Viseu 2019
Destino de Gastronomia

VISEU 2019, DESTINO NACIONAL DE GASTRONOMIA

Plano de Ação 2019/2020

Versão Draft (15.Jan.2019)

MUNICÍPIO DE VISEU

Viseu MARCA

#viseu2019

1. Apresentação
Enquadramento com as Estratégias Nacional e Regional de Desenvolvimento Turístico

2. Viseu. Evolução turística recente

3. Motivações
Porquê "Viseu, Destino Nacional de Gastronomia 2019"?

4. Visão Estratégica. Objetivos

5. Plano de Ação 2019/2020

6. Modelo de gestão e parcerias

1. Apresentação

Neste documento apresenta-se o plano de ação da iniciativa de marketing territorial **"Viseu 2019, Destino Nacional de Gastronomia"**, promovida pelo Município de Viseu e pela VISEU MARCA, com o apoio da Entidade Regional do Turismo do Centro e de um alargado conjunto de entidades parceiras, locais e nacionais.

Esta iniciativa é sustentada numa visão estratégica para a construção e reforço do posicionamento da marca Viseu no chamado "mercado interno", e para a sua valorização e capacitação, promoção e storytelling, enquanto **destino turístico cultural de excelência.**

Depois de "2017, Ano Oficial para Visitar Viseu" e de "Viseu, Cidade Europeia do Folclore 2018", a cidade de Viriato elege o seu **património gastronómico e os seus atributos** à mesa como mote de valorização cultural e desenvolvimento turístico.

Ao eleger a gastronomia e o seu extenso universo de valores territoriais, culturais, económicos e sociais para o primeiro plano da sua organização, desenvolvimento e comunicação enquanto destino, Viseu convoca um relevante cabaz de atributos e produtos turísticos e confere **maior profundidade e conteúdo ao seu atributo *cidade vinhateira e de cidade histórica***, dois dos três eixos estratégicos da marca.

O eixo de atributos que se procura, por esta via, ativar é o de **"Wine, Food & Culture"**, dando continuidade às apostas temáticas dos últimos anos e mantendo o eixo Cultura, Património e Eventos no seu centro. De resto, os vinhos do Dão e o conjunto das suas atividades situam-se não apenas dentro do perímetro do tema da "gastronomia", como da própria cultura em sentido amplo.

Este plano de ação – contendo para já **30 realizações**, em concreto – constitui **uma agenda aberta** a iniciativas complementares promovidas por entidades parceiras, assim como à adoção de novas ações consideradas especialmente relevantes ou de carácter demonstrativo. A sua execução será iniciada em 2019, devendo estender-se com algumas das suas ações mais estruturantes ou de animação do destino em 2020 e 2021.

2. Viseu. Evolução turística recente

Consequência de um contexto regional e nacional muito favorável, mas também de uma estratégia inédita de promoção e ativação do seu território enquanto marca e enquanto destino, Viseu tem conhecido nos últimos 5 anos um crescimento da procura turística muito relevante, tendo duplicado o número de dormidas entre 2013 e 2018.

Segundo projeções da Entidade Regional de Turismo (Centro de Portugal), Viseu deverá alcançar em 2018 um número de 250 mil dormidas (inclui Alojamento Local), indicador histórico no concelho e que reflete um crescimento claramente superior à média nacional a partir de 2017 (variações de 20% e 27%, em 2016 e 2017).

Nº de dormidas nos alojamentos turísticos

	DORMIDAS								
	2014	*Var%*	2015	*Var%*	2016	*Var%*	2017	*Var%*	2018 *(previsão)*
Portugal	*48.711.366*	*9*	*53.074.176*	*11*	59.122.640	*11*	65.385.210		
Continente	*41.083.957*	*9*	*44.709.708*	*11*	49.574.211	*11*	55.162.870		
Centro	*4.486.949*	*13*	*5.058.446*	*12*	5.643.792	*20*	6.764.282		
Viseu Dão Lafões	*409.586*	*6*	*432.776*	*11*	480.361	*11*	531.871		
Viseu	**137 926**	*7*	**146 943**	*12*	**164 658**	**20**	**196 773**	**27**	**250 000**

Figura 1 *– Dormidas nos alojamentos turísticos (exclui entre 2014 e 2017 alojamento local)*
Fonte: INE, PORDATA

Taxa líquida de ocupação cama (%) nos alojamentos turísticos

	TAXA DE OCUPAÇÃO			
	2014	2015	2016	2017
Portugal	42,4%	43,6%	46,4%	48,9%
Continente	40,9%	41,9%	44,5%	47,3%
Centro	27,7%	28,9%	30,9%	34,3%
Viseu Dão Lafões	22,0%	22,1%	23,8%	25,5%
Viseu	**24,0%**	**23,5%**	**26,2%**	**30,9%**

Figura 2 *– Taxa de ocupação/cama nos alojamentos turísticos (exclui alojamento local)*
Fonte: INE, PORDATA

2. Viseu. Evolução turística recente

Igualmente relevantes são os indicadores que apontam para um crescimento do número de proveitos no alojamento turístico, fixando-o em 2017 acima dos 9 milhões de euros (que compara com 6 milhões de euros em 2014). Este indicador traduz não apenas o crescimento absoluto da procura turística (medida em dormidas), mas também um incremento relevante do nível de remuneração do destino (preço por quarto ocupado).

Proveitos totais dos alojamentos turísticos

	PROVEITOS TOTAIS (EM MILHARES DE €)			
	2014	**2015**	**2016**	**2017**
Portugal	*2 285 896*	*2 627 741*	*3 103 755*	*3 681 207*
Continente	*1 940 146*	*2 240 348*	*2 643 565*	*3 170 774*
Centro	*189 026*	*222 524*	*256 514*	*316 308*
Viseu Dão Lafões	*16 290*	*18 645*	*21 370*	*24 307*
Viseu	**6093 M€**	**6971 M€**	**7755 M€**	**9058 M€**

Figura 3 *– Proveitos totais dos alojamentos turísticos 2014/2017 (exclui alojamento local)*
Fonte: INE, PORDATA

Por outro lado, deve ainda destacar-se o crescimento da percentagem de turistas estrangeiros em Viseu, sendo em 2017 muito próximo dos 30%. Este indicador testemunha um aumento da notoriedade internacional de Viseu enquanto destino, podendo traduzir ainda um reconhecimento por parte dos mercados exigentes (Espanha, Brasil, França, Reino Unido, Alemanha).

Proporção de Hóspedes Estrangeiros

	HÓSPEDES ESTRANGEIROS			
	2014	**2015**	**2016**	**2017**
Viseu	**26,0%**	**26,6%**	**26,1%**	**28,5%**

Figura 4 *– Percentagem de hóspedes estrangeiros em Viseu*
Fonte: INE, PORDATA

3. Motivações

Porquê "Viseu, Destino Nacional de Gastronomia 2019"?

A opção pela valorização da gastronomia em 2019 tem uma **dupla fundamentação**.

Por um lado, **interna**, assente no **extenso património culinário, alimentar e rural** de Viseu e da Beira Alta, ainda hoje presente no imaginário de "boa mesa" em Portugal.

Em face desse património, reconhece-se existir hoje uma margem de progressão muito relevante no desenvolvimento em Viseu de uma imagem de marca turística gastronómica de excelência. Por um lado, torna-se evidente que, nas últimas décadas, não se alcançaram os níveis de reputação, reconhecimento e remuneração conquistados por outras gastronomias regionais, nacional e internacionalmente, que investiram em processos de registo, certificação, qualificação, formação de capital humano, diferenciação e promoção relevantes.

A agenda de 2019 é **um ponto de partida** e um estímulo nesse sentido – i.e., no desenvolvimento de dinâmicas de médio e longo prazo que qualifiquem Viseu como destino gastronómico cultural, baseado na valorização das suas raízes identitárias.

Por outro, há uma motivação **externa**, no alinhamento evidente que esta iniciativa traduz com as principais políticas públicas nacionais e regionais, designadamente da Estratégia Turismo 2027 do Turismo de Portugal (2017) e do Marketing Estratégico do Turismo do Centro (Cfr. Plano de Atividades 2019).

No plano nacional, "Gastronomia e Vinhos" figuram como um dos "dez ativos estratégicos do turismo nacional" (e, nesse contexto, enquanto "ativo qualificador"), ao lado de outros tão relevantes como "Mar" ou "História, cultura e identidade".

Ainda de acordo com as conclusões expressas no "Laboratório Estratégico para o Turismo do Centro" da *Estratégica Turismo 2027*, **"*Wine, food & culture* são áreas de grande crescimento** e que deverão ser mais destacadas na oferta portuguesa".

De forma convergente, um dos "pilares de marketing estratégico para a Região Centro" da Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal é a **"gastronomia distintiva"**, elegendo especificamente para Viseu Dão Lafões o produto turístico "gastronomia e vinhos".

Do ponto de vista dos públicos-alvo definidos pela estratégia municipal, este eixo de atributos e o cabaz de produtos parecem ser também especialmente relevantes na sua atratividade. Nesses destinatários preferenciais (considerado o chamado "mercado interno"), estão excursionistas em *city breaks* que valorizam cultura, património e natureza e em *turismo de negócios.*

4. Visão Estratégica. Objetivos

VISÃO

Viseu será um destino turístico cultural de excelência, sustentável e criativo, relevante no plano nacional e reconhecido no plano ibérico*, assente na valorização do seu elevado standard de qualidade de vida e do seu ecossistema de talentos, da sua singular identidade histórica, patrimonial e mitológica, da sua gastronomia e vinhos, dos seus valores naturais e rurais, desempenhando um papel de motor regional na estruturação, no crescimento e difusão turística, num paradigma aberto a redes de cooperação.*

Objetivos do Plano de Ação 2019/2020:

1. Valorizar cultural e economicamente o património gastronómico de Viseu, os seus ativos e operadores, aumentando os níveis do seu reconhecimento e reputação;
2. Estimular e apoiar a qualificação da oferta gastronómica de Viseu, a sua autenticidade local e diversificação, e o seu *stock* de criativos e de recursos humanos;
2. Promover turisticamente o destino no mercado interno, sustentando a curva de crescimento da procura e remuneração e combatendo a sazonalidade;
4. Consolidar a marca Viseu num posicionamento urbano histórico e autêntico, trendy, dinâmico e feliz.

Principais públicos-alvo (mercado interno)

1. Turistas dos segmentos de *Wine, Food & Culture*, de Património e Natureza, e que valorizem destinos "vintage";
2. Famílias com filhos (crianças) que privilegiem destinos seguros e com qualidade de vida;
3. Eventos corporate (turismo de negócios);
4. *Wine & Food lovers* (eventos temáticos).

5. Plano de Ação 2019/2020

O plano de ação estrutura-se em quatro eixos fundamentais:

i) Ações de valorização cultural e económica da gastronomia, vinhos e produtos locais de qualidade;

ii) Ações de apoio à qualificação de recursos e capacitação de operadores económicos;

iii) Ações de promoção, comunicação e animação turística (experiências);

iv) Ações de capacitação do destino e de valorização de públicos.

Como já mencionado, este plano de ação constitui uma agenda aberta à adoção de novas ações consideradas especialmente relevantes ou de carácter demonstrativo – devendo estimular ações paralelas ou complementares promovidas por entidades parceiras ou operadores privados.

A sua execução será iniciada em 2019, devendo estender-se algumas das suas ações mais estruturantes ou de animação do destino em 2020.

Ações de valorização cultural e económica da gastronomia, vinhos e produtos locais de qualidade

1. **Desenvolvimento da Carta Gastronómica de Viseu** (inventário, receituário, fontes);
2. **Elaboração do Roteiro Aquiliniano de Gastronomia** (de Alberto Correia);
3. **Publicação de Roteiro Gastronómico de Viseu** (restauração);
4. **Orientação temática e de programação de eventos públicos locais para a valorização da Gastronomia:** Festival de Street Art; Marchas dos Santos Populares; Cavalhadas de Vildemoinhos; Feira de São Mateus.
5. **Desenvolvimento nos Museus Municipais da linha de eventos "Nos Museus também se come"**;
6. **Organização de um ciclo de workshops culinários "A cozinhar é que a gente se entende"** *(chefs convidados; parceria com Escolas);*
7. **Organização do ciclo de conferências "Gastronomia & o Resto".** Gastronomia & Saúde; Gastronomia & História; Gastronomia & Literatura; Gastronomia & Arte; Gastronomia & Política, Gastronomia & Fé;

8. **Organização de uma agenda de espetáculos gastronómicos** (ex: "O Presente de César", Teatro Culinário, 1-3 Março);

9. **Lançamento de linha de objetos artísticos "Arte de Comer"** ("made in Viseu") **e de merchandising** promocional temático.

Ações de apoio à qualificação de recursos e capacitação de operadores económicos

10. **Apoio à criação em Viseu de um Centro de Formação especializado em Restauração** (atração de iniciativa empresarial);

11. **Desenvolvimento do "VISEU SABE BEM" -** Programa de formação de operadores e profissionais de Restauração – na base de parcerias com associações e formadores do setor;

12. **Orientação temática de instrumentos de incentivo municipal para a valorização da Gastronomia:** adoção de tipologia de investimento na linha "Revitalizar" do programa VISEU CULTURA para cozinhas tradicionais e receituários;

13. **Organização do Roteiro de Mercados Locais de Viseu**, em parceria com as Freguesias de Viseu, **e criação da rede de operadores "VISEU RURAL"**, no segmento agroalimentar (base de dados);

Ações de promoção, comunicação e animação turística (experiências)

14. **Participação com stand próprio em 4 feiras nacionais e ibéricas:** FITUR – Feira Internacional de Turismo de Madrid; BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa; FIA – Feira Internacional de Artesanato; Smart Cities Summit (FIL);

15. **Organização da 2ª edição do "Viseu Estrela à Mesa"** (evento-âncora integrado na Festa das Vindimas de Viseu);

16. **Organização do VISEU AIR RACE** (evento-âncora integrado na Festa das Vindimas de Viseu);

17. **Organização da 1ª edição do "Viseu Cozinha Saudável" –** Mercados, Conversas & Gastronomia (nome provisório);

18. **Organização do certame "Viseu Doce"**, numa parceria com a Associação Comercial do Distrito de Viseu;
19. **Desenvolvimento da 2ª fase do VisitViseu.pt –** novas áreas, novos conteúdos, plataforma de venda, estruturação publicitária;
20. **Estabelecimento de uma Parceria de Media Nacional** para a promoção de "Viseu 2019, Destino Nacional de Gastronomia";
21. **Lançamento do Guia Turístico de Viseu e de edições colecionáveis "Viseu Sabe Bem"** (subordinadas aos sabores de Viseu).
22. **Organização de um grande Encontro de Confrarias Gastronómicas de Portugal** em Viseu (2019/2020);
23. **Campanha de marketing digital, publicidade na rede de autoestradas** nacionais e ***press trips* enogastronómicas.**

Ações de capacitação do destino e valorização de públicos

24. **Lançamento do concurso público para a execução do projeto "VISEU ARENA"** (1º semestre);
25. **Lançamento da Loja de Turismo de Viseu** (Mercado 2 de Maio), constituída por Posto de Informação Turística e "Viseu Shop";
26. **Implementação de nova sinalética de informação turística no Centro Histórico** (3 idiomas);
27. **1ª Participação na FITUR –** Feira Internacional de Turismo de Madrid 2019 (23-27 Janeiro);
28. **Participação na BTL –** Bolsa de Turismo de Lisboa 2019 (13-17 Março);
29. **Instituição do Selo "Viseu, Destino Amigo das Famílias"** para serviços públicos e operadores do canal HORECA;
30. **Dinamização e criação de roteiros turísticos –**Roteiros Arqueológicos José Coelho, Roteiro Viseu Azulejar, Roteiros Arboris (2019-2021);

6. Modelo de gestão e parcerias

Promovido pelo Município de Viseu e VISEU MARCA, com o apoio da Entidade Regional de Turismo do Centro, o Plano de Ação "Viseu 2019, Destino Nacional de Gastronomia" tem **um modelo de gestão e execução participado e partilhado.**

A agenda inclui medidas de iniciativa municipal, ações de responsabilidade associativa, realizações através de parcerias e investimentos de iniciativa estritamente privada/empresarial.

O **Núcleo de Turismo do Município**, desenvolvendo a sua atividade no âmbito dos Pelouros do Turismo e do Marketing Territorial, será a unidade orgânica responsável por dinamizar e monitorizar a implementação deste plano. A Divisão de Cultura e Turismo, na qual se integra, e os Museus Municipais desempenham ainda especial papel de relevo na programação cultural desta agenda.

A associação **VISEU MARCA** coopera na definição da estratégia de marketing e comunicação e na conceção e programação de eventos e experiências. Deverá ainda amplificar a sua promoção na Feira de São Mateus e desenvolver ou apoiar a captação de parceiros e patrocínios. Finalmente, poderá vir a assumir um papel relevante na gestão da plataforma VISITVISEU.pt, designadamente após a implementação da sua 2ª fase de desenvolvimento.

São especialmente relevantes para este plano de ação entidades de referência no setor do turismo, hotelaria e restauração, comércio local e empreendedorismo, tais como a AHRESP – Associação de Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal, a Associação Comercial do Distrito de Viseu, a Associação Empresarial da Região de Viseu e as Escolas Superiores e Profissionais.

Os "Embaixadores de Viseu" – iniciativa de associação de personalidades, artistas e "prescritores" à estratégia de marca, lançada em 2017, pela VISEU MARCA – serão convocados também para participar desta programação.