

MANUAL DE BOAS PRÁTICAS
ROTAS DO VINHO

Índice

Objectivos	3
Enquadramento na Carta Europeia de Enoturismo	4
Termos e definições	5
Conceito de Rota de Vinho para uma oferta orientada para o mercado turístico	5
Aderentes à Rota	6
Gestão da Rota	12

1. Objectivos

O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) veio consagrar a Gastronomia & Vinhos como um dos produtos turísticos em que deve assentar a estratégia de desenvolvimento turístico.

Para algumas regiões este produto assume uma preponderância assinalável, face aos valores com interesse turístico associados aos produtos agrícolas genuínos e diferenciadores, às artes e ofícios ancestrais, a uma paisagem e forma de vida própria e identificadora de uma identidade própria.

No produto Gastronomia & Vinhos está identificado o subproduto de Enoturismo, cujo potencial é reconhecido, tem massa crítica em Portugal quer do lado da oferta quer do lado da procura, pode ser contributivo para o desenvolvimento do turismo em zonas de menor ou nenhuma pressão turística, pode combater a sazonalidade e, estando ligado a uma outra actividade, pode funcionar como fonte adicional de rendimentos às populações locais (nomeadamente tratando-se de pequenos produtores vitivinícolas).

O MEID através do Turismo de Portugal e em parceria com a Academia Portuguesa de Gastronomia lançou um programa de promoção da nossa gastronomia e vinhos, Prove Portugal. O vinho tem um particular destaque no âmbito deste Programa dado ser um dos símbolos de excelência da nossa oferta enogastronómica.

Mas a salvaguarda e valorização dos valores e da cultura inserido num processo de afirmação e diferenciação da oferta turística, constitui uma missão de todos quantos directamente intervêm na disponibilização do serviço turístico, embora a sua formatação envolva, por vezes, contributos resultantes do produto gerado por outros sectores de actividade. O vinho, sendo um dos produtos resultantes da actividade agrícola que mais se tem distinguido, pela projecção e culto alcançado junto de mercados consumidores qualificados, abre, assim, portas à descoberta dos territórios onde é elaborado. Os agentes turísticos, as entidades de Turismo, os agentes agrícolas, as CVR's, as entidades com atribuições no desenvolvimento territorial, desde as Câmaras Municipais, CCDR's e os demais agentes económicos em associação terão, assim, a ganhar na conjugação de esforços no desenvolvimento de uma oferta turística diversificada.

As Rotas dinamizam e promovem os vinhos da região, associando-o à gastronomia, com o objectivo de proporcionar experiências a quem visita a Rota. Estas experiências tanto podem ser a simples visita a uma adega, uma prova de vinhos ou algo mais envolvente, como seja participar activamente em trabalhos de campo se a visita se verificar por ocasião das vindimas, momento alto da produção, como por exemplo participar na pisa das uvas.

O presente Manual de boas práticas visa sensibilizar os vários agentes económicos para um conjunto de medidas e recomendações tendo em vista adoptar uma acção colectiva

coordenada e estrategicamente delineada que contribua para a estruturação e consolidação das Rotas de Vinhos.

Assumindo-se como um processo de adesão voluntário, e numa lógica de homogeneidade na organização das Rotas e perante a necessidade de alcançar patamares mais elevados em termos de qualidade de serviço orientados para mercados turísticos cada vez mais informados e exigentes, o presente Manual estabelece Critérios de Adesão, define parâmetros e recomendações tendo por base as orientações consignadas na Carta Europeia do Enoturismo e no PENT.

2. Enquadramento na Carta Europeia de Enoturismo

A Carta Europeia do Enoturismo apresenta um enquadramento do Enoturismo a nível Europeu assente na preservação e valorização dos recursos naturais, paisagísticos e na promoção das actividades vitivinícolas e turísticas envolvendo a participação e cooperação entre os distintos agentes para o desenvolvimento da oferta num processo auto regulamentado.

A Carta Europeia do Enoturismo propõe, assim, num processo partilhado e de adesão voluntária, a implementação de uma estratégia colectiva de desenvolvimento sustentada na observância dos seguintes princípios gerais:

- a) **Desenvolvimento Sustentável:** prossecução da conservação, gestão e valorização dos recursos territoriais e assumpção de responsabilidade em relação ao território e à sua exploração;
- b) **Cooperação:** potenciação de sinergias resultantes de complementaridades de actividades e acções comuns quer entre a Rota e aderentes, quer entre a Rota e os demais parceiros do território;
- c) **Preservação do Meio Ambiente:** favorecer o desenvolvimento socioeconómico do território com respeito pelo meio ambiente e pelos valores paisagísticos.

Neste âmbito, são identificados os seguintes objectivos:

- Defesa e valorização da cultura do Vinho;
- Desenvolvimento económico e social;
- Protecção e melhoria das condições de vida dos habitantes;
- Controlo do fluxo turístico e sua tipologia e a melhoria contínua da qualidade da oferta.

3. Termos e definições:

- a) **Enoturismo:** é o conjunto de todas as actividades e recursos turísticos, de lazer e de tempos livres relacionados com as culturas, materiais e imateriais, do vinho e da gastronomia tradicional dos seus territórios;
- b) **Aderentes:** representantes dos sectores vitivinícola e turístico bem como de outros sectores económicos e entidades públicas com competências no desenvolvimento do território enoturístico que integram a Rota;

4. Conceito de Rota de Vinho para uma oferta orientada para o mercado turístico

A Rota de vinho enquanto organização com presença no território e fruto do contributo de distintos agentes numa lógica de rede deverá compreender uma estrutura organizativa flexível e funcional que potencie a vocação turística e o desenvolvimento económico, social e cultural de uma região tendo por base os recursos endógenos associados à cultura da vinha, do vinho, à paisagem enquanto imagem emblemática das regiões vinhateiras e à gastronomia. Do ponto de vista substancial, a Rota deve compreender no mínimo:

4.1 - um número de adegas, produtores vitivinícolas e caves vinícolas que, numa lógica geográfica proporcionem programas e conteúdos de visita e experimentação diversificados e complementares contribuindo para enriquecer a experiência dos turistas na descoberta e vivência no destino turístico;

4.2 - serviços complementares que contribuem para a cadeia de valor do produto turístico:

4.2.1 - estabelecimento de restauração que proporcione uma carta gastronómica que evidencie a harmonização com os vinhos e a região vitivinícola em questão;

4.2.2 - serviços turísticos/vitivinícolas (comércio; lojas especializadas - enotecas; museus/centros de interpretação do vinho) que comercializem vinhos e outros produtos tradicionais de excelência, prestem serviços de prova de vinhos, animação ou interpretação da actividade vitivinícola e do território;

4.3 - sinalização dos estabelecimentos aderentes à Rota no sentido de facilitar a percepção e afirmação da Rota no território, através das seguintes medidas:

4.3.1 - a sinalização exterior específica dos aderentes à Rota deverá ser colocada num lugar visível à entrada e ser perfeitamente legível;

4.3.2 - os estabelecimentos aderentes à Rota deverão possuir uma sinalização de percepção fácil e precisa, de acordo com a tipologia de sinalização seleccionada para o território enoturístico;

4.4 - desenvolver e executar um programa regular de actividades de acordo com os objectivos e a estratégia definida, que contemple acções conjuntas de promoção turística em articulação com as entidades responsáveis pela dinamização e promoção turística, formação para os aderentes da Rota, prestação de serviços de assistência à actividade turística dos aderentes, desenvolvimento de iniciativas de cross-selling com outros produtos turísticos;

4.5 - Nome da Rota, logótipo e presença do território enoturístico na internet;

4.6 - equipa de gestão da Rota dotada de técnicos qualificados em turismo;

4.7 - os meios informativos e promocionais da Rota devem ser disponibilizados, no mínimo, em dois idiomas e ter, preferencialmente, disponíveis as coordenadas de gps;

4.8 os contactos devem estar actualizados em todas as plataformas de comunicação (Web, parceiros, etc).

5 - Aderentes à Rota

Os aderentes à Rota devem observar um conjunto de parâmetros e recomendações, por forma a dar consistência no contributo individual para a estratégia de desenvolvimento.

5.1 - Parâmetros e recomendações comuns a todos os aderentes da Rota:

5.1.1 - cumprir as normas legais aplicáveis à sua actividade;

5.1.2 - a informação veiculada em sítios, brochuras, guias, tabelas de preços e outros documentos da mesma natureza, devem ser perfeitamente coincidentes com as características e com os serviços disponibilizados pelo aderente, incluindo eventuais promoções e/ou preços de serviços complementares;

5.1.3 - os colaboradores deverão estar familiarizados com as actividades e empresas que fazem parte do território enoturístico e promover, de forma activa, o destino enoturístico;

5.1.4 - os colaboradores devem falar com fluência, no mínimo, um idioma estrangeiro (preferencialmente o inglês) e pautar a sua acção pela cordialidade, educação e empatia;

5.1.5 - os meios informativos e promocionais da Rota e dos aderentes devem ser disponibilizados, no mínimo, em dois idiomas;

5.1.6 - colocar à disposição do cliente e expôr, num lugar facilmente visível, o meios informativos e promocionais da Rota;

5.1.7 - incentivar a recolha da apreciação do serviço prestado e sugestões dos clientes pós visita/evento, follow-up pós serviço;

5.2 - Parâmetros e recomendações em função do sector de actividade do aderente:

5.2.1 - Instalações de produção organizadas e adaptadas para as visitas turísticas

5.2.1.1 - Instalações:

5.2.1.1.1 - As instalações de produção devem situar-se dentro de uma Região Delimitada de Produção de Vinho de Qualidade da respectiva Rota;

5.2.1.1.2 - As adegas, produtores vitivinícolas e caves vinícolas devem dispor de instalações adequadas à recepção de visitas e à realização de visitas guiadas, provas de vinhos ou outras actividades com interesse turístico;

5.2.1.1.3 - A sala para a realização de provas e cursos de vinhos deve ser agradável, confortável e suficientemente grande para acolher, em simultâneo, o número máximo admissível de pessoas nessas actividades, dispondo de utensílios adequados e garantindo as condições de limpeza higiénico-sanitárias necessárias;

5.2.1.1.4 - Todas as instalações e percursos passíveis de visita devem estar no seu perfeito estado de conservação, iluminação e em condições de uso seguro;

5.2.1.1.5 - Dispor de instalações sanitárias para os visitantes dimensionadas em função da capacidade das instalações e sempre que não comprometa a viabilidade económica e arquitectónica do estabelecimento, dispor de instalações sanitárias adequadas ao uso por pessoas com mobilidade condicionada (podem estar integradas numa instalação sanitária para pessoas com ou sem limitações de mobilidade);

5.2.1.1.6 - Todos os equipamentos existentes, independentemente, da sua natureza, que sejam de acesso público, devem estar no seu perfeito estado de funcionamento, de manutenção e de uso seguro;

5.2.1.1.7 - Deverão ser asseguradas condições apropriadas de estacionamento;

5.2.1.2 – Actividades:

5.2.1.2.1 - Disponibilizar visitas guiadas e outras actividades orientadas para a animação dos tempos de lazer e satisfazer o interesse dos turistas em aprofundar conhecimentos sobre os vinhos e actividades conexas;

5.2.1.2.2 - Possibilitar a compra de vinho na própria unidade ou noutro estabelecimento aderente à Rota;

5.2.1.2.3 – Devem disponibilizar o serviço de provas de vinhos precedida de uma apresentação sobre o tipo de vinho, castas, vindima, terroir..., preferencialmente acompanhada com iguarias locais e envolvendo uma logística adequada (temperaturas dos vinhos, fichas técnicas traduzidas, tabelas de preços, realização da prova sentados, bloco para anotações, ...);

5.2.1.2.4 – A política de preços a praticar deve refletir condições de estímulo à experimentação de actividades e degustação de produtos de vários aderentes à Rota;

5.2.1.2.5 - Predisposição para integrar ou iniciar programas de protecção de recursos naturais;

5.2.1.3 – Anfitriões: proprietários e colaboradores

5.2.1.3.1 – Em todo o processo de recepção, visitas guiadas e demais actividades, os proprietários e colaboradores assumem a postura de anfitriões;

5.2.1.3.2 – Toda a acção dos anfitriões deve ser pautada pela cordialidade, educação e empatia;

5.2.1.3.3 – Os anfitriões devem ter formação adequada para prestar os serviços de recepção, visitas guiadas e outras actividades propostas, primando pela organização e preparação das acções, sempre tendo em consideração o perfil e as necessidades do visitante (simples apreciadores, conhecedores, profissionais da área, jornalistas, bloggers);

5.2.1.3.4 – Os anfitriões devem apresentar-se com vestuário adequado à função;

5.2.1.4 – Informação:

5.2.1.4.1 – Devem disponibilizar informação:

5.2.1.4.1.1 - técnica sobre os vinhos (apresentando, preferencialmente, algumas sugestões de pratos para combinar) e de eventuais outros produtos de excelência comercializados;

5.2.1.4.1.2 - os contactos dos locais onde podem ser adquiridos em português e num idioma estrangeiro;

5.2.1.4.2 - Disponibilizar, de forma legível, no estabelecimento, os serviços que oferece, horários e preços;

5.2.1.4.3 - O acesso aos estabelecimento deve estar devidamente sinalizado, quando da responsabilidade do mesmo. Quando, por razões administrativas, não for possível colocar as placas sinalizadoras, os anfitriões devem disponibilizar um croqui, ou outro material, com todas as informações necessárias (acessos) e suficientes para que os turistas não sintam dificuldades em encontrar o estabelecimento;

5.2.1.4 - Horários:

No que diz respeito a horários e dias de abertura para visitas considera-se que:

5.2.1.4.1 - As adegas, produtores vitivinícolas e caves vinícolas devem ter um horário regular de abertura para visitas durante todo o ano e contribuir desta forma para uma oferta enoturística com "massa crítica";

5.2.1.4.2 - A Entidade Gestora da Rota, em consenso com o conjunto de estabelecimentos aderentes, deverá estabelecer um calendário anual de abertura obrigatória, que incluirá Domingos e dias festivos em datas de especial afluência do público, de forma a assegurar uma oferta permanente;

5.2.1.4.3 - Durante a época das vindimas, se as características físicas da adega dificultam ou impossibilitam a realização de visitas, com prévia comunicação à Entidade Gestora, esta poderá autorizar a redução ou anulação das mesmas;

5.2.1.4.4 - Todos os horários e as suas modificações deverão ser previamente comunicados à Entidade Gestora para a sua difusão;

5.2.1.5 - Reservas

As adegas, produtores vitivinícolas e caves vinícolas devem efectuar a gestão das reservas (informações, marcações, cancelamentos, propostas personalizadas), assegurando nomeadamente:

- 5.2.1.5.1 – Resposta expediente a pedidos de informação e de reserva de serviços;
- 5.2.1.5.2 – Que todos os movimentos associados ao processo de reservas são sempre confirmados;
- 5.2.1.5.3 – Caso existam obras ou trabalhos agrícolas em curso susceptíveis de criar incómodo, os turistas devem ser informados atempadamente;

5.2.2 – Estabelecimentos de alojamento

- 5.2.2.1 - Colaboradores com conhecimentos mínimos e actualizados em domínios como o vinho, o turismo e o seu território;
- 5.2.2.2 - Preferência pela compra de produtos locais;
- 5.2.2.3 - Informar os clientes sobre as possibilidades de descobrir o território e a oferta turística;
- 5.2.2.4 - Predisposição para colocar em prática programas de protecção dos recursos naturais;

5.2.3 – Estabelecimentos de restauração

- 5.2.3.1 - Potenciar o património vitivinícola da Região Delimitada de Produção de Vinho de Qualidade a que pertencem, através de uma “Carta de Vinhos” variada, com uma ampla presença dos vinhos da região e, de forma prioritária, os vinhos das adegas aderentes à Rota;
- 5.2.3.2 - Dispor de lista de pratos e carta dos vinhos traduzidas para vários idiomas, recomendando-se ainda um glossário de apresentação dos vinhos e dos ingredientes e métodos de confecção dos pratos, entre outros elementos informativos;
- 5.2.3.3 - Favorecer a harmonização da gastronomia regional com os vinhos da Região Delimitada de Produção de Vinho de Qualidade de onde estão inseridos;
- 5.2.3.4 - Recomenda-se a venda de vinho a copo com possibilidade de provar vários vinhos da região com informação complementar específica dos vinhos;
- 5.2.3.5 - Os colaboradores devem ter formação adequada sobre os vinhos da Região Delimitada de Produção de Vinho de Qualidade, do qual faz parte a Rota onde estão inseridos e manipular correctamente o vinho;
- 5.2.3.6- Preferência pela compra de produtos locais;

5.2.3.7 - Predisposição para colocar em prática programas de protecção dos recursos naturais;

5.2.4 – Agentes de animação Turística

5.2.4.1 - Os colaboradores deverão estar familiarizado com a oferta turística das diversas empresas que fazem parte do território enoturístico e promover, de forma activa, o destino enoturístico.

5.2.4.2 - Organizar e comercializar actividades que reforcem o sentido da experiência envolvendo o património vitivinícola do território;

5.2.4.3 – As actividades de animação devem identificar o público a que se destinam e assinalar o seu grau de dificuldade e outros aspectos relevantes para a sua prática;

5.2.5 - Agência de viagens

5.2.5.1 - A agencia de viagem organiza e comercializa, de forma proactiva, “programas enoturísticos diferenciadores” e outras actividades ligadas ao património vitivinícola no território da Rota da qual é aderente;

5.2.5.2 – Os colaboradores devem estar familiarizados com a oferta das diversas empresas que fazem parte do território enoturístico;

5.2.6 - Lojas Especializadas / Enotecas

5.2.6.1 - O estabelecimento deve oferecer ao cliente uma gama variada e representativa dos vinhos da Região Delimitada de Produção de Vinho de Qualidade referente à Rota onde está inserido, conjuntamente com a gastronomia tradicional ou artesanato local;

5.2.6.2 - O pessoal deverá estar familiarizado com os distintos vinhos da Região da Delimitada de Produção de Vinho de Qualidade referente à Rota que está inserido que oferece o estabelecimento;

5.2.6.3 – Os horários de abertura deverão ser claramente visíveis do exterior;

5.2.6.4 - Os preços dos produtos que se vendem no interior do comércio deverão estar claramente visíveis;

5.2.6.5 - Prestar informação sobre as características dos produtos que têm à venda;

5.2.6.6 – Recomenda-se que o aspecto exterior e interior destes estabelecimentos tenham relação com os aspectos da cultura vitivinícola;

5.2.6.7 – Cartas de vinhos traduzidas no mínimo em dois idiomas.

5.2.7 - Postos de Turismo

5.2.7.1 - Deve situar-se dentro da Região Delimitada de Produção de Vinho na qual faz parte a Rota de Vinho em que estão inseridos ou na área de influência da mesma;

5.2.7.2 - O pessoal deverá estar familiarizado com a oferta de produtos e serviços das diversas empresas que fazem parte do território enoturístico;

5.2.7.3 - Promover activamente o território como destino enoturístico;

5.2.8 - Estabelecimentos comerciais

5.2.8.1 - Deve situar-se dentro da Região Delimitada de Produção de Vinho da respectiva Rota;

5.2.8.2 - A gama de produtos que oferece deve basear-se, predominantemente, em produtos típicos locais (gastronómicos, artesanais, outros);

5.2.8.3 - Os horários de abertura ao público devem estar claramente visíveis do exterior;

5.2.8.4 - Os preços dos produtos que se vendem no interior do comércio devem estar claramente visíveis;

5.2.9 - Museus e Centros de Interpretação

5.2.9.1 - Pessoal com formação adequada sobre vinho, turismo e território;

5.2.9.2 - Os horários de abertura devem ser claramente visíveis do exterior;

5.2.9.3 - Dispor de tabelas e painéis informativos e interpretativos em português e em inglês;

5.2.10 – Câmaras Municipais

5.2.10.1 – Enquanto entidades com competências no licenciamento de actividades económicas, desenvolvimento territorial e apoio às iniciativas locais, deverão acompanhar os processos de licenciamento de instalações para actividades de enoturismo e colaborar na autorização e implementação de outras facilidades

complementares, como sejam, a sinalização turística (no âmbito das suas competências), a melhoria dos acessos públicos a unidades de enoturismo, a instalação de equipamentos de lazer em zonas de paragem e observação panorâmica, a colocação de painéis informativos e interpretativos (bilingue) dos valores naturais e patrimoniais;

5.2.10.2 - Colaborar na promoção activa do território como destino enoturístico, designadamente, colaborando com meios humanos e logísticos para apoio a eventos e manifestações promocionais associados ao enoturismo e apoiando iniciativas de comercialização concertada com as propostas culturais e patrimoniais da região;

5.2.11 – Entidades regionais de Turismo, Agências Regionais de Promoção Turística, outros

5.2.11.1 - Colaborar com as entidades administradoras das Rotas com vista à prossecução dos objectos de dinamização das Rotas do Vinho e valorização turística da região;

5.2.11.2 - O pessoal deverá estar familiarizado com a oferta de produtos e serviços das diversas empresas que fazem parte do território enoturístico;

5.2.11.3 – Articular os planos de comunicação e marketing com vista a promover activamente o território como destino enoturístico;

6 – Gestão da Rota

Em termos de modelo de gestão da Rota dos Vinhos e Gastronomia considera-se recomendável uma organização flexível e aberta a adesão de entidades e agentes de vários sectores económicos. Neste contexto, poderá assumir-se como pertinente para o desenvolvimento da Rota a consolidação de uma estrutura de natureza associativa.

Para o desempenho das suas funções, a entidade gestora da Rota deverá estabelecer os necessários procedimentos relativos à adesão à Rota, regulamentação da administração, comparticipação dos aderentes para o orçamento, definição e execução do plano de actividades, articulação das acções de marketing e comunicação com as Entidades Regionais de Turismo e Agências Regionais de Promoção Turística, implementação de mecanismos de monitorização e avaliação da qualidade do serviço, entre outros aspectos de gestão.