

## Jornadas de Enoturismo apontam para valorização da autenticidade e do storytelling - Media - Media



Aveiro e a Bairrada receberam, na semana passada, a 12.<sup>a</sup> edição das Jornadas de Enoturismo, uma iniciativa conjunta das cinco regiões, rotas e comissões vitivinícolas (CVR's) do Centro de Portugal – Bairrada, Beira Interior, Dão, Lisboa e Tejo –, que este ano celebram o vinho e o enoturismo enquanto motor de desenvolvimento económico, cultural e sustentável dos territórios. O enoturismo é apontado como um caminho de desenvolvimento e aumento de receitas no setor do vinho, devendo ser encarado de forma cada vez mais holística, não apenas como momentos de portas abertas nos produtores de vinho, mas ao nível das experiências enogastronómicas, literárias, de desenvolvimento de produtos que somem cultura, música e arte, por exemplo.

Foram dois dias de muita partilha de conhecimento e debate de ideias, em modo de mesas redondas, mas também numa vertente mais prática, com a realização de dois workshops, repletos nas presenças e no entusiasmo dos participantes: “A história perfeita, criação de conteúdos com storytelling”, pela jornalista e sommelier Elaine de Oliveira; “Uma experiência de aromas e perfumes, com prova olfativa”, conduzido por Cláudia Camacho, perfumista e criadora do Portugal by Nose.

No primeiro dia fez-se um balanço e um enquadramento mais técnico, ao nível de projetos e formas de obter financiamentos. O presidente da Comissão Vitivinícola da Bairrada e da Rota da Bairrada, Pedro Soares, referiu a importância da ANDOVI no enoturismo, uma vez que é a Associação que tutela as Denominações de Origem e tudo o que envolve o setor deve estar focado neste aspeto. Só os vinhos com DO/IGP podem ajudar à valorização do território, numa ótica retenção de recursos e potenciar a economia. Fala-se em vinho, mas é importante ter-se em conta as pessoas que produzem as uvas.

Foi sublinhada a clara evolução nas duas últimas décadas: muito foi feito na produção e até em infraestruturas para receber enófilos, mas as ofertas de enoturismo são muito “standardizadas” e focadas no vinho em si, no processo de vinificação, nas adegas e seus “recheios” – de cubas inox e barricas de madeira, iguais em todo o lado –, muitas vezes descritos à exaustão e sem diferenciação,

paixão e emoção. O que é de singular em cada produtor é, muitas vezes esquecido e deixado por dizer. É importante sair-se do universo puramente vínico para “vender” vinho. As pessoas, o património, a cultura, a gastronomia e o território, no seu todo, devem ser encaradas como elemento do enoturismo. De presenças institucionais a jornalistas, de uma perfumista a sommeliers e até a produtores, foram unânimes na experiência, assente numa boa narrativa, ser algo singular.

Balanço feito, há pontos a destacar:

- A importância da coesão territorial e do trabalho em rede, evitando-se redundâncias.
- Trabalhar-se de forma estruturada e articulada na promoção.
- Promoção do vinho em estreita relação com as demais valências dos territórios.
- Pensar mais no turista e só depois no enoturista.
- Assumir a identidade de cada lugar, posicionando-se.
- Apostar na partilha de conhecimento: da cultura do vinho e das gentes do vinho.
- Humanizar e perpetuar: contar histórias das pessoas e do saber fazer local (que vão desaparecer).
- Apostar em experiências diferenciadores.
- Comunicar mais e melhor, evitando linguagem hermética.
- Apostar no storytelling autêntico e genuíno, singular e relevante.
- Dar importância à narrativa: contar histórias para encantar; evitar a robotização das histórias do vinho.
- Atrair pessoas carismáticas, que contem histórias e partilhem conhecimento com paixão.
- Os personagens são fatores de fidelização.
- Empolgar para conectar, envolver e criar relações.
- Aproximar (a linguagem à do comum cidadão) para compreender.
- Acender a vontade de quem nos ouve querer mais e passar a palavra (o vinho de ouvido em ouvido).

As Jornadas reuniram empresários, agentes públicos, profissionais e entusiastas do setor vitivinícola, turismo e gastronomia, oriundos de todo o país. Destinado a um público cada vez mais vasto, e jovem, na medida em que há muito para explorar ao nível do mercado de trabalho, este encontro serviu ainda o propósito de celebrar a caminhada lado-a-lado das cinco CVR's na promoção do enoturismo. Um trabalho iniciado em 2003, precisamente na Bairrada, e realizado ainda em parceria com diversas entidades da região Centro.

As Jornadas de Enoturismo do Centro de Portugal 2024 realizaram-se entre a cidade moliceira de Aveiro e a região vitivinícola da Bairrada e foram apoiadas pelo Município de Aveiro, no âmbito da programação 'Aveiro 2024 - Capital Portuguesa da Cultura'; pelo Turismo Centro de Portugal; pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Centro (CCDRC); e pela Escola de Hotelaria e Turismo de Coimbra, estando integradas no Programa de Qualificação da Oferta Enoturística da Região Centro, que é financiado pelo Programa Valorizar, do Turismo de Portugal.