

## IDENTIDADE

Construir uma identidade para o Enoturismo, formalizando, sistematizando e certificando o sector em Portugal.

### **Estudo da realidade do enoturismo em Portugal**

Não existem dados atuais que dêem a conhecer o cenário do Enoturismo em Portugal. É fundamental investir num estudo aprofundado, actualizado anualmente, para compreender a sua realidade.

Este estudo irá permitir perceber a oferta e a procura, comparar produtores e regiões, perceber os seus pontos fortes e fracos, saber o que pretende o enoturista, o seu perfil, entre outros factores importantes.

### **Criação de um sistema de qualidade**

A atribuição de um selo de Enoturismo é uma garantia de qualidade. Sendo uma entidade que se quer inovadora e credível, a Associação Portuguesa de Enoturismo irá atribuir estes selos que servem não só de garantia de qualidade do local e dos serviços, como um incentivo aos Enoturismos para fazerem bem e sempre melhor. Para tal será efectuada uma avaliação através de uma empresa independente e certificadora, com créditos firmados.

À semelhança das já existentes normas 4494 4507 4520 4523 e 4556 promovidas pelo Turismo de Portugal, propomos desenvolver com o IPQ uma nova Norma que estabeleça um padrão de qualidade irrepreensível para a certificação da oferta de Enoturismo e articular com o IPAC a seleção de entidades acreditada para atividades específicas de avaliação da conformidade

## TERRITÓRIO

Compreender e representar os agentes nacionais do Enoturismo, em toda a sua diversidade, valorizando as características territoriais, numa rede integrada de roteiros e experiências.

### **Site Enoturismo**

- Comunicar eficazmente com todos os participantes do Enoturismo, em qualquer parte do mundo.

- Constituir um ponto de chegada único para o marketing digital a desenvolver, marcando presença forte num território cada vez mais digital.

- Desenvolver um site que agregue toda a comunicação do Enoturismo em Portugal, nomeadamente para os potenciais visitantes, enoturistas e profissionais, encontrando tudo o que precisam de saber para se sentirem atraídos e conseguirem facilmente marcar as suas viagens, dando previsibilidade às suas viagens.

- É essencial que seja acoplado a um sistema de CRM para permitir a comunicação activa (newsletters personalizadas e dirigidas), activando assim muito mais as audiências, a custos muito menores do que no marketing digital em paid media.

### **APP Enoturismo**

- Transportar para o mundo da mobilidade, de forma eficaz, a estratégia digital materializada no site, num formato altamente acessível e disponível, e conforme as mais recentes tendências de utilização de tecnologia.

- Desenvolvimento de uma nova solução que complete o site (ou estabelecimento de uma parceria com alguma solução já existente no mercado) que possa trazer maior escala numa lógica de rede nacional e internacional, preservando sempre o papel da certificação como filtro de qualidade, de forma a projectar o Enoturismo de Portugal para uma melhor posição na proposta de valor.

### **Política de marketing digital**

- A criação de elementos de fluxo digital (site e APP) deve ser acompanhada de uma presença digital bem dirigida, tentando otimizar a eficiência do investimento em promoção.

- Uma estratégia digital correcta, bem implementada, pode trazer benefícios muito significativos em volume de turistas e em custo de aquisição dos mesmos.

- É fundamental o Enoturismo promover-se através das mais diversas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, outras), em meios pagos (ads, programmatic marketing, content marketing, entre outros).

### **Parcerias**

- Juntos, trabalhamos melhor. Criar uma rede integrada de parceiros nas várias áreas da cadeia de valor de forma a potenciar o sector.

- Estabelecer parcerias com empresas e associações de Enoturismo, nacionais e internacionais (AENOTUR, GWC, RECEVIN, IVF, AEE, WTM, CNIV, DWI, ATEU)

## Viagens de enoturismo

- Nem sempre os profissionais de enoturismo têm uma visão global da realidade do enoturismo.

- Propomo-nos organizar viagens para profissionais do sector, de forma a que tomem contacto com outras realidades. Para poder comparar a nossa realidade é necessário conhecer o vizinho, depois outras regiões, e depois o mundo.

### Criação de roteiros

Criação de roteiros integrados com:

- Informação detalhada
- Plano Nacional de Sinalética do Enoturismo - Sinalização territorial de recursos, equipamentos e produtos enoturísticos

### Directório de enoturismo

Objecto de comunicação a lançar gratuitamente, por encarte, num jornal de referência, bem como disponível para oferta nos associados, podendo ainda ser distribuído nos aeroportos ou nos aviões da TAP.

Este directório terá, também, uma versão digital e será anunciado como oferta nos recursos de comunicação da Associação, assim como em material de comunicação a dispersar em pontos seleccionados.

### Livro do enoturismo em Portugal

Obra de referência. Livro impresso de comunicação e posicionamento da associação, disponível para venda nos principais pontos de venda livreiros do país, nos hotéis, junto dos associados e em livrarias digitais, nacionais e internacionais, em português, inglês, e noutros idiomas a seleccionar.

No livro constam apenas os enoturismos certificados pela associação. A obra irá dignificar o enoturismo de Portugal, a associação e os seus associados, e servirá também para oferecer à imprensa nacional e internacional, assim como a entidades e pessoas de relevo.

### Cartão de enoturista

O Enoturista que se torne associado vai ter um cartão que lhe dá uma vasta lista de vantagens e descontos.

Estabelecer protocolos com Bancos, Empresas de Telecomunicações, Seguros, Energia, Agências de viagens, Enoturismos, Rent a car, Companhias aéreas, Marcas de Automóveis, Restaurantes, Marcas de referência na Moda, Tecnologia, Desporto.

O cartão possibilita também acesso em condições privilegiadas às iniciativas organizadas pela APENO.

### **Passaporte do enoturista**

Objecto de fidelização. Pequeno suporte gráfico para agradecer e induzir ao consumo recorrente. Para oferta junto dos associados, assim como em pontos de referência, como nos pontos de turismo, ou encartado no Livro do Enoturismo em Portugal.

Este passaporte irá utilizar as estratégias habituais de ludificação (gamification) para induzir ao consumo repetido. Na prática, irá gerar um sistema de pontos (onde cada espaço carimba a visita) que concederá vantagens na rede de Associados.

## **PESSOAS**

Promover a formação aos agentes de Enoturismo em conhecimento técnico nas diversas áreas (vinho, hotelaria, turismo, gastronomia, cultura, história, ...)

### **Bolsa de emprego**

Criação e dinamização de uma plataforma que concilie as necessidades de mercado e os profissionais disponíveis na área do enoturismo. Vai funcionar como base de informação, simplificando os diversos processos de recrutamento, de forma simples e intuitiva, disponibilizando informação objectiva relativamente ao que o empregador precisa e o que o trabalhador pretende, alinhado com a sua experiência e formação.

Reconhecimento da carreira e valorização do emprego no interior através de parcerias com as direcções regionais de Turismo.

### **Formações**

Dada a reduzida formação existente, a APENO propõe-se realizar um programa formativo com recurso a profissionais do Enoturismo, preparados para partilhar a sua teoria e experiência.

A formação deverá ser integrada e multidisciplinar, conciliando conteúdos de enoturismo com outros mais específicos do mundo do vinho, a nível mundial, de forma a fornecer maior preparação técnica e uma visão mais alargada para receber enoturistas.

Implementação de um programa de mentoring - Os responsáveis dos melhores enoturismos certificados de cada região viajam para outras regiões de forma a partilhar experiências.

## Eno talks

Organização periódica de eventos com players do enoturismo a nível nacional e internacional, para que possam trocar ideias e conhecimentos, contribuindo para uma evolução do sector em Portugal e uma maior e melhor visibilidade a nível internacional. Conversas construtivas ao redor do enoturismo que reúne quem realmente 'mete a mão na massa', ou seja, quem tem experiência prática no sector e pode dar uma visão mais próxima da realidade.

## Estágios

Programa de estágios em Enoturismos de referência.

<b>QUADROS SUPERIORES UNIVERSIDADES</b>	<b>QUADROS TÉCNICOS PROFISSIONAIS REGIÕES</b>
Critérios de selecção pelas universidades, opção de escolha por ordem de médias, CV, ou outro tipo de classificação a desenvolver com as Universidades.	Atribuição de estágios pelas zonas de referência (residência ou outra) Gestão do equilíbrio oferta-procura de emprego na região.
Promoção emprego no interior, IEFP, Direcção regional turismo. Prémios, remuneração, outros apoios	

## Parcerias com universidades e institutos politécnicos

Parcerias que potenciem o conhecimento e a formação na área do Enoturismo. Pretendemos aproximar as universidades e as escolas técnico profissionais das direcções regionais de turismo e do IFP. A APENO pretende ajudar a enriquecer os programas de Enoturismo, abrindo portas a novas formações especializadas superiores e técnicas.

## OFERTA

Reconhecer e promover a inovação na oferta integrada do Enoturismo, desenvolvendo parcerias e divulgando as melhores práticas.

## **Newsletter**

Comunicado de carácter periódico, contendo informações destacadas sobre a actividade e os serviços da Associação Portuguesa de Enoturismo, enviado mensalmente por correio eletrónico aos seus subscritores.

Neste boletim informativo, os associados poderão acompanhar as iniciativas e a dinâmica da Associação Portuguesa de Enoturismo.

## **Jornal on-line**

Um meio de comunicação inserido no site da Associação Portuguesa de Enoturismo que foque os temas do Enoturismo através de notícias, reportagens, entrevistas, e artigos de opinião de líderes nesta área.

Através desta plataforma de informação, sempre actualizada, todos os interessados poderão acompanhar o que se passa no mundo do enoturismo.

## **Suplemento de enoturismo semestral**

Criação de um dossier de enoturismo para sair no interior de um jornal ou revista nacional de referência, com a divulgação dos enoturismos portugueses. Nesse suplemento irão constar notícias, reportagens, roteiros e outros conteúdos relevantes do enoturismo português acompanhados de imagens apelativas.

Internacionalização. O mesmo deverá fazer-se num jornal ou revista internacional de referência.

## **Apoiar os associados com material promocional de qualidade**

Muitos produtores e outros agentes de enoturismo não entendem a importância de se promover através material de qualidade (Press kit e fotografias profissionais). Só assim se consegue passar uma boa imagem do enoturismo português.

A Associação Portuguesa de Enoturismo pretende apoiar os seus associados orientando-os nessa área e fornecendo-lhe serviços que o vão ajudar a passar uma boa imagem.

## **Feira anual de enoturismo / Eno road**

Não existe nenhuma feira dedicada à promoção do Enoturismo nacional, apenas pequenas mostras inseridas em feiras de turismo ou de vinho. Vamos procurar manter e desenvolver a parceria que iniciamos este ano com a BTL.

No entanto, é urgente pensar numa feira 'fora da caixa', dinâmica e criativa, onde pro-

dutores e outras empresas ligadas ao sector possam mostrar os seus serviços de uma forma mais inovadora e eficaz.

Vamos promover uma feira “sobre rodas”, que passará por todos os locais emblemáticos e com destaque turístico de Portugal. Iremos aonde está o nosso público alvo.

### **Gala anual de prémios de enoturismo**

Premiar anualmente os produtores nacionais com os melhores serviços no sector do Enoturismo, atribuindo-se, numa primeira fase, os seguintes prémios:

- Melhor Enoturismo de Portugal
- Melhor Wine Hotel
- Melhor Sala de Provas
- Melhor Loja
- Melhor Profissional de Enoturismo

A criação dos critérios para a atribuição dos prémios estará a cargo de um painel de personalidades ligadas ao sector (Universidades; IVV; sommeliers; jornalistas; outros), e a avaliação será realizada por uma empresa independente e com provas dadas. Para além do reconhecimento, os galardoados entrarão numa campanha de comunicação e promoção: Os melhores do Enoturismo no Melhor Destino Turístico do Mundo.

### **Comunicação ‘desempoeirada’ e criativa**

A Associação Portuguesa de Enoturismo pretende revolucionar a forma como o sector é apresentado em Portugal e no estrangeiro, através de:

- Elaboração de novas formas criativas de comunicar os associados.
- Organização de acções de comunicação junto da imprensa, bloggers, empresas e instituições e público em geral.

Recurso a livros, brochuras, mapas e outros suportes físicos e digitais, com um design atractivo e inovador

## **SERVIÇOS**

Criar um gabinete de apoio ao associado na construção de novos enoturismos ou na definição de estratégias mais eficazes para projectos já estabelecidos.

### **Gabinete de apoio ao associado / serviços**

Gabinete de apoio ao associado na construção de novos enoturismos ou na definição de estratégias mais eficazes para projetos já estabelecidos.

Neste gabinete os associados terão aconselhamento e serviços disponíveis nas seguintes áreas: jurídico-legal, financeira, comunicação e marketing, novas tecnologias, recursos humanos.

### **PROMOÇÃO**

Criar uma marca para exploração do valor sinérgico das actividades associadas ao Enoturismo, com foco na divulgação nacional e internacional. Promover o Enoturismo Português com base na valorização cruzada da oferta, junto de promotores de grande reputação. Criar procura para o Enoturismo, criando e divulgando acções criativas e inovadoras.

#### **Marca: Enoturismo de Portugal**

Para criar a marca Enoturismo de Portugal foi estudado a fundo o significado da palavra e o conceito que queríamos transmitir, valorizando assim a marca. Sendo uma associação jovem, dinâmica e diferenciadora, optamos por evidenciar as palavras ENOTURISMO e PORTUGAL, que ganham lugar à palavra associação.

O símbolo da nossa marca é igualmente forte. Nele vemos um copo, uma garrafa, os terroirs portugueses, a cara de uma pessoa, e Portugal a receber visitantes de braços abertos. Tudo num só símbolo que, através de várias etapas de concepção, se tornou emblemático para dar visibilidade ao enoturismo português.

#### **Presença em feiras nacionais e internacionais**

Todos anos seleccionaremos um país com bom potencial de emissão de enoturistas e participaremos na principal feira de turismo desse país. Nas feiras de vinho iremos sempre em parceria com organismos nacionais (ex: Viniportugal).

#### **Acções promocionais no estrangeiro**

Acções criativas de promoção do Enoturismo junto das representações portuguesas pelo mundo. Exemplos: Promover o Enoturismo de Portugal nas embaixadas de Portugal; criar acções de promoção nos grandes centros das capitais internacionais, entre outros. Concretizar parcerias com marcas e instituições com notoriedade de produtos ligados ao setor (ex: Riedel - copos;...) e com presença mundial, e aproveitarmos o conhecimento que têm dos vários mercados e desenvolver acções promocionais. Acções com sommeliers internacionais, academias gastronómicas

#### **Press trips com jornalistas e bloggers de referência**

Internacionalização. Convidar jornalistas e bloggers de referência a vir a Portugal. Bons

jornalistas da área, não em quantidade mas em qualidade, que possam divulgar nos principais meios de comunicação onde trabalham o que Portugal faz bem na área do Enoturismo.

As press trips e a divulgação dos nossos enoturismos também deverá ser feita junto da imprensa nacional de referência, no sentido de reforçar a comunicação já existente.

### **Eventos diferenciadores**

Vamos promover eventos desportivos, artísticos e culturais que apoiem e divulguem a associação e os nossos associados, valorizando, potenciando e dando cada vez maior visibilidade ao enoturismo português. Os primeiros eventos serão:

- Eno Run
- Eno Padel
- Eno Music
- Eno Art

### **Programa de televisão / programa de rádio**

- Criação de um canal de televisão on-line dedicado ao enoturismo. Estes conteúdos podem posteriormente ser distribuídos em canais de televisão, nacionais ou internacionais, assim como a bordo dos aviões da TAP ou de outras companhias aéreas, comboios...

Criação de um programa de rádio onde serão realizadas entrevistas e notícias sobre os enoturismos nacionais, organizados concursos e outros passatempos.