

# Avaliação do Portugal Exclusivo

Resultados Finais

## ***OBJETIVOS E APLICAÇÃO PRÁTICA***

### **OBJETIVO:**

- Avaliar a performance e o impacto do projeto Portugal Exclusivo.

### **APLICAÇÃO PRÁTICA DOS RESULTADOS DA AVALIAÇÃO :**

- Identificação de espaços de melhoria e de eventuais fatores que estejam a implicar perda de eficiência e eficácia das ações do projeto
- Recomendações de eventuais ações de correção e melhoria à implementação do projeto
- Contributo para a sustentabilidade futura da APTECE e para a melhoria contínua dos serviços criados no âmbito do Portugal Exclusivo.

# METODOLOGIA DE TRABALHO

Objetivos e Finalidades	Questões de Avaliação
Avaliar a <b>eficácia</b> do projeto: cumprimento dos indicadores de realização e resultado	Qual o grau de cumprimento dos indicadores de realização e resultado por atividade e para a globalidade do projeto? Quais os desvios identificados? Quais as explicações para esses desvios? Que ações de melhoria foram implementadas?
Avaliar a <b>eficiência</b> e do projeto: atividades projetadas face a realizadas (físico e financeiro)	O perfil de execução corresponde ao projetado (execução física e financeira) ?
Avaliar a <b>pertinência</b> do projeto: contributo para a concretização dos objetivos estratégicos	Quais os contributos percepcionados para a concretização dos objetivos estratégicos da APTECE no âmbito do Portugal Exclusivo no final do projeto?
Avaliar a <b>performance</b> do projeto: satisfação dos intervenientes quanto a conteúdos, intervenientes e organização	Qual o grau de satisfação dos intervenientes no projeto com referência a cada atividade a implementar no âmbito do projeto (com recurso a aplicação de inquéritos a associados, clientes, colaboradores, fornecedores e outros stakeholders)?

Instrumentos de Avaliação
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relatórios por atividade;</li> <li>• Inquéritos de satisfação a colaboradores, fornecedores, parceiros , associados e outros Stakeholders;</li> <li>• Acompanhamento presencial das ações no terreno;</li> <li>• Contacto direto com empresários, auscultação da opinião;</li> <li>• Questionários de satisfação a todos os participantes nas atividades presenciais (Seminários, Encontros Empresariais e Workshops).</li> </ul>

# SUMÁRIO EXECUTIVO

- Numa análise global o projeto Portugal Exclusivo apresenta um bom desempenho ao nível da eficácia (cumprimento dos indicadores de realização e resultados), um excelente desempenho ao nível da eficiência (atividades projetadas face a realizadas [físicas e financeiras]), e pertinência (contributo para a concretização dos objetivos estratégicos) e performance (satisfação dos intervenientes quanto a conteúdos, intervenientes e organização) atingindo os objetivos iniciais em praticamente todos os parâmetros em análise.
- Por impossibilidade de mensuração credível do impacto do projeto na economia portuguesa, na medida em que os dados estatísticos do INE reportam a 2013, ano de início das atividades do projeto Portugal Exclusivo, não se poderá tirar ilações quanto à dimensão da análise de eficácia, devendo ser remetida para o ano pós-projeto, ou seja, 2015. Contudo, importa analisar a tendência dos indicadores projetados no âmbito da dimensão desta análise, verificando uma tendência positiva na maior parte deles.
- Ao nível da eficácia do projeto com base na avaliação dos indicadores de realização e resultados verifica-se o seu cumprimento especialmente dos que incidem sobre a promoção de Portugal como destino de turismo culinário em atividades do projeto realizadas dentro e fora de Portugal e na divulgação do projeto na comunicação social (medida em inserções de notícias sobre atividades do projeto na comunicação social) e nas redes sociais, por via da prescrição de experts no tema, como são o casos dos bloggers internacionais.
- Quanto ao cumprimento dos indicadores de realização física do projeto, verificaram-se algumas alterações nos cronogramas de implementação do projeto traduzidos no alargamento dos prazos para a realização de algumas atividades. Estes alargamentos foram efetuados no interesse dos objetivos do projeto e parcialmente justificados pelas diferentes atividades realizadas fora de Portugal, quer por oportunidades que surgiram e que justificam o adiamento das atividades, tornando-as mais impactantes como, por exemplo, a oportunidade de elaborar um livro sobre viagens e gastronomia. Estas alterações não colocaram em causa os objetivos do projeto nem implicaram alterações significativas na natureza das despesas de investimento.
- Ao nível financeiro o projeto reflete a recalendarização física efetuada, não se verificando atrasos nos pagamentos do projeto. A execução medida a 31 de Dezembro de 2014 atinge 99% de execução num total de investimento elegível de 505.937,18€.
- Na dimensão de satisfação dos participantes o projeto apresenta Bons resultados medidos por análise dos inquéritos de satisfação realizados nos Workshops efetuados nas diversas atividades, sendo que nas várias dimensões analisadas os participantes consideram as atividades, globalmente, como boas ou muito boas, e os oradores com muita experiência e conhecimento sobre as matérias. Foram ainda recolhidas muitas sugestões dos participantes que mostram o nível de interesse no tema abordado e utilidade na continuidade e evolução do projeto.
- Existe ainda um reconhecimento notável da APTECE como entidade promotora da dinâmica em torno do Turismo de Culinária, em Portugal, que se reflecte nos vários convites realizados para protagonizar palestras internacionais sobre o tema e como case study a seguir.

## AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA DO PROJETO: ACTIVIDADES REALIZADAS VS ACTIVIDADES PROJECTADAS

Activid.	Designação da Actividade	Quant. Prevista	Quant. Realizada	Quant. Desvio
1	Relatório de Avaliação de resultados	1	1	0
1	Certificação TOC	4	8	0
2	Criação de Logótipo	1	1	0
2	Criação de Brochura	1	1	0
2	Produção de Brochura	10.000	10.000	0
2	Criação e produção de website	1	1	0
2	Criação de Folheto Triptico	1	1	0
2	Criação de cartazes	1	1	0
2	Criação de Expositor de balcão	1	1	0
2	Criação de estrutura extensível	1	1	0
2	Criação de newsletter	1	1	0
2	Criação de convites, webmails e outros	1	1	0
2	Criação de press kit	1	1	0
2	Produção de Folheto (20.000)	20.000	20.000	0
2	Produção de cartazes (500x10)	5.000	5.000	0
2	Produção e expedição de material promocional para encartar em documentação de agências de viagens com presença nacional e internacional	50.000	50.000	0
2	Produção de estrutura extensível	1	1	0
2	Produção de newsletter (24 edições)	24	24	0
2	Produção de convites, webmails e outros	200	200	0

## AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA DO PROJETO: ACTIVIDADES REALIZADAS VS ACTIVIDADES PROJECTADAS

Activid.	Designação da Actividade	Quant. Prevista	Quant. Realizada	Quant. Desvio
2	Produção de press kit	200	200	0
2	Folhetos posto informação	50.000	50.000	0
3	Relatório da presença no congresso anual da WFTA como representante de Portugal	1	1	0
4	Estudo Arca dos Sabores	1	1	0
4	Estudo Portugal vende	1	1	0
5	Encontros regulares com a comunicação social - conteúdos/imagens a disponibilizar no site	12	12	0
5	Promoção de Fam trips e press trips - conteúdos/imagens a disponibilizar no site	8	12	0
5	Pacotes de passeios turísticos - conteúdos/imagens a disponibilizar no site	20	20	0
5	VIP Trips - conteúdos/imagens a disponibilizar no site	6	2	4
6	Conceção Livro de receitas representativas das regiões "Descubra a nossa cultura através da nossa cozinha"	1	1	0
6	Conceção Livro de preparação de viagem ou guia de viagem em termos de culinária e gastronomia portuguesa	1	1	0
6	Eventos subordinados à gastronomia local base conceito Km0. - Conteúdos/imagens a disponibilizar no site	9	9	0
6	Prémio o mais viajado turista	1	1	0
6	Artigos promocionais nas revista das companhias aéreas	5	3	0
6	Ações promocionais em mercados emissores - conteúdos/imagens a disponibilizar no site	19	19	0
6	Website	1	1	0

## **AVALIAÇÃO DA EFICIÊNCIA DO PROJETO: ACTIVIDADES REALIZADAS VS ACTIVIDADES PROJECTADAS**

<b>Activid.</b>	<b>Designação da Actividade</b>	<b>Quant. Prevista</b>	<b>Quant. Realizada</b>	<b>Quant. Desvio</b>
6	Aplicação para tablets e smartphones	1	1	0
6	Presença em feiras - conteúdos/imagens a disponibilizar no site	3	3	0
7	Encontro Anual de Turismo de Culinária - conteúdos/imagens a disponibilizar no site	1	1	0
7	Class Cooking - conteúdos/imagens disponíveis no site	5	5	0
7	Workshops de turismo de culinária - conteúdos/imagens disponíveis no site	5	5	0
7	Sessões de divulgação de boas práticas de turismo de culinária - conteúdos/imagens disponíveis no site	3	3	0

## *INDICADORES DE REALIZAÇÃO FINANCEIRA*

- Ao nível financeiro foram realizadas e pagas as despesas com projeto num montante total acumulado de aproximadamente 505.937,18€ representando uma execução de 99% do total do projeto. O investimento concluído foi realizado por valores muito aproximados aos previstos. As diferenças registadas derivam sobretudo de alterações ao projeto que se traduzem em novas soluções para material informativo e presenças em feiras internacionais bem como flutuações nos valores dos gastos com as deslocações



## ***AVALIAR A PERTINÊNCIA DO PROJETO: CONTRIBUTO PARA A CONCRETIZAÇÃO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS***

- Importa nesta dimensão de análise compreender quais os contributos percebidos para a concretização dos objetivos estratégicos da APTECE no âmbito do Portugal Exclusivo.
- Analisando os objetivos estratégicos (OE) para o Portugal Exclusivo e os indicadores de resultados registados, tem-se:  
*Alinhados com as estratégias de turismo nacionais, os investimentos realizados no projeto da APTECE concorreram para a valorização e defesa da culinária e da gastronomia tradicional e típica das diferentes regiões do país como património cultural para o turismo local. Essa valorização e defesa corresponderam a um conjunto workshops e promoção para impulsionar o turismo regional:*
  - Encontro nacional de Turismo Culinária
  - 5 ações Class Cooking
  - 5 Workshops de Turismo Culinária
  - 3 sessões de divulgação de boas práticas de Turismo Culinária
  - Livro de receitas representativas das regiões “Descubra a nossa Cultura através da nossa cozinha”
  - Fam trips, press trips, VIP trips, para promoção das diversas regiões

## ***AVALIAR A PERTINÊNCIA DO PROJETO: CONTRIBUTO PARA A CONCRETIZAÇÃO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS***

- Em colaboração com organizações públicas e/ou privadas, com ou sem fins lucrativos, ligadas ao setor do turismo, economia, agricultura e cultura, foram desenvolvidas ações para dar suporte técnico e para desenvolver produtos, essencialmente de caráter experiencial para permitir uma maior competitividade das regiões, em particular, e de Portugal em geral, em termos de potencial turístico.
  - Presença em 3 feiras (ITB, Alimentaria, FITUR) em parceria com Turismo de Portugal. E Portugal foods.
  - Estudo Arca dos Sabores e Portugal Vende
  - Artigos promocionais das revistas das companhias aéreas
  - Criação material promocional de suporte (catálogos, flyers, aplicação tablets, smartphones, website, newsletter)
  - Pacotes de passeios turísticos
  - Eventos subordinados à gastronomia local e com base no conceito km zero
  - Ações promocionais em mercados emissores

## PERFORMANCE (SATISFAÇÃO DOS INTERVENIENTES QUANTO A CONTEÚDOS, INTERVENIENTES E ORGANIZAÇÃO)

### Workshops

• Na dimensão de satisfação dos participantes o projeto apresenta Bons resultados medidos por análise dos inquéritos de satisfação realizados no Workshops efetuados nas diversas atividades, sendo que nas várias dimensões analisadas os participantes consideram as atividades, globalmente, como boas ou muito boas. Foram ainda recolhidas muitas sugestões dos participantes que mostram o nível de interesse no tema abordado e utilidade na continuidade e evolução do projeto.

	Classificação				
Parâmetros Gerais	5	4	3	2	1
Organização do Plano do Workshop	25%	71%	4%	0%	0%
Duração da Ação / Módulo	8%	63%	29%	0%	0%
Utilidade / Interesse dos Temas	63%	33%	4%	0%	0%
Conhecimentos Adquiridos	25%	63%	13%	0%	0%
Alcance dos objetivos Propostos	38%	50%	13%	0%	0%
Relacionamento Formando/Formador	42%	50%	8%	0%	0%
Oportunidade do workshop	29%	67%	4%	0%	0%
Apoio da Entidade Promotora / coordenação	38%	54%	8%	0%	0%
Equipamentos Disponíveis	38%	42%	21%	0%	0%
Condições ambientais da Sala	21%	63%	17%	0%	0%
Apreciação Global do Workshop	38%	58%	4%	0%	0%
Parâmetros Formador					
Domínio do(s) Tema(s)	79%	17%	4%	0%	0%
Clareza na Exposição	59%	42%	0%	0%	0%
Componente Prática (se aplicável)	39%	52%	9%	0%	0%
Dinamização da Sessão	38%	54%	8%	0%	0%
Manual de Formação	29%	58%	8%	4%	0%
Metodologias de Formação	33%	58%	8%	0%	0%
Instrumentos de avaliação (se aplicável)	17%	55%	17%	0%	0%

# *CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES*

## **CONCLUSÕES:**

- Excelente execução do projeto
- Excelente aceitação do projecto
- Elevado nível de notoriedade
- Níveis elevados de satisfação
- Grande envolvimento de participantes
- Excelente aceitação pelas entidades oficiais
- Inovação nas ferramentas
- Grau de cooperação e de desenvolvimento de parcerias no âmbito de estratégias de eficiência coletiva muito elevado

# CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

## RECOMENDAÇÕES:

- Continuidade da realização de atividades práticas;
- Reforçar as atividades a desenvolver de forma a contribuir para aproximar fornecedores e distribuidores (nacionais e internacionais) ao cliente final;
- Apresentar soluções de promoção mais eficientes do turismo associado a atividades gastronómicas, envolvendo o Turismo de Portugal, com campanhas de promoção dos produtos tradicionais portugueses que fazem a força da sua cozinha como são exemplo o peixe, os vegetais frescos (produtos hortícolas e frutícolas, a ervas aromáticas), todo o conceito que domina cozinha Portuguesa.
- Deve ser ainda desenvolvido num futuro próximo um trabalho de cooperação entre os diferentes sectores profissionais (produtores, chefes, operadores turísticos, mercados paralelos envolvidos pensando nos sectores que estejam associados “à mesa” como vidro, cerâmicas, cutelaria, etc.) para a construção de ofertas de qualidade integradas.
- A continuidade do trabalho de promoção internacional deve ser mantido, com enfoque nas redes sociais, na presença em eventos que prestigiem a oferta e no envolvimento de jornalistas, bloggers e operadores internacionais que possam constatar a evolução.

## *CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES*

### **RECOMENDAÇÕES:**

- Não será de descurar e por isso apostar, no envolvimento das bases, com sensibilização e formação de uma nova geração, orgulhosa do seu país e da sua gastronomia, sugerindo por isso actividades que possam levar esta mensagem às escolas e envolver crianças e jovens com os produtos locais e a sua cultura gastronómica local, criando um efeito de mobilização parental.

ACTIVIDADE	DATA
<b>Desenvolvimento de instrumentos promocionais</b>	desde Março_2013

- ▶ Desenvolvimento das peças fundamentais ao normal desenvolvimento das actividades do projecto. Da criação do seu logótipo, passando pela criação de um site, de brochuras, pop ups, trípticos, press kits e muitos outros instrumentos adequados aos vários momentos esperados no âmbito do desenvolvimento do projecto.
  - ▶ Logótipo
  - ▶ Expositor de balcão
  - ▶ Press kit



ACTIVIDADE	DATA
<b>Desenvolvimento de instrumentos promocionais</b>	desde Março_2013

- ▶ Brochura do projecto (português, inglês, espanhol e alemão)





ACTIVIDADE	DATA
Desenvolvimento de instrumentos promocionais	desde Março_2013

► Folheto tríptico

Lado A



Lado B



ACTIVIDADE	DATA
<b>Desenvolvimento de instrumentos promocionais</b>	desde Março_2013

- ▶ Estrutura extensível
- ▶ Website APTECE -

*Estrutura extensível*



*Website*



ACTIVIDADE	DATA
Desenvolvimento de instrumentos promocionais	desde Março_2013

- ▶ Newsletter
- ▶ Convites, webmails e outros

Convites e webmails



Newsletter

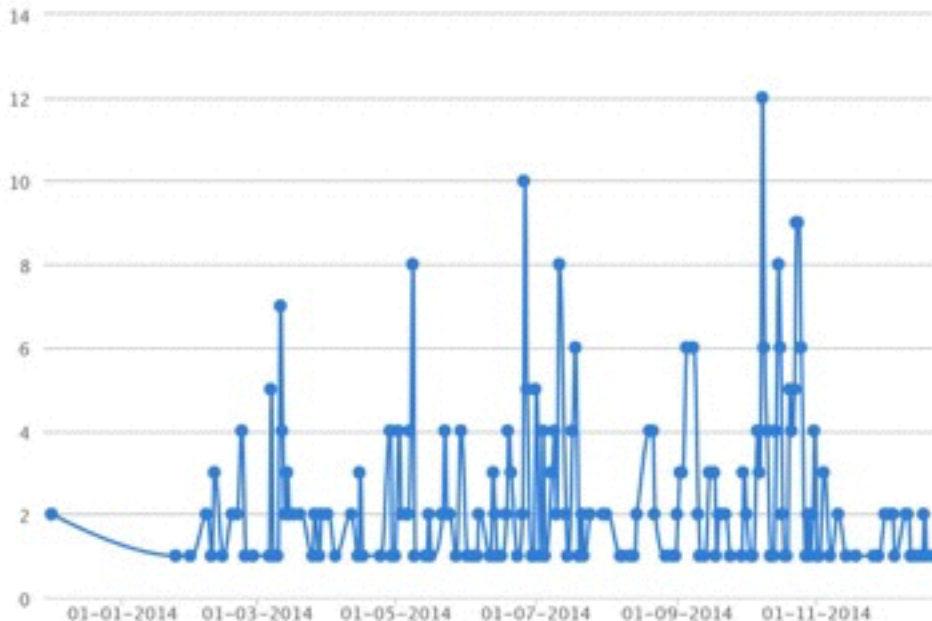
ACTIVIDADE	DATA
<b>Desenvolvimento de instrumentos promocionais</b>	desde Março_2013

► Cartazes



ACTIVIDADE	DATA
Encontros regulares com comunicação social	desde Julho_2013

- ▶ Desenvolvimento de actividades de relações públicas com líderes de opinião e comunicação social para promoção das regiões alvo.
- ▶ Destaca-se o espaço conquistado e presença constante nos vários meios, incluindo imprensa, rádio e tv a nível nacional, com 251 notícias.



### APTECE: É necessário "saber vender Portugal"



**José Baralho, presidente da Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE).**

... é necessário "saber vender Portugal".

... a Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE)...

... a Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE)...

... a Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE)...



**DE 23 A 24 DE OUTUBRO, NA PISSEIRA DA FREZ**

## APTECE organiza 1º Congresso Nacional de Turismo de Culinária

... a Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE)...

... a Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE)...

... a Associação Portuguesa de Turismo de Culinária e Economia (APTECE)...

ACTIVIDADE	DATA
Presença no congresso anual WFTA 2013	Setembro_2013

- ▶ A APTECE marcou presença no World Food Travel Summit 2014, em Gotemburgo, promovendo Portugal e a sua gastronomia junto dos cerca de 150 profissionais do sector do Food Travel, incluindo comunicação social e comunidade blogger.



World Food Travel Association

The New Wave in Food Tourism

World Food Travel Summit

21-24 SEPTEMBER 2013  
GOTHENBURG SWEDEN

SAVOR SEARCH

Sunday, September 22, 2013  
9:30 am – 3:30 pm  
Radisson Blu, Gothenburg Sweden (host hotel)

[www.WorldFoodTravelSummit.com](http://www.WorldFoodTravelSummit.com)

ACTIVIDADE	DATA
Ações de class cooking	desde Outubro_2013

- ▶ Realização de class cookings sobre a herança cultural portuguesa:
  - ▶ Ponte de Lima, Out.2013 - Chef Hélio Loureiro
  - ▶ Porto, Nov.2013 - Luisa Ginoulhiac e Olivia Rocha
  - ▶ Cartaxo, Abr.2014 - Chef Igor Martinho
  - ▶ Vila Real, Jun.2014 - Chef Vitor Adão
  - ▶ Guimarães, Set.2014 - Chef Vitor Adão



Sessão na Plataforma das Artes  
**Internacionalizar  
para a Colômbia**



Plataforma das Artes recebe sexta-feira um encontro cultural subordinado ao tema «Internacionalizar para a Colômbia».

A sessão destina-se ao tecido empresarial de Guimarães e assume-se como uma oportunidade para a internacionalização das empresas vizantinas.

Organizada pela Direção do Desenvolvimento Económico da Câmara de Guimarães e pela Câmara de Comércio na Luzo-Colombiana, terá início às 13 horas na Plataforma das Artes e Criatividade.

A sessão de abertura será presidida pelo Presidente da Comissão de Turismo e Comércio e Indústria Luzo-Colombiana, além do tema «Oportunidades na Colômbia».

O encontro debaterá conteúdos relacionados com «Cooperação e Aliança do Pacífico», «Financiamento Público e Internacionalização», «Balanço e Financiamento» e «Análise de Oportunidades», além de um momento de networking.

A sessão encerrar-se-á com a realização de um networking e uma demonstração da gastronomia minhota com a colaboração da Associação Portuguesa de Turismo de Culinaría e Economia.

ACTIVIDADE	DATA
Eventos gastronómicos km 0 - "Prove"	desde Dezembro_2013

- ▶ Envolvimento dos restaurantes com a gastronomia tradicional, dando a conhecer aos seus clientes esse receituário e as histórias que as envolvem.
- ▶ A iniciativa realizou-se em: Porto, Coimbra, Espinho, Viana do Castelo, Aveiro, Santarém, Évora, Vila Nova de Mil Fontes e Vila Real.





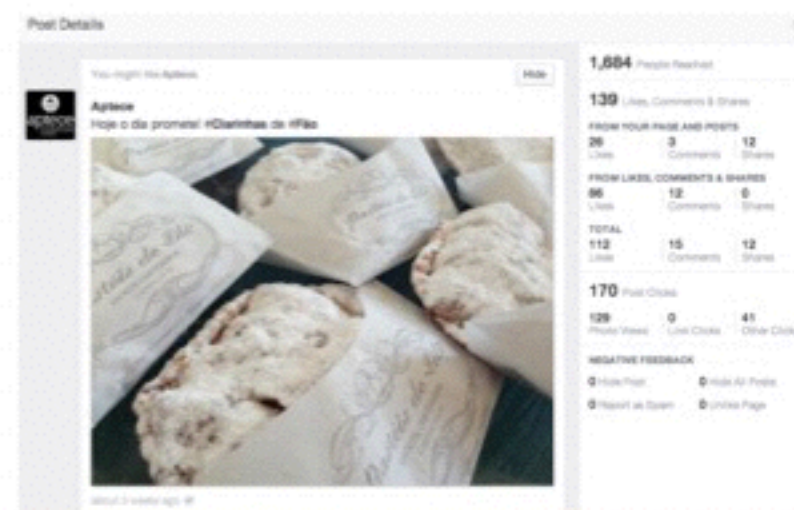
ACTIVIDADE	DATA
<b>Presença no congresso WFTA 2014 - Foodworx</b>	Janeiro_2014

- ▶ A APTECE marcou presença no congresso anual - Foodworx, em Portland, EUA, com vista a reforçar o contacto com o mercado americano e canadiano.
- ▶ Foram estabelecidos contactos para promoção de Portugal.



ACTIVIDADE	DATA
<b>E-promotion</b>	desde Janeiro_2014

- ▶ As redes sociais são fundamentais no âmbito da promoção das actividades.
- ▶ A APTECE dispõe de uma estratégia multicanal: blog; facebook; twitter, que tem resultado na adesão de um conjunto alargado de fãs e seguidores , com resultados bastante positivos.
- ▶ Destacam-se no facebook os cerca de 4.400 fãs, 115.489 pessoas alcançadas, através de 163 posts.
- ▶ Twitter: 262 tweets, 282 seguidores
- ▶ Instagram 26 post, 138 seguidores



ACTIVIDADE	DATA
Feiras Participação FITUR	Janeiro_2014

- ▶ Em parceria com o Turismo de Portugal, o projecto esteve presente na FITUR com mostra de produtos tradicionais portugueses e com vista à angariação de contactos internacionais, para as suas várias actividades.



ACTIVIDADE	DATA
Roadshow agências de viagens	Março_2014

- ▶ Foi desenvolvido um road show de apresentação do projecto, junto de agências de viagens de onde resultou um acordo com as agências Abreu, para colocação de material, na documentação emitida ou no contacto regular com os potenciais viajantes e turistas.
- ▶ Esta acção abrangeu todas as agências ABREU, pelo período de 2 meses (Abril e Maio), no total de 60.000 potenciais viajantes que tem por objectivo levar informação sobre o potencial das regiões do país para o turismo de culinária.



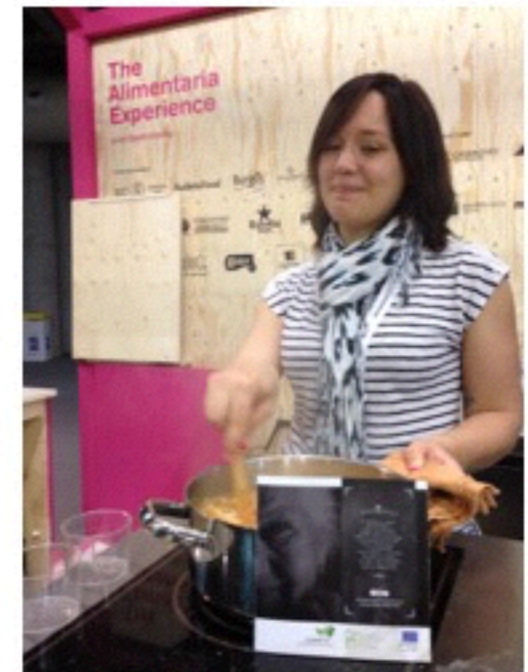
ACTIVIDADE	DATA
<b>Feiras Participação ITB</b>	Março_2014

- ▶ Em parceria com o Turismo de Portugal, o projecto esteve presente na ITB com mostra de produtos tradicionais portugueses e com vista à angariação de contactos internacionais, para as suas várias actividades.
- ▶ Para maior impacto promoveu-se um showcooking com a chef luso-brasileira Josie Franke (chef executiva do restaurante Sudaka em Berlim)



ACTIVIDADE	DATA
<b>Feiras Participação Alimentaria Barcelona</b>	Abril_2014

- ▶ Em parceria com a Portugal Foods, o projecto esteve presente na Alimentaria em Barcelona, num espaço próprio de promoção gastronómica, com mostra de produtos tradicionais portugueses e com vista à angariação de contactos internacionais, para as suas várias actividades.
- ▶ Para maior impacto promoveu-se um showcooking com o Chef Vitor Adão (da Casa de Samiões).



ACTIVIDADE	DATA
<b>Presença International &amp; European Congress</b>	Abril_2014

- ▶ Com vista ao reforço de contactos e exploração de parcerias a APTECE esteve presente no International & European Associations Congress em Paris.



ACTIVIDADE	DATA
Fam trips/press trips	desde Maio_2014

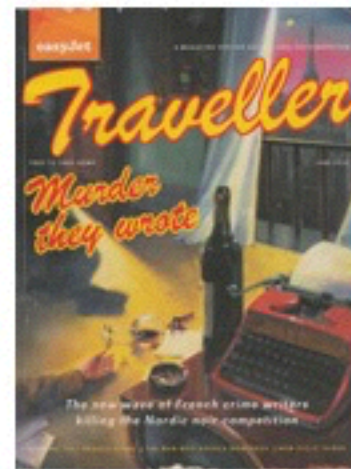
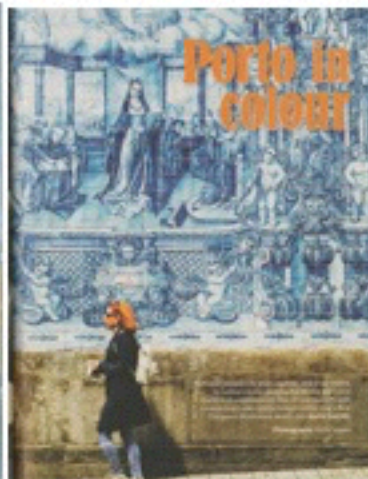
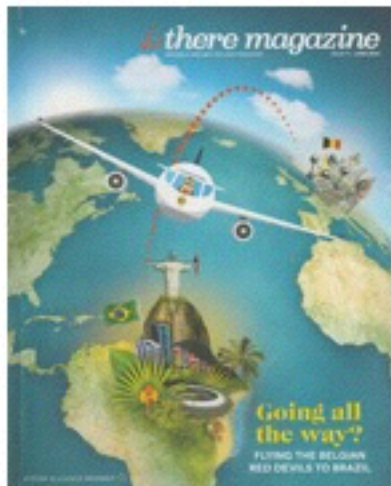
- ▶ Para melhor promoção das potencialidades do país, foram convidados operadores turísticos, bloggers e jornalistas a visitar as regiões.
- ▶ Como resultado, obteve-se diversas notícias em meios de comunicação estrangeiros e dezenas de posts sobre estas experiências.





ACTIVIDADE	DATA
Promoção a bordo	Junho_2014

- ▶ Desta actividade esperava-se a publicação de artigos em revistas de companhias aéreas sobre determinadas especificidades da gastronomia e tradições portuguesas, tendo verificado as mesmas nas revistas de bordo:
  - ▶ Brussels Airlines
  - ▶ Easy Jet
  - ▶ Tap



ACTIVIDADE	DATA
<b>O mais viajado turista</b>	Julho_2014

- ▶ Esta iniciativa convida os turistas ao check-in nas várias regiões do país, promovendo o consumo da hospitalidade nacional e das receitas portuguesas, motivando turistas portugueses e estrangeiros a viajar e a consumir dentro de Portugal.
- ▶ A app conseguiu um bom nível receptividade e até notícias em meios internacionais.
- ▶ 1137 downloads = 64% iOS e 36% android, 4323 consumos



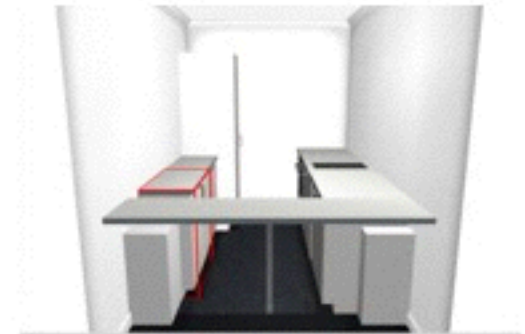
ACTIVIDADE	DATA
<b>Realização de Estudo Arca dos Sabores</b>	Agosto_2014

- ▶ Este estudo reúne um conjunto de informações que têm como objectivo ser estímulo para manter vivas as tradições. Para tal não só se efectuou um diagnóstico sobre algumas problemáticas em torno do tão desejado desenvolvimento local, como se reuniu um conjunto de informações resultantes de uma investigação que assume um carácter meramente consultivo.
- ▶ Destaca-se, no estudo, os cerca de 350 produtos inventariados através de organismos do Ministério da Agricultura (Direção Geral de Desenvolvimento Rural e Instituto dos Mercados Agrícolas e Industria Agroalimentar) e os 12 inscritos da Arca do Gosto - Slow Food Internacional, como estando em extinção e aos quais poderão vir a ser acrescentados mais alguns em estudo e indicados por chefes portugueses com trabalho dedicado à investigação de produtos em desaparecimento.



ACTIVIDADE	DATA
<b>Road Show - Adaptação de Veiculo</b>	Outubro_2014

- ▶ Com o objectivo de realizar um road show de promoção da gastronomia portuguesa, foi contratado o aluguer de um veiculo com respectiva adaptação para incluir uma cozinha que possibilitasse as actividades de cozinha necessárias.



ACTIVIDADE	DATA
<b>Road Show - Degustação mercados emissores</b>	Outubro_2014

- ▶ Acção de promoção a nível internacional com veiculo móvel que apresenta produtos típicos locais e ensina a gastronomia portuguesa, apresentando as regiões onde tem origem.
- ▶ A acção decorreu entre Outubro e Dezembro, nas cidades de: Amsterdão, Barcelona, Berlim, Bruxelas, Clermont Ferrand, Dresden, Frankfurt, Hannover, Leipzig, Londres, Luxemburgo, Lyon, Montpellier, Munique, Paris, Poznan, Saragoça, Vienna e Zurique.



ACTIVIDADE	DATA
Organização Encontro Anual de Turismo de Culinária	Outubro_2014

- ▶ O Congresso Nacional de Turismo de Culinária subordinado ao tema “Turista Culinário” realizou-se na Figueira da Foz, de 23 a 25 de Outubro.
- ▶ Neste Congresso, que contou com membros do Governo, debateu-se como Portugal se deve preparar para a nova realidade do Turismo de Culinária.



ACTIVIDADE	DATA
VIP Trips	Dezembro_2014

- ▶ Com o objectivo de envolver a sociedade civil foram promovidas 2 acções com VIPs, com respectiva negociação da sua experiência na comunicação social.
- ▶ Ambas as experiências foram comunicadas em Novembro e Dezembro na revista Nova Gente.



Para celebrar o Natal, muitas famílias optam por fazer uma viagem de férias. No entanto, há quem prefira ficar em casa e aproveitar o tempo com a família. É o caso de uma família que decidiu passar o Natal em casa, rodeada de amigos e familiares. A festa foi muito animada e todos se divertiram muito. Foi um momento muito especial para todos.



A família decidiu passar o Natal em casa, rodeada de amigos e familiares. A festa foi muito animada e todos se divertiram muito. Foi um momento muito especial para todos.



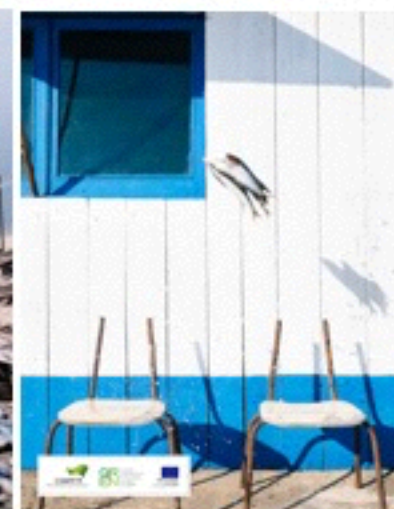
A família decidiu passar o Natal em casa, rodeada de amigos e familiares. A festa foi muito animada e todos se divertiram muito. Foi um momento muito especial para todos.



A família decidiu passar o Natal em casa, rodeada de amigos e familiares. A festa foi muito animada e todos se divertiram muito. Foi um momento muito especial para todos.

ACTIVIDADE	DATA
Conceção gráfica e foodstyling de livro	Dezembro_2014

- ▶ Como forma de mostrar a diversidade e a autenticidade das diversas regiões portuguesas, a APTECE uniu-se ao blogger Nelson Carvalheiro na concepção de um livro sobre viagens e gastronomia, tendo finalizada toda a concepção gráfica e o foodstyling e estando de momento em negociação para publicação do livro.





ACTIVIDADE	DATA
<b>Desenvolvimento aplicação para smartphones</b>	Dezembro_2014

- ▶ Lançamento de app que informa e orienta os turistas em qualquer região do país, ao nível das histórias, receitas locais e restaurantes onde pode experimentar esses sabores.
- ▶ Esta aplicação está disponível em iOS e Android, bilingue.



ACTIVIDADE	DATA
<b>Workshops de turismo de culinária</b>	Dezembro_2014

- ▶ Com vista a sensibilizar as futuras gerações de chefs foram organizadas cinco sessões de sensibilização para o turismo de culinária envolvendo cerca de 150 futuros profissionais.
- ▶ As sessões foram realizadas em Viana do Castelo e nas Caldas da Rainha.



ACTIVIDADE	DATA
<b>Sessões de boas práticas de turismo de culinária</b>	Dezembro_2014

- ▶ O envolvimento de profissionais da restauração e da produção é fundamental para a prossecução dos objectivos da APTECE.
- ▶ Neste sentido levou-se a cabo 3 acções de explicação das boas práticas neste sector, tendo lugar em Aveiro e Castelo Branco



ACTIVIDADE	DATA
<b>Material promocional ações de boas práticas</b>	Dezembro_2014

- ▶ Com vista ao reforço das sessões de boas práticas foi criado um Manual Prático de Turismo de Culinária, servindo de apoio a todos aqueles que se iniciam na actividade.



Maria João Condessa  
[mjc@mjcondessa.com](mailto:mjc@mjcondessa.com)

Telm. 939 900 739  
Telf. 210 111 922

<http://www.mjcondessa.com>