafios com que o enoturismo se defronta naquele território; (ii) num conjunto de seis entrevistas que nos foram amavelmente concedidas por empresas com oferta enoturística e de animação turística; (iii) num questionário, dirigido a aproximadamente 30 entidades das áreas da vitivinicultura, alojamento turístico e animação turística; (iv) num *focus group*, realizado em Vila Real, a 18 de fevereiro de 2015, com vista à apresentação e discussão dos resultados preliminares alcançados com o estudo.

Para além da referida caracterização da oferta e da procura, pretendeu-se ainda identificar as potencialidades para o desenvolvimento da vitivinicultura e do enoturismo no Eixo Urbano do Douro, designadamente através da introdução de novas tecnologias e da exploração da ação em rede dos diversos atores.

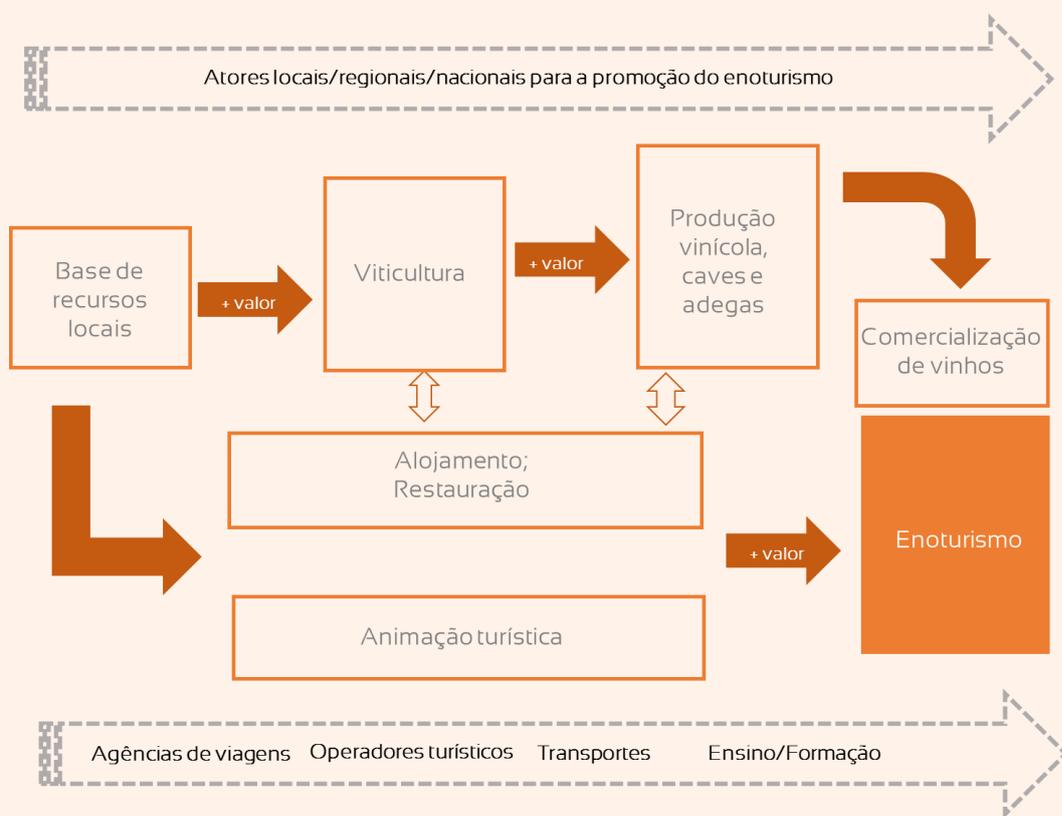
Inevitavelmente, à medida que os trabalhos se foram desenvolvendo, foi-se esboçando um diagnóstico ao enoturismo do Eixo Urbano do Douro que, para lá de alimentar os elementos acabados de mencionar, permitiu ainda elencar um conjunto de grandes recomendações, que poderão ser traduzidas e desenvolvidas no âmbito de um futuro Plano de Ação.

2. Cadeia de Valor do Vinho e Enoturismo

O foco do presente estudo centra-se, como já se referiu, no enoturismo no Eixo Urbano do Douro, não deixando porém de considerar as atividades que o suportam: as atividades ligadas à vinha e ao vinho.

O enoturismo é aqui entendido como “produto” turístico particular, ligado ao vinho e especialmente destinado a gerar experiências. Pode também ser encarado como um fenómeno intensamente geográfico e territorial, sendo, assim, a “experiência do território”. Nesta perspetiva, o enoturismo implica a interligação de uma miríade de elementos, sendo que as componentes imateriais onde a experiência ocorre lhes devem adicionar valor.

FIGURA 1. CADEIA DE VALOR DO VINHO E ENOTURISMO



Fonte: Elaboração própria.

Para compreendermos adequadamente o enoturismo importa ter presente a cadeia de valor que o suporta (Figura 1). As experiências que caracterizam o enoturismo têm na sua génese os recursos endógenos de cada região, sendo o vinho o elemento âncora, ao qual se podem adicionar diversos elementos do património natural, histórico e cultural. Da plantação das vinhas, passando pela produção dos vinhos, chegamos à comercialização do vinho ou, então, ao enoturismo.

Ao longo da cadeia de valor, o enoturismo é enriquecido e complementado com as atividades mais usuais ligadas ao turismo, de que são exemplo o alojamento, a restauração e a animação turística. Todavia, a par destas atividades core, existe uma panóplia vasta de outras atividades e de atores que facilitam, apoiam e fomentam a experiência enoturística e que não devem ser descurados no âmbito de uma análise mais aprofundada desta temática.

Dada a complexidade e extensão da cadeia de valor do enoturismo, torna-se avisado selecionar as atividades mais relevantes que serão objeto de análise mais aprofundada ao longo deste estudo (ver Quadro 1).

QUADRO 1.
DELIMITAÇÃO SETORIAL DA CADEIA DE VALOR DO VINHO E ENOTURISMO

CAE Rev. 3	Descrição
Atividades Primárias	
01210 - Viticultura	Compreende a cultura de uvas de mesa e para vinho
Atividades Industriais	
1102 - Indústria do vinho	Compreende a produção de vinhos comuns e licorosos e a produção de vinhos espumantes e espumosos
Atividades Terciárias	
551 - Estabelecimentos hoteleiros	Compreende os diversos tipos de estabelecimentos hoteleiros, com e sem restaurante
552 - Residências para férias e outros alojamentos de curta duração	Compreende Turismo em Espaço Rural, bem como alojamento mobilado para turistas, colónias e campos de férias e outros locais de alojamento de curta duração
559 - Outros locais de alojamento	Compreende as atividades de outros meios de alojamento
93293 - Organização de atividades de animação turística	Compreende a organização de um conjunto de atividades, destinadas a proporcionar ao público em geral momentos lúdicos, de lazer e de diversão

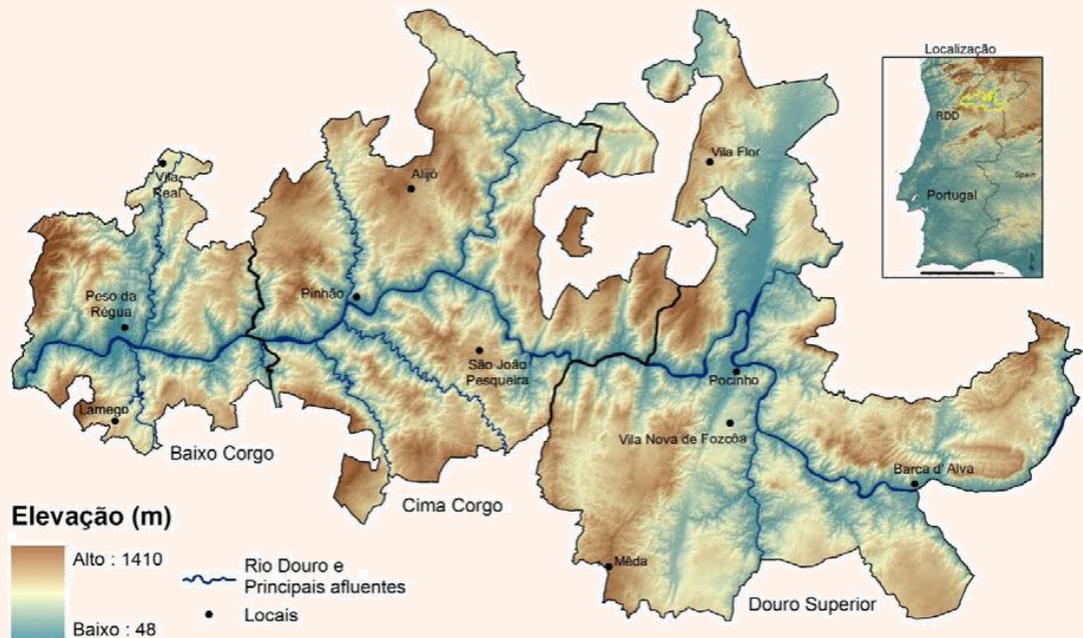
Fonte: Elaboração própria.

3. Vitivinicultura e Enoturismo no Eixo Urbano do Douro: o Lado da Oferta

O território vinhateiro do Eixo Urbano do Douro insere-se na Região Demarcada do Douro (RDD), a primeira região demarcada do mundo, delimitada em meados do século XVIII por deliberação do Marquês do Pombal. Este território beneficia, assim, de um enquadramento histórico excecional. Beneficia, também, de uma imagem recente muito favorável, decorrente do protagonismo que os Vinhos do Douro e Porto têm vindo a alcançar no panorama internacional.

Na sua delimitação atual, a RDD engloba uma vasta área geográfica, de orografia acidentada e agreste. Este território estende-se pelo vale do Douro, desde pouco antes do Peso da Régua até Barca de Alva, na fronteira com Espanha. Ocupa uma grande parte da NUT III Douro e uma pequena área da NUT III Alto Trás-os-Montes (Figura 2). Segundo dados do Centro de Estudos da Viticultura de Montanha (CERVIM), a RDD é a maior região vitícola de montanha do globo. A RDD está localizada num território com características morfológicas, geológicas e climatéricas muito peculiares, onde a conjugação da ação sábia e secular do homem com o solo e com a vinha tem permitido produzir uvas de excecional qualidade, a partir das quais se produzem vinhos magníficos, conhecidos em todas as partes do mundo (primeiro os vinhos do Porto e, mais recentemente, os vinhos do Douro).

FIGURA 2.
REGIÃO DEMARCADA DO DOURO



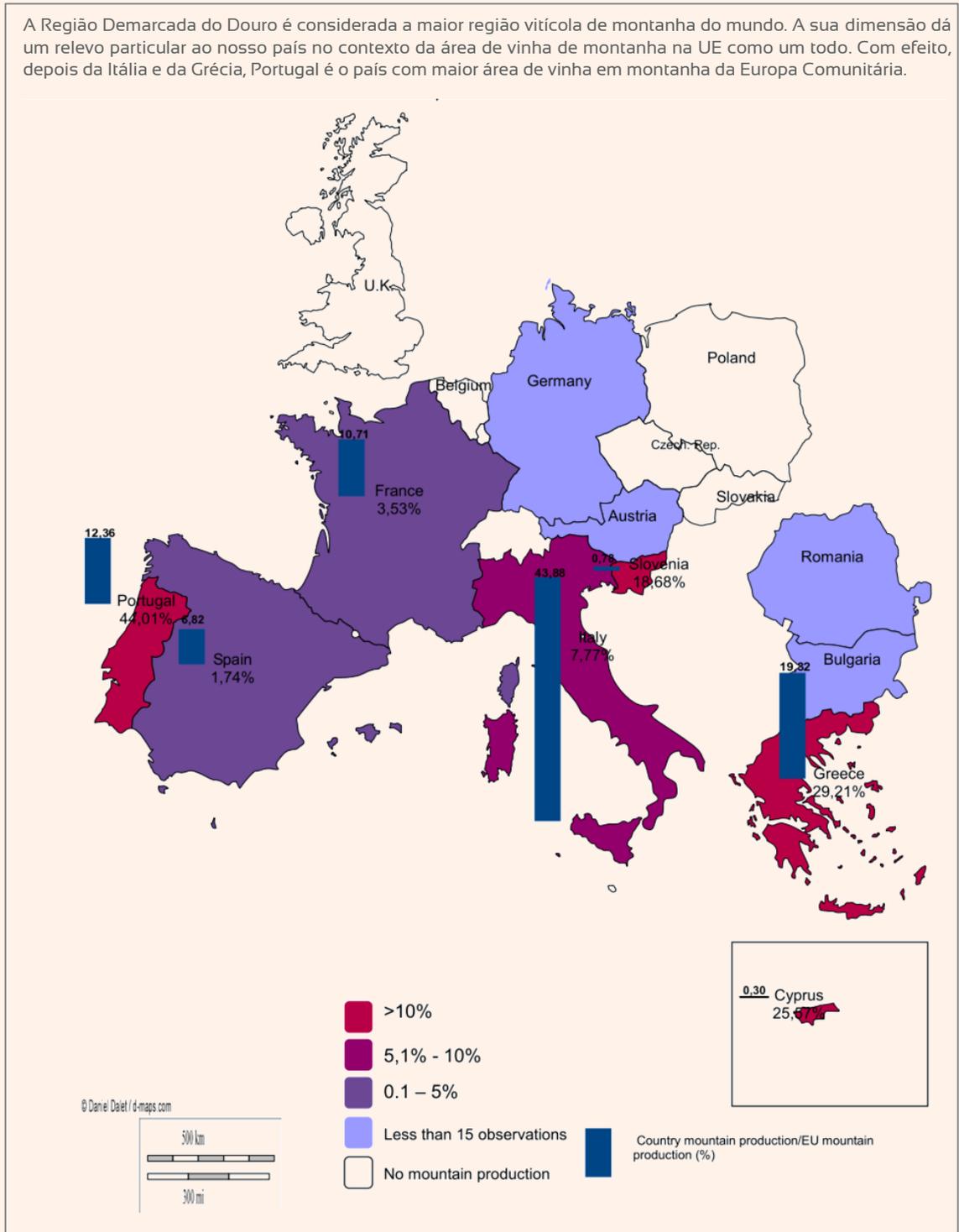
Fonte: Elaboração própria.

A RDD tem uma área total de cerca de 250 mil hectares, o que faz dela uma grande região vinhateira. Pelas características próprias do seu território, é uma região com fracas condições para a agricultura em geral, tanto pelos excessos (calor, luz e declive) como pelos défices (água, solo, vida do solo).

CAIXA DE TEXTO 1.

A REGIÃO DEMARCADA DO DOURO NO CONTEXTO DAS PRINCIPAIS REGIÕES VINHATEIRAS DE MONTANHA EUROPEIAS

A Região Demarcada do Douro é considerada a maior região vitícola de montanha do mundo. A sua dimensão dá um relevo particular ao nosso país no contexto da área de vinha de montanha na UE como um todo. Com efeito, depois da Itália e da Grécia, Portugal é o país com maior área de vinha em montanha da Europa Comunitária.



Fonte: Joint Reseach Centre/ European Commission.

Devido à diversidade climática e de fertilidade dos seus solos, a RDD encontra-se dividida em 3 sub-regiões, com características e potencialidades relativamente diferentes: o “Baixo Corgo”, que compreende toda a bacia inferior da região demarcada, desde Barqueiros (contrafortes do Marão) até à linha meridiana que passa pela foz do rio Corgo; o “Cima Corgo”, que começa nesta linha e termina na que atravessa o cachão da Valeira, em São João da Pesqueira; por fim, o “Douro Superior”, que se estende desde esta linha até à fronteira com Espanha, em Barca d’ Alva.

O Baixo Corgo, onde se localiza o Eixo Urbano do Douro aqui em estudo, com uma área total de cerca de 45 mil hectares, é a sub-região mais especializada na cultura da vinha. Ainda assim, em área de vinha ocupa a segunda posição na RDD, com 13,7 mil hectares (31% da área de vinha total da RDD). Devido à sua localização geográfica (de acesso mais próximo e rápido em relação ao Porto e a V. N. de Gaia, onde o comércio de vinho do Porto desde cedo se implantou) e à existência de centros urbanos históricos (Lamego, Vila Real, Mesão Frio e, mais tarde, Santa Marta de Penaguião e Peso da Régua), foi aquela que mais cedo foi explorada aquando da expansão do vinho do Porto, no século XVIII. É, entre as três sub-regiões, a mais fértil, devido ao maior nível de precipitação a que está sujeita e à maior facilidade que nela existe em criar solos mais profundos. Por essa razão, a produção unitária é aqui mais elevada.

O Cima Corgo, com uma área total de 95 mil hectares, é a sub-região líder em termos de vinhedo: possui atualmente 20,5 mil hectares de vinha, representativos de 47% da superfície total de vinha da região demarcada. A sua especialização na cultura da vinha é, no entanto, menor face ao Baixo Corgo. Nesta sub-região, as encostas dobradas tornam-se mais agressivas e os vales dos rios e ribeiras mais profundos. No meio deste cenário, as vinhas surgem viçosas, embora com menos galhardia que as suas vizinhas do Baixo Corgo, devido às piores condições de produtividade do solo e ao clima mais agreste. Por essa razão, as produções unitárias são mais reduzidas, mas em geral de muito boa qualidade: Pinhão, Torto, Tua, Roncão e Ventoselo representam historicamente o berço dos grandes tawnies e vintages. Com o PDRITM (Plano de Desenvolvimento Integrado de Trás-os-Montes), na década de 80, novas parcelas de dimensões assinaláveis (em torno dos 10 hectares por unidade) começaram a ser aqui implantadas segundo formas mecanizáveis (patamares).

O Douro Superior, com uma área total de 110 mil hectares, é a maior sub-região da RDD. Historicamente inacessível pela dificuldade de transposição do obstáculo rochoso do cachão da Valeira, só a partir dos finais do século XVIII foi possível a expansão da vinha neste território. Por essa razão, é ainda hoje a região com menor especialização na viticultura e com menores áreas de vinha: a vinha ocupa uma área de cerca de 9,7 mil hectares, representativa de 22% da superfície total de vinha da região demarcada. Do ponto de vista orográfico, é a sub-região menos acidentada, com encostas mais suaves e vales menos profundos.

O clima é tipicamente mediterrânico, com temperaturas estivais mais elevadas e menor precipitação, o que lhe confere características semidesérticas no limite da cultura para a videira. As extraordinárias potencialidades que esta sub-região tem revelado e a maior facilidade de mecanização que decorre da morfologia do seu território, têm vindo a induzir ao longo do tempo um aumento muito significativo de novas plantações de vinha bem dimensionadas, que permitem a produção de vinhos de elevada qualidade a custos mais reduzidos.

A vinha ocupa na RDD uma área efetiva de cerca de 18,3 % da área total. Segundo os últimos dados do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP), a área de vinha é trabalhada por aproximadamente 33.000 viticultores, possuindo cada um deles, em média, cerca de 1 hectare de vinha. São os pequenos produtores que têm um grande peso na produção de vinho. As pequenas parcelas estão presentes em toda a região, localizando-se as grandes explorações sobretudo no Douro Superior.

No contexto nacional (Portugal continental), segundo os dados mais recentes do Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), a RDD responde por quase um quinto da área total de vinha existente, afirmando-se como a maior região demarcada do nosso país neste indicado (Gráfico 1).

GRÁFICO 1.
ÁREA DE VINHA DA REGIÃO DEMARCADA DO DOURO NO QUADRO DAS REGIÕES DEMARCADAS EM PORTUGAL CONTINENTAL, 2001-2013



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

No quadro da RDD, o território objeto de estudo neste trabalho (Eixo Urbano do Douro), responde por 19% da área de vinha total e 58% da área de vinha do Baixo Corgo. Entre os concelhos que compõem este território mais restrito (Vila Real, Peso da Régua e Lamego), o mais importante em vinha plantada é Peso da Régua, seguindo-se Lamego e Vila Real (Gráfico 2).

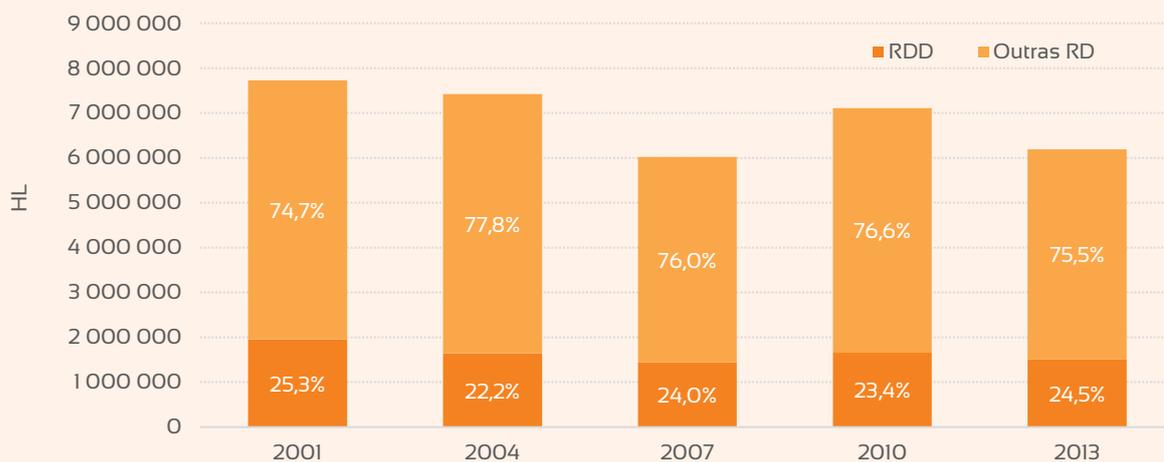
GRÁFICO 2.
ÁREA DE VINHA NO EIXO URBANO DO DOURO NO QUADRO DA REGIÃO DEMARCADA DO DOURO, 2013



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

Face às demais regiões demarcadas em Portugal continental, a produção de vinho da RDD tem, grosso modo, mantido o seu peso relativo ao longo dos últimos anos, representando, em 2013, cerca de um quarto da produção nacional (Gráfico 3).

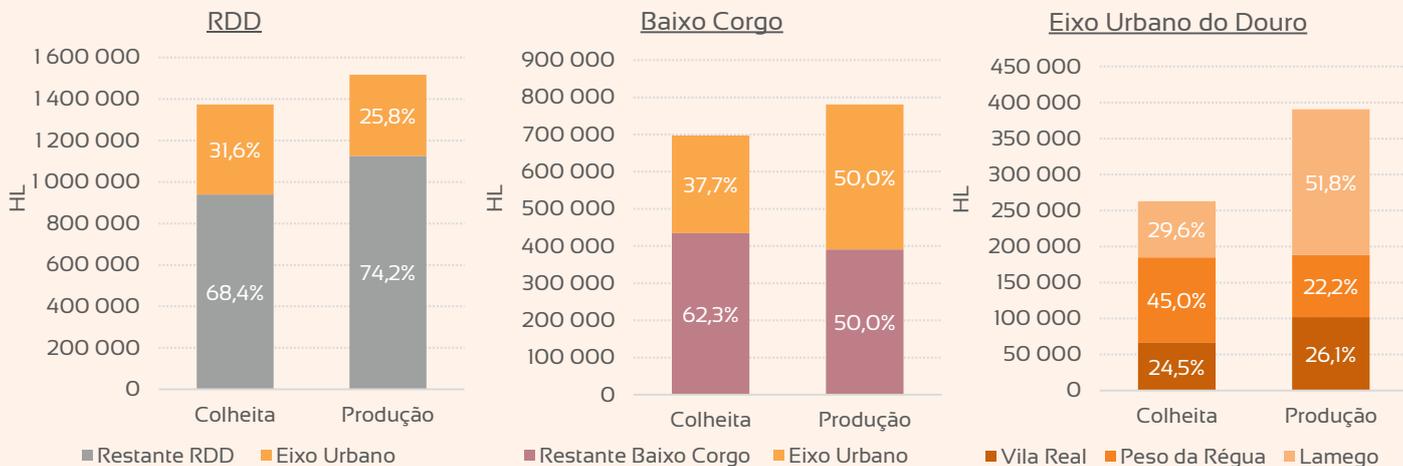
GRÁFICO 3.
PRODUÇÃO DE VINHO NA REGIÃO DEMARCADA DO DOURO NO QUADRO DAS REGIÕES DEMARCADAS EM PORTUGAL CONTINENTAL, 2001-2013



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

Dentro da RDD, o Eixo Urbano do Douro é responsável por 31,6% da colheita e por 25,8% da produção. No Baixo Corgo, o Eixo Urbano do Douro responde por 37,7% da colheita e por metade da produção. No seio do Eixo Urbano, é clara a maior expressão que o Peso da Régua assume em termos de colheita, sendo que, em termos de produção, é Lamego o concelho que mais se destaca (Gráfico 4).

GRÁFICO 4.
PRODUÇÃO DE VINHO NO EIXO URBANO DO DOURO NO QUADRO DA REGIÃO DEMARCADA DO DOURO, 2013



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

Em termos de operadores, constata-se uma qualificação significativamente maior da RDD por comparação com outras regiões demarcadas do país. Com efeito, na RDD existe uma preponderância bastante mais significativa de produtores, de engarrafadores e de exportadores/ importadores face às restantes regiões demarcadas nacionais (Quadro 2).

QUADRO 2.
OPERADORES POR ESTATUTO NA REGIÃO DEMARCADA DO DOURO 'VS' OUTRAS REGIÕES DEMARCADAS NACIONAIS, 2009-2013

	RDD				Outras RD			
	2009		2014		2009		2014	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Armazenista	200	14,7%	335	15,7%	1911	15,2%	2.270	14,6%
Destilador	24	1,8%	28	1,3%	700	5,6%	733	4,7%
Engarrafador	283	20,8%	467	21,9%	1.363	10,8%	1.864	12,0%
Exportador/Importador	274	20,2%	474	22,2%	1.487	11,8%	2.079	13,4%
Fabricante de Vinagre de Vinho	3	0,2%	5	0,2%	26	0,2%	32	0,2%
Negociante sem Estabelecimento	2	0,1%	22	1,0%	6	0,0%	504	3,2%
Preparador	20	1,5%	25	1,2%	238	1,9%	318	2,0%
Produtor	204	15,0%	313	14,7%	1.482	11,8%	1.754	11,3%
Vitivinicultor	90	6,6%	144	6,7%	3.769	29,9%	4.068	26,2%
Vitivinicultor-Engarrafador	259	19,1%	322	15,1%	1.627	12,9%	1.895	12,2%

Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

CAIXA DE TEXTO 2.

PRINCIPAIS PLAYERS EMPRESARIAIS NA VITIVINICULTURA NO EIXO URBANO DO DOURO

TOP-20 na viticultura no Eixo Urbano do Douro		
#	Sociedade	Concelho
1	Sociedade Vinícola Terras de Valdigem, S.A.	Peso da Régua
2	Sociedade Agrícola Quinta da Seara D'ordens, Lda	Peso da Régua
3	F. Albuquerque e Filhos - Sociedade Agrícola, S.A.	Vila Real
4	Laura Valente Regueiro, Lda	Lamego
5	Sociedade Agrícola Quinta de Baldias, Lda	Lamego
6	Sociedade Agrícola da Quinta da Devesa, Lda	Peso da Régua
7	Sociedade Agrícola José Mesquita Guimarães, Lda	Lamego
8	José António da Fonseca Augusto Guedes, Unipessoal, Lda	Lamego
9	Casa Agrícola Antunes Fonseca, Lda	Vila Real
10	Vasques de Carvalho - Sociedade Agrícola E Comercial, Lda	Peso da Régua
11	Sociedade Agrícola Quinta do Beato, Lda	Peso da Régua
12	Jasmin Ferreira Gomes da Silva, Sociedade Unipessoal, Lda	Peso da Régua
13	Tapada da Condessa, Lda	Peso da Régua
14	Quinta Do Comparado - Sociedade Agrícola e Comercial, Lda	Peso da Régua
15	DII - Douro Lágrima Lusa, Lda	Lamego
16	Rumo - Sociedade Agrícola, Lda	Peso da Régua
17	Projectacon Agricultura, Lda	Vila Real
18	VCC, Unipessoal, Lda	Vila Real
19	Sociedade Agrícola Quinta do Vale da Buza, Lda	Lamego
20	Quinta do Cotorinho - Vitivinicultura, Lda	Vila Real

TOP-20 na produção de vinhos no Eixo Urbano do Douro		
#	Sociedade	Concelho
1	Caves Vale do Rodo, C.R.L.	Peso da Régua
2	Sociedade Agrícola Quinta Do Romarigo, Lda	Peso da Régua
3	Rozès, S.A.	Lamego
4	Fernando Mendes & Bior, Lda	Vila Real
5	Caves da Raposeira, S.A.	Lamego
6	Quinta do Vallado - Sociedade Agrícola, Lda	Peso da Régua
7	Adega Cooperativa de Vila Real, Caves Vale do Corgo, C.R.L.	Vila Real
8	Best of Douro - Produção De Vinhos, Lda	Lamego
9	José Carlos de Morais C.Cruz & Ca., Lda	Peso da Régua
10	Caves do Salgueiral, Lda	Peso da Régua
11	Quinta da Pacheca - Sociedade Agrícola e Turística, Lda	Lamego
12	Dourocaves - Produção, Transformação e Comércio De Vinhos, S.A.	Peso da Régua
13	Solar de Cambres, Lda	Lamego
14	Murças, S.A.	Peso da Régua
15	Encostas do Douro - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Peso da Régua
16	Capelamor - Vinhos, S.A.	Vila Real
17	Sociedade Vitivinícola da Quinta De Santa Eufémia, Lda	Lamego
18	Veredas do Douro - Sociedade Agrícola, Lda	Peso da Régua
19	Edgar Coelho, Unipessoal, Lda	Peso da Régua
20	Cave dos Vinhos Vale de Ansiães, Lda	Vila Real

Nota: Os players apresentam-se por ordem decrescente do respetivo volume de negócios, tendo em conta os anos de 2012 e 2013.

Fonte: Elaboração própria com base no SABI (acedido em dezembro de 2014).

A importância da vitivinicultura, as características peculiares dos solos e da cultura da vinha, a singularidade da paisagem, a monumentalidade do rio Douro e o património histórico existente na RDD e na Região do Douro são alguns dos elementos que potenciam o florescimento de experiências enoturísticas inigualáveis. Assim, ao longo do tempo, algumas das mais emblemáticas Quintas do Douro foram abrindo as suas portas a visitantes e turistas, curiosos e interessados na degustação de vinhos e/ou nas tarefas associadas à produção dos mesmos. Adicionalmente, várias dessas Quintas foram-se reconvertendo em unidades hoteleiras, às quais se vieram a juntar outras, construídas de raiz, para criar uma base de alojamento capaz de acolher e reter os turistas que afluem à região.

Deste modo, foi-se desenvolvendo uma ligação natural entre a vinha e o vinho e o turismo. Impõe-se, por isso, um olhar sobre a oferta turística deste território.

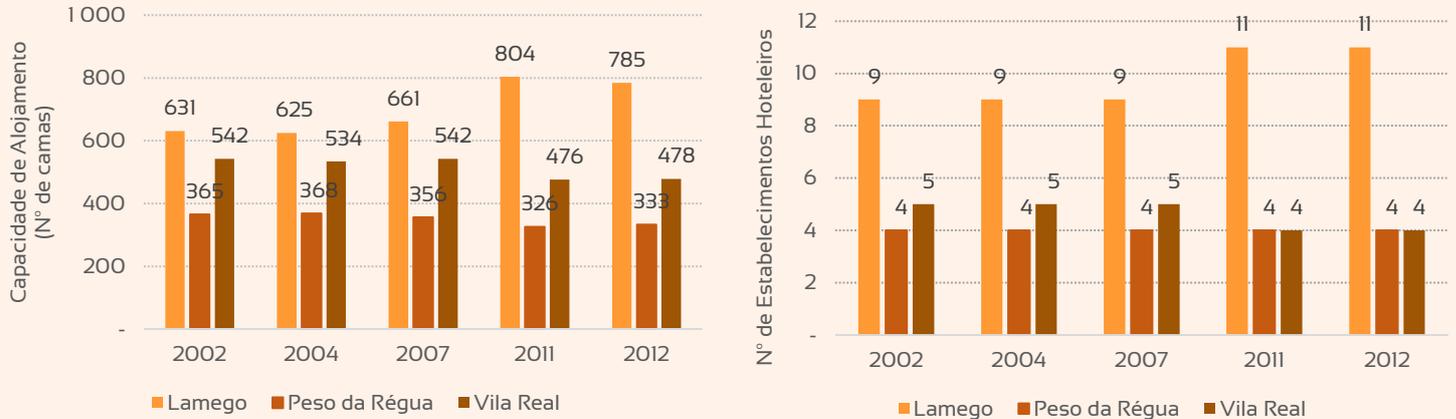
Considerando os indicadores sobre turismo constantes dos Anuários Estatísticos da Região Norte relativos aos últimos dez anos para os quais há dados disponíveis, é possível identificar alguns traços marcantes sobre aquela atividade no espaço geográfico que está subjacente ao presente estudo. A incursão feita por esta fonte de informação estatística incidiu sobre cada um dos concelhos que integram o Eixo Urbano do Douro, alastrando-se ainda à NUT III Douro e à NUT II Norte, sendo que, embora não se restrinja ao segmento de enoturismo, permite-nos uma aproximação razoável à temática que nos move. Adicionalmente, as respostas relativas à região Norte de um inquérito da responsabilidade do Turismo de Portugal, IP, a unidades de enoturismo e que deu origem a um estudo intitulado "O Enoturismo em Portugal: Caracterização da Oferta e da Procura"¹ complementa a nossa análise.

Através dos indicadores do INE referentes ao número de estabelecimentos hoteleiros (hotéis, pensões e outros²) e à capacidade de alojamento, destaca-se o desempenho favorável ocorrido, entre 2002 e 2012, em Lamego, com variações médias anuais de, respetivamente, 2% e 2,2%, ao passo que nos outros dois municípios a capacidade de alojamento caiu (variação média anual de - 0,9% na Peso da Régua e - 1,2% em Vila Real) e o número de estabelecimentos estagnou ou declinou (variação média anual de 0% no Peso da Régua e -2,2% em Vila Real). De realçar que a Região do Douro apresentou um comportamento de quase estabilização nestes dois indicadores, enquanto a região Norte exibiu um aumento médio anual de 2,9% na capacidade de alojamento (Gráfico 5).

¹ Este inquérito do Turismo de Portugal, IP, realizado entre abril e julho de 2014, foi dirigido a unidades de enoturismo no território nacional. Todavia, no corrente estudo, são feitas referências que se restringem à Região Norte (sendo que as respostas das unidades do Douro correspondem a cerca de 1/3 do total das respostas da correspondente NUT II), que se considera aqui como uma proxy razoável do Eixo Urbano do Douro.

² "Outros estabelecimentos" hoteleiros englobam os hotéis-apartamentos, os apartamentos turísticos, os aldeamentos turísticos, os motéis, as pousadas e as estalagens.

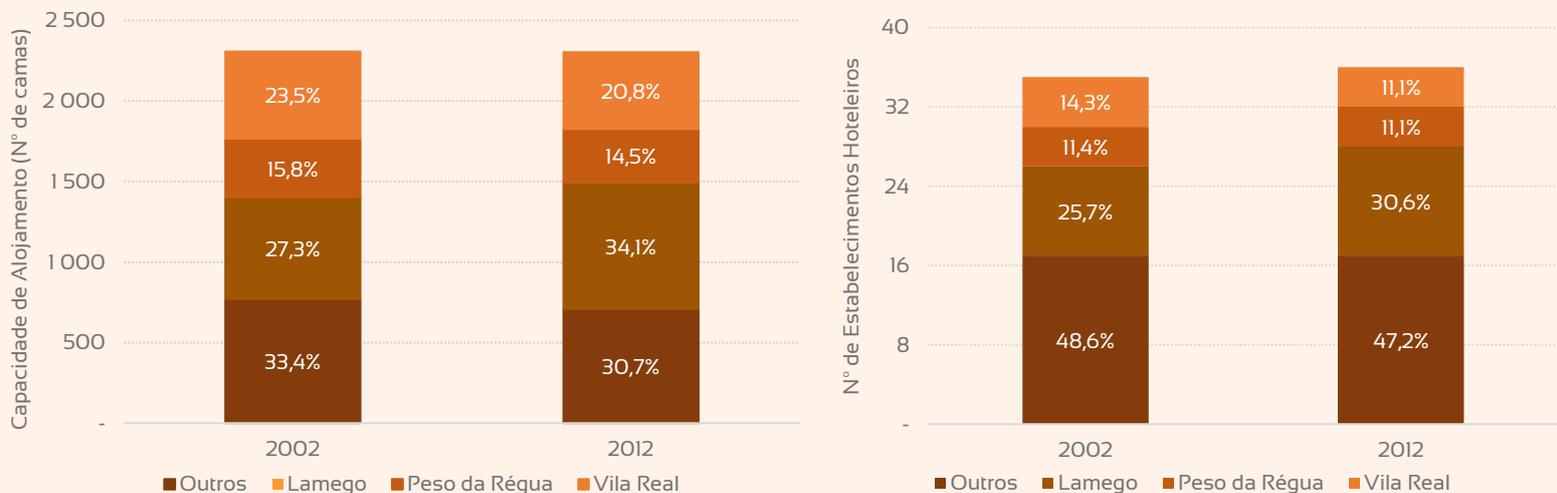
GRÁFICO 5.
CAPACIDADE DE ALOJAMENTO E NÚMERO DE ALOJAMENTOS NO EIXO URBANO DO DOURO, 2002-2012



Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Dentro do Eixo Urbano do Douro, Lamego é o concelho com maior expressão em termos de número de estabelecimentos na Região do Douro, respondendo, em 2012, por quase 1/3 do total, correspondendo, naquele ano, 11% dos estabelecimentos a cada um dos outros concelhos, com o Peso da Régua a revelar uma certa estabilidade no peso relativo deste indicador ao longo do tempo, enquanto Vila Real registou um movimento de quebra, acompanhando, assim, o desempenho ilustrado acima. Já em termos de capacidade de alojamento, é no Peso da Régua que o seu peso relativo é maior (42% da capacidade de alojamento do Douro no ano de 2012), apesar de a sua expressividade ter sido já bastante maior (59% em 2004), enquanto Lamego, numa trajetória ascendente, tem uma quota de 34% em 2012 e Vila Real, revelando nos anos mais recentes alguma perda, responde por uma parcela de 11% em 2012 (Gráfico 6).

GRÁFICO 6.
CAPACIDADE E N.º DE ALOJAMENTOS NO DOURO (%), 2002-2012



Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

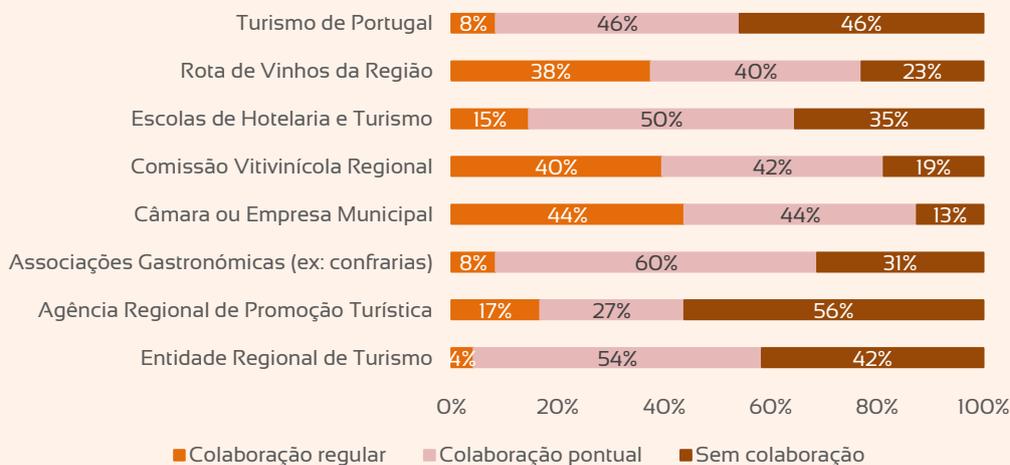
Os momentos de auscultação que se foram promovendo ao longo da realização do estudo permitiram tomar consciência de importantes avanços registados ao nível da oferta enoturística nos últimos anos, assim como a persistência de algumas fragilidades.

Como aspetos positivos, sobressaem a profissionalização crescente da gestão e a tendência para uma maior qualificação dos recursos humanos, sobretudo nas unidades de alojamento, em grande medida alavancadas pelo papel das instituições de ensino da região, ao mesmo tempo que se verifica um movimento no sentido de serem melhor aproveitados os recursos enoturísticos existentes. Realça-se, igualmente, a recuperação de alguns edifícios históricos e a sua abertura ao público, bem como uma maior preocupação na identificação de locais de interesse.

Todavia, estes aspetos não são passíveis de generalização. Com efeito, existem ainda importantes falhas no atendimento e no serviço prestado ao público, designadamente ao nível do comércio e restauração (e.g. disponibilização de cartas de vinhos específicos da região, saber servir adequadamente tais vinhos, etc.). Subsistem, também, fragilidades ao nível da sinalética e da divulgação e da extensão dos horários de funcionamento de diversos estabelecimentos.

De realçar, igualmente, que as unidades de alojamento, predominantemente de reduzida dimensão, impedem uma oferta para grandes grupos. Por outro lado, uma cultura bastante enraizada de individualismo obsta a que as complementaridades entre a oferta das diferentes unidades hoteleiras ou de vitivinicultura sejam otimizadas, desperdiçando-se, assim, um potencial que a oferta enoturística encerra mas que não está ainda devidamente aproveitado. Acresce um sentimento de défice de divulgação e promoção da região, bem como de frustração face às condições com que acesso de comboio à região é feito.

GRÁFICO 7.
GRAU DE COLABORAÇÃO DA UNIDADE DE ENOTURISMO COM OUTRAS ENTIDADES (REGIÃO NORTE)



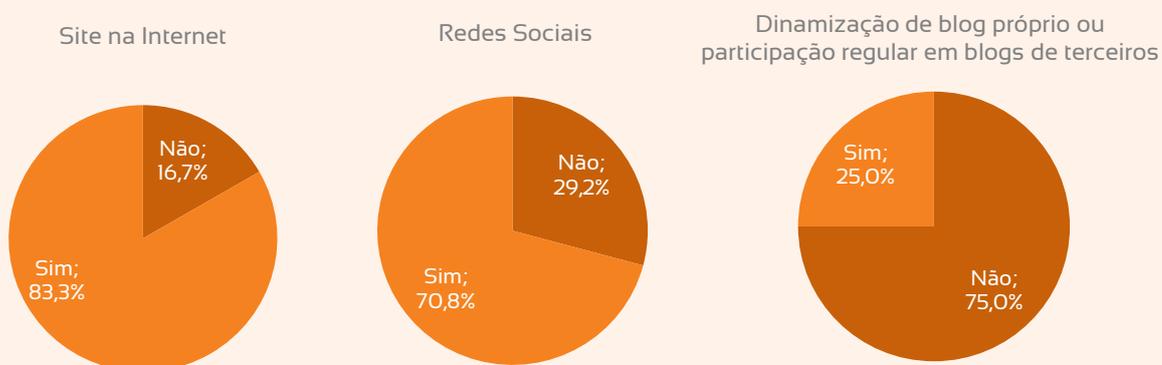
Fonte: O Enoturismo em Portugal – Caracterização da Oferta e da Procura (dados para a Região Norte).

Algumas destas opiniões e perceções têm pleno eco no inquérito promovido pelo Turismo de Portugal, IP. Assim, de acordo com o inquérito em apreço, a maior parte dos respondentes considera que a colaboração que estabelece com outras entidades é pontual ou, mesmo, inexistente (Gráfico 7).

O sentido de algumas das respostas dadas a propósito do estabelecimento de relações de colaboração remete-nos eventualmente para uma reduzida eficácia da promoção e divulgação da oferta enoturística da Região Norte.

Porém, é também relevante analisar quão intenso será o esforço de promoção por parte dos players a nível individual. Neste âmbito, o inquérito revela que a maioria das empresas enoturísticas tem site na internet e está inserida em redes sociais (ainda assim, dada a relevância que as TIC assumem atualmente, os números obtidos sugerem a necessidade de reforço na utilização destes meios de divulgação). Já a parcela de empresas que dinamiza um blog próprio ou participa regularmente em blogs de terceiros é reduzida (Gráfico 8).

GRÁFICO 8.
ALGUNS MEIOS DE DIVULGAÇÃO DA OFERTA INDIVIDUAL (REGIÃO NORTE)



Fonte: O Enoturismo em Portugal – Caracterização da Oferta e da Procura (dados para a Região Norte).

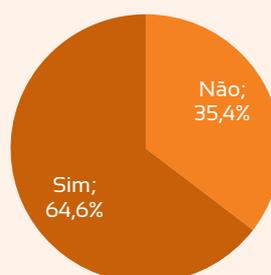
A cultura que ainda subsiste de individualismo é corroborada, no inquérito a que aludimos, pelo reduzido recurso a práticas de *cross-selling*. O facto de ainda cerca de 1/3 dos respondentes afirmar não estabelecer relações de parceria com outras empresas para a formatação de serviços turísticos comercializáveis é também espelho de um caminho de maior articulação de esforços que tem de ser percorrido (Gráfico 9).

GRÁFICO 9.
PROMOÇÃO EM *CROSS SELLING* E PARCERIAS COM OUTRAS EMPRESAS PARA A FORMATAÇÃO DE SERVIÇOS (REGIÃO NORTE)

Promoção em *cross selling* com outro produto turístico



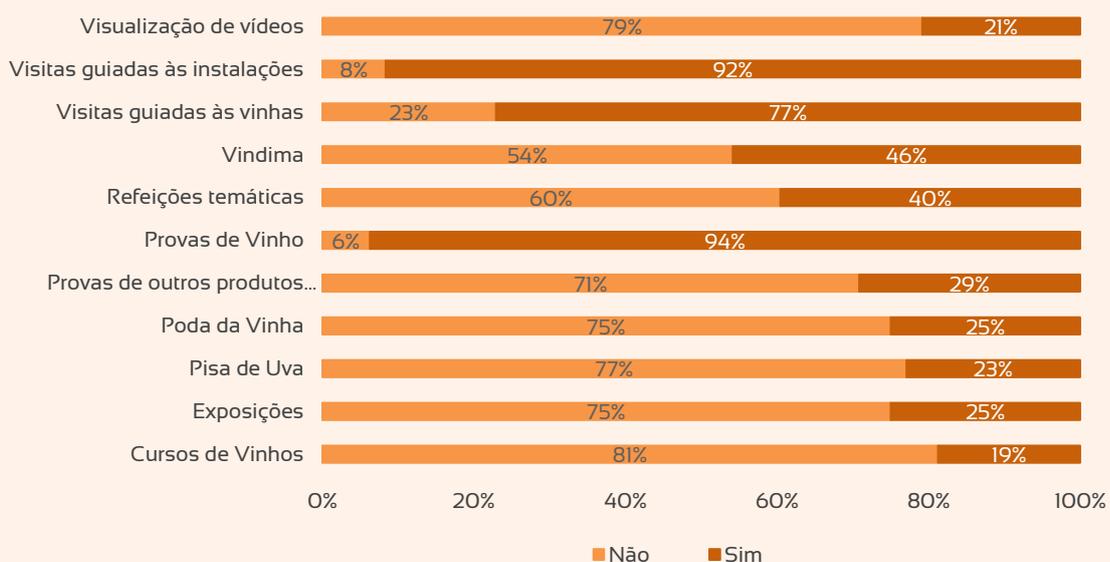
Parcerias c/ outras empresas p/ a formatação de serviços turísticos comercializáveis



Fonte: O Enoturismo em Portugal – Caracterização da Oferta e da Procura (dados para a Região Norte).

O mesmo inquérito fornece-nos uma ideia sobre as atividades que mais são disponibilizadas ao enoturista. De um conjunto de onze atividades possíveis, é de realçar o facto de, para oito delas, a maioria das unidades enoturísticas ter respondido não proporcionar tal oferta. Excetuam-se somente as provas de vinho, as visitas guiadas às instalações e as visitas guiadas às vinhas (Gráfico 10).

GRÁFICO 10.
ATIVIDADES DISPONIBILIZADAS PELAS UNIDADES ENOTURÍSTICAS (REGIÃO NORTE)



Fonte: O Enoturismo em Portugal – Caracterização da Oferta e da Procura (dados para a Região Norte).

A análise da oferta enoturística no âmbito do presente estudo culmina com uma elencação e uma breve descrição das unidades de alojamento e/ou de vitivinicultura e das empresas de animação turística existentes no Eixo Urbano do Douro que, pelas atividades que desenvolvem e pelas amenidades de que beneficiam, contemplam, de forma efetiva ou latente, experiências enoturísticas no seu portefólio.

CAIXA DE TEXTO 3.

PRINCIPAIS PLAYERS EMPRESARIAIS NO ENOTURISMO NO EIXO URBANO DO DOURO

Designação: Carvalho & Carvalho – Turismo, Cultura e Lazer, Lda - Operador Turístico

Descrição: É uma empresa dedicada à realização de atividades lúdicas, desenvolvendo programas na área do Turismo Cultural e Temático com o objetivo de dar a conhecer a riqueza paisagística, o património histórico, a gastronomia e as ancestrais tradições, sobretudo do Norte de Portugal.

Oferta: Organiza o produto turístico do Norte de Portugal (e de outras regiões), faz a sua divulgação e comercialização, podendo incluir, em alguns casos, atividades específicas de enoturismo; organiza feiras, exposições e outros eventos; organiza atividades de diversão e espetáculos diversos.

Contactos:

Rua Cidade de Espinho, 3 R/C Vila Real	douro.travel@gmail.com	+351 259 347 341
---	------------------------	------------------

Designação: Casa Agrícola da Levada - Turismo de Habitação/Casa de Campo

Descrição: É uma casa murada e limitada pelo Rio Corgo, com construção datada de 1922 e atribuída a Mestre Raul Lino. Combina uma arquitetura elegante com a sobriedade dos materiais da região. Tem seis chalés e três quartos na casa principal, piscina exterior, um roseiral e um jardim de camélias.

Oferta: A oferta centra-se no alojamento (com pequeno almoço), contemplando também refeições c/ marcação, visitas a quintas e adegas, provas e workshops de vinhos, participação em pisas e vindimas.

Contactos:

Rua Prof. João Gaspar Vila Real	www.casa.dalevada.com contacto@casadalevada.com	+351 259 322 190 +351 916 594 404
------------------------------------	--	--------------------------------------

Designação: Casa Amarela - Enoturismo

Descrição: É uma propriedade que está na posse da mesma família desde 1885, dedicada à viticultura, e cujas vinhas possuem uma idade média superior a 45 anos. Em 2006 a Quinta foi distinguida, a nível nacional, com o Prémio de Excelência "Enoturismo do Ano", atribuído pela "Revista de Vinhos".

Oferta: As atividades e experiências proporcionadas aos visitantes são várias: visitas à propriedade, incluindo as vinhas e adega; cursos de prova de vinho e refeições em torno dos pratos tradicionais durienses; jogos de vinho; participação nas diversas etapas das vindimas, desde a apanha da uva ao engarrafamento. A Casa Amarela possui, ainda, uma loja na qual são vendidos produtos da quinta.

Contactos:

Quinta da Casa Amarela, Riobom 5100-421 Lamego	www.quinta-casa-amarela.com quinta@quinta-casa-amarela.com	+351 254 666 200 +351 962 621 661
---	---	--------------------------------------

Designação: Casa da Azenha - Turismo de Habitação

Descrição: Classificada como Imóvel de Interesse Municipal, a casa da Azenha é um típico solar duriense cujas origens remontam ao século XVII. Possui um jardim intensamente florido e aromatizado, com uma piscina circundada pela horta e vinha em socacos. Dispõe ainda de um Apartamento T2, com capacidade para quatro pessoas, bem como de piscina exterior.

Oferta: A oferta centra-se no alojamento (com pequeno-almoço), havendo a possibilidade de efetuar refeições mediante marcação prévia. Destaca-se a parceria com a Casa Amarela para a visita à quinta e para provas de vinhos.

Contactos:

Rio Bom – Cambres Lamego	www.casa-azinha.com info@casa-azinha.com	+351 254 666 205 +351 965 119 479
-----------------------------	---	--------------------------------------

Designação: Casa de Cambres - Casa de Campo

Descrição: A Casa de Cambres é uma casa de campo de estilo Arte Deco, na qual os hóspedes usufruem da sua própria kitchenette privada, bem como de comodidades para churrascos e de um fogão a lenha partilhados no exterior. Decompõe-se em duas casas: a Casa Nascente (T2+1 com cozinha e sala) e a Casa Poente (T3 com cozinha e sala). A marca Casa de Cambres surge associada a um projeto que visa, no futuro, ter uma oferta forte na área do enoturismo.

Oferta: A oferta foca-se, essencialmente, no alojamento.

Contactos:

Quinta do Casal, Cambres 5100-998 Lamego	www.casadecambres.com info@asadecambres.com	+351 917 502 049
---	--	------------------

Designação: Casa da Cruz - Casa de Campo

Descrição: Localizada na Campeã, zona com um ecossistema único e um centro de Biodiversidade incomparável. Possui seis quartos.

Oferta: A oferta centrada no alojamento.

Contactos:

Cruz – Campeã	www.casadacruz.com	+351 259 372 995
Vila Real	casadacruz@mail.telepac.pt	+351 917 523 575

Designação: Casa do Mineiro - Casa de Campo

Descrição: É uma casa rústica, envolvida por elementos e sistemas naturais de grande significado ambiental, científico e cultural, podendo-se usufruir de visitas orientadas, aos locais “desconhecidos”, à paisagem, ao artesanato, e à gastronomia local. Não tendo piscina, os seus hóspedes podem, no entanto, usufruir da piscina da Casa da Cruz, visto ser do mesmo proprietário (fica a uma distância de 2km).

Oferta: A oferta está apenas centrada no alojamento.

Contactos:

Trás-do-Vale	www.casadacruz.com	+351 259 372 995
Campeã	casadacruz@mail.telepac.pt	+351 917 523 575

Designação: Casa da Quinta de S. Martinho - Casa de Campo

Descrição: É uma casa rústica, em granito, datada do século XVII, constituída, na casa principal, por dois quartos, uma sala de estar, uma sala de refeições e um bar. Dispõe ainda de dois apartamentos, virados para uma piscina. Tem um salão de festas e um espaço para venda de vinho e artesanato. Na envolvente mais próxima, a cerca de 300 metros, encontra-se o emblemático Palácio de Mateus.

Oferta: Para além de alojamento e refeições, os hóspedes podem desfrutar de prova de vinho do Porto no bar e efetuar compras de vinhos e artesanato.

Contactos:

Quinta de São Martinho – Mateus	www.quintasaomartinho.com	+351 259 323 986
Vila Real	geral@quintasaomartinho.com	+351 933 202 326

Designação: Casa dos Pinguéis - Agroturismo

Descrição: A Casa dos Pinguéis localiza-se na mesma propriedade que a Casa dos Varais, embora desempenhe uma atividade distinta (trata-se de um estabelecimento de turismo rural, enquanto a Casa dos Varais é um estabelecimento de turismo de habitação). Tem três quartos com casa de banho privativa, cozinha totalmente equipada, ampla varanda sobre o rio Douro e acesso à piscina exterior. Ideal para um grupo de amigos ou família.

Oferta: Possibilidade de participar em vindimas, pisa de uvas em lagar de pedra e provas de vinho (Enoturismo).

Contactos:

Lugar de Varais – Cambres	http://www.casadosvarais.pt	+351 254 313 251
Lamego	info@casadosvarais.pt	+351 938 459 495

Designação: Casa Relógio do Sol - Agroturismo

Descrição: A Casa Relógio de Sol é uma casa familiar, rodeada por vinhas, com seis quartos modernos e um pequeno alpendre com vista para a piscina.

Oferta: Oferta focada no alojamento, com disponibilização de bicicletas para explorar a envolvente.

Contactos:

Quinta de Tourais	www.casarelogiosol.pt	+351 914 847 709
5100-424 Cambres	casa-relogio-de-sol@hotmail.com	

Designação: Casa de Santa Eufémia - Agroturismo

Descrição: É uma casa inserida na Quinta de Santa Eufémia, possuindo três quartos e restaurante. A Quinta, fundada em 1894, por Bernardo Rodrigues de Carvalho, tem 40 hectares de vinha, dos quais 80% se encontram mecanizados com as castas Tinta Barroca, Touriga Francesa, Tinta Roriz, Touriga Nacional, Tinto Cão, Tinta Amarela, e 20% em sistema tradicional com as castas brancas Malvasia Fina, Malvasia Rei, Moscatel Galego e Cerceal.

Oferta: A oferta foca-se no alojamento (com pequeno-almoço) e nas provas de vinho. Em articulação com a Quinta, a oferta passa, também, pelas visitas às vinhas e participação nas vindimas e nas pisas.

Contactos:

Parada do Bispo	www.casasantaeufemia.com	+351 254 331 820
5100-650 Lamego	casasantaeufemia@casasantaeufemia.com	+351 926 705 393

Designação: Casa de Santo António de Britiande - Turismo de Habitação

Descrição: A Casa e Capela (IPP), situadas no Largo de S. Sebastião de Britiande, juntamente com a Igreja Matriz (IPP) e o Pelourinho (MN) perfazem o conjunto de imóveis classificados da Vila de Britiande. Inserida em 5 ha e rodeada de jardins, pomares e piscina, tem para oferecer três quartos duplos, um individual e dois estúdios com saída direta para os jardins.

O espaço Enoturismo, onde se recebem grupos para provas de vinho e degustação de produtos regionais, está inserido num conjunto florestal e em edifício próprio, com parque privativo a 150 metros da casa principal.

Oferta: Para além do alojamento, a Casa de Santo António de Britiande proporciona serviço de refeições; mostras e provas de vinho; demonstrações do fabrico de pão a lenha (utilizando, para o efeito, a sala com lareira que fez parte, em tempos, da casa dos caseiros); e venda de produtos como o vinho, azeite e compotas.

Contactos:

Largo de S. Sebastião 5100-360 Britiande Lamego	www.casasantoniobritiande.com info@casasantoniobritiande.com	+351 935 851 428 +351 254 699 346
--	---	--------------------------------------

Designação: Casa dos Varais - Turismo de Habitação

Descrição: Casa dos Varais remonta aos princípios do século XVIII, na família há mais de cinco gerações. Foi a primeira propriedade a ser comprada pela Ordem de Cister (Escritura de 1132) onde os monges terão vinificado os primeiros vinhos cheirantes de Lamego, que mais tarde veio a designar-se Vinho do Porto. Desde a década de 80 que se têm efetuado várias transformações, quer na área da viticultura (mecanização das parcelas de vinha e seleção de castas) quer na da vinificação (adaptação dos lagares de pedra, introdução de uma maior funcionalidade, etc.) e quer também na área do turismo de Habitação, Unidade pioneira nesta atividade no Douro, desde 1983. Esta atividade tornou-se um complemento à atividade agrícola.

Oferta: A oferta inclui alojamento, quatro quartos, pequeno-almoço, jantar mediante pedido, passeios pelos jardins e vinhas circundantes, canoagem, caminhadas, bem como visitas à vinha e adega próprias, provas de vinhos, participação em vindimas e pisas. Enoturismo e recentemente o Olivoturismo com a produção própria de Azeite Virgem Extra.

Contactos:

Lugar de Varais – Cambres Lamego	http://www.casadosvarais.pt info@casadosvarais.pt	+351 254 313 251 +351 938 459 495
-------------------------------------	--	--------------------------------------

Designação: Delfim Douro Hotel - Hotel

Descrição: A requalificação da Quinta do Loureiro deu origem ao Delfim Douro Hotel de quatro estrelas com quarenta e dois quartos, um restaurante, piscina exterior e, brevemente também, um SPA.

Oferta: A oferta é ampla, incluindo não apenas o alojamento e restauração, mas também diversas atividades, como programas gastronómicos, visitas guiadas, participação nas vindimas, provas de vinhos, passeios de barco, passeios a cavalo, degustação da gastronomia local, etc.

Contactos:

Quinta do Loureiro – Samodães Lamego	www.delfimdourohotel.com reservas@delfimdourohotel.com	+351 254 960 000
---	---	------------------

Designação: Dolcefarniente, Turismo e Eventos, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: A Dolcefarniente é uma empresa dedicada à organização e desenvolvimento de atividades de animação e promoção turística, atividades de apoio às artes do espetáculo, exploração de salas de espetáculos e atividades conexas, organização de feiras, congressos e outros eventos similares.

Oferta: A sua oferta está estruturada em torno de eventos e turismo. Neste último caso, a empresa organiza diversos tipos de visitas: visitas personalizadas, rotas escritas (e.g. Miguel Torga), mosteiros, in/out (e.g. Vila Real).

Contactos:

Rua Dona Margarida Chaves, n°67, Vila Real	http://dolcefarniente.pt/ geral@dolcefarniente.pt	+351 259 342 357 +351 969 423 424
---	--	--------------------------------------

Designação: Douro à Vela, Unipessoal, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: Esta é uma empresa que tem como missão potenciar o turismo náutico, cultural e de natureza no vale do Douro.

Oferta: Para além das viagens de veleiro no Douro, a oferta da Douro à Vela contempla também outras atividades complementares, tais como os tourings culturais e paisagísticos, a gastronomia e vinhos, organização de eventos com ligação às quintas, enotecas e museus.

Contactos:

Lugar da Curvaceira - Penajóia Lamego	www.douro-a-vela.pt info@douro-a-vela.pt	+351 918 793 792
--	---	------------------

Designação: Douro Wonderful Events, Unipessoal, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: A empresa Douro Wonderful Events é especializada na realização de tours off-road, bem como em eventos turísticos, culturais e desportivos.

Oferta: A oferta é vasta, incluindo, o touring cultural e paisagístico (com atividades guiadas, nomeadamente visitas a museus, caves de vinho, quintas vinhateiras, monumentos, locais históricos, etc), a promoção e organização de city breaks (com passeios de charret pela cidade da Régua), atividades de turismo de natureza (com viaturas todo-o-terreno), passeios pedestres, convívios e momentos de gastronomia, funcionando os vinhos como um elemento transversalmente aglutinador.

Contactos:

Rua João de Lemos 2, Lj All Peso da Régua	www.douroevents.pt info@douroevents.pt	+351 254 318 046 +351 917 042 900
--	--	--------------------------------------

Designação: Gorgeous Ways, Unipessoal, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: A Gorgeous Ways opera sob a marca Wander Steps e dedica-se à organização de passeios turísticos pela região do Douro, habitualmente de um dia e nos quais o vinho é um elemento âncora. No futuro, é expectável vir a organizar passeios turísticos de mais dias nas regiões vinhateiras do país.

Oferta: A oferta atual inclui um conjunto de rotas: Rota Vintage e Tawny, Rota do Porto, Rota Moscatel, Rota Espumante, Rota Alvão.

Contactos:

Quinta do Coval, Bloco 2, 1º Frente Vila Real	wandersteps@gmail.com	+351 925 318 053
--	--	------------------

Designação: Greengrape, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: É uma empresa especializada na comunicação nas áreas dos vinhos, gastronomia, turismo e cultura. Paralelamente, e numa lógica integradora, cria e dinamiza momentos de animação turística, divulgados a partir do portal online alltodouro.com.

Oferta: A Greengrape presta serviços na área da consultoria e assessoria de imprensa; marketing digital; design, produção de vídeo e fotografia; e organização de eventos/animação turística, produto no qual se inserem programas enoturísticos.

Contactos:

Rua Fundo do Povo, nº 6 - Arroios Vila Real	http://www.greengrape.pt/ celestepereira@greengrape.pt	+351 936 825 649
--	---	------------------

Designação: Hotel do Cerrado - Hotel

Descrição: O Hotel do Cerrado dispõe de trinta quartos e de um bar e está rodeado de jardins.

Oferta: A oferta foca-se no alojamento (com pequeno-almoço).

Contactos:

Avenida D. Afonso Henriques Lamego	alberga.cerrado@mail.telepac.pt	+351 254 613 164
---------------------------------------	--	------------------

Designação: Hotel Lamego - Hotel

Descrição: O hotel data de 1996 e possui noventa e três quartos. Tem uma piscina exterior aquecida, um health club com banho turco e massagens, campos de ténis, campo de squash, para além jardim, pomar e vinha.

Oferta: A oferta está centrada no alojamento e restauração (refeições sem marcação, com exceção para grupos) e na promoção de visitas à Quinta Branca (propriedade do hotel) e provas de vinhos.

Contactos:

Rua de S. João - Urbanização de Ortigosa, Lamego	www.hotellamego.pt reservas@hotellamego.pt	+351 254 656 171
---	--	------------------

Designação: Hotel Miracorgo - Hotel

Descrição: Este hotel dispõe de cento e sessenta e seis quartos, com varandas sobre o rio (propício ao birdwatching), piscina coberta, solário, discoteca, salas de reuniões e congressos e restaurante panorâmico.

Oferta: A oferta está centrada no alojamento e restauração.

Contactos:

Avenida 1º de Maio, 76 a 78 5000-651 Vila Real	www.hotelmiracorgo.com miracorgo@mail.telepac.pt	+351 259 325 001
---	--	------------------

Designação: Hotel Miraneve - Hotel

Descrição: Este hotel possui 26 quartos, salas para reuniões, congressos ou refeições, e um restaurante.

Oferta: A oferta está centrada no alojamento e restauração.

Contactos:

Rua Dom Pedro de Castro 5000-669 Vila Real	www.hotelmiraneve.com.pt hotelmiraneve@live.com.pt	+351 259 323 153
---	--	------------------

Designação: Hotel Régua Douro - Hotel

Descrição: O Hotel Régua Douro dispõe de setenta e sete quartos com uma magnífica vista sobre o rio Douro e seus vinhedos. Possui dois restaurantes panorâmicos; um snack-bar panorâmico com self-service e duas salas para banquetes. O hotel possui, ainda, salas de reuniões, sala de leitura, parque infantil, piscina exterior, ginásio, jacuzzi, banho turco, cais fluvial privado, entre outros.

Oferta: A oferta está centrada no alojamento e restauração, sendo também possível realizar banquetes e jantares temáticos, bem como provas de vinhos com visita guiada aos lagares de granito e tonéis de madeira, numa Quinta Centenária (Quinta de Campanhã).

Contactos:

Largo da Estação da CP Peso da Régua	www.hotelreguadouro.pt geral@hotelreguadouro.pt	+351 254 320 700 + 351 966 905 987
---	--	---------------------------------------

Designação: Hotel Rural Casa dos Viscondes da Várzea - Hotel Rural

Descrição: Este hotel corresponde a um solar, datado do século XVI. Está inserido numa propriedade de família com mais de 180 hectares, repartidos por vinha, azeite e árvores de fruto, e foi adaptado recentemente para Hotel de Charme. Possui uma capela com um altar barroco, adegas de vinho seculares e um lagar de azeite ainda em funcionamento.

Oferta: Para além de alojamento, a oferta, durante os meses de produção de vinho, inclui a participação na prensa do vinho e em jantares folclóricos acompanhados por música de concertina.

Contactos:

Quinta da Várzea 5100-878 Lamego	www.hotelruralviscondesvarzea.com hrcv@netcabo.pt	+351 254 690 020 +351 967 606 385
-------------------------------------	--	--------------------------------------

Designação: Hotel Solar dos Pachecos - Hotel

Descrição: Este hotel corresponde a uma antiga casa estilo senhorial, completamente reconstruída em 2003, decorada pelo arquiteto Siza Vieira. Dispõe de quinze quartos.

Oferta: A oferta está centrada no alojamento (com pequeno almoço), complementada com a promoção de provas de vinho.

Contactos:

Av. Visconde Guedes Teixeira Lamego	hotelsolarpachecos@gmail.com	+351 254 600 300
--	------------------------------	------------------

Designação: Império Hotel - Hotel

Descrição: O Império Hotel apresenta-se como uma unidade hoteleira de ambiente familiar e dispõe de trinta e três quartos e sala de estar.

Oferta: A oferta foca-se no alojamento.

Contactos:

Rua José Vasques Osório 5050-280 Peso da Régua	www.imperiohotel.com info@imperiohotel.com	+351 254 320 120
---	---	------------------

Designação: Naturimont Desporto Aventura e Turismo, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: A Naturimont é uma empresa especializada no planeamento, organização e operacionalização de eventos e atividades de aventura.

Oferta: No Vale do Douro, promove atividades de aventura para grupos e empresas, trabalhando em estreita parceria com as unidades hoteleiras da Região. Também promove a organização de eventos de animação em espaços urbanos e escolares.

Contactos:

Lugar Campo da Estalagem Britiande, Lamego	www.naturimont.com info.naturimont@mail.telepac.pt	+351 254 613 918 +351 969 081 507
---	---	--------------------------------------

Designação: Novas Etapas, Animação Turística, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: Esta é uma empresa que pretende proporcionar aos visitantes diversas atividades para conhecer e viver a cultura Duriense, através da visita a locais diversificados, sejam eles quintas, miradouros, adegas e património. Tem também como objetivo dinamizar a região do Douro e suas empresas, assim como os seus produtos com a organização de eventos.

Oferta: A oferta inclui: cruzeiros no Rio Douro com vários itinerários desde o Porto até Barca D'alva; viagens em comboio histórico (a vapor); passeios pedestres; raids fotográficos; provas de vinhos; organização de eventos; e diversos programas personalizados.

Contactos:

Vale de Vinhas - Peso da Régua	www.novasetapas.com geral@novasetapas.com	+351 919 192 522
--------------------------------	--	------------------

Designação: **Paulo Costa - Organização de Eventos e Animação Turística, Unipessoal, Lda - Empresa de Animação Turística**

Descrição: É uma empresa dedicada à organização, gestão e promoção de eventos desportivos, turísticos e de lazer.

Oferta: Na sua oferta, destaca-se a organização da “Meia Maratona do Douro Vinhateiro”.

Contactos:

Rua D. Manuel Vieira de Matos, Poiães, Peso da Régua	paulo.costa@globalsportdouro.com	+351 917 111 855
---	----------------------------------	------------------

Designação: **Quinta das Bróllhas - Casa de Campo**

Descrição: A Quinta das Bróllhas é constituída por duas propriedades com o mesmo nome. É em Valdigem que se faz a vinificação conjunta e é lá que se situa a Casa de Habitação do século XVII (que permanece até à atualidade na família dos seus proprietários originais) com Capela do princípio do século XVIII, estando ambos os edifícios classificados como Arquitetura Residencial. Próximo da Casa Senhorial e da Capela, encontra-se a Casa do Caseiro, datada do século XIX, com um pequeno jardim. Dispõe de duas casas para fins turísticos, a Casa do Pepes (quatro quartos) e a Casa de S. Bernardo (três quartos).

Oferta: A oferta está, sobretudo, centrada no alojamento, podendo o hóspede usufruir de piscina exterior e de atividades e experiências que decorrem do caráter rural da Quinta, designadamente fazendo provas de vinho.

Contactos:

Quinta das Bróllhas – Valdigem Lamego	www.quintadasbrolhas.com; geral@quintadasbrolhas.com	+351 254 331 756 +351 917 575 928
--	---	--------------------------------------

Designação: **Quinta de Casaldronho Wine Hotel - Hotel Rural**

Descrição: A Quinta de Casaldronho Wine Hotel é um hotel bastante recente que combina harmoniosamente o minimalismo da decoração contemporânea com a autenticidade dos elementos típicos da zona de implantação, assim como materiais associados à produção vinícola, como a cortiça. O hotel dispõe de 20 quartos, piscina ao ar livre, restaurante e bar. No bar podem degustar-se os vinhos licorosos da região e no restaurante tem-se acesso a uma carta de vinhos fundamentalmente de produtores locais. A Quinta corresponde a uma área de 24 hectares, sendo 15 hectares de vinha.

Oferta: Sendo o hotel recente, a oferta ainda está muito centrada no alojamento e gastronomia. Porém, foram já feitos programas de vindimas e provas de vinho, atividades e experiências a reforçar no futuro.

Contactos:

EN 313 Valdigem Lamego	www.quintadecasaldronho.com info@quintadecasaldronho.com	+351 254 318 331
---------------------------	---	------------------

Designação: **Quinta de Marrocos - Agroturismo**

Descrição: Esta quinta possui uma área de 13 hectares, nos quais se mantém, há mais de 4 gerações, a exploração vitivinícola, culminando com a produção/engarrafamento/certificação de vinhos da quinta. A esta atividade, veio associar-se, mais tarde, a do agroturismo, com quatro quartos. A casa principal da Quinta foi outrora um Convento de Frades Franciscanos.

Oferta: Além do alojamento, a oferta contempla refeições (que podem incluir uma visita ao armazém de vinhos, lagar e vinha com uma breve descrição sobre a Quinta e os seus vinhos); provas de vinhos (nas quais se faz uma visita ao armazém de vinhos, lagar e vinha, sendo que, depois, é servida uma refeição numa cozinha tradicional agrícola e acompanhada com uma breve descrição sobre a Quinta e os seus vinhos); mini-cursos de vinhos (iniciados com uma visita ao armazém e lagar, com breve explicação sobre a região, e concluídos com um almoço na Quinta); participação na colheita das uvas, entre outras atividades e experiências.

Contactos:

Estrada Nacional 222 5100-840 Valdigem	www.quintademarrocos.com info@quintademarrocos.com	+ 351 254 322 680 +351 962 782 497
---	---	---------------------------------------

Designação: **Quinta da Pacheca - Hotel Rural**

Descrição: Com quase três séculos de existência, a propriedade tem 57 hectares que se prolongam até ao rio Douro. Os vinhedos foram reconstituídos a partir de 1903 e as castas ordenadas por talhões. O edifício principal, datado do Século XVIII, foi restaurado com respeito pela traça original e ali está instalado o internacionalmente premiado The Wine House Hotel, uma unidade enoturística dotada de restaurante e 15 quartos modernos mas sóbrios, todos diferentes entre si. Anteriormente pertencente à família Serpa Pimentel, a propriedade foi adquirida em 2013 por Paulo Pereira e Maria do Céu Gonçalves, empresários portugueses radicados em França e com atividade na área do comércio a retalho e distribuição, que impulsionaram o negócio dos vinhos e do turismo, mantendo o ambiente familiar e potenciando a fruição da paisagem.

Oferta: Aberta todo o ano, a propriedade tem uma oferta enoturística variada e ‘à la carte’, adaptável a diferentes públicos privados e empresariais, na vertente ‘chave na mão’: visitas guiadas à adega e caves; provas de vinhos; eventos de empresas; casamentos e batizados; participação nas vindimas; venda de vinhos e outros produtos regionais (e.g. azeite D.O.P., fumeiro, artesanato, compotas e mel); cursos de vinhos; workshops de cozinha e azeite; passeios pela propriedade em todo-o-terreno, de bicicleta ou pedestres; piqueniques; etc. Adicionalmente, por via de protocolos com empresas certificadas que asseguram outras atividades, disponibiliza passeios de barco no rio Douro, viagens no comboio histórico da região Património Mundial, circuitos temáticos; atividades radicais e ao ar livre; e passeios de helicóptero.

Contactos:

Cambres 5110-424 Lamego	www.quintadapacheca.com enoturismo@quintadapacheca.com	+351 254 331 229 +351 254 318 380
----------------------------	---	--------------------------------------

Designação: Quinta do Paço Hotel - Hotel

Descrição: Trata-se de um empreendimento que se insere num espaço que era uma casa senhorial do séc. XVIII. Dispõe de capela privativa e de trinta e quatro quartos. Percorrendo a Quinta, para além de um jardim magnífico, de pomares e de uma horta, podem ver-se um espigueiro, pequenos lagos, fontes e recantos de leitura. A quinta possui ainda uma piscina exterior, restaurante e sala de eventos e dois courts de ténis.

Oferta: A oferta está muito focada no alojamento e na restauração, sobretudo através da gastronomia regional, incluindo também a organização de diversos eventos, particulares ou empresariais.

Contactos:

Arroios	www.quintapaco.com	+351 259 340 790
Vila Real	hotel@quintapaco.com	+351 935 525 038

Designação: Quinta da Recião - Agroturismo

Descrição: A Quinta da Recião é constituída por duas casas que foram remodeladas recentemente: Casa dos Moinhos e Casa dos Caseiros, propícias para os amantes da natureza, estando inseridas numa propriedade de cariz rural, com vinha, um moinho e um forno a lenha. Uma das casas pode acomodar duas pessoas, enquanto a outra pode acolher quatro pessoas. O alojamento possui um terraço rodeado por um jardim e vistas para o rio. Os hóspedes poderão confeccionar as suas próprias refeições, uma vez que cada casa inclui uma cozinha totalmente equipada.

Oferta: A oferta, ainda recente, está centrada no alojamento, embora os hóspedes possam usufruir do espaço da propriedade, designadamente de passeios pela vinha e da participação nas vindimas. No futuro, a Quinta de Recião terá uma oferta mais ampla.

Contactos:

Estrada Nacional 226 Km 2 5100-000 Lamego	n.d.	+351 916 522 561
--	------	------------------

Designação: Quinta do Terreiro - Turismo de Habitação

Descrição: A Quinta do Terreiro, situada numa renovada casa do século XVIII, tem um carácter rústico e está rodeada por um jardim e pomar de árvores de fruto. Possui dez quartos, uma sala de jantar, sala de jogos e biblioteca. No exterior, tem jardim infantil, piscina e campo de ténis.

Oferta: A oferta está centrada no alojamento, pequeno-almoço, almoço e jantar (se solicitados com um dia de antecedência)

Contactos:

Lalim	www.quintadoterreiro.com	+351 254 697 040
Lamego	informacoes@quintadoterreiro.com	+351 969 373 473

Designação: Quinta da Timpeira - Agroturismo

Descrição: É uma propriedade com vinhas e pomares e que dispõe de sete quartos, sala de refeições, loja de artesanato, piscina exterior aquecida, campo de ténis e bar. O bar da Quinta providencia os vinhos tradicionais da região do Douro.

Oferta: Para lá do alojamento, a Quinta da Timpeira proporciona provas de vinhos; passeios pedestres pelas vinhas; participação em atividades das vindimas; e a venda de vinhos.

Contactos:

Lugar da Timpeira, Penude 5100-718 Lamego	www.quintadatimpeira.com quintadatimpeira@gmail.com	+351 254 612 811
--	--	------------------

Designação: Quinta dos Tourais - Agroturismo

Descrição: A Quinta de Tourais situa-se no Vale de Cambres e pertenceu em tempos ao mosteiro de Salzedas. Está na família há três gerações e possui oito hectares de vinha. As uvas produzidas na Quinta eram vendidas a uma firma exportadora, mas a partir de 1999 começaram a produzir-se os primeiros vinhos engarrafados. Hoje possui vinhos brancos, tintos e rosés, e tem quatro marcas diferentes. Mais recentemente dedica-se também ao enoturismo, o que inclui alojamento, provas de vinhos, workshops temáticos e visitas à propriedade.

Oferta: Os hóspedes podem desfrutar da piscina exterior, da sala e cozinha comuns, podendo ainda participar de atividades de elaboração do vinho, como a vindima e a pisa. As atividades de lazer nas proximidades incluem passeios de barco ou de comboio, visita ao Museu do Douro, passeios de bicicleta e visita às quintas próximas.

Contactos:

Quinta de Tourais Lamego	www.quintadetourais.com manuelamoraissoares@mail.telepac.pt	+ 351 254 106 065 + 351 918 754 101
-----------------------------	--	--

Designação: Quinta do Vallado - Turismo de Habitação

Descrição: É um dos espaços mais emblemáticos da região duriense, patenteando uma longa e muito interessante história, que remonta à lendária e empreendedora Dona Antónia Adelaide Ferreira. Com cerca de 70 hectares de vinha, em 2012, a quinta, que já recebia hóspedes na casa antiga de Dona Antónia Ferreira, promoveu um projeto de investimento que deu origem a um novo edifício da autoria do arquiteto Francisco Vieira de Campos, que seguiu a mesma linguagem arquitetónica da adega, moderna, funcional e de linhas sóbrias. Atualmente, a quinta possui treze quartos, cinco dos quais no edifício antigo e oito no novo edifício.

Oferta: As atividades ao dispor dos hóspedes e visitantes são diversas: visitas à vinha e à adega, com prova de vinho no final; passeios pedestres guiados; passeios de bicicleta, de barco e de jipe; sessões de pesca no rio Corgo; piqueniques campestres; aulas de cozinha tradicional; provas de vinhos e cursos de iniciação à prova, etc.

Contactos:

Vilarinho dos Freires 5050-364 Peso da Régua	www.quintadovallado.com geral@quintadovallado.com	+351 254 318 081 /+351 934 582 446 +351 939 103 584 /+351 935 847 473
---	--	--

Designação: Six Senses Douro Valley - Hotel

Descrição: O Six Senses Douro Valley está situado na margem sul do rio Douro, entre vinhas centenárias e um rio magnífico, numa região classificada em 2001 como Património Mundial pela Unesco. A 142 km do Aeroporto Internacional do Porto, esta propriedade de sete hectares e cinquenta e sete quartos, possui três restaurantes, uma Wine Library e um revitalizante Spa Six Senses que ocupa 2.200 metros quadrados.

Oferta: A oferta contempla o alojamento, serviço de restaurante, uma Wine Academy interativa e um spa (incluindo terapias com base no vinho).

Contactos:

Quinta Vale de Abrão, Samodães Lamego	www.sixsenses.com/resorts/dourovalley/destination reservations-dourovalley@sixsenses.com	+351 254 660 600
--	---	------------------

Designação: Villa Hostilina - Turismo de Habitação

Descrição: É uma casa do séc. XIX rodeada de vinhas e pomares, contando com oito quartos, sala de convívio, sala de jogos, bar e adega rústica, campo de jogos, jardins e piscina. Tem ainda um clube de saúde Kosmos Gym (ginásio, sauna, massagem, relax) integrado na mesma propriedade. O Bar e a Adega denominado "VHIKIMBAR" é um espaço integrado na Villa Hostilina, com uma decoração típica duma região vinhateira como é o Douro.

Oferta: A oferta está muito associada ao alojamento (com pequeno almoço), sendo que no VHIKIMBAR se podem apreciar as iguarias típicas da região, tais como presunto, queijos, pão, doçaria, vinhos, enchidos, entre outros, acompanhados por música.

Contactos:

Villa Hostilina 5100-192 Lamego	www.villahostilina.pt villahostilina@gmail.com	+351 254 655 023 +351 966 905 427 +351 966 905 428 +351 963 987 708
------------------------------------	---	--

Designação: Wine Moments – Wine & Gourmet, Lda - Empresa de Animação Turística

Descrição: Esta empresa organiza pacotes turísticos personalizados para promover experiências únicas na região duriense, indissociáveis dos néctares produzidos (Douro e Porto).

Oferta: A oferta é ampla e inclui: experiências vnicas (e.g. roteiro vínico), touring cultural e paisagístico (e.g. Vinhos de Museu), workshops (e.g. Iniciação à Prova de Vinhos), experiências no rio Douro, para além da organização de eventos e de serviços de catering e de diversos programas tailormade.

Contactos:

Rua Dr. Mário B. Pereira Urb. Vinha da Porta, lote I, Fração B, Godim, Peso da Régua	www.winemoments.pt/index.php geral@winemoments.pt	+351 254 323 459 +351 961 124 864
--	--	--------------------------------------

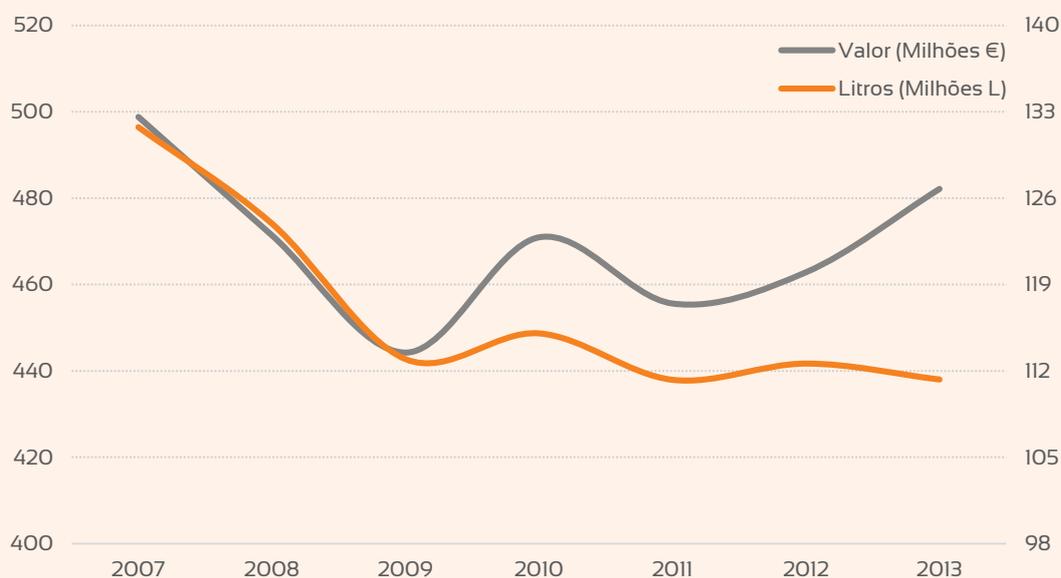
Fonte: Guia de Enoturismo Portugal (2014); Douro Wine Tourism (2013); SABI (acedido em dezembro de 2014); sítios da internet; Carvalho & Carvalho; Casa da Cruz; Casa de Cambres; Casa Sto António de Britiande; Casa do Mineiro Casa dos Pinguéis; Casa dos Varais; Casa Relógio de Sol; Douro à Vela; Douro Wonderful Events; Quita da Pacheca; Quita de Marrocos; Quinta dos Tourais; Six Senses Douro Valley; Villa Hostilina.

4. Vitivinicultura e Enoturismo no Eixo Urbano do Douro: o Lado da Procura

A Região Demarcada do Douro (RDD) e, por inerência, o Eixo Urbano do Douro, apresentam um nível de vendas de vinhos relativamente estabilizado em anos recentes. Com efeito, após a crise internacional de 2008/ 2009, cujos reflexos foram muito fortes na procura de vinho em todo o mundo, as vendas de vinhos com origem na RDD (vinho “generoso” Porto e vinhos “tranquilos” Douro) rondaram sempre os 112 milhões de litros.

Já em termos de valor, as vendas de vinhos do Douro e Porto têm vindo a aumentar de forma significativa a partir de 2009 (embora com uma ligeira retração em 2011, fruto dos efeitos do resgate financeiro no nosso país), sinalizando uma valorização crescente destes vinhos pelos consumidores, nomeadamente nos mercados internacionais (Gráfico II).

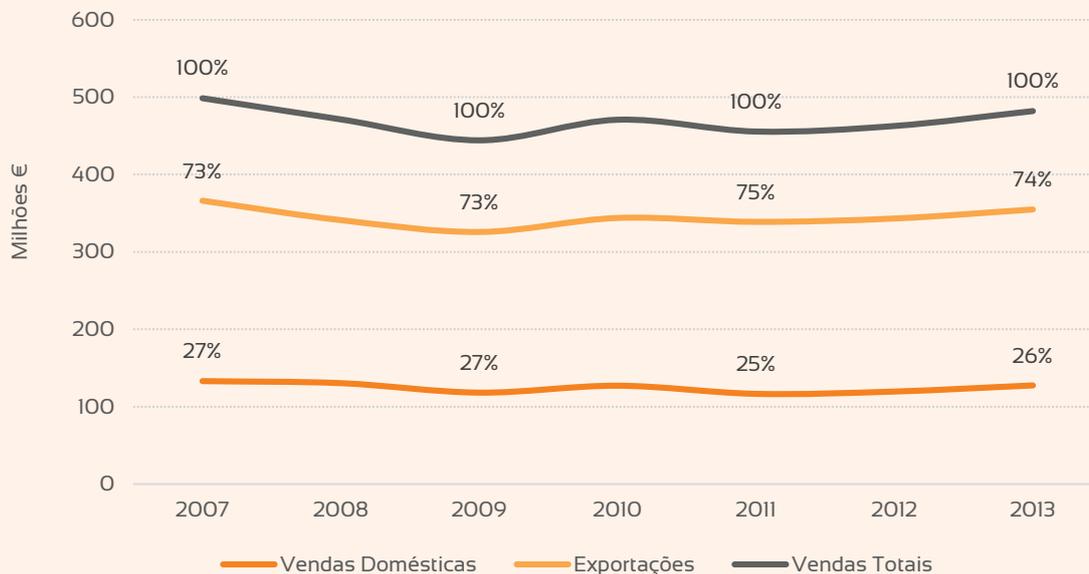
GRÁFICO II.
VENDAS DE VINHOS DO DOURO E PORTO EM VOLUME E VALOR, 2007-2013



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

Esta valorização crescente dos vinhos do Douro e Porto resulta de um processo consistente de melhoria da qualidade ao longo do tempo e de uma afirmação notória junto dos grandes críticos de vinho a nível mundial. A este nível, 2014 revelou-se talvez o melhor ano na longa história da RDD, com a *Wine Spectator* (a revista especializada mais conceituada do mundo na área dos vinhos) a eleger o Dow's Porto Vintage 2011 como o melhor vinho do mundo e a colocar mais quatro vinhos do Douro e Porto no TOP 100 a nível mundial (3.º - Prats & Symington Douro Chryseia, 4.º - Quinta do Vale Meão Douro, 13.º - Fonseca Vintage Port, 27.º - Quinta do Portal Colheita de 2011).

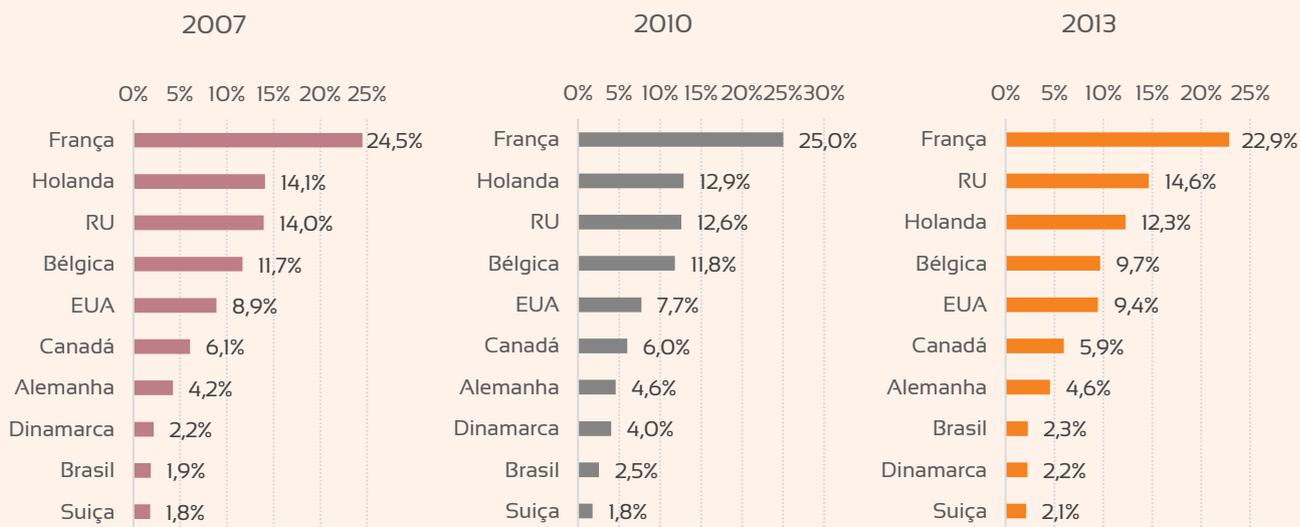
GRÁFICO 12.
VENDAS INTERNAS E EXTERNAS DE VINHOS DO DOURO E PORTO, 2007-2013



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

O bom posicionamento internacional conseguido pelos vinhos da RDD tem determinado uma forte orientação exportadora, observando-se que, em anos recentes, cerca de três quartos das vendas dos vinhos do Douro e Porto são feitas nos mercados externos (Gráfico 12).

GRÁFICO 13.
RANKING DOS PRINCIPAIS MERCADOS DE EXPORTAÇÃO DE VINHOS DO DOURO E PORTO, 2007-2013



Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho.

Os principais mercados de exportação dos vinhos do Douro e Porto são, tradicionalmente, França, Reino Unido, Holanda, Bélgica, Estados Unidos da América, Canadá, Alemanha, Brasil, Dinamarca e Suíça. Em termos de dinâmica, destaca-se o aumento da relevância do mercado dos EUA e a perda moderada de importância de alguns dos mercados mais destacados, como é o caso do mercado francês e dos mercados do Benelux (Gráfico 13).

Considerando agora o lado da procura no que ao enoturismo diz respeito, observa-se que o número de dormidas registou, em termos médios anuais, um recuo, no período entre 2002 e 2012, no Peso da Régua (-2,7%) e, sobretudo, em Vila Real (-4,3%), num comportamento que foi mais intenso do que o ocorrido no conjunto da Região do Douro (-2%). Em contraste, este indicador exibiu um acréscimo no município de Lamego (1,7%), que, ainda assim, ficou aquém do aumento apresentado pela Região Norte (3,4%) (Gráfico 14).

GRÁFICO 14.
NÚMERO DE DORMIDAS NO EIXO URBANO DO DOURO, 2002-2012



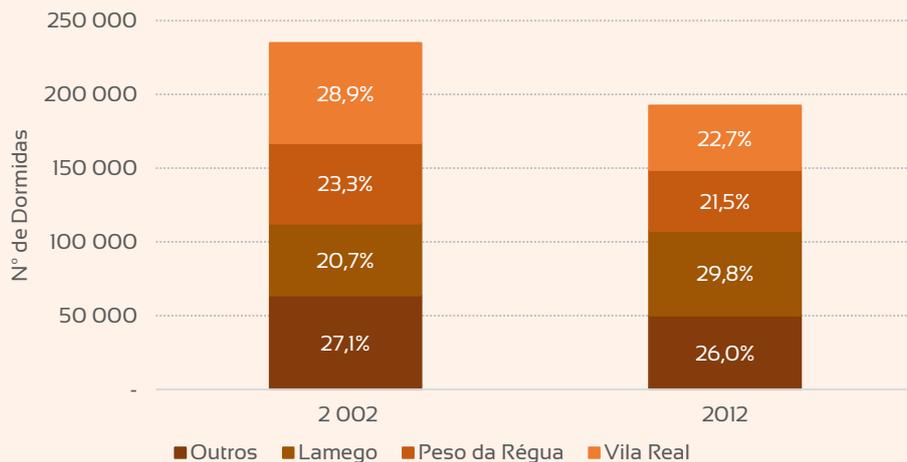
Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Estes dados sugerem, pois, uma trajetória especialmente difícil para o Eixo Urbano, mas também para o cômputo do Douro, num período em que, pelo contrário, a Região Norte exibiu um comportamento muito favorável.

O reconhecimento da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro como Património Mundial da Humanidade pela UNESCO parece, assim, não se ter materializado nas pernoitas no território em causa, sugerindo alguma incapacidade em reter turistas. Note-se, contudo, que a oferta de alojamento no cômputo dos três concelhos em análise apresenta ainda algumas fragilidades, seja por via da sua insuficiente capacidade de alojamento seja, como referido no brainstorming e em algumas entrevistas, pela composição limitada e ainda pouco integrada da oferta enoturística. Adicionalmente, a redução da distância-tempo entre o Porto e o Eixo Urbano fará com que a pernoita, tudo o resto constante, tenda a ocorrer com maior intensidade na cidade invicta.

Refletindo em parte aquele andamento, a expressão dos concelhos em apreço no total de dormidas do Douro subiu em Lamego (atingindo 30% em 2012, mais 9 p.p. que em 2002) e desceu em Vila Real (passando de 29% em 2002 para 23% em 2012), ficando estável no Peso da Régua (Gráfico 15).

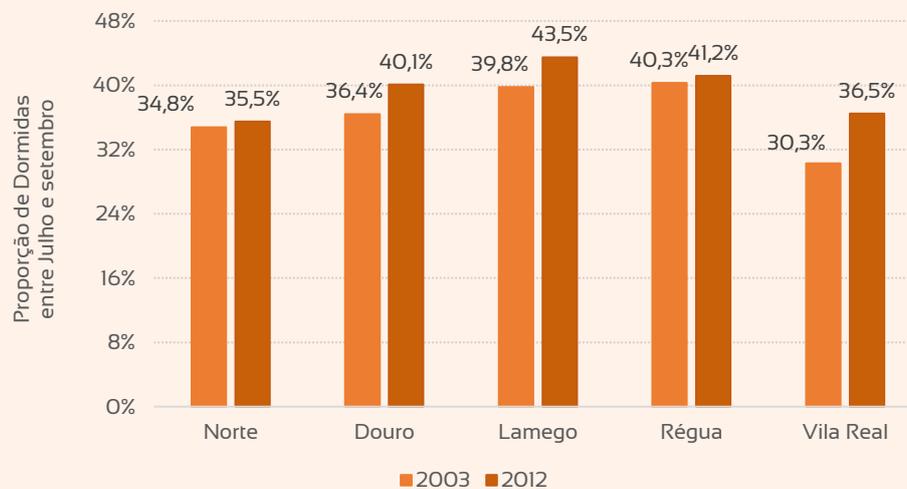
GRÁFICO 15.
DORMIDAS NO DOURO (%), 2002-2012



Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Apenas Vila Real apresenta, em 2012, um grau de sazonalidade da procura menor que o cômputo do Douro, sendo que os restantes dois concelhos exibem uma sazonalidade sensivelmente maior, com uma concentração superior de dormidas no período entre julho e setembro. Face à Região Norte, qualquer um dos três concelhos evidencia uma sazonalidade mais intensa (Gráfico 16).

GRÁFICO 16.
PROPORÇÃO DE DORMIDAS ENTRE JULHO E SETEMBRO NO DOURO E NO EIXO URBANO DO DOURO (%), 2003-2012

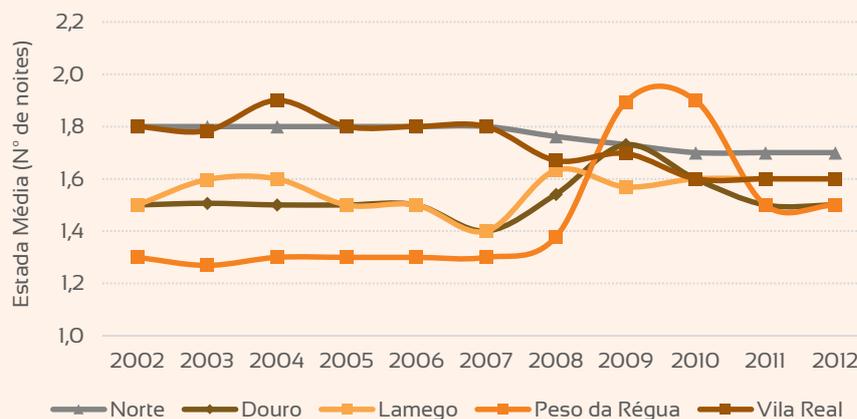


Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Estes dados sugerem que o Eixo Urbano do Douro enfrenta o desafio de intensificar a dinamização do turismo ao longo de todo o ano, de modo a acentuar a atração de turistas fora do período de verão. Como realçado em alguns momentos de auscultação dos players que estão no terreno, este desafio deverá passar por uma oferta mais completa e integrada de atividades e experiências a vivenciar no Eixo Urbano, dando não apenas uso pleno aos recursos endógenos mas procurando também trazer mais atrações para a região (e.g. exposições de pintura, concertos de jazz, etc.) que sejam compagináveis com o perfil do turista (qualificado, culto e sofisticado).

Sem surpresas de maior, olhando para os dados da estada média dos turistas, deparamo-nos com valores relativamente reduzidos (Gráfico 17).

GRÁFICO 17.
ESTADA MÉDIA NA REGIÃO NORTE, NO DOURO E NO EIXO URBANO DO DOURO, 2002-2012



Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Os players da região aspiram a um aumento deste indicador. Para além de causas já aqui ventiladas, associadas, designadamente, à escassez de uma oferta de alojamento para grandes grupos, à articulação ágil entre os vários players da região, acresce a escassez de cooperação entre localidades, que, não raras vezes, promovem eventos da mesma natureza (e.g. festivais gastronómicos, feiras medievais, etc.), sem a diferenciação suficiente que induza o turista a permanecer mais tempo na região. Acresce ainda o facto de outras atividades relacionadas com o turismo não estarem devidamente desenvolvidas, mesmo nos pontos centrais do Eixo Urbano, como é o caso do comércio e da restauração. As respostas dadas ao inquérito dirigido a unidades enoturísticas da Região Norte evidenciam, também, que a permanência do cliente final naquelas unidades é curta (cerca de metade das respostas aponta para um período inferior a 2 horas) (Gráfico 18).

CAIXA DE TEXTO 4.
OS CRUZEIROS NO DOURO NAVEGÁVEL

Embora encerre limitações, a navegabilidade do rio Douro tem vindo a registar uma evolução bastante positiva que não deve ser descurada quando se analisa o posicionamento atual e, sobretudo, as perspetivas futuras do enoturismo no Eixo Urbano do Douro.

Com efeito, a Delegação do Douro do Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT) registou cerca de 615 mil passageiros no ano de 2014, o que corresponde a um aumento de 13% face ao ano anterior. Daquele total, a maior parte respeita ao segmento de "cruzeiros na mesma albufeira" (viagens com duração variável, de meia e uma hora, e que se concentram nas zonas Porto/Gaia; Entre-os-Rios; Régua; Pinhão, Foz do Sabor e Pocinho). Segue-se o segmento de "cruzeiros de um dia" (que utilizamclusagens), com cerca de 160 mil passageiros, exibindo um crescimento de 6% face a 2013. Por sua vez, o segmento "cruzeiros mais de um dia" (embarcações hotel) registaram cerca de 53 mil passageiros, mais 35% do que no ano anterior, facto a que não será alheia a entrada de duas novas embarcações hotel na via navegável do Douro (VND). Por fim, o segmento "navegação de recreio" cresceu 6% por comparação com 2013, totalizando 6356 passageiros.

Recuando um pouco mais no tempo, e, embora partindo de valores modestos, é de sublinhar o crescimento do número de passageiros no segmento "barco-hotel", que, entre 2007 e 2014, exibiu um aumento médio anual de cerca de 17%.



Nota: A não disponibilização, nas últimas estatísticas do IMT, de dados dos cruzeiros na mesma albufeira até 2011 e de navegação de recreio até 2008, impõe uma especial cautela na leitura da evolução do número total de embarcações aqui plasmado até 2011.

A trajetória observada no número de passageiros é corroborada pelo comportamento do número de embarcações Marítimo-Turísticas e pela capacidade instalada em atividade no Douro.

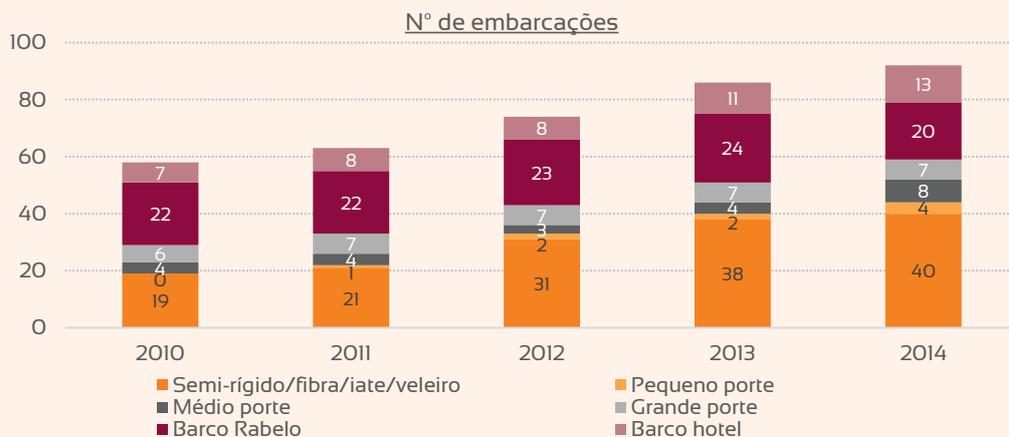
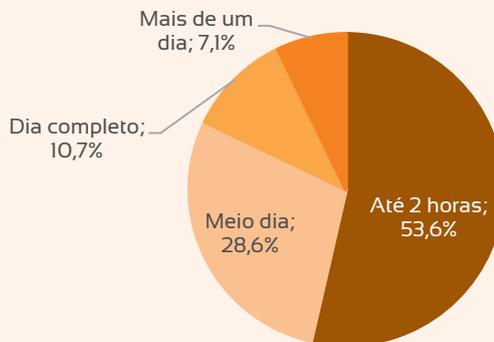


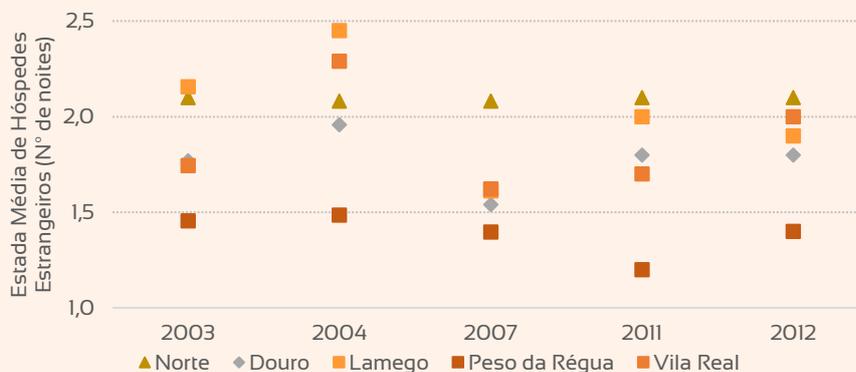
GRÁFICO 18.
PERMANÊNCIA MÉDIA DO CLIENTE NAS UNIDADES DE ENOTURISMO NA REGIÃO NORTE



Fonte: O Enoturismo em Portugal – Caracterização da Oferta e da Procura (dados para a Região Norte).

No que diz respeito à procura dirigida por turistas estrangeiros, medida pela estada média de hóspedes estrangeiros, destaca-se a singularidade do Peso da Régua, com valores inferiores aos verificados na Região do Douro e com a estada média do total de hóspedes, nos últimos anos, a ser superior (ainda que marginalmente) à da dos hóspedes estrangeiros (Gráfico 19).

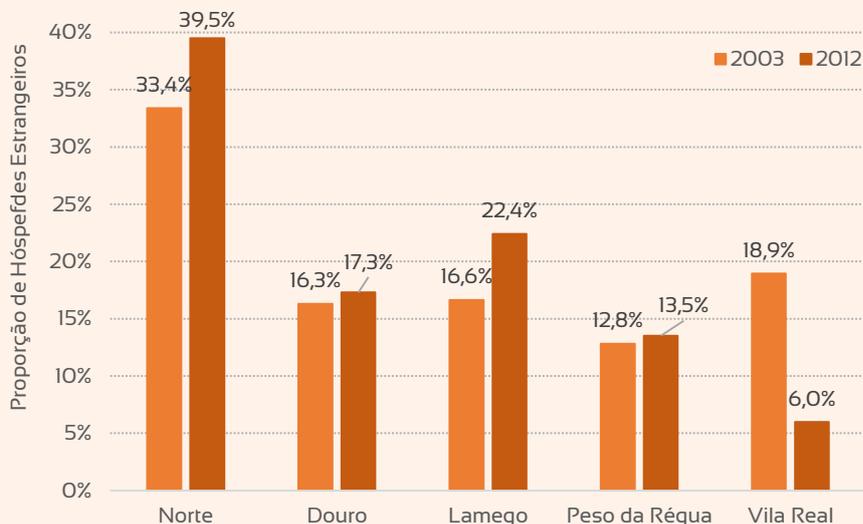
GRÁFICO 19.
ESTADA MÉDIA DE HÓSPEDES ESTRANGEIROS NO DOURO E NO EIXO URBANO DO DOURO, 2003-2012



Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Ainda relativamente a hóspedes estrangeiros, cabe aqui sublinhar que estes não têm, em nenhum dos concelhos considerados, a expressão que ostentam na Região Norte. Assim, em 2012, os hóspedes estrangeiros representavam somente cerca de 6% do total de hóspedes em Vila Real, 13,5% no Peso da Régua, sendo apenas em Lamego que o indicador superava o do Douro (22,4% vs 17,3%), mas, ainda assim, ficando bastante abaixo dos 39,5% da Região Norte. Salienta-se também o facto de a proporção de hóspedes estrangeiros se ter reduzido, entre 2003 e 2012, em Vila Real, ao contrário do movimento observado nos restantes concelhos e nas Regiões do Douro e Norte (Gráfico 20).

GRÁFICO 20.
PROPORÇÃO DE HÓSPEDES ESTRANGEIROS NA REGIÃO NORTE, NA REGIÃO DO DOURO E NO EIXO URBANO DO DOURO (%), 2003-2012



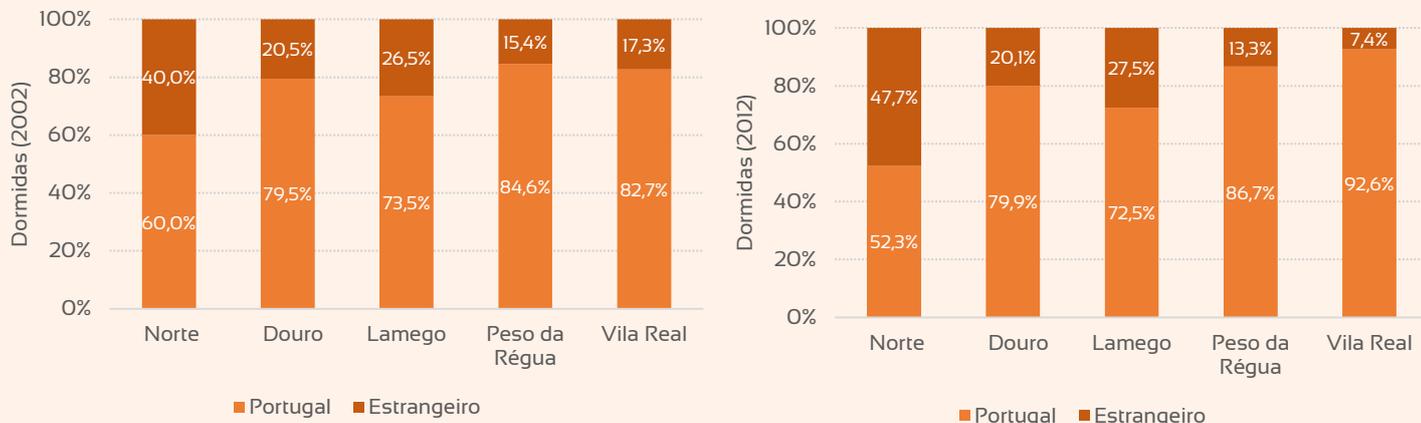
Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Estes dados apontam, assim, para uma visibilidade do Eixo Urbano ainda algo reduzida além-fronteiras. Contudo, se nos detivermos nos clientes finais e não estritamente nos hóspedes, verifica-se que, segundo o inquérito feito às unidades de enoturismo da Região Norte, a repartição entre estrangeiros e portugueses é equilibrada (49% e 51% das respostas, respetivamente).

A maior visibilidade no estrangeiro, tal como destacado nos momentos de auscultação levados a cabo, poderia decorrer de um maior esforço de articulação entre os players que estão no mercado, sobretudo quando a sua dimensão é relativamente reduzida. Podia, ainda, ser reforçada com uma maior ligação entre as entidades que atuam no Eixo Urbano e os maiores pólos de entrada de turistas estrangeiros em Portugal, de que é exemplo paradigmático o caso da cidade do Porto, através do aeroporto Francisco Sá Carneiro ou, no futuro, através do terminal de cruzeiros de Leixões. Em todo o caso, não se pode descurar a notoriedade já granjeada no estrangeiro por algumas entidades, movida não só pela qualidade intrínseca da sua oferta, mas também pelo esforço individual de divulgação que têm vindo a envidar. Acrescem, ainda, casos de cooperação existentes a nível privado, que funcionam como exemplos de boas práticas e de inspiração para as demais entidades. Relativamente à divulgação preconizada por entidades de cariz institucional, a ideia que perpassou da auscultação feita aos players empresariais foi a de que aquela carece de uma linha de continuidade no tempo, de modo a tornar mais coerentes, robustas e consequentes as estratégias prosseguidas.

A análise complementar a esta, associada às dormidas de estrangeiros, corrobora a relativamente escassa presença de turistas estrangeiros na região em estudo, que, aliás, é marcada pela perda de expressão, entre 2002 e 2012, no Peso da Régua e, sobretudo, em Vila Real (Gráfico 21).

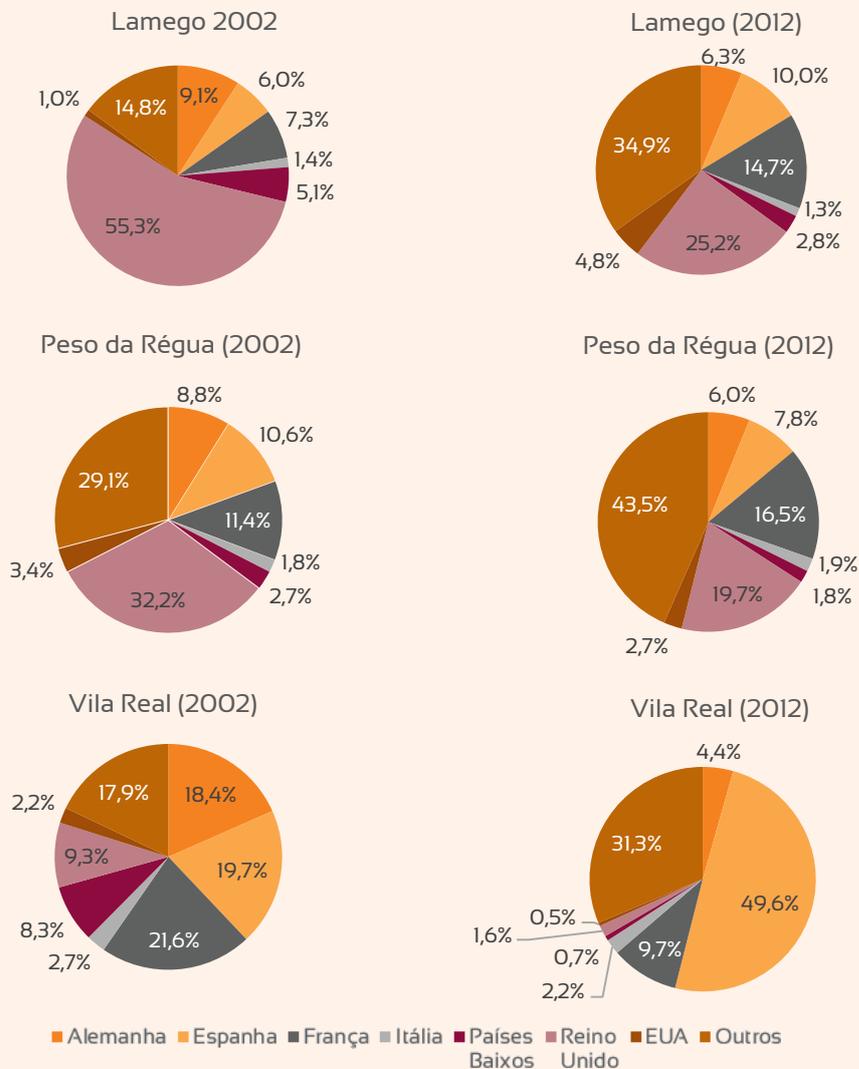
GRÁFICO 21.
 PROPORÇÃO DE DORMIDAS DE PORTUGUESES 'VS' ESTRANGEIROS NO DOURO
 E NO EIXO URBANO DO DOURO (%), 2002-2012



Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Analisando a origem geográfica por dormidas, verifica-se que o Reino Unido, embora em clara queda, é o país que mais se realça quer em Lamego quer no Peso da Régua. Seguem-se, em ambos os concelhos, França e, depois, Espanha e Alemanha, países que, genericamente, ganharam expressão ao longo do tempo (excecтуando-se apenas o caso de Espanha nas dormidas do Peso da Régua). Relativamente a Vila Real, as dormidas de estrangeiros são agora dominadas por Espanha (com praticamente metade das dormidas), que, desta forma, ultrapassou, e muito, a França e, também, a Alemanha (Gráfico 22).

GRÁFICO 22.
ORIGEM GEOGRÁFICA NAS DORMIDAS DE HÓSPEDES ESTRANGEIROS NO EIXO URBANO DO DOURO (%), 2002-2012



Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região.

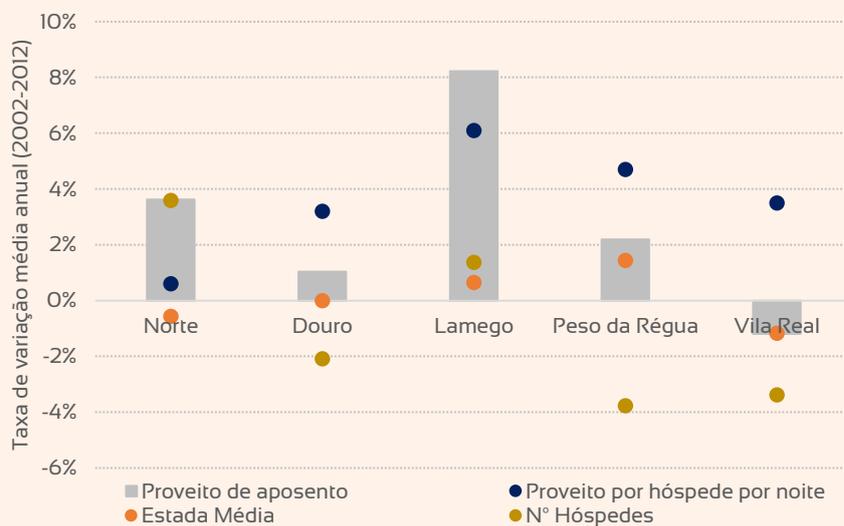
Como ilustrado no Gráfico 23, atentando-se aos proveitos dos estabelecimentos hoteleiros (proveitos de aposento), constata-se que, no período entre 2002 e 2012, a Região do Douro registou um aumento modesto, com uma variação média anual de 1%, que compara com uma variação de 3,6% na Região Norte. No Eixo Urbano do Douro, destacou-se o desempenho de Lamego, com um aumento médio anual de 8,2%, posicionando-se também o Peso da Régua acima da média do Douro (2,2%), enquanto Vila Real evidenciou um decréscimo de 1,2%.

Decompondo este indicador nas suas componentes (número de hóspedes, estada média e proveitos de aposento por noite), é possível perceber que os proveitos totais em qualquer dos três concelhos foram alavancados pelo proveito unitário dos estabelecimentos hoteleiros (assente num preço mais elevado ou, alternativamente, numa redução de custos), leitura que se estende ao Douro mas que já não se verifica no cômputo da Região Norte, região na qual foi a evolução favorável do número de hóspedes que justificou o aumento dos proveitos.

Com efeito, no Peso da Régua e em Vila Real, existiu um decréscimo no número de hóspedes (variações médias anuais de, respetivamente, -3,8% e -3,4%), sendo que naquele último concelho a estada média também caiu (variação média anual de -1,2%). Diferentemente, em Lamego, o andamento destes dois indicadores, embora modesto (sobretudo na estada média), foi positivo.

Calculando-se o proveito unitário dos estabelecimentos hoteleiros (i.e. o proveito por hóspede e por noite), verifica-se que este indicador praticamente ficou inalterado na Região Norte (com uma variação média anual de 0,6%), ao passo que aumentou de forma mais pronunciada na região do Douro (com uma variação média anual de 3,2%) e ainda mais intensamente em cada um dos três concelhos: 3,5% em Vila Real, 4,7% no Peso da Régua e 6,1% em Lamego.

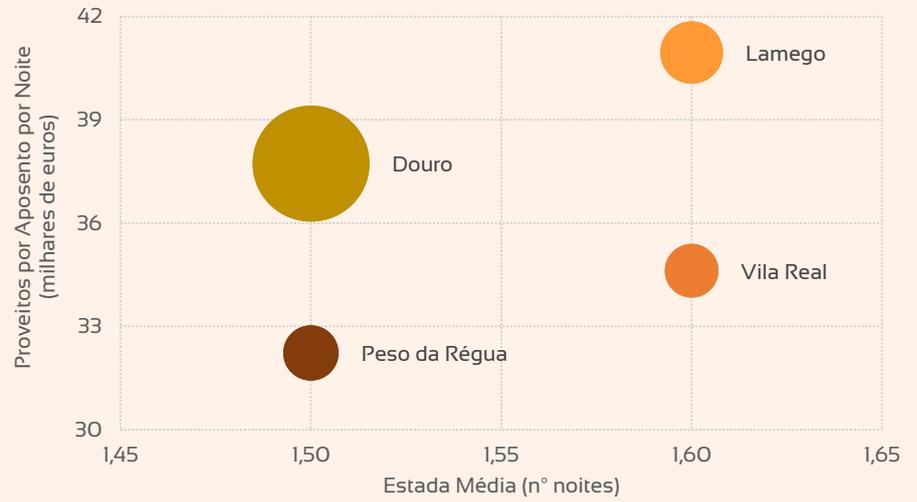
GRÁFICO 23.
EVOLUÇÃO DOS PROVEITOS DE APOSENTO NA REGIÃO NORTE, NO DOURO E NO EIXO URBANO DO DOURO, 2002-2012



Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

Como é mostrado no Gráfico 24, confrontando-se os valores absolutos das variáveis em causa nos três concelhos e no Douro, verifica-se que o Peso da Régua está alinhado com o Douro no que toca a estada média, que, por sua vez, é menor à observada nos demais concelhos em estudo. Para além de ter a estada mais baixa, o Peso da Régua é o concelho com menor proveito por aposento por noite, sendo que Vila Real e, sobretudo, Lamego apresentam, neste indicador, um posicionamento mais favorável.

GRÁFICO 24.
PROVEITOS DE APOSENTO NO, NO DOURO E NO EIXO URBANO DO DOURO, 2012



Nota: o tamanho das bolhas é proporcional ao número de hóspedes.

Fonte: Cálculos próprios com base em INE, Anuário Estatístico da Região Norte.

5. Vitivinicultura e Enoturismo: Estudos de Caso

O presente ponto sistematiza os resultados essenciais de três estudos de caso realizados em torno de empresas de referência ligadas à área do enoturismo. Uma delas está ligada à vitivinicultura e ao enoturismo no Eixo Urbano. Uma outra, também localizada no Eixo Urbano do Douro, atua na área da animação turística. Finalmente, a terceira, localiza-se em Espanha, na Rioja. As empresas em apreço são a Quinta do Vallado, a Wine Moments e a Marqués de Riscal.

Estes estudos de caso visam ilustrar boas práticas que podem servir de demonstração para outras empresas e para investidores potenciais ligados à área do enoturismo no Eixo Urbano do Douro. A informação apresentada resulta do trabalho de pesquisa da equipa técnica deste estudo e da informação disponibilizada pelas próprias entidades visadas.

Estudo de Caso I:

Quinta do Vallado

Enquadramento geral

A Quinta do Vallado representa, seguramente, um dos casos mais emblemáticos de enoturismo na região do Douro. Alia uma longa e cativante história à tradição na produção de vinhos, que primam pela sua qualidade e que granjeiam notoriedade a nível mundial.

Tendo-se, durante longo tempo, dedicado à produção e comercialização de vinhos, a Quinta do Vallado, numa fase mais recente, não só reconverteu as suas vinhas como expandiu e qualificou a sua oferta através da construção de uma unidade hoteleira, que dialoga, de forma incrivelmente harmoniosa, com a envolvente da vinha e dos vinhos e do edificado antigo da propriedade, num equilíbrio ímpar entre o passado e o presente.

Também se destaca por dar corpo a uma interessante rede de cooperação na área da promoção dos vinhos – a Douro Boys –, espelhando uma união de esforços rara na região Duriense e que tem atingido um sucesso notável.

Esta Quinta é, assim, um exemplo vivo e feliz de que a história não se desmorona, sendo antes um ativo valioso de um projeto que já deu diversas provas de ser capaz de se reinventar, adaptando-se aos desafios de cada nova etapa que enfrenta.

A Quinta de que falamos, situada em Vilarinho dos Freires, perto do Peso da Régua, no Baixo Corgo, foi construída em 1716 e é uma das quintas mais antigas e famosas do Vale do Douro, sendo a sua origem anterior à da demarcação do Douro pelo Marquês do Pombal. Pertenceu à lendária Dona Antónia Adelaide Ferreira, “a Ferreirinha” e é atualmente gerida por dois seus tetranetos – João Ferreira Álvares Ribeiro (CEO) e Francisco Spratley Ferreira (responsável agrícola e de produção), que têm o apoio de Francisco Olazabal (também ele tetraneto de Dona Antonia e que é o enólogo principal da Quinta).

Esta Quinta possui 70 hectares de vinhas, 50 dos quais com idades entre 15 e 25 anos e 20 com mais de 80 anos. No Douro Superior, perto de Castelo Melhor, foram plantados recentemente mais 20 hectares numa propriedade também recentemente adquirida – a Quinta do Orgal –, refletindo a estratégia de expansão prosseguida pelos responsáveis da Quinta do Vallado.

A rica e curiosa trajetória da Quinta do Vallado pode dividir-se em três períodos. O primeiro, decorre desde a sua origem até à venda da casa Ferreira, da mesma família, em 1987, à Sogrape. Durante este período, a atividade na Quinta do Vallado centrava-se na produção e vinificação de uvas destinadas a vinho do Porto, que era vendido a granel à Casa Ferreira.

O segundo, marcou a década de noventa do século passado, com a Quinta a voltar para a posse da Família Ferreira. Neste período, a Quinta passou pela reestruturação da vinha, sob a responsabilidade do professor Nuno Magalhães, com replantação de cerca de 50 hectares, e pela adaptação da adega, com o intuito de arrancar com a produção de vinhos de mesa. Em 1995, a Quinta encontrava-se a vinificar as suas próprias uvas e a comercializar os vinhos produzidos. Neste segundo período, deu-se, também, o lançamento da marca Quinta do Vallado.

O terceiro período, que teve início na viragem do século e que se estende até ao presente, pauta-se pela aposta firme no desenvolvimento da marca Vallado. Um simpático hotel rural foi inaugurado em 2004 na casa principal. Mais tarde, em 2012, foi inaugurado o Hotel Rural Vínico, da responsabilidade do arquiteto Francisco Vieira de Campos, que segue as linhas da adega e está rodeado de vinhas, hortas e jardins aromáticos, com oito quartos que se somam aos cinco já existentes na Casa Tradicional, para dar resposta ao aumento da procura que se observava. Com este investimento, o Hotel Rural da Quinta do Vallado passou a dispor de dois edifícios com ambientes diferentes, que unificam tradição e modernidade.

São diversas as atividades e experiências a que os hóspedes da Quinta têm acesso e são também vários os mimos com que são presenteados. Com efeito, os hóspedes podem usufruir da piscina, localizada num espaço na encosta virada para o rio Corgo, entre vinhas e árvores de fruto. Há ainda a possibilidade de receber uma massagem (sob marcação), fazer passeios pedestres guiados, de bicicleta, de barco ou de jipe, usufruir de sessões de pesca no rio Corgo, fazer piqueniques campestres, receber aulas de cozinha tradicional, fazer provas de vinhos e cursos de iniciação à prova. Durante a estada, os clientes da Quinta recebem uma garrafa de Tinto Vallado em todos os quartos e um pequeno-almoço requintado, mas tradicional, composto por várias iguarias caseiras.

Na adega, as uvas são movidas por gravidade, sem uso de bombas. A fermentação e armazenamento do vinho são feitos em cubas de aço inox e a temperatura dos mostos é controlada por um sistema automático, assim como as remontagens dos mostos durante a fermentação. Este novo espaço da Quinta do Vallado, esteve entre os finalistas dos prémios FAD 2012, um dos mais importantes galardões de arquitetura ibérica.

É possível visitar o edifício de segunda a domingo entre Maio e Outubro e de segunda a sábado no resto do ano, às 11h30, 15h30 e 17h30. A visita inclui a prova de 2 vinhos de mesa, um branco e um tinto, e um Porto Tawny 10 Anos. Todavia, as provas podem ser mais elaboradas, contemplando, nomeadamente, a prova de 3 vinhos e a degustação de queijos e enchidos ou, ainda, de 5 vinhos de uma gama mais alta. Na loja, é possível adquirir os vinhos Quinta do Vallado “a preço de adega”.

Em 2014, o volume de negócios estimado situava-se em cerca de 5,5 milhões de euros, o que compara com os 2,5 milhões de euros registados, em termos médios anuais, entre 2005 e 2010.

Estratégia

Atentando-se no que é, presentemente, a Quinta do Vallado, percebe-se que o seu passado recente tem sido norteado pelos seguintes vetores estratégicos, que continuarão a ter eco no futuro:

- Profissionalização da gestão;
- Fortes investimentos, aproveitando fundos públicos, que, aliás, já permitiram consubstanciar importantes passos no crescimento da Quinta (reconstrução da casa principal, construção da nova adega, construção do Wine Hotel, aquisição da terra e construção de raiz de uma nova Quinta no Douro Superior);
- Qualidade e consistência dos vinhos, através da aposta na viticultura (assegurando o acesso a matéria-prima de elevada qualidade) e tecnologia;
- Imagem dos vinhos, seja através dos rótulos e embalagens seja através do desenvolvimento de uma marca única;
- Visibilidade internacional, destacando-se aqui o papel fundamental da Douro Boys, como veículo de efetuar a promoção de forma eficaz e com custos comportáveis, bem como mecanismo para atrair a atenção dos mais exigentes escrutinadores do mercado mundial dos vinhos (e.g. R. Parker e Wine Spectator);
- Comunicação, por via da contratação de uma empresa especializada na área;
- Distribuição, através da alteração do modelo tradicional, da utilização de novos canais e do desenvolvimento de novos segmentos;
- Qualidade da arquitetura e da construção do edificado da Quinta, qualidade do serviço e disponibilização de uma oferta diversificada e integrada, como elementos, que conjuntamente com o vinho, tornam a oferta enoturística mais diferenciada.

Principais prémios ganhos

Vinhos

- Top 100 do Wine Spectator – 3 vezes (2010, 2011 e 2012);
- Melhor vinho de Portugal – IWC – Londres – 2005, 2006 e 2007;
- Melhor conjunto de classificações para Produtor Português, para vinhos do mesmo ano (2007) atribuídas pela Wine Spectator em 2009- 96, 94, 93 e 92 pontos;
- 1º Prémio para vinhos touriga Nacional atribuído pela Revista Vinhos- 2009;
- Produtor do ano 2013 – Revista Wine;
- Produtor do ano 2013 – Revista Vinhos.

Enoturismo

- 100 Melhores Hotéis do Mundo – Revista Travel and Leisure (EUA);
- Prémio Great Wine Capitals of the World - Best Of Wine Tourism 2013;
- Prémio expresso – Boa Cama Boa Mesa – Melhor Enoturismo 2013;
- Premio W – Aníbal Coutinho – Melhor enoturismo com Dormida – 2013;
- Finalista Prémios FAD 2012 – Arquitetura;
- Prémio Construir 2012 – Melhor Projeto Privado;
- Finalista Prémio SECIL 2013;
- Menção Honrosa (2º lugar) – Prémio Arquitetura do Douro 2014.

A Douro Boys

A Douro Boys é uma associação informal de cinco vitivincultores que, desde 2002, constitui um exemplo de cooperação na promoção dos vinhos do Douro e da própria região. Além de constituírem exemplos individuais, Cristiano van Zeller (Quinta do Vale Dona Maria), Dirk Niepoort (Quinta de Nápoles, Niepoort Vinhos), Francisco Ferreira (Quinta do Vallado), Francisco Olazabal (Quinta do Vale Meão) e Tomás Roquette (Quinta do Crasto), optaram por coordenar os seus esforços e partilhar os seus conhecimentos, tecnologia e experiências, contribuindo para o dinamismo que tem caracterizado nos últimos anos a produção de qualidade de vinhos do Douro. É uma ligação com laços de amizade e, em alguns casos, até familiares, aos quais se junta o profissionalismo e uma poderosa perseverança. Partilham a aposta na qualidade, mas são responsáveis por uma diversidade de estilos – a este grupo encontram-se associados aqueles que são considerados alguns dos melhores vinhos do Douro, já que alguns têm alcançado acima de 90 pontos em classificações internacionais.

Apostados em dar a conhecer a região e os seus vinhos internacionalmente, têm desenvolvido um conjunto de ações, designadamente a organização de viagens ao Douro de grupos de jornalistas especializados em vinhos, provas de vinhos em diversos países, a presença nas principais feiras de vinho do mundo num stand comum e o lançamento anual de vinhos em conjunto. O sucesso destas ações e de toda a estratégia de marketing, que aliás se tem revelado altamente eficaz, é sustentado na produção de vinhos que se destacam pela elevada qualidade e também pela inovação. A grande capacidade de trabalho que evidenciam, à qual se alia uma filosofia singular no que respeita ao vinho, traduz-se num reconhecimento dos seus vinhos por parte de prestigiados críticos de vinho e da imprensa especializada.

Estudo de Caso 2: Wine Moments

Enquadramento geral

A Wine Moments & Gourmet, Lda é uma jovem empresa, criada em 2011, instalada no Peso da Régua e dedicada à animação turística. Na sua origem, esteve a apurada visão estratégica dos seus sócios, durienses, com uma forte afinidade profissional ao vinho e uma clara convicção de que a oferta enoturística na sua região carecia de atividades complementares e de uma maior integração entre os turistas e as atividades ligadas à vinha e ao vinho.

Apaixonados pelo Douro e pelos seus recursos endógenos, aos empreendedores iniciais juntou-se uma especialista em turismo, aliando-se assim competências que, juntas, permitem propiciar experiências inesquecíveis e completas a quem visita o Douro, com soluções “chave-na-mão” e um acompanhamento personalizado. Dar a conhecer o Douro nas suas múltiplas dimensões, apresentando a sua história e estórias, levando o turista a experienciar os mais diversos lugares pitorescos e emblemáticos do território é, pois, o intuito desta empresa.

Para tal, o estabelecimento de parcerias com atores locais, nomeadamente quintas e hotéis, tem-se revelado fundamental, sendo que, gradualmente, a Wine Moments está a alargar a base do seu trabalho em rede, mesmo em termos geográficos.

Oferta

A oferta da Wine Moments decompõe-se em quatro grandes segmentos: (i) Experiências Vínicas; (ii) Touring Cultural e Paisagístico; (iii) Workshops; e (iv) Experiências no Rio Douro. As Experiências Vínicas contemplam os seguintes produtos: Roteiro Vínico, Ser Duriense por 1 dia, Ser Enólogo por 1 dia, BestofDouro, Golden Wine Tour e Experiências Enogastro-nómicas. O Touring Cultural e Paisagístico tem como produtos: Roteiro d’Ouro, De Mateus a Favaíos, Roteiro Histórico e Vinhos de Museu. Por sua vez, os Workshops podem ser diversos: Iniciação à Prova de vinhos, Vinhos do Douro, Vinhos do Porto, AroundtheWorld, Vinhos Portugueses e Vinhos & Companhias. Finalmente, as Experiências no Rio Douro abrangem Passeios Regulares (de 1h a 6 h) e passeios exclusivos. Paralelamente, a Wine Moments aposta no segmento *tailor made*, com programas à medida para agências, empresas ou particulares. Com algumas sinergias com estes segmentos, a Wine Moments inclui também no seu portfolio a organização de eventos e catering.

Procura

O cliente-tipo da Wine Moments é, em regra, um conhecedor de vinho. Entre as suas características principais, destaca-se o facto de valorizar a marca/quinta, ser frequentador assíduo de cursos de vinhos, ser espectador atento das novidades do sector Vinícola/Enoturismo, conhecer outras regiões vinícolas nacionais e internacionais, valorizar a participação nas atividades de produção, visita guiada e história da marca/quinta e valorizar a história e cultura da região.

Em 2014, os turistas nacionais representavam 51% dos clientes da empresa (bem menos que os 73% de 2013, porventura em resultado da crise económica vivida em Portugal), sendo que os clientes estrangeiros mais numerosos foram os norte-americanos (20%), espanhóis (11%) e brasileiros (8%).

Naquele mesmo ano, quase um quarto dos clientes esteve associado ao segmento *tailor made* e um terço dos clientes procurou os roteiros (que ganharam um grande impulso face a 2013), equiparando-se ao serviço de catering (cujo peso relativo baixou por comparação com 2013).

Estratégia

A Estratégia da Wine Moments passa pela aposta numa oferta alargada, que orbita em torno do vinho, de serviços de animação turística, que valoriza o território duriense, explorando, de forma qualificada, todos os seus pontos de interesse. Para tal, a Wine Moments afeta o seu *know-how* das áreas do turismo, da enologia e da vinicultura no estabelecimento de pontes entre os turistas e os atores e atrativos regionais, contribuindo para uma oferta mais integrada de enoturismo e para um maior período de permanência dos turistas.

Estudo de Caso 3:

Marqués de Riscal/ Ciudad del Vino

Enquadramento geral

Entre os diversos casos de sucesso na área do enoturismo espalhados pela Europa, o da Marqués de Riscal, inicialmente apenas uma empresa vinícola, destaca-se significativamente na medida em que, através de um projeto arquitetónico de referência – a “Cidade do Vinho” – esta empresa conseguiu uma importante diversificação do seu negócio tradicional e uma crescente internacionalização, chegando ao século XXI com um enorme prestígio mundial.

Atualmente, a Vinos Herederos de Marqués de Riscal, SA conta com três áreas de atividade, duas delas relacionadas com o enoturismo: a área dos vinhos/ adegas, a área ligada à hotelaria (Hotel Marqués de Riscal) e a área dos serviços agroturísticos.

A Vinos Herederos de Marqués de Riscal é uma sociedade anónima presidida por Alejandro Aznar, tendo como diretores principais José Luis Muguiro (diretor comercial), Francisco Hurtado de Amézaga (diretor técnico e de produção) e Fernando Salamero (diretor financeiro), que fazem parte das famílias de acionistas maioritárias.

A centenária adega Marqués de Riscal, fundada, em 1858, por Guillermo Hurtado de Amézaga, é uma das adegas mais antigas da região de La Rioja, tendo sido a primeira adega daquela região a elaborar vinhos segundo os métodos da região francesa de Bordéus.

Atualmente, a Marqués de Riscal produz os seus vinhos a partir de 1.500 hectares de vinhedos D.O. Ca.Rioja (repartidos por Elciego e localidades vizinhas como Leza, Laguardia ou Villabuena, 500 dos quais são próprios e 985 são controlados), 455 ha de vinhedos D.O. Rueda (205 próprios e 250 controlados) e 198 ha de vinhedo D.O. Toro (em Toro y San Román de Hornija, Castilla y León).

A Marqués de Riscal fatura anualmente cerca de 50 milhões de euros, vendendo mais de 7 milhões de garrafas por ano, 60% a 70% destinadas à exportação para mais de 100 países.

Projeto “Ciudad del Vino”

Na viragem para o século XXI, o plano estratégico da empresa – “Projeto 2000” – apostava na ampliação da adega, incluindo a alteração de todos os sistemas de vinificação, para atingir os standards de qualidade mais elevados a nível mundial e para potenciar a internacionalização da marca. Em paralelo, este plano apontava para ainda para o avanço de um projeto fortemente arrojado, impactante e inovador: a “Ciudad del Vino”.

FIGURA 3.
CIUDAD DEL VINO DA MARQUÉS DE RISCAL



Fonte: Marqués de Riscal.

Este projeto teve a assinatura do arquiteto canadiano Frank O. Gehry, responsável pelo sucesso do edifício vanguardista que alberga o Museu Guggenheim, em Bilbao, facto que terá contribuído para a sua escolha, no desenho de um projeto inovador, que funde os conceitos de tradição e vanguardismo, integrando perfeitamente, no seio do imenso vinhedo, as antigas instalações da Marqués de Riscal e o novo edifício.

Inicialmente, o projeto foi concebido para ser apenas a sede dos associados e amigos da Marqués de Riscal, mas pelo facto de se ter transformado num hotel de luxo e de se ter tornado membro da Luxury Collection e do Grupo Starwood, o projeto teve que aumentar o número de acomodações.

Assim nasceu a “Cidade do Vinho”, inaugurada a setembro de 2006, marcando, sem dúvida, um ponto de viragem da Marqués de Riscal, atraindo mais visitantes, posicionando ainda mais alto a marca e diversificando o negócio. Trata-se de um complexo arquitetónico, com uma superfície total de 100.000 m², inserido no meio de um imenso vinhedo, construído na pequena localidade de Elciego, situado a sul da zona vinhateira da La Rioja (Rioja Alavesa), pertencente à Comunidade Autónoma do País Vasco, a norte de Espanha.

Este complexo é composto pela antiga adega Marqués de Riscal e por novo edifício, que aloja novas adegas, o Hotel Marqués de Riscal, um SPA de vinoterapia, dois restaurantes dirigidos pelo Chef riojano Francis Paniego (detentor de duas estrelas Michelin), um centro de reuniões e congressos e um salão de banquetes (com capacidade para mais de 650 pessoas sentadas).

A primeira adega remonta a 1858, tendo o aumento da produção de vinho motivado a sua ampliação em 1883, 1968 e 2000. No interior desta centenária adega encontra-se “A Catedral”, escavada na rocha, onde são conservadas, zelosamente, cerca de 170 mil garrafas de todas as safras já produzidas pela adega, desde a 1ª colheita de 1862 até à atualidade.

O hotel, gerido pela rede Starwood Hotels & Resorts, conta com uma superfície útil de 3.200 m² e tem 43 quartos, dos quais 10 são suites, distribuídos por dois edifícios unidos por uma manga envidraçada. Esta manga também leva a um subsolo onde foi implantado o SPA vinícola, com uma superfície útil de 1.000 m², que opera sob a marca Caudalie (pioneiros em centros SPA deste tipo nos Estados Unidos, Itália e França).

De notar que, antes da construção do hotel, a média anual de visitas à adega Marqués de Riscal era de 2.000. Atualmente, conta quase com 70.000 visitas, ao preço de 10 Euros por visita, sendo gratuita para os clientes do hotel.

Cada visita à adega Marqués de Riscal dura cerca de 90 a 120 minutos e termina com uma prova de vinhos. A visita é orientada por guias turísticos, sendo portanto efetuada em diversas línguas. São os Serviços Agroturísticos Riscal que estão encarregues da gestão das visitas à adega e à loja de vinhos.

Os clientes mais importantes da Marqués de Riscal ao nível enoturístico são os visitantes da adega e os clientes do hotel. Os primeiros são constituídos por famílias, casais, estudantes, com um nível de educação médio, médio/alto, apreciadores de arquitetura. A faixa etária predominante está entre os 40-50 anos, provenientes maioritariamente de profissões liberais. O público é, na maioria, nacional e proveniente de regiões próximas. As visitas dos jovens são motivadas pelos cursos que estão a tirar ou pela família.

Relativamente aos clientes do hotel, a faixa etária predominante é a mesma, mas o perfil de rendimento é alto/médio-alto. O público é, maioritariamente, nacional e norte-americano, a que se segue o inglês, o francês e o latino-americano.

A Marques de Riscal proporciona, desde 2010, um curso de formação em enologia a todos os clientes do setor da HORECA e da grande distribuição, lecionado pelo Engenheiro Técnico Agrícola e enólogo Rafael Ruiz Isla, ficando os alunos hospedados no hotel Marqués de Riscal.

Principais marcos históricos

1858: Criação da adega Marqués de Riscal;

1862: Primeiro vinho Marqués de Riscal engarrafado;

1883: Primeira extensão da adega (El Palomar);

1895: Primeiro vinho não francês a ganhar o diploma de honra na Exposição de Bordéus;

1972: Produção do primeiro vinho branco Marqués de Riscal, em Rueda (Valladolid, C.A. de Castela e Leão);

1980: Impulsionadora da criação da D.O. Rueda;

1986: Lançamento do primeiro vinho de autor, Barón de Chirel;

1995: Implantação da primeira mesa de seleção de uva, na Rioja;

1999: Primeiro Vintage de Riscal 1860;

2000: Projeto 2000, um passo rumo ao futuro;

2006: Inauguração da "Cidade do Vinho";

2008: 150º Aniversário da Marques de Riscal;

2009: Lançamento do tinto Finca Torrea (Rioja) e branco Finca Montico (Rueda);

2010: A Vinos Herederos de Marqués de Riscal, S.A. compra a Pernod Ricard, a marca de vinho com D.O. Ca. Rioja Marqués de Arienzo;

2011: Marqués de Riscal eleita, pela Drinks International, como uma das 10 marcas de vinho mais apreciadas do mundo;

2011: Renovação da adega de 1883, uma das mais antigas, num espaço equipado com a última tecnologia Marqués de Riscal;

2011: Marqués de Riscal realiza um leilão histórico, em Beijing, com 100 colheitas que datam de 1862 a 2005;

2011: O restaurante Marqués de Riscal recebe a sua primeira estrela Michelin;

2013: Eleita, pela prestigiada revista Wine Enthusiast, como a Melhor Adega Europeia.

6. Síntese de Diagnóstico e Principais Conclusões

Face ao exposto nos pontos anteriores, é possível fazer-se um diagnóstico estratégico do enoturismo no Eixo Urbano do Douro, e, a partir dele, identificarem-se as principais linhas que deverão nortear a atuação futura dos atores nele envolvidos.

O diagnóstico pode ser sintetizado numa análise SWOT, na qual se apontam os principais pontos fortes e debilidades da oferta enoturística no Eixo Urbano do Douro bem como as oportunidades e ameaças mais relevantes que esse setor enfrenta (Figura 4).

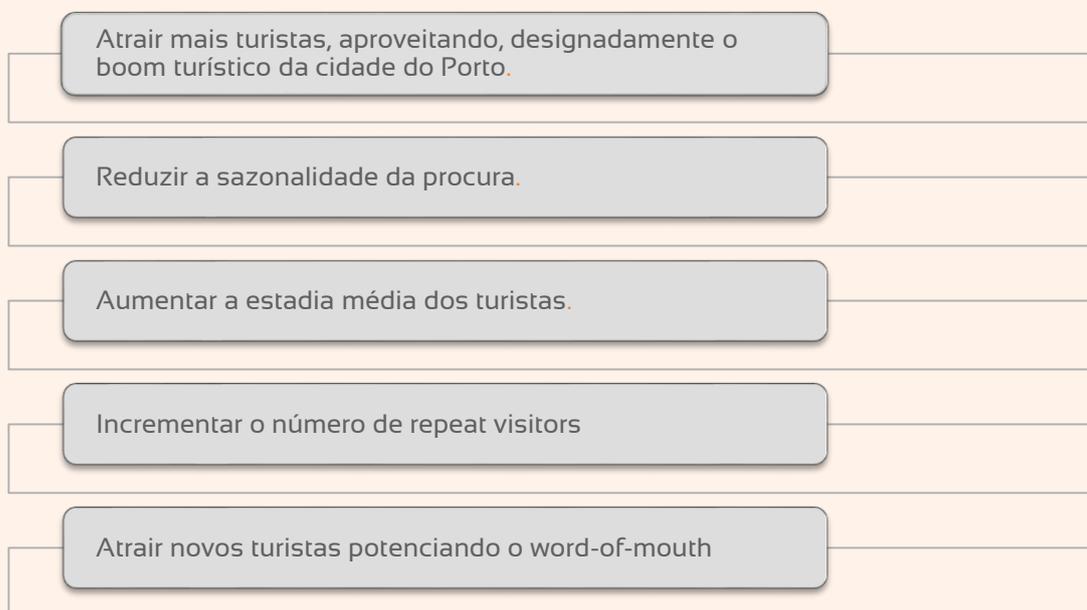
FIGURA 4. ANÁLISE SWOT

Pontos fortes:	Pontos fracos:
<ul style="list-style-type: none"> ✦ Paisagem natural única e diversificada ✦ Região Demarcada do Douro como Património da Humanidade ✦ Características únicas dos vinhos ✦ Imagem e prestígio internacional dos vinhos do Porto e Douro ✦ Boa rede viária a ligar os três concelhos ✦ História, estórias e tradições ✦ Especialidades gastronómicas únicas ✦ Segurança 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Reduzido tempo médio de permanência dos turistas ✦ Reduzida articulação entre o Douro e a cidade do Porto ✦ Sazonalidade da procura ✦ Reduzido trabalho em rede ✦ Insuficientes infraestruturas turísticas ✦ Fraca qualificação dos recursos humanos e fuga daqueles que se vão formando ✦ Padrões de qualidade do serviço não controlados ✦ Escassez de serviços complementares adequados ✦ Dificuldade na aquisição de viagens organizadas ✦ Inexistência de um atrativo de grande referência internacional no Douro
Oportunidades:	Ameaças:
<ul style="list-style-type: none"> ✦ Boom turístico da cidade do Porto ✦ Crescimento do mercado enoturístico na Europa ✦ Navegabilidade do rio Douro ✦ Novas tendências de turismo mais experienciais ✦ Estruturação da oferta em torno de pacotes turísticos integrados ✦ Upgrade da oferta através do enriquecimento da experiência turística ✦ Renascimento da cultura do vinho ✦ Fortalecimento dos atores vitivinícolas com competências na área do turismo ✦ Novo quadro comunitário com aposta no crescimento inteligente, sustentável e inclusivo 	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Concorrência de outros destinos enoturísticos, tanto em Portugal como na Europa ✦ Dificuldade de coordenação e concertação a uma escala regional alargada, o que impede uma atuação em rede e favorece uma pulverização de iniciativas sem relevo ✦ Fraca orientação para a melhoria contínua e padrões de qualidade de excelência como elementos competitivos do destino ✦ Dificuldade de adaptação face às cada vez mais elevadas expectativas dos turistas

Fonte: Elaboração própria.

Neste contexto, a estratégia de desenvolvimento do enoturismo no Eixo Urbano do Douro deverá ser capaz de dar resposta a cinco grandes objetivos (Figura 5).

FIGURA 5.
PRINCIPAIS OBJETIVOS PARA O ENOTURISMO NO EIXO URBANO DO DOURO



Fonte: Elaboração própria.

Para dar resposta a estes objetivos, recomenda-se um programa assente em 10 áreas de atuação (Figura 6).

FIGURA 6.
ÁREAS DO PROGRAMA DE AÇÃO



Fonte: Elaboração própria.

Market Intelligence

O trabalho a encetar nesta área passa por melhorar o conhecimento sobre os principais mercados emissores através da criação de uma estrutura de *market intelligence* que permita o desenvolvimento de uma oferta e respetiva promoção adequadas às características específicas de cada segmento de mercado.

Integração da Oferta

Nesta área, deverá proceder-se ao alargamento do portfolio da oferta através da integração de diferentes produtos e serviços que, tendo como mote o “Vinho e a Vinha”, representem uma mais-valia para a proposta de valor a oferecer aos principais targets.

Autenticidade e Experiências

Neste caso, deverá apostar-se num posicionamento assente na autenticidade enquanto forma de diferenciação da oferta que seja capaz de proporcionar aos turistas a vivência de experiências únicas e memoráveis que induzam a repetição da visita e a atração de novos turistas através do *word-of-mouth*.

Programa de Eventos

Esta ação passa por dinamizar um programa de eventos diversos (festivais, congressos, mostras, atividades vitivinícolas, etc.) ao longo de todo o ano que ajude a combater a sazonalidade e atrair novos nichos de mercado. Deverá, assim, evitar-se a ocorrência simultânea de programas em locais geograficamente próximos e a ausência de eventos que atraiam públicos sofisticados.

Pacotes Turísticos

Nesta área, deverá criar-se um conjunto de pacotes turísticos integrados dirigidos a distintos segmentos de mercado e com diferentes durações (desde 2 dias a 1 semana).

Marketing Interno

Desenvolvimento de ações de sensibilização e formação dirigidas aos diferentes players turísticos (restauração, alojamento, animação turística...) tendo em vista reforçar não só os conhecimentos e competências necessários a um serviço turístico de qualidade, mas também uma postura e atitude adequadas ao bom acolhimento dos visitantes.

Sistema de Informação

Nesta vertente, deverá melhorar-se o sistema de informação dentro do Eixo Urbano do Douro através de sinalética, mapas e sistemas eletrónicos com indicações turísticas, nomeadamente, quiosques eletrónicos e *apps* para *smartphones*.

Estratégia *Push*

Nesta área, deve apostar-se numa estratégia *push* através do reforço da promoção com base em meios que assegurem uma maior proximidade face aos canais de distribuição: ações específicas junto de *tour operators*, *press* e *fam trips*, *workshops* e *roadshows*.

Comunicação On-line

Neste caso, deverá apostar-se na comunicação on-line dirigida tanto ao target B2B como B2C que, integrando a oferta turística, se articule em rede com sites e portais de viagem já existentes (como, por exemplo, o Booking).

Marketing Viral

Nesta área, deverá desencadear-se o desenvolvimento de ações de marketing viral assentes numa adequada promoção nas redes sociais (tanto de natureza mais profissional como o LinkedIn, como de carácter mais social como o Facebook e o Instagram) e blogosfera, com o objetivo de reforçar o efeito de rede, a interação e a relação emocional com os turistas.



Em suma, o Eixo Urbano do Douro reúne um vasto conjunto de elementos favoráveis à prática e à expansão do enoturismo. A paisagem natural, o património histórico, a vinha e o vinho, o rio Douro, nas suas diversas particularidades, são disso um ótimo exemplo.

Em várias dimensões, foi já feito um trabalho notável no sentido de desenvolver o enoturismo de uma forma sustentável. A abertura ao público de quintas, a qualificação e expansão crescente da oferta hoteleira e a emergência de pacotes e roteiros turísticos integrados espelham esse esforço.

Todavia, subsistem outros elementos que carecem de trabalho passível de ser desenvolvido pelos agentes locais, privados e públicos, de modo a tornar o território em análise numa referência a nível nacional e internacional. Estão, nesse caso, o saber comunicar a oferta que o Eixo Urbano encerra, com tudo que tal implica, e um profundo trabalho em rede, ainda por alcançar.

As ações supra enunciadas dão resposta a estas inquietações, sendo que a sua prossecução depende, fundamentalmente, da determinação dos atores locais. No entanto, a conquista de massa crítica pela qual o Eixo Urbano do Douro aspira depende, igualmente, dos enlaces que possa estabelecer com os principais mercados emissores de turistas que vão (ou que estariam dispostos a ir) ao Eixo e da promoção de que o enoturismo poderá beneficiar por parte das entidades responsáveis pela promoção do turismo português.

Importa, por fim, sublinhar que, não obstante o carácter urbano que une os três concelhos em análise neste estudo, se revela altamente aconselhável perspetivar o futuro do enoturismo num território mais amplo do que aquele que está aqui a ser considerado, algo reiteradamente enfatizado nos momentos de auscultação realizados.

Principais Referências Bibliográficas

Almeida, M. (2014), Guia de Enoturismo de Portugal, Zest – books for life.

Christian, M., Fernandez-Stark, K., Ahmed, G., Gereffi, G. (2011), The Tourism Global Value Chain, Center on Globalization, Governance & Competitiveness.

Douro Wine Tourism (2013), Enoturismo Manual de Boas Práticas.

EGP (2007), Enoturismo: Produto Estratégico do Turismo, Relatório Final.

Falcão, R. (2013), Guia Douro Wine Tourism.

López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S. (2011), Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain, Review of Economics and Finance, Article ID: 1923-7529-2012-01-63-10.

Sousa, C. (2013), Impacto no Turismo da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, após a classificação de Património Mundial da Humanidade pela UNESCO, Dissertação de Mestrado em Gestão das organizações, Instituto Politécnico de Bragança.

Quatenaire Portugal & Universidade Católica Portuguesa (2007), Plano estratégico para os Vinhos com Denominação de Origem Douro, Denominação de Origem Porto e Indicação Geográfica Duriense da Região Demarcada do Douro, Diagnóstico Estratégico.

Turismo de Portugal (2009), Enoturismo: Produto Estratégico do Turismo.

Turismo de Portugal (2014), O Enoturismo em Portugal: Caracterização da Oferta e da Procura.

Turismo do Douro (2012), Guia do Douro.

World Tourism Organization (2012), Global Report on Food Tourism.

Sites da internet:

<http://www.douroalliance.org>

<http://www.dourowinetourism.com>

<http://www.ine.pt>

<http://www.ivdp.pt/>

<http://www.solaresdeportugal.pt>

<http://www.turismodeportugal.pt>

ANEXOS

I. GUIÃO DE ENTREVISTAS E ENTIDADES ENTREVISTADAS

Guião de entrevistas para empresas- “Vitivinicultura e Enoturismo: Oportunidades Emergentes” no eixo urbano do Douro (Vila Real, Peso da Régua e Lamego)

1. Empresa
 - a. Principais marcos da história da empresa
 - b. Oferta atual da empresa em termos gerais e no domínio do enoturismo
 - c. Aspectos diferenciadores da oferta enoturística da empresa
 - d. Parceiros da empresa na área do enoturismo
2. Caracterização da oferta atual de Enoturismo no Eixo Urbano do Douro
 - a. Principais players no alojamento com oferta enoturística
 - b. Principais players na vitivinicultura com oferta enoturística
 - c. Principais players na animação turística na área do enoturismo
 - d. Instituições/ entidades/ redes relevantes de apoio ao enoturismo
 - e. Articulação existente entre os players e entre estes e as entidades de apoio
 - f. Principais produtos/ atrações/ experiências disponíveis na área do enoturismo
 - g. Divulgação da oferta enoturística
 - h. Ligação/ articulação da oferta enoturística do Eixo Urbano do Douro com o “nó” emissor do Porto
 - i. Ligação da oferta enoturística do Eixo Urbano do Douro com a oferta enoturística de outras regiões nacionais e internacionais
3. Desenvolvimentos/ marcos mais relevantes em matéria de Enoturismo no Eixo Urbano do Douro em anos recentes
4. Expectativas quanto à evolução futura da oferta e da procura enoturísticas no Eixo Urbano do Douro
5. Breve análise SWOT do Enoturismo no Eixo Urbano do Douro

Guião de entrevistas para entidades institucionais - “Vitivinicultura e Enoturismo: Oportunidades Emergentes” no eixo urbano do Douro (Vila Real, Peso da Régua e Lamego)

1. Identificação da entidade entrevistada

Denominação	
Atividade/Missão	
Localização	
2. Caracterização da oferta atual de enoturismo no Eixo Urbano do Douro
 - a. Principais players no alojamento com oferta enoturística
 - b. Principais players na vitivinicultura com oferta enoturística
 - c. Principais players na animação turística na área do enoturismo
 - d. Instituições/ entidades/ redes relevantes de apoio ao enoturismo
 - e. Articulação existente entre os players e entre estes e as entidades de apoio
 - f. Principais produtos/ atrações/ experiências disponíveis na área do enoturismo
 - g. Divulgação da oferta enoturística
 - h. Ligação/ articulação da oferta enoturística do Eixo Urbano do Douro com o “nó” emissor do Porto
 - i. Ligação da oferta enoturística do Eixo Urbano do Douro com a oferta enoturística de outras regiões nacionais e internacionais
3. Caracterização da procura atual de enoturismo no Eixo Urbano do Douro
 - a. Nacionalidade dos enoturistas
 - b. Faixa etária dos enoturistas
 - c. Estadia média dos enoturistas
 - d. Estatuto socioeconómico
 - e. Produtos/ atrações/ experiências enoturísticas mais procuradas/valorizadas pela procura
4. Desenvolvimentos/ marcos mais relevantes em matéria de Enoturismo no Eixo Urbano do Douro em anos recentes
5. Expectativas quanto à evolução futura da oferta e da procura enoturísticas no Eixo Urbano do Douro
6. Breve análise SWOT do Enoturismo no Eixo Urbano do Douro

Empresa/Entidade entrevistada
Greengrape, Lda
IVDP, IP (Instituto dos Vinhos do Douro e Porto)
Pinto Ribeiro & Ca. Lda (Casa de Santo António de Briande)
Quinta da Timpeira, Lda IVDP
Quinta do Vallado – Sociedade Agrícola, Lda
Vinitur – Turismo, Vinho e Gastronomia, Lda
Wine moments – Wine & Gourmet, Lda

II. INQUÉRITOS E ENTIDADES RESPONDENTES

Inquérito a Unidades de Alojamento e a Empresas Vitivinícolas

Este breve inquérito visa apoiar a elaboração do Estudo "Vitivinicultura e Enoturismo: Oportunidades Emergentes", promovido pela Douro Alliance.
Agradecemos, desde já, a sua colaboração.

I. Dados gerais da empresa

Denominação	
Ano de criação	
Atividade principal	
Atividades secundárias	
Peso % do Enoturismo no Volume de Negócios (2013)	

II. Dados sobre a oferta da sua empresa (No caso de possuir mais do que um estabelecimento, as perguntas seguintes referem-se aos que se localizam no eixo urbano Vila Real-Peso da Régua-Lamego)

1. Quais as tipologias que integram a sua oferta na área do Enoturismo?

Tipologias	Peso % na Oferta de Enoturismo	Tipologias	Peso % na Oferta de Enoturismo
Alojamento*		Participação nas vindimas	
Refeições*		Venda de vinhos**	
Passeios pedestres pela vinha		Cursos de vinhos	
Provas de vinhos		Show cooking	
Provas de outros produtos		SPA vínico	
Visitas a adegas e caves		Outras:	

* para apreciadores/curiosos sobre vinhos; ** a visitantes/turistas

2. Das tipologias que assinalou na pergunta anterior, quais são aquelas que exigem marcação prévia e/ou número mínimo de clientes? _____

3. Planeia, num prazo de 3 anos, vir a incluir outras tipologias de oferta na área do Enoturismo? _____ Se sim, quais? _____

4. Planeia, num prazo de 3 anos, vir a excluir outras tipologias de oferta na área do Enoturismo? _____ Se sim, quais? _____

5. Quais os meios utilizados para a divulgação da oferta da sua empresa?

Site da empresa	Site de outras entidades	Redes sociais	Guias turísticos	Brochura da empresa	Outros. Quais?

6. A oferta da sua empresa beneficia de parcerias? Se sim, com que empresas ou outras entidades? _____

III. Perfil dos Clientes

7. Qual a estadia média (em dias) dos seus clientes Enoturísticos? _____

8. Quais os meses do ano com maior procura Enoturística para a sua empresa?

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez

9. Qual(ais) a(s) faixa(s) etária(s) dos clientes finais Enoturísticos mais frequentes?

< 25 anos	25 - 35 anos	36 - 60 anos	> 60 anos

10. Quais as principais origens geográficas dos seus clientes Enoturísticos?

País	Quais?	País	Quais?
Portugal		Itália	
Espanha		Suécia	
França		Noruega	
Alemanha		EUA	
Reino Unido		Outro:	
Países Baixos		Outro:	

11. Para além do que está contemplado na sua oferta Enoturística, quais as atrações turísticas mais procuradas pelos seus clientes no eixo urbano do Douro?

Tipo de atração turística	Quais?	Tipo de atração turística	Quais?
Património histórico		Oferta cultural	
Património natural		Outra:	
Património gastronómico		Outra:	

IV. Opinião relativamente à evolução do Enoturismo no eixo urbano do Douro (Vila Real – Peso da Régua – Lamego)

12. Qual a sua perceção quanto ao crescimento da procura por Enoturismo no eixo urbano do Douro nos últimos 5 anos? *(assinale a opção mais correta e indique as causas para a sua escolha)*

Muito fraco	Fraco	Moderado	Forte	Muito forte
Causas:				

13. Qual a sua expectativa quanto ao crescimento do Enoturismo no eixo urbano do Douro nos próximos 5 anos? *(assinale a opção mais correta e indique as causas para a sua escolha)*

Muito fraco	Fraco	Moderado	Forte	Muito forte
Causas:				

Muito obrigado pela colaboração!

Inquérito a Operadores de Animação Turística

Este breve inquérito visa apoiar a elaboração do Estudo "Vitivinicultura e Enoturismo: Oportunidades Emergentes", preconizado pela Douro Alliance – Associação dos Municípios de Vila Real, Peso da Régua e Lamego, e a cargo da Sigma Team Consulting. A informação prestada terá utilização reservada, garantindo-se o sigilo quanto à identidade de cada entidade respondente. Agradecemos, desde já, a sua colaboração.

I. Dados gerais da empresa

Denominação	
Ano de criação	
Atividade principal	
Atividades secundárias	

II. Dados sobre a atividade

1. Quais são as atividades que integram o seu portfólio de oferta no âmbito do enoturismo?

Atividades/Experiências	Peso % nos Total dos Serviços de Enoturismo	Foco geográfico de atuação (concelhos)
Roteiros/ visitas/ caminhadas ...		
Workshops, seminários, ...		
Provas de vinhos		
Organização de eventos		
Animação de eventos		
Assessoria de imprensa		
Serviços de marketing		
Outros:		
Outros:		

2. Planeia vir a incluir, num prazo de 3 anos, outras atividades no seu portfólio de animação turística?

Sim/ Não. Se sim, quais? _____

III. Perfil dos Clientes Diretos

3. Qual (ais) a(s) tipologia(s) predominantes de clientes diretos que a sua empresa possui?

Principais tipos de clientes diretos	% no volume de negócios da empresa associado à animação turística
Hotéis	
Turismo em Espaço Rural	
Agências de Viagens/Operadores Turísticos	
Turistas (individuais ou famílias)	
Outros:	
Outros:	

4. Há algum cliente com o qual estabeleça, ainda que informalmente, uma relação de parceria?

Sim/ Não. Se sim, de que tipo (hotel, TER)? _____

5. Quais os meses do ano com maior procura Enoturística para a sua empresa?

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez

IV. Perfil dos Clientes Finais

6. Quais as principais origens geográficas dos clientes finais associados aos serviços da sua empresa na área do Enoturismo?

País	Quais	País	Quais
Portugal		Itália	
Espanha		Suécia	
França		Noruega	
Alemanha		EUA	
Reino Unido		Outro:	
Países Baixos		Outro:	

7. Qual(ais) a(s) faixa(s) etária(s) dos clientes finais Enoturísticos mais frequentes?

< 25 anos	25 - 35 anos	36 - 60 anos	> 60 anos
-----------	--------------	--------------	-----------

V. Opinião relativamente à evolução do Enoturismo no eixo urbano do Douro (Vila Real – Peso da Régua – Lamego)

8. Qual a sua perceção quanto ao crescimento da procura por serviços de animação turística ligados ao Enoturismo no eixo urbano do Douro (Vila Real – Peso da Régua – Lamego) nos últimos 5 anos? (assinale a opção mais correta e indique as principais causas subjacentes a tal escolha)

Muito fraco	Fraco	Moderado	Forte	Muito forte
Causas:				

9. Qual a sua expectativa quanto ao crescimento da procura por serviços de animação turística ligados ao Enoturismo no eixo urbano do Douro (Vila Real – Peso da Régua – Lamego) nos próximos 5 anos? (assinale a opção mais correta e indique as principais causas subjacentes a tal escolha)

Muito fraco	Fraco	Moderado	Forte	Muito forte
Causas:				

Muito obrigado pela colaboração!

Entidades que responderam ao inquérito
Greengrape, Lda
Pinto Ribeiro & Ca. Lda (Casa de Santo António de Britiande)
Quinta da Pacheca – Sociedade Turística e Turística, Lda
Quinta da Timpeira, Lda
Quinta do Vallado
Wine Moments – Wine & Gourmet, Lda

III. GUIÃO PARA O BRAINSTORMING E ENTIDADES PARTICIPANTES

Os concelhos da Douro Alliance dispõem de recursos de excelência para o desenvolvimento do Enoturismo. Apesar disso, o número de Enoturistas e o estágio de desenvolvimento turístico é ainda moderado.

Esta ação de brainstorming pretende recolher contributos que permitam caracterizar a situação atual da atividade vitivinícola e enoturística nos concelhos da Douro Alliance de forma a que se consigam identificar:

- Os players enoturísticos de referência nos concelhos de Vila Real, Peso da Régua e Lamego e na RDD;
- Os principais bloqueios ao desenvolvimento do Enoturismo na RDD;
- Boas práticas de Enoturismo na RDD e, em particular, nos concelhos de Vila Real, Peso da Régua e Lamego;
- Outras entidades a consultar com relevância para o enoturismo nos concelhos de Vila Real, Peso da Régua e Lamego.

Adicionalmente, pretende-se conseguir projetar:

- Estratégias para o desenvolvimento Enoturístico nos concelhos de Vila Real, Peso da Régua e Lamego;
- Ações prioritárias para o desenvolvimento Enoturístico nos concelhos de Vila Real, Peso da Régua e Lamego.

Entidades que participaram no brainstorming
Câmara Municipal de Vila Real
Câmara Municipal de Peso da Régua
Associação dos Empresários Turísticos do Douro e Trás-os-Montes (AETUR)
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego
Associação de Empresários de Hotelaria e Turismo do Douro
Escola de Hotelaria e Turismo do Douro-Lamego

IV. GUIÃO PARA O *FOCUS GROUP* E ENTIDADES PARTICIPANTES

1. Introdução

- Apresentação dos membros do *focus group*
- Apresentação dos moderadores
- Explicação da finalidade da discussão e da necessidade de gravação da conversa

2. Warm-Up

Quais os principais desafios que atualmente se colocam ao enoturismo no Eixo Urbano do Douro?

Explorar:

- Debilidades e ameaças
- Oportunidades e vantagens competitivas

3. Desenvolvimento

O que é preciso corrigir / melhorar na atual oferta enoturística?

Explorar:

- Grau de integração da oferta
- Ligação da oferta a fatores tangíveis (vinho, vinha, estruturas de vinificação...) e intangíveis (cultura, património, gastronomia...)
- Carácter experiencial da oferta

Como assegurar a qualidade do serviço prestado pelos agentes que se dedicam ao enoturismo?

Explorar:

- Pessoas -> competências técnicas, de marketing e de gestão
- Processos -> qualidade e fiabilidade
- Suporte físico -> qualidade das instalações, acessos e sinalética

Como promover o enoturismo do Eixo Urbano do Douro?

Explorar:

- Posicionamento pretendido
- Públicos-alvo
- Formas de promoção (publicidade, relações públicas, web marketing...)

Para terminar, qual a opinião sobre o grau de coordenação entre os vários atores – públicos e privados – ligados ao enoturismo no Eixo Urbano do Douro?

Explorar:

- Trabalho em rede
- Enquadramento institucional

4. Conclusão

Sintetizar as principais ideias que surgiram partindo dos consensos gerados.

ENTIDADES PARTICIPANTES
Douro Wonderful Events, Unipessoal, Lda
Pinto Ribeiro & Ca. Lda (Casa de Santo António de Britiande)
Naturimont – Deporto Aventura e Turismo, Lda
Quinta da Timpeira, Lda
Quinta do Paço Hotel
Wine Moments – Wine & Gourmet, Lda



Sigma Team Consulting, SA

www.sigma.com.pt
geral@sigma.com.pt

Rua Cunha Júnior, 41-A, 2.º
4250-186 PORTO
Tel/Fax: 225 022 027