

## **O vinho leve e a gastronomia regional**

*Alenquer - 27 de fevereiro de 2016*

Professor Simão Oliveira

*Instituto Politécnico de Leiria*

*Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar*

E-mail: simao\_oliveira@ipleiria.pt

### **Citando Alfredo Saramago...**

“Nos últimos anos, verificou-se o surgimento de um turismo que começou a procurar restaurantes e lugares públicos onde se podia comer bem, com o mesmo entusiasmo com que se procurava antigamente igrejas românicas. Este novo segmento, o turismo gastronómico, desenvolve-se e aparece como um segmento cada vez mais importante.”



## Turismo Gastronómico

“É a deslocação de visitantes, quer turistas, quer excursionistas, tendo por motivo principal a gastronomia, envolvendo práticas que vão desde a mera deslocação do local de residência até um restaurante para degustar uma iguaria; a deslocação até um determinado destino para aprender a confeccionar determinados alimentos; a realização de rotas gastronómicas com o intuito de aprender algo mais sobre uma determinada gastronomia, entre outros.”

(Oliveira, S.)

## Características Genéricas do Turista Gastronómico

- Elevado nível cultural e boa condição socioeconómica;
- Gastos “médios/dia” elevados;
- Pouco sensíveis ao preço;
- Exigência;
- Interesse cultural - buscam a autenticidade e gostam da gastronomia regional;
- Procuram a informação através de websites especializados, clubes gastronómicos, livros e revistas da especialidade;
- Não necessitam de campanhas agressivas de promoção;
- Viajam muitas vezes através de *tour operators* especializados.



(Schlüter, R.)

## “Do Turista que se alimenta àquele que procura comida”

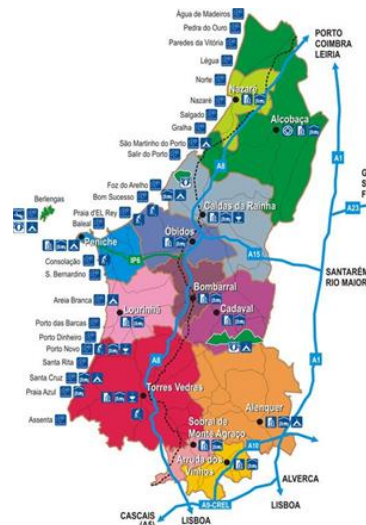


## Estudo de Caso – Turismo Gastronómico no Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste

- Estudo realizado pela ESTM-IPL;
- Duração de um ano;
- Estudo da oferta e da procura;
- Ao nível da procura, aplicação de 863 questionários validados.

### Algumas conclusões simples:

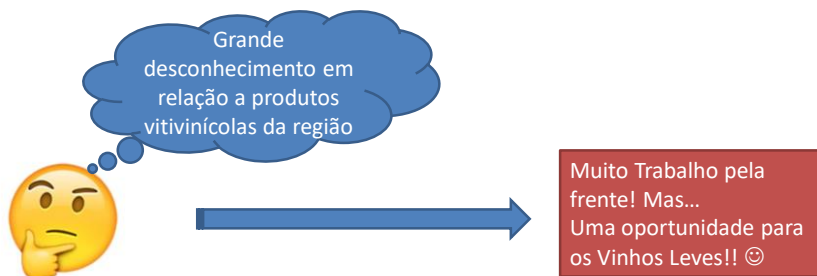
- Para 8,9% dos inquiridos a sua deslocação ao Pólo, **teve como motivo principal a gastronomia**;
- Para 57,7%, a gastronomia não foi o motivo principal, mas motivo secundário ou terciário;
- **Ou seja, para 575 dos inquiridos (66,6%) , a gastronomia de alguma forma está relacionada com a deslocação efetuada.**



## Um aspeto interessante do estudo:

### % DE RESPOSTAS RELATIVAS AO CONHECIMENTO DE PRODUTOS DA REGIÃO

PRODUTOS	CONHECE	NÃO CONHECE
Aguardente da Lourinhã	16,1	<b>83,9</b>
Pêra Rocha do Oeste	54,5	45,5
Maçã de Alcobaça	44,3	55,7
Ginja de Óbidos	<b>63,8</b>	36,2
Ginja de Alcobaça	23,9	<b>76,1</b>
Vinhos da Região	37,3	<b>62,7</b>



## O vinho leve e a gastronomia - Propostas

**1 – Reforçar a promoção junto dos Postos de Turismo, colocando (naqueles em que é possível) garrafas de vinho leve à venda e a possibilidade de degustação**



+



**2 – Parcerias com Restaurantes para inclusão de vinhos leves na sua carta de vinhos e aconselhamento dos mesmos em determinados pratos regionais**

*(No estudo previamente citado, os turistas referiram como principais “pratos” da região: 47% o peixe e 19% o marisco – estes pratos combinam claramente com os vinhos leves)*



**3 – Associação com chefs de relevo, criando a figura de “Embaixador dos Vinhos Leves”**

*(Hoje em dia, com a proliferação de programas sobre gastronomia e com o cada vez maior interesse da população pela temática, os chefs tornam-se importantes opinion makers, seguidos fervorosamente por diversos consumidores)*



**4 – Competição, em parceria com Escolas Profissionais/Superiores de Hotelaria e Restauração, para o desenvolvimento de pratos específicos pelos alunos, em que a ideia seria apostar na enogastronomia (*combinação entre a gastronomia e vinhos*).**

**O desafio seria criar pratos inovadores (mas de base regional), harmonizados com os vinhos leves de Lisboa.**

**Seria uma iniciativa importante, que deveria contar com a especial cobertura da comunicação social.**



+



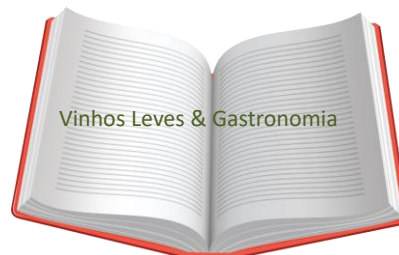
....

**5 – Criação de um portal enogastronómico na web, “Vinhos Leves”, com receitas (preferencialmente com a chancela de um embaixador) em que o vinho leve seja fator de harmonização.**

**Esta iniciativa poderia ainda ser complementada com um livro “Vinhos Leves & Gastronomia”.**



+



**6 – Evento “Vinhos Leves Restaurant Week”, em toda a região da CVRL, com Restaurantes aderentes, que durante uma semana (anualmente), ofereceriam um menu especial, baseado nos Vinhos Leves, harmonizando desde os pratos principais até às sobremesas.**

**Aqui, mais uma vez seria importante a cobertura da comunicação social, o que iria trazer maior notoriedade em relação aos vinhos leves.**



+



Obrigado pela atenção!!

