



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional



PLANO OPERACIONAL DE SUORTE AO
DESENVOLVIMENTO E DINAMIZAÇÃO DO PRODUTO
“PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE NO ALENTEJO”
PLANO DE AÇÃO

Junho 2015



ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| 1. ENQUADRAMENTO E FUNDAMENTAÇÃO | 3 |
| 2. PROPOSTA E ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO ‘PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE NO ALENTEJO’ (PHA) | 5 |
| 2.1. Princípios e pressupostos de configuração do produto: | 5 |
| 2.2. Proposta de Conceito..... | 5 |
| 2.3. Estratégia de desenvolvimento do produto..... | 7 |
| 2.3.1. As componentes do Produto | 11 |
| 2.3.2. As componentes e o “ciclo da viagem” | 12 |
| 2.3.3. As componentes e a “cadeia de experiência turística” | 13 |
| 2.3.4. Fatores críticos das componentes centrais do produto | 15 |
| 2.3.5. Prioridades de intervenção nas componentes centrais do produto | 17 |
| 2.3.6. Eixos de intervenção | 19 |
| 3. PLANO OPERACIONAL PARA O PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE NO ALENTEJO | 21 |
| 3.1. Eixos de Intervenção e Projetos Âncora..... | 21 |
| 3.2. A Relação dos Eixos de Intervenção com as componentes do Produto Turístico (Oferta) | 108 |
| 3.3. A Relação dos Eixos de Intervenção com o “Ciclo da Viagem” e a “Cadeia de Experiência Turística” (Procura) | 110 |

Equipa Técnica

| Técnicos | Formação | Funções |
|-----------------------------|--------------------------|--|
| Quatenaire Portugal | | |
| Elisa Pérez Babo | Economia | Conceção e desenvolvimento do Plano, Gestão do Património da Humanidade |
| José Portugal | Antropologia | Coordenação Geral Conceção e desenvolvimento do Plano Gestão do Património da Humanidade |
| Carla Melo | Turismo | Planeamento do Turismo Produto Turístico do Património da Humanidade |
| Consultores externos | | |
| Leonor Babo | Comunicação Marketing | e Imagem e comunicação <i>Branding</i> e comunicação do produto turístico |

1. ENQUADRAMENTO E FUNDAMENTAÇÃO

Este Relatório apresenta a Estratégia do Produto Património da Humanidade no Alentejo e o Plano de Ação estruturado em Eixos de Intervenção Juntar-se-ão na sua versão de Relatório Final o “Diagnóstico das dinâmicas culturais e turísticas nas cidades de Elvas e Évora” constantes do 1º Relatório Intermédio e o “Desenho do conceito do produto turístico”, constante do 2º Relatório Intermédio.

A conceção e operacionalização de um produto turístico em torno do Património da Humanidade do Alentejo representam um desafio:

- (i) pela grandiosidade e excecionalidade do valor do Património, padrão pelo qual se devem reger todos os serviços prestados aos turistas e visitantes;
- (ii) pela exigência em termos de colaboração institucional necessária à prossecução dos objetivos estabelecidos;
- (iii) pela regularidade e persistência necessárias à consolidação das ações propostas e à afirmação consistente do produto turístico PHA.

O Plano de Ação integra um conjunto diferenciado de projetos cuja operacionalização irá permitir a afirmação e visibilidade externa do produto PHA, mas também para a dinamização global do destino Alentejo, na medida em que este é um produto que se pretende integrador, e que através da mobilização de uma linguagem universal como a do Património da Humanidade, irá tornar mais coesa e atrativa a oferta turística do Alentejo.

A mais-valia deste produto turístico radica na Marca Património da Humanidade que decorre do reconhecimento do valor universal excecional desta herança cultural Essa notoriedade confere-lhe capacidade de agregar outros produtos turísticos e aumentar a capacidade de atração turística desta Região.

Os Bens Patrimoniais do Alentejo inscritos na Lista da UNESCO como Património da Humanidade, são, no momento presente, o Centro Histórico de Évora, a Cidade Fronteiriça e de Guarnição de Elvas e as suas Fortificações e o Cante Alentejano como Património Cultural Imaterial da Humanidade.

Estes Bens são testemunhos evidentes da importância histórica e cultural e da relevância política e estratégica deste território em períodos diferentes da História. A notoriedade artística, a relevância simbólica deste património para a comunidade e a qualidade das intervenções de reabilitação conferem uma qualidade global da oferta de grande valor.

O Cante Alentejano, canto colectivo *a capella*, predominantemente associado ao Baixo Alentejo, integra elementos da polifonia mediterrânica de raiz tradicional, religiosa e popular e ainda os cantos laborais, de origem proto-industrial e industrial.

Existe um conjunto de outros processos a decorrer no Alentejo que visam o mesmo propósito de reconhecimento como Património da Humanidade – a Arte Chocalheira de Alcáçovas, os Tapetes de Arraiolos, as Festas do Povo de Campo Maior - que são a expressão da visão do Turismo para esta Região que se caracteriza pela singularidade e excecionalidade dos seus múltiplos produtos turísticos.

Atualmente, para que possam manter-se competitivos e atrativos, os destinos turísticos necessitam de assumir uma dinâmica de constante inovação e reinvenção, reajustando de forma contínua os seus recursos e atrativos às alterações de contexto internacional, sejam elas

decorrentes das alterações económicas, políticas, ambientais, tecnológicas, ou da evolução dos comportamentos da procura turística.

Os desafios da sustentabilidade, da acessibilidade para todos, entre outros, implicam que o próprio destino se comporte como um organismo vivo, em permanente mutação e adaptação, ou seja, como um destino inteligente.

O conceito de **território inteligente**, inicialmente aplicado no contexto das cidades, tem vindo a ser progressivamente aplicado a outros territórios, nomeadamente aos destinos turísticos, introduzindo uma nova reflexão em áreas como o planeamento turístico do território, a aplicação do conceito de sustentabilidade à cadeia de valor da atividade turística, a incorporação de tecnologias nas diversas fases do processo, desde a gestão e prestação de serviços à própria experiência turística, entre outras.

Os projetos propostos, e que concretizam no seu todo, a estratégia para a afirmação do produto turístico PHA, contemplam no seu desenho, objetivos e governança, os princípios dos destinos inteligentes, entre outros aspetos, pela complementaridade das ações propostas, pela mobilização de tecnologias inovadoras em diferentes fases da experiência turística, pelo envolvimento ativo de diversos atores, públicos e privados.

Este é efetivamente um Plano de Ação que se valoriza pelo resultado pretendido com a globalidade das ações propostas, ainda que por razões operacionais, estas ações possam ser implementadas a diferentes ritmos. Pretendeu-se garantir a exequibilidade, mas também a sustentabilidade a longo-prazo, a inovação, mas também a qualificação dos processos mais tradicionais.

Por último, e como referido anteriormente, importa ainda destacar a harmonia entre as ações propostas no âmbito deste plano e a Estratégia da Entidade Regional de Turismo para o período 2014-2020.

2. PROPOSTA E ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO ‘PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE NO ALENTEJO’ (PHA)

2.1. Princípios e pressupostos de configuração do produto:

O PHA deve assumir-se como um produto ‘compósito’/ total, na medida em que resulta da combinação de todos os elementos que se pretende que os turistas possam consumir na estadia no Alentejo. O conceito de produto turístico que, nesse sentido, está subjacente ao PHA corresponde ao resultado da combinação, na oferta, de produtos específicos, tais como o alojamento, a restauração, os transportes, as atrações e outras facilidades. Estes vários componentes são oferecidas de forma articulada aos turistas, adotando-se para tal uma perspetiva holística, na medida em que é também assim que se pretende que o turista, pelo lado da procura, veja e perceçione o produto como um ‘todo’. O que significa também, que o produto deve ser ‘formatado’ nessa mesma perspetiva integral por parte do consumidor e não, pela perspetiva individual ou parcelar de cada um dos produtores dos diversos componentes que o compõem.

Porém, o produto ‘total’ não deve contudo ser confundido com o próprio destino, uma vez que se entende que um destino pode/ deve oferecer diferentes produtos turísticos.

O produto ‘total’ não deve igualmente ser confundido com o conceito de ‘pacote’ turístico, já que este se aproxima mais de um produto específico, ainda que composto por mais do que um elemento, geralmente, a viagem e o alojamento, determinado pela perspetiva da oferta na medida em que se trata de uma decisão de comercialização pela mesma entidade.

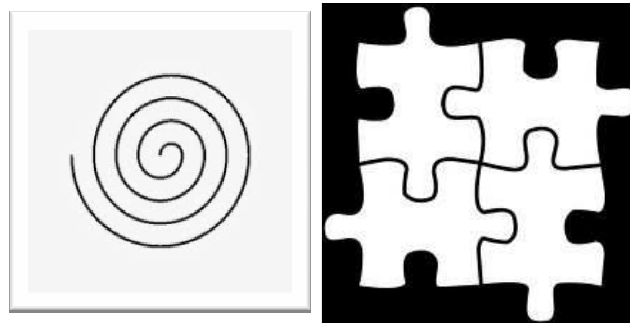
A melhor forma de compreender o conceito de produto turístico ‘total’ é entendê-lo na perspetiva da procura e não da oferta, isto é, concebendo o produto como o consumo global que o turista vai realizar, e que começa no seu local de residência, integrando a deslocação e a estadia no destino e o regresso a casa, que se pode prolongar nas suas memórias.

Por outro lado, e para responder de forma integrada ao consumo global perceçionado e vivido pelo turista, o conceito do PHA deve integrar tanto componentes materiais e imateriais de natureza especificamente turística, como componentes de contexto, sendo que deve ser dada especial atenção à forma como estas se articulam e se condicionam entre si.

2.2. Proposta de Conceito

Considerando o conceito que se pretende trabalhar, de produto compósito/ ‘total’, propõe-se uma construção conceptual do produto baseada na combinação de duas lógicas: de espiral e, simultaneamente, de puzzle.

A **lógica de espiral** traduz a ideia de produto evolutivo, dinâmico, que pode começar a ser comercializado com uma base inicial de diferentes componentes mas que sucessiva e gradualmente pode ser melhorada, complementada e alargada, quer do ponto de vista geográfico, quer do ponto de vista dos conteúdos.



Esta lógica responde, no essencial, à necessidade de ir integrando dentro do PHA os novos bens, materiais e imateriais, classificados e inscritas no quadro do Património da Humanidade e todos os seus diversos suportes de interpretação, vivificação e contextualização, bem como os diversos componentes de serviço turístico que se venham a criar e desenvolver.

A **lógica de puzzle** traduz e consolida a estratégia de leque de produtos-marca do Turismo do Alentejo, que pressupõe a criação e desenvolvimento de sinergias entre diferentes produtos turísticos e entre diferentes bens Patrimónios da Humanidade existentes no destino. Esta lógica traduz ainda, do ponto de vista da procura, a possibilidade de ‘construção de uma experiência única e personalizada’ resultante da livre combinação de componentes.



Greg Richards¹ tem refletido sobre o conceito de turismo cultural e sobre o modo como os turistas consomem os bens e serviços de natureza cultural. O autor considera que os turistas incorporam nessa visita cultural: i) o que pensam as pessoas (atitudes e crenças, ideias e valores), ii) o que fazem as pessoas (códigos de comportamento, modos de vida) e iii) o que fabricam as pessoas (obras de arte, artefactos, produtos culturais). Daqui decorre que a visita a lugares e monumentos, padrão do turismo cultural, se ampliou de forma considerável, com a intenção e desejo de recolha de informação e de experiências novas e diversas. Ela já não abarca apenas testemunhos do passado, mas também elementos da cultura contemporânea bem como de vivências da comunidade visitada.

¹ Richards, Greg. “Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo”, en **El Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza**, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, 2000, pág. 72.

Por outro lado, as tendências mais recentes detetadas no mercado cultural vão no sentido de uma crescente responsabilidade partilhada entre os agentes proprietários e gestores e os utilizadores e consumidores, mas também entre os habitantes e os turistas / visitantes, no que respeita aos monumentos e tradições, às belas artes e artes populares, às paisagens e produtos tradicionais (in Impact of Europe an Cultural Routes on SMEs’innovatio and competitiveness).

Considerando os pressupostos enunciados anteriormente e o conceito formulado propõe-se a seguinte formulação para o PHA:

“Património da Humanidade no Alentejo: uma História Viva e Partilhada”

A mais-valia deste produto turístico e a sua diferenciação radicam na Marca Património da Humanidade, que decorre do reconhecimento do Valor Universal Excepcional de elementos e bens da herança e do património cultural do Alentejo, bens estes que podem abranger monumentos, sítios, paisagens e património imaterial. Essa notoriedade confere-lhe capacidade de agregar outros produtos turísticos, também presentes no destino Alentejo, e consequentemente, de aumentar a atratividade turística desta região.

2.3. Estratégia de desenvolvimento do produto

Ao enunciado do produto turístico Património da Humanidade no Alentejo (PHA) proposto acresce uma estratégia de desenvolvimento que se fundamenta, primeiramente, numa Visão, numa Missão e num Posicionamento do produto no mercado, e que se estrutura seguidamente por um conjunto de eixos de intervenção.

Uma Visão que se traduz do seguinte modo:

UM PRODUTO TURÍSTICO CENTRADO NA SINGULARIDADE E EXCEPCIONALIDADE DOS BENS ‘PATRIMÓNIOS DA HUMANIDADE’, AGREGADOR DOS OUTROS PRODUTOS TURÍSTICOS E ARGUMENTO DO POTENCIAL EMOCIONAL E DA SUSTENTABILIDADE DO DESTINO TURÍSTICO DO ALENTEJO

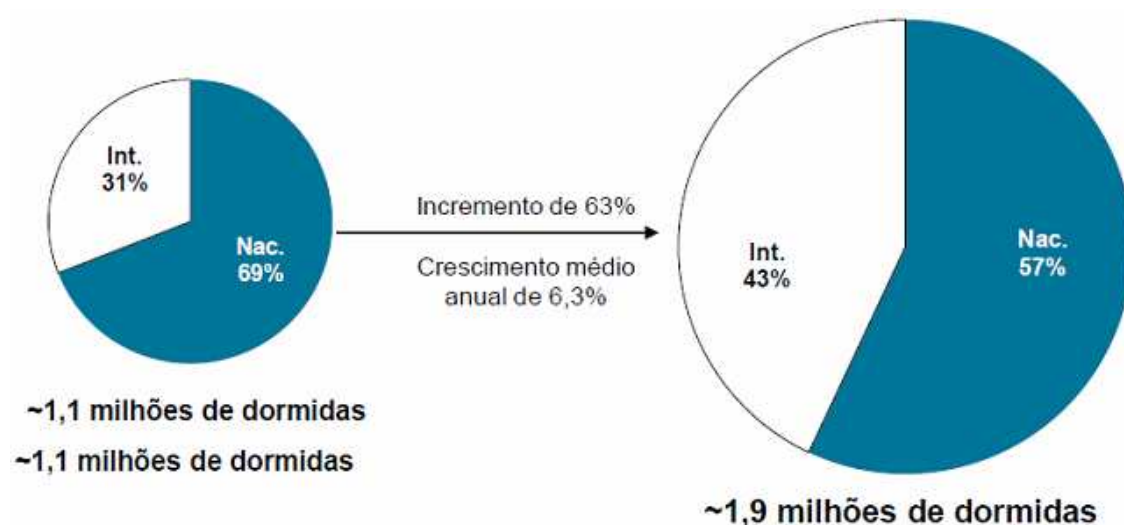
Uma Missão para o PHA, que lhe deve conferir e assegurar condições para:

- **Comunicar o Património**
- **Utilizar o património como veículo de interação e de diálogo**
- **Estruturar uma relação emocional dos turistas com o Alentejo**
- **Agregar a oferta turística**
- **Transferir excelência para os diversos produtos turísticos do destino**
- **Contribuir para a sustentabilidade do destino turístico**

A Visão e a Missão enunciadas alinhadas com a Estratégia definida para o Turismo do Alentejo e Ribatejo para o período de 2014-2020 e com as tendências de mercado analisadas no quadro do diagnóstico, determinam, por sua vez, o seguinte Posicionamento para o PHA:

AUMENTAR OS FLUXOS E PROLONGAR A ESTADA DE TURISTAS NO ALENTEJO A PARTIR DE UMA PROPOSTA DE VALOR BASEADA NA EXPERIÊNCIA E NA RELAÇÃO COM A MARCA ‘PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE’, COM RESPOSTAS DIFERENCIADAS PARA SEGMENTOS DE MERCADO ESPECÍFICOS E CAPAZ DE ACRESCENTAR VALOR A OUTROS PRODUTOS TURÍSTICOS DO DESTINO

O produto turístico Património da Humanidade no Alentejo deverá por conseguinte contribuir para alcançar as metas regionais definidas para a Procura Turística, tal como se inscrevem no Documento Estratégico Turismo Alentejo 2014-2020.



A contribuição para tais metas de procura turística do destino Alentejo pressupõe por um lado, abordar os mercados, nacional e internacional, de forma segmentada e, por outro lado, organizar e desenvolver o novo produto Património da Humanidade no Alentejo considerando as motivações e aspirações próprias desses principais segmentos.

O esquema seguinte procura identificar os componentes do produto turístico que mais tendem a influenciar a decisão e a apreciação/opinião dos diversos segmentos de mercado:

| Segmentos de mercado do destino | Turismo Jovem | Turismo familiar | Turismo sénior | Turismo de grupo | Turismo negócios |
|---------------------------------|---------------|------------------|----------------|------------------|------------------|
| Animação | +++ | +++ | ++ | +++ | + |
| Alojamento | ++ | ++ | + | + | +++ |
| Restauração | +++ | ++ | ++ | +++ | ++ |
| Transportes | +++ | ++ | ++ | + | + |

- As condições do alojamento ou a diversidade de tipologias oferecidas tendem a pesar de forma mais acentuada na decisão dos operadores do turismo de negócios, mas também na decisão e opinião dos segmentos de turismo jovem, em termos de conceitos novos e diferenciados de alojamento, e do turismo familiar;
- A qualidade da restauração tende a condicionar sobretudo a decisão e a opinião do turismo de grupo, mas também o segmento jovem, na sua diversidade de conceitos de oferta;
- No caso dos transportes, talvez se possa afirmar que o segmento de turismo jovem é, tendencialmente, o que mais é influenciado na decisão de vir e na opinião, considerando que, nos outros segmentos, as deslocações internas são em geral programadas (frequentemente, em pacote turístico) e no caso das famílias e turismo sénior é frequente a utilização de meios de deslocação próprios;
- Por fim, em matéria de animação, os segmentos de turismo familiar, de turismo jovem e de turismo de grupo são os que mais importância atribuem à qualidade, diversidade e integração de serviços e animação na tomada de decisão e na escolha do destino, enquanto, nos restantes dois segmentos, embora não seja determinante a oferta da animação na tomada de decisão, ela contribui para a classificação da opinião sobre o destino.

Considerando estas tendências do mercado, o desenvolvimento do conceito do produto PHA deve tomar em linha de conta na forma como este produto vai ser organizado e comunicado, quais as valências que funcionam como âncoras motivacionais, isto é, quais os atributos que irão deverão promovidos junto dos potenciais turistas/ consumidores para que os mesmos se sintam impelidos a visitar o Alentejo e a experienciar o produto, e dele formulem uma opinião positiva, capaz de ser transferida para outros potenciais turistas/ visitantes.

Considerando que o turista cria ‘imagens’ e expectativas sobre o produto, nas suas vertentes materiais e imateriais, é necessário que logo na fase de desenvolvimento se considerem as diferentes motivações e preferências dos segmentos que se pretendem cativar. O mesmo é dizer, que é importante ter presente qual ou quais os perfis de turistas a que se destina primeiramente este produto, e qual a melhor forma de suscitar nesses mesmos turistas a necessidade de o consumir. Tais aspetos têm fortes implicações no conceito a desenvolver.

O conceito do PHA deve integrar não apenas as componentes materiais e de natureza turística, como os elementos acabamos de analisar, mas também as componentes materiais e imateriais específicas do destino – do seu território, da sua cultura, da sua história, como sejam: a paisagem e as sensações que inspira, o património monumental, histórico e artístico que nos apela para tempos passados ou para experiências contemporâneas diferentes, o modo de vida alentejano nas suas peculiaridades e idiosincrasias, etc.. É a combinação de todas que permite criar uma ‘imagem’ de uma experiência de consumo integral, diferenciadora, que vá de encontro às diferentes expectativas, motivações e necessidades do turista.

Na organização e promoção do produto turístico, deve ser dada especial atenção à forma como essas várias componentes se articulam e interligam entre si, atendendo às suas dependências funcionais e ao resultado final que irão permitir atingir, do ponto de vista do turista.



Importa associar aos produtos centrais associados a cada um destes sítios Património Mundial da UNESCO outros produtos turísticos que configurem um *mix* diversificado e apelativo para um conjunto diferenciado de segmentos de público-alvo.

É neste ambiente e desejo de construção de diferentes narrativas sobre os “lugares”, que é possível juntar à provisão de informações, de serviços do património e cultural e de serviços de natureza turística, a disponibilização de experiências. Tais experiências turísticas devem ser, tanto quanto possível, capazes de estimular uma participação geradora de contaminações criativas entre os turistas, num diálogo mutuamente enriquecedor entre a comunidade visitante e a comunidade visitada, em ambientes de *co-creation*, permitindo ao turista experimentar a relação do património cultural com a arquitectura, as artes visuais, literárias, musicais, gastronómicas, tradições, modos de vida deste território e das suas comunidades.

A concretização da visão, missão e posicionamento enunciados, em termos da estratégia e do plano de ação, apela a uma abordagem complexa que não pode deixar de contemplar as dimensões de oferta e de procura do produto turístico em formação.

A organização e desenvolvimento do novo produto turístico PHA implica, pelo lado da oferta, um processo de programação, intervenção e gestão articulado que garanta a integração, o equilíbrio e a coerência entre as suas diversas componentes e destas com o contexto institucional, físico, social e económico existente. Exige-se nesse sentido, um processo de planeamento integrado e um enorme esforço de partilha e de cooperação entre os diferentes agentes turísticos e entre estes e outros agentes do território, particularmente neste caso, os detentores e gestores do património cultural, essencialmente, o que integra os bens declarados Património da Humanidade e as autoridades territoriais responsáveis (autarquias locais e outras entidades gestoras de infraestruturas e serviços coletivos).

No entanto não basta, para o sucesso do produto turístico no mercado, um planeamento e uma organização do produto eficazes. É essencial compreender a relação do produto compósito /‘total’, e de cada uma das suas componentes, com o processo de consumo, procurando adaptá-los aos principais determinantes do consumo e torná-los legíveis (como um todo) e acessíveis ao consumidor. Ou seja, é fundamental organizar o produto numa ótica de procura,

sendo que, neste caso, se admitem duas perspetivas diferentes e essenciais: i) a perspetiva do “ciclo da visita ou da viagem”, que ultrapassa a presença física do turista ou visitante no destino; ii) a perspetiva da “cadeia de experiência turística”, que excede bastante a simples interação do turista com os produtos e serviços que lhe são disponibilizados no ato específico de consumo.

Esta abordagem, que assegura o cruzamento entre as múltiplas dimensões da oferta e da procura do produto turístico, implica, para além disso, que se compreendam os principais fatores críticos da evolução das componentes do produto, na sua interação com os bens Património da Humanidade, e se identifiquem as respetivas prioridades de intervenção. Estes são elementos indispensáveis para assegurar uma formulação da estratégia e do plano de ação de organização do produto adequada às circunstâncias específicas em que o mesmo se inscreve e se irá desenvolver.

2.3.1. As componentes do Produto

As componentes de produto que são consideradas na abordagem que nos propomos adotar correspondem às atividades e produtos turísticos que integram a respetiva Conta Satélite, adaptando à realidade específica do que se pretende e considera necessário trabalhar no âmbito da organização e desenvolvimento do PHA.

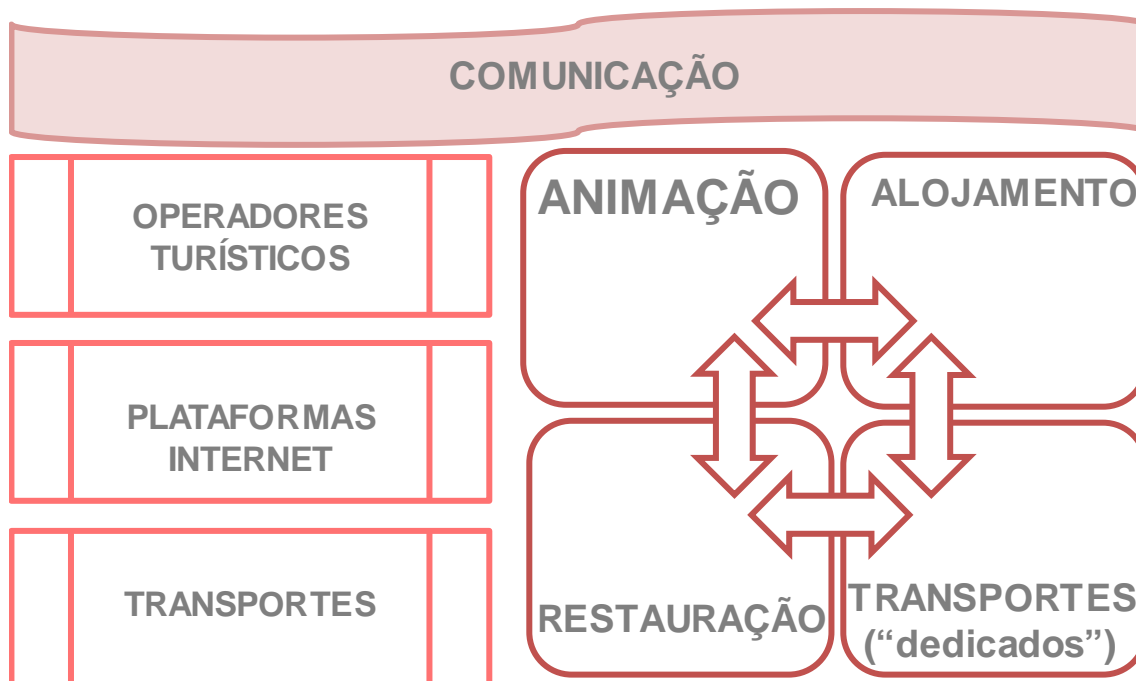
Para além das três componentes centrais – ALOJAMENTO, RESTAURAÇÃO e ANIMAÇÃO, propomos incluir num núcleo mais central, os TRANSPORTES numa categoria específica, a que propomos a designação (adjetivação) de ‘DEDICADOS’. Entende-se pois, que esta categoria inclui os transportes intra-destino vocacionados e dirigidos especificamente ao mercado turístico, com capacidade de se admitirem alguma personalização, embora se associem também outros tipos de transporte coletivo local, que podem ser utilizados pelo turista, dentro de um conceito de circuito ou roteiro de visita “organizado” pelo próprio turista a partir de informação específica que lhe é fornecida (serviços coletivos de transporte, táxis, etc.).

As quatro componentes do núcleo central enunciadas estabelecem, por seu lado, fortes interações e interdependências, ao nível da organização da oferta do produto turístico, com três outras componentes que não operam exclusivamente para o produto ou destino turístico em causa, mas operam no mercado global – OPERADORES TURÍSTICOS (grossistas, nacionais ou internacionais), AGENTES DE TRANSPORTE (de longa distância e transportes de passageiros especializados no setor) e PLATAFORMAS INTERNET (que cada vez mais se afirmam dentro da distribuição turística).

Por fim, inscreve-se ainda neste sistema a componente de comunicação, que, cada vez mais, atravessa todas as restantes, quer permitindo melhorar a integração no produto, quer fornecendo respostas a estratégias de marketing de cada uma delas ou conjuntas, designadamente, de *crossing selling*.

O esquema seguinte ilustra as principais componentes do produto turístico consideradas no âmbito desta abordagem.

COMPONENTES DO PRODUTO



2.3.2. As componentes e o “ciclo da viagem”

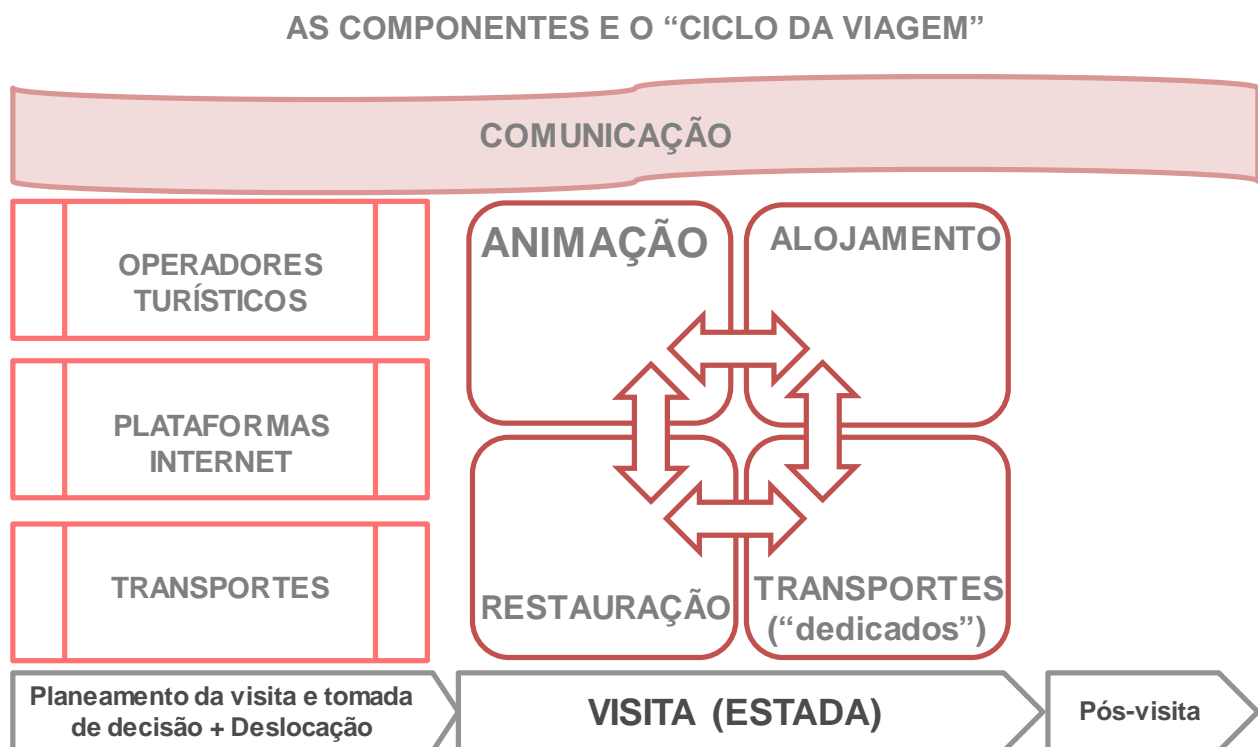
Do lado da procura, o turista estabelece uma relação com o produto turístico ao longo de todo um processo que ultrapassa a presença no destino, e que se inicia com o planeamento e a tomada de decisão da viagem. Nesta primeira fase, o contacto do turista com a comunicação e com os “distribuidores”/ grossistas é essencial. A evolução das tecnologias de comunicação e informação tem contribuído para uma crescente importância das plataformas de internet no arranque do processo de planeamento e decisão. O primeiro contacto com o destino ou com o produto pode ser mesmo exterior aos agentes turísticos, através de *sítes* institucionais ou de outro carácter, que transmitem informação qualitativa, muitas vezes de enorme carga estética e comunicativa (fotos, vídeos, textos, etc.).

Esta fase prévia à estadia prolonga-se, após a tomada de decisão, pela realização da viagem/ deslocação entre a origem e o destino, a qual se encontra cada vez mais determinada pela diversidade de serviços de transporte disponíveis. Neste caso, as tendências mais recentes apontam para uma desvalorização progressiva das exigências na configuração do serviço, com a enorme expansão das ofertas de *low cost*, e para um decréscimo na disponibilidade de aceitar que o transporte represente uma parcela muito elevada do valor global da viagem.

A fase seguinte, central dentro do “ciclo da viagem”, é a fase da estadia. Nela se centram a maioria das expectativas e das motivações que estão na base da tomada de decisão e, portanto, estamos perante uma tendência para exigências crescentes ao nível do conceito, da qualidade e da segurança do produto e das suas componentes. Na fase da estadia o turista relaciona-se principalmente com o núcleo central das componentes do produto e espera, a partir delas, satisfazer as suas expectativas e retirar o máximo de experiência. Para além dos serviços prestados, a comunicação pode acrescentar valor na medida em que aprofunda a relação e alarga a capacidade de interação do turista com o destino, o seu território, a sua cultura, a sua história, as suas dinâmicas sociais e culturais, artísticas, etc.

A comunicação é por fim essencial na última fase do “ciclo da viagem”, na fase pós-visita. Trata-se de uma fase que será tanto mais prolongada quanto maior a experiência e a relação que o turista conseguiu estabelecer com o destino e com os produtos turísticos que consumiu. Ela não depende apenas de matéria intangível, de recordações e de impressões (particularmente sobre a qualidade dos serviços), mas frequentemente da associação destas com outros produtos de comunicação – objetos de recordação, *merchandising*, edições, etc. ou com produtos de natureza endógena (produtos regionais e locais).

O esquema seguinte ilustra a articulação entre a estrutura da oferta do produto e o referido “ciclo da viagem”:



2.3.3. As componentes e a “cadeia de experiência turística”

A “cadeia de experiência turística” é outra das perspetivas através das quais é manifestamente conseguido o *matching* entre a oferta do produto turístico, neste caso do PHA falando de um produto compósito/ ‘total’, e a procura do mesmo produto, baseando-se, por excelência, no conjunto diverso de interações que o turista é levado e capaz de estabelecer com as suas diversas dimensões – materiais, sensitivas, simbólicas, etc.. Da intensidade e da qualidade das interações estabelecidas resultarão os principais fatores de satisfação do turista no mercado.

No percurso da “cadeia de experiência turística” o turista desenvolve uma relação com o produto turístico ao longo de três etapas principais, que assumem contornos algo distintos: i) a tomada de consciência do património, ii) a interpretação e experimentação do património; e iii) a partilha de memórias. Estas três etapas do “ciclo de Experiência turística têm alguma correspondência com as três fases do “ciclo da viagem”: pré, durante e após a estadia.

Realça-se neste âmbito da relação do turista com o destino turístico, a importância de considerar uma dimensão do contexto em que o produto turístico é fornecido e consumido, na medida em que as condições desse contexto podem influenciar decisivamente a materialização da “cadeia de experiência turística”. Quando se fala das condições de contexto, abrangem-se

um conjunto de condições muito diversas, de natureza territorial, institucional ou imaterial, mas também ao nível da oferta de serviços não turísticos (particularmente nos setores da saúde, da segurança, da informação), que podem condicionar de forma muito profunda a experiência final do turista.

Analisando as três etapas da cadeia de experiência no caso do produto turístico PHA, verifica-se que a primeira, que coincide no essencial com a fase de planeamento e de deslocação do turista até ao destino, se centra fundamentalmente na tomada de consciência do património. A particularidade de este produto abranger bens patrimoniais reconhecidos de interesse mundial, pela sua singularidade e Valor Universal Excepcional, coloca neste domínio da tomada de consciência uma série de oportunidades acrescidas. Por um lado, trata-se de bens patrimoniais que integram um conjunto de “centros” de informação e divulgação (particularmente ao nível dos sites da UNESCO e de outras entidades internacionais) que lhe conferem enorme visibilidade. Por outro lado, trata-se de um conjunto de bens patrimoniais que estão sobejamente estudados, sobre os quais recai enorme quantidade de investigação e informação, que pode ser veiculada para o mercado turístico. Para além disso, estes bens estão sujeitos as exigências de salvaguarda e de gestão que incluem uma série de princípios universais de acessibilidade ao mercado turístico.

Tais princípios de gestão e de acessibilidade ao turismo, que são monitorizados e acompanhados pela UNESCO, nomeadamente através de entidades internacionais parceiras (com destaque para o ICOMOS), refletem-se também na segunda etapa desta cadeia de experiência. Dentro desta segunda etapa multiplicam-se profundamente os canais, as formas e os momentos em que a organização do produto turístico, nas suas diversas componentes, tem oportunidade de fornecer elementos de interpretação e de criar espaços de experiência ao turista. Estas experiências, que podem recorrer a diferentes dimensões desse património – tangíveis e intangíveis, tendem a mobilizar junto do turista os seus diferentes sentidos e as heranças pessoais e coletivas que ele transporta consigo. É fundamental que no desenvolvimento do produto e na organização das suas diversas componente, esses múltiplos canais, formas e momentos que se oferecem ao turista adquiram uma coerência, um equilíbrio, e um conjunto de sinergias capazes de gerar valor e de aumentar a sua satisfação.

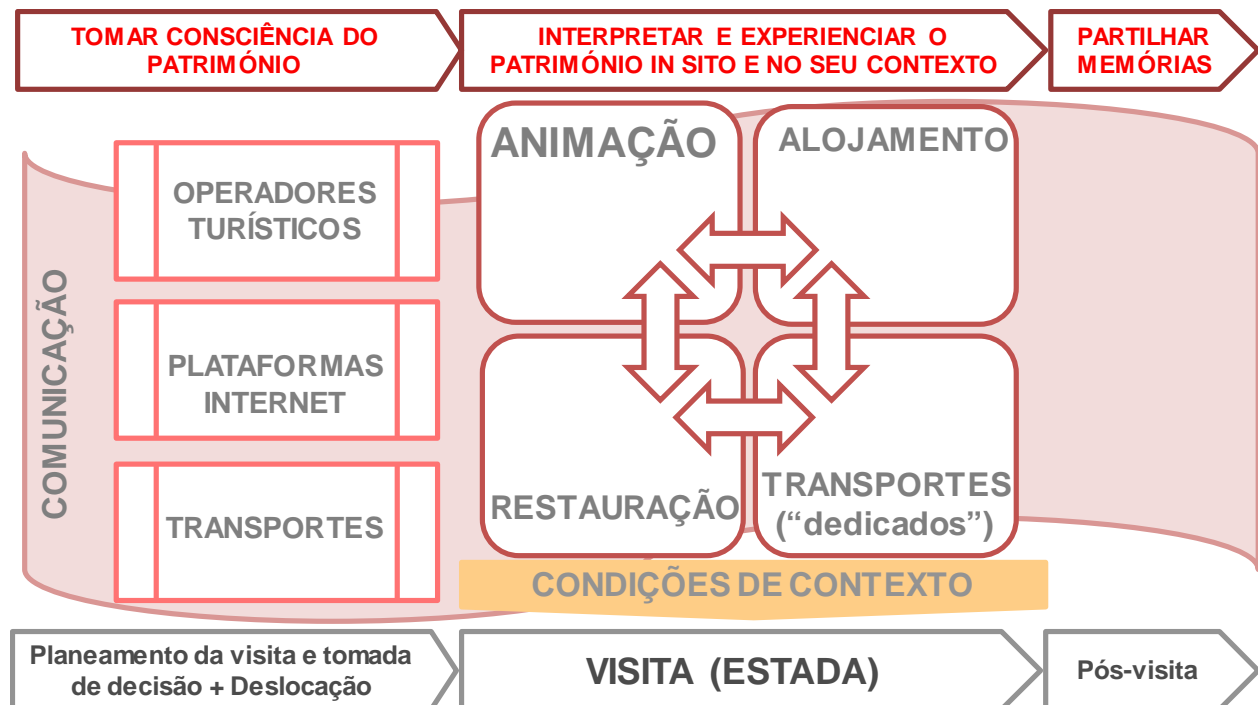
Importa não desvalorizar nesta fase da experiência a ligação do produto ao contexto em que ele se desenvolve, na medida em que a experiência do turista é sempre condicionada por fatores exógenos aos próprios serviços e produtos turísticos.

Não menos importante do que as outras é a terceira etapa da “cadeia de experiência turística”. Embora aconteça fora do espaço do destino turístico, ela permite prolongar a experiência e sobretudo, do seu significado e valor depende em geral uma nova visita e a transmissão do valor do produto a terceiros (uma das formas de divulgação que é tendencialmente mais valorizada no mercado turístico). A intensidade e a qualidade desta etapa é condicionada quer pelas oportunidades que o turista tem de adquirir “memórias” materializadas em produtos (recordações, informação editada, etc.) durante a sua estadia, mas também pela capacidade do produto turístico e dos seus agentes principais, manterem uma relação de proximidade e de fidelização com os turistas que os vistam. Neste campo é possível explorar um conjunto de novos elementos de relação prolongada com os sítios e os destinos turísticos, nomeadamente através das novas tecnologias da comunicação, mas particularmente, das redes sociais.

A comunicação, entendida na sua dimensão mais global (ao nível dos suportes, dos formatos, dos conteúdos, etc.), é uma componente essencial para valorizar, qualificar e enriquecer a experiência turística, sobretudo se estamos perante um produto baseado no património, nas memórias de uma comunidade e nas heranças presentes no seu território, nas dimensões artísticas, criativas, sociais e vivenciais de uma comunicada atual. No caso do PHA, as diversas formas de comunicação associadas às componentes turísticas centrais torna-se uma dimensão estratégica do desenvolvimento do produto.

O esquema seguinte procura sintetizar a importância destas relações.

AS COMPONENTES E A “CADEIA DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICA”



2.3.4. Fatores críticos das componentes centrais do produto

Estabelecido o racional de abordagem em que fundamenta a estratégia e o planeamento do produto turístico PHA, considera-se essencial identificar de forma sistemática e relacionada, o conjunto de fatores críticos que condicionam atualmente a evolução de cada uma das componentes centrais do produto. O conjunto de fatores críticos enumerados deve declinar-se num conjunto de prioridades de intervenção que, por sua vez, vão enformar a estratégia e plano de ação.

Na componente do alojamento, a análise da oferta atual de alojamento no destino Alentejo e particularmente nas cidades de Évora e de Elvas, permitiu concluir que os principais fatores críticos para o desenvolvimento do Produto PHA são:

- i. A qualificação dos recursos humanos e, particularmente, as suas competências associadas ao conhecimento do património cultural e, com especial relevância, os bens Património da Humanidade;
- ii. A capacidade de alojamento, particularmente no caso da cidade de Elvas,
- iii. A diversificação da oferta de alojamento, particularmente em tipologias mais recentes (como por exemplo, hostel ou alojamento local), procurando responder a segmentos de procura específicos (como é o caso dos jovens);
- iv. O uso das TIC na comunicação e gestão, sobretudo nas estruturas de alojamento mais antigas ou no alargamento da participação destas unidades nas redes sociais;
- v. A certificação de serviços.

No caso da restauração, que está diretamente associada ao alojamento, e que condiciona de forma muito clara a estadia, sobretudo para alguns segmentos turísticos, o desafio coloca-se quando verificamos que os valores da gastronomia regional detêm um enorme significado para a perceção e compreensão do património cultural. Neste caso da análise que foi elaborada identificaram-se os seguintes fatores críticos:

- i. O relacionamento da oferta gastronómica com os bens Património da Humanidade e a sua explicação junto dos turistas,
- ii. A capacidade de diferenciação das estruturas de restauração a partir da mobilização de recursos regionais específicos e da gastronomia tradicional,
- iii. A qualificação do serviço em geral, que passa designadamente pela qualificação dos recursos humanos.

Em termos da animação, componente que assume um papel decisivo na construção do produto turístico PHA, os fatores críticos identificados são:

- i. A capacidade de basear os serviços e produtos na histórica e na cultura, respondendo de forma diferenciada a segmentos diversos de turistas,
- ii. A capacidade de oferecer serviços que estimulem a participação, a interação e o diálogo entre o turistas e as comunidades locais,
- iii. A necessidade dos serviços explorarem interações entre este produto e outros produtos turísticos disponíveis no destino Alentejo,
- iv. Qualificação e especialização ao nível do serviço, que inclui também a qualificação dos recursos humanos.

No que respeita à componente dos transportes, os fatores críticos detetados são:

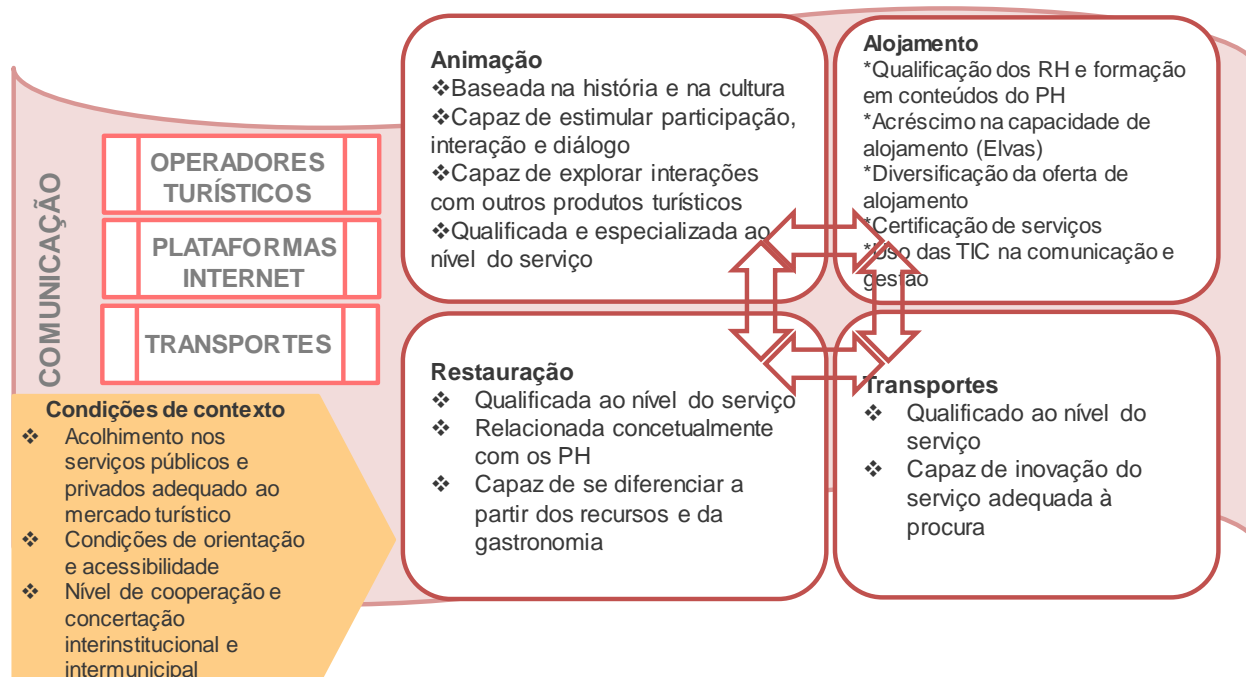
- i. Capacidade de inovação no serviço adequando-o aos diferentes segmentos de procura e às sinergias a estabelecer entre os diversos bens Património da Humanidade,
- ii. Qualificação ao nível do serviço, incluindo também a qualificação dos empresários e recursos humanos.

No caso da comunicação, consideram-se fatores críticos do desenvolvimento do produto:

- i. A generalização do recurso às TIC e às redes sociais,
- ii. A diversificação dos formatos e dos suportes;
- iii. A integração de produtos provenientes de diversos agentes e stakeholders;
- iv. A variedade de conteúdos e de linguagens que permitam abranger os vários segmentos de procura, desde os mais informados e conhecedores da cultura e do património, aos menos informados e que preferem abordagens mais sensoriais (menos intelectuais).

O esquema seguinte procura sintetizar os principais fatores críticos.

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO NAS COMPONENTES CENTRAIS



Inclui-se ainda nesta análise uma abordagem aos fatores críticos mais importantes relacionados com as condições de contexto, e que são os seguintes:

- Qualidade e acessibilidade no acolhimento dos turistas nos serviços públicos e privados, com particular incidência, no caso dos primeiros, ao nível da informação, da saúde, da segurança e, no caso dos segundos, no comércio;
- Melhoria das condições de orientação e de acessibilidade, que estão fundamentalmente relacionadas com a sinalética (nas suas diferentes naturezas, orientava, informativa e interpretativa);
- Ao nível da cooperação e concertação interinstitucional e intermunicipal, considerando que a qualidade do destino e dos serviços depende do nível de governance no setor.

2.3.5. Prioridades de intervenção nas componentes centrais do produto

Do conjunto de fatores críticos anteriormente enunciados foi possível estabelecer um conjunto de prioridades de intervenção também para as componentes centrais do produto e, complementarmente, para as condições de contexto.

No caso do alojamento, as prioridades de intervenção vão no sentido de:

- Aumentar a relação entre a tipologia de alojamentos, a sua inserção física e as linguagens arquitetónicas, com os bens Património da Humanidade,
- Qualificar o serviço de alojamento e os recursos humanos,
- Criar um “portal” de informação turística e cultural com possibilidade de ser partilhado pelas unidades de alojamento.

No caso da restauração, as prioridades identificadas são as seguintes:

- i. Qualificação do serviço de restauração e aposta na formação de recursos humanos, particularmente na áreas da gastronomia e vinhos,
- ii. Inovação na oferta, capaz de alargar a oferta com serviços complementares (por exemplo, ao nível de serviços de apoio a circuitos de turistas, com “cesta de piquenique”, ou outros),
- iii. Explorar complementaridades entre a oferta de serviços de restauração e serviços associados ao património (visita, roteiros, etc.).

Já para o caso dos transportes, as prioridades vão no sentido de:

- i. Inovação nos serviços de rent-a-car, com melhores ofertas de proximidade ao turista,
- ii. Formação de profissionais e empresários de transportes turísticas,
- iii. Melhoria da adequação dos serviços de táxi ao tipo de procura do turista (particularmente, em deslocações de pequena e média distância),
- iv. Invetivo às empresas de transportes urbanos e regionais no sentido de oferecerem novos serviços adaptados às necessidades do mercado turístico.

Por sua vez, a componente de animação deverá ser objeto das seguintes prioridades:

- i. Qualificação e diversificação dos serviços relacionados com o património cultural, particularmente com elementos integrantes dos bens Património da Humanidade, assegurando uma crescente acessibilidade do público,
- ii. Aposta na engenharia de experiência de visita, através de novos produtos e novos serviços e recorrendo a conteúdos, suportes e formatos diferenciados e complementares,
- iii. Desenvolvimento de conteúdos interpretativos e introdução de diversificação de suportes para acesso e divulgação dos conteúdos.

Na componente da comunicação as prioridades vão, em termos globais, para a exploração dos mecanismos e soluções associados principalmente aos conceitos de “turismo inteligente” e de “destinos inteligentes”. Nessa medida, considera-se prioritário:

- i. A introdução das novas tecnologias digitais nos suportes, soluções e plataformas de comunicação destinadas ao turismo: sistemas de geolocalização, recurso à realidade aumentada ou a técnicas de holografia, produtos de vídeo-guias e vídeo-mapping,
- ii. Melhoria dos instrumentos de monitorização de fluxos de turismo com recurso s tecnologia digital;
- iii. Promoção da ligação do destino e dos agentes do património e turísticos ao mercado por via das redes sociais.

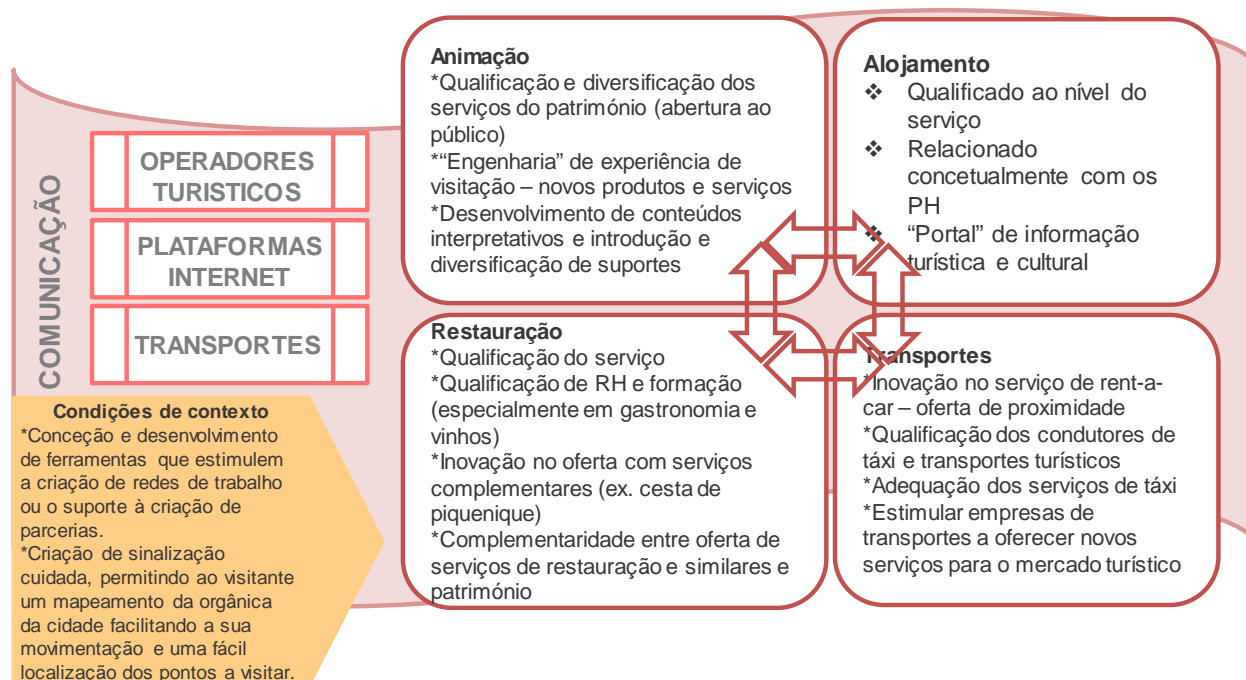
No caso das condições de contexto, também foi identificado um conjunto de prioridades de intervenção que respondem no geral aos principais fatores críticos inventariados:

- i. Conceção e desenvolvimento de ferramentas que promovam a criação de redes de trabalho ou o suporte ao desenvolvimento de parcerias, procurando associar e relacionar os agentes do setor turístico, com as autoridades locais e regionais e com outros stakeholders, públicos e privados, assegurando um nível de serviços no destino bem equilibrado,

- ii. Qualificação e desenvolvimento da sinalética, que deverá ser mais cuidada, hierarquizada e integrada, permitindo ao turista um mapeamento da orgânica e da cidade que facilite a sua movimentação e uma fácil localização dos pontos de interesse a visitar.

O esquema seguinte procura reunir as principais prioridades de intervenção enunciadas:

PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO NAS COMPONENTES CENTRAIS



2.3.6. Eixos de intervenção

Os eixos de intervenção da estratégia de desenvolvimento do produto PHA são formulados tendo em consideração a visão, missão e posicionamento propostos para o produto e o conjunto de determinantes que configuram a oferta e procura do mesmo, e que foram devidamente descritos nos pontos anteriores.

Os eixos de intervenção organizam-se de modo a cruzar dimensões estruturantes para a competitividade e afirmação do produto no mercado, como sejam a qualidade, a inovação, a comunicação e a governação, com as diferentes fases da sua cadeia de valor, conforme se descreve de seguida:

- I. QUALIFICAR: assegurar processos de qualificação dos serviços turísticos relacionados com o Património da Humanidade no Alentejo, abrangendo os diversos recursos culturais e humanos, bem como outros fatores envolvidos;
- II. ORGANIZAR: aumentar o nível de organização, o equilíbrio e o grau de integração de serviços turísticos, dentro de uma crescente diversidade, nas diversas componentes do produto e abrangendo progressivamente todo o destino turístico do Alentejo;
- III. INOVAR: promover condições que favoreçam a agregação de valor à experiência ou experiências associadas ao Património da Humanidade no destino turístico do Alentejo;

- IV. DISTRIBUIR & COMERCIALIZAR: estruturar a oferta do produto no mercado nacional e internacional, ao nível dos seus diversos serviços, recorrendo progressivamente a formas inteligentes de gestão e promoção do destino,
- V. COMUNICAR: reforçar, melhorar e qualificar a comunicação, nas dimensões interna e externa, favorecendo a mobilização de tecnologias digitais e das TIC e o recurso às plataformas de interação digitais (Internet),
- VI. GOVERNAR: aumentar as condições de *governance* do produto e do destino turísticos, assegurando competências, práticas e instrumentos de cooperação, de colaboração, de parceria e de participação.

Estes 6 eixos estratégicos de intervenção vão enformar, por sua vez, o Plano de Ação, mobilizando de forma diferenciada e requisitando a iniciativa dos principais segmentos de atores e agentes intervenientes no processo:

- ❖ A Entidade Regional de Turismo do Alentejo e do Ribatejo,
- ❖ As entidades com responsabilidade na gestão dos bens Património da Humanidade, bem como de outros bens patrimoniais, culturais e naturais;
- ❖ Os restantes stakeholders.

3. PLANO OPERACIONAL PARA O PATRIMÓNIO DA HUMANIDADE NO ALENTEJO

3.1. Eixos de Intervenção e Projetos Âncora

Quadro Resumo de Eixos de Intervenção e Projetos âncora, com indicação da incidência espacial:

| Eixos de Intervenção | Projetos Âncora | Incidência espacial |
|----------------------|--|------------------------------------|
| QUALIFICAR | I.5.1. Acolhimento no Património I.5.1.A. Museu de Elvas I.5.1.B. Recuperação e valorização da Torre de Alconchel I.5.1.C. Recuperação e valorização das Muralhas seiscentistas, do Forte e Santa Luzia e de outros espaços fortificados. I.5.1.D. Recuperação e valorização do Património Religioso de Elvas I.5.1.E. Caminhos da Água - Aqueduto da Amoreira (Elvas) I.5.1.F. Caminhos da Água - Património hidráulico (Évora) I.5.1.G. Percursos urbanos - descodificar a paisagem (Évora) I.5.1.H. Percursos urbanos - descodificar a paisagem (Elvas) I.5.1.I. Corredor do megalitismo (Évora e Elvas) I.5.1.J. Festival de Música Antiga (Évora e Elvas) | Elvas Évora |
| | I.5.2. Enriquecimento dos conteúdos disponibilizados ao visitante | Elvas Évora Destino Alentejo |
| | I.5.3.A Welcome Center de Évora I.5.3.B Welcome Center de Elvas | Elvas Évora |
| | I.5.4. Comunicar o Património | Destino Alentejo |
| | I.5.5. Recuperação de Artes e ofícios tradicionais da edificação | Elvas Évora |
| | I.5.6. Qualificação do espaço público | Elvas Évora |
| | I.5.7. Receber no Património | Destino Alentejo |
| | I.5.8. “Welcome to Heritage” | Destino Alentejo |
| | I.5.9 Qualificar o comércio tradicional | Elvas Évora |
| | I.5.10. Como Chegar - Évora | Évora |
| | I.5.11. Como Chegar - Elvas | Elvas |
| ORGANIZAR | II.5.1. Mapeamento de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Destino Alentejo |
| | II.5.2. Criação/formatação de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Destino Alentejo |
| | II.5.3. Feira do Património da Humanidade | Destino Alentejo |
| INOVAR | III.5.1. “Heritage Social Network” | Destino Alentejo |

| | | |
|-----------------------------------|--|--|
| | III.5.2. “Vamos trocar Património” | Elvas Évora |
| | III.5.3. Desenvolvimento de conteúdos digitais para um destino turístico inteligente | Destino Alentejo |
| DISTRIBUIR E COMERCIALIZAR | IV.5.1. Programa Turístico PHA | Destino Alentejo |
| | IV.5.2. Heritage & Business - Circuito MI | Destino Alentejo |
| | IV.5.3. “Heritage Fam Trips” | Destino Alentejo |
| | IV.5.4. “Heritage Charming Meetings” | Destino Alentejo |
| | IV.5.5. “Heritage Live” | Elvas Évora Destino Alentejo |
| | IV.5.6. Transporte Local ao Património da Humanidade | Elvas Évora |
| | IV.5.7. Transporte Regional ao Património da Humanidade | Destino Alentejo |
| COMUNICAR | V.5.1. Plano de Comunicação e Meios | Elvas Évora Destino Alentejo |
| | V.5.2. “Heritage for All” | Elvas Évora Destino Alentejo |
| | V.5.3. Suportes promocionais Património da Humanidade | Elvas Évora Destino Alentejo |
| GOVERNAR | VI.5.1. “Follow Heritage” | Destino Alentejo |
| | VI.5.2. “Heritage open Days” | Destino Alentejo |
| | VI.5.3. Networking / Gestão do património | Elvas Évora Serpa Viana do Alentejo Destino Alentejo |

1. EIXO DE INTERVENÇÃO

I. QUALIFICAR

2. CONCEITO

Descrição

Valorização e qualificação dos ativos patrimoniais do Alentejo que estruturam e fundamentam os atributos de “Valor Universal Excepcional” dos Bens inscritos como Património Cultural da Humanidade, melhoria dos respetivos suportes e conteúdos de comunicação e qualificação de competências associadas aos serviços de modo a constituir um produto turístico centrado na singularidade e excepcionalidade do património, utilizando-o como veículo de interação, de diálogo e de experiencição, no quadro do desenvolvimento de uma estratégia para um destino turístico inteligente.

Qualificação dos serviços turísticos, empresas e profissionais do sector, no sentido de agregar valor à experiência.

Fundamentação

As grandes transformações que se operam no mercado turístico e no comportamento da procura aconselham a adoção de práticas, instrumentos e processos de organização da oferta que tendencialmente possam vir a configurar um destino turístico inteligente. A complexidade deste conceito, que deverá ser bem assimilado e adaptado às especificidades e às necessidades, não se limita ao uso mais ou menos intensivo de novas tecnologias mas cruza-se com as perspetivas do planeamento e gestão urbana e territorial, com objetivos de qualidade de vida, sustentabilidade, acessibilidade, competitividade.

3. OBJECTIVOS/METAS:

Objetivos a atingir especificamente

- Salvar e valorizar os recursos patrimoniais, base da excepcionalidade do produto PHA
- Promover a produção de materiais de divulgação de qualidade

- Qualificar a prestação do serviço ao turista através do desenvolvimento e qualificação de competências específicas associadas aos bens patrimoniais
 - Configurar um destino turístico acessível, tanto do ponto de vista físico como imaterial, privilegiando o recurso ao digital
 - Incorporar tecnologia na experiência do turista e na prestação dos serviços
- Favorecer um ambiente colaborativo e de intercâmbio de conhecimento

Quantificação das metas a alcançar

Resultados (a preencher)

| META | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Nº de bens patrimoniais imóveis valorizados | | | | 6 | | |
| Nº de novos equipamentos criados | | | 2 | 1 | 1 | |
| Nº de estruturas com conteúdos renovados ou criados | | | | 1 | | |
| Nº de pessoas formadas | | | 22 | 62 | 50 | |
| Nº de jovens inseridos em estágios | | | | 10 | 10 | |
| Nº de novos suportes de comunicação ao turista criados | | | 2 | | | |
| Nº de ações de recuperação com técnicas tradicionais | | | 1 | 2 | 2 | |
| Nº de ações de qualificação do espaço público | | | | 6 | 1 | |

4. MODELO DE GOVERNAÇÃO:

Entidade responsável pela implementação do Eixo

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

Entidades parceiras

Câmara Municipal de Elvas

Câmara Municipal de Évora

Direção Regional de Cultura do Alentejo

Outras Entidades Gestoras do Património

Mecanismos de acompanhamento e monitorização

A desenvolver pelo Fórum de Acompanhamento do Plano Operacional de Turismo

5. PROJETOS-ÂNCORA

- I.5.1. Acolhimento no Património
 - I.5.1.A. Museu de Elvas
 - I.5.1.B. Recuperação e valorização da Torre de Alconchel
 - I.5.1.C. Recuperação e valorização das Muralhas seiscentistas, do Forte e Santa Luzia e de outros espaços fortificados.
 - I.5.1.D Recuperação e valorização do património religioso de Elvas
 - I.5.1.E. Caminhos da Água – Aqueduto da Amoreira (Elvas)
 - I.5.1.F. Caminhos da Água – Património hidráulico (Évora)
 - I.5.1.G. Percursos urbanos – descodificar a paisagem (Évora)
 - I.5.1.H. Percursos urbanos – descodificar a paisagem (Elvas)
 - I.5.1.I. Corredor do megalitismo (Évora e Elvas)
 - I.5.1.J. Festival de Música Antiga (Évora e Elvas)
- I.5.2. Enriquecimento dos conteúdos disponibilizados ao visitante
- I.5.3.A Welcome Center de Évora
- I.5.3.B Welcome Center de Elvas
- I.5.4. Comunicar o Património
- I.5.5. Recuperação de Artes e ofícios tradicionais da edificação
- I.5.6. Qualificação do espaço público
- I.5.7. Receber no Património
- I.5.8. “Welcome to Heritage”
- I.5.9. Como Chegar – Évora
- I.5.10. Como Chegar - Elvas

I.5.1.A. Designação do Projeto:

Acolhimento no Património - Museu de Elvas

Objetivo específico

Criar o Museu da cidade de Elvas que constituirá um equipamento central para a interpretação da cidade e a descodificação da Paisagem urbana e do seu contexto.

Descrição

A Câmara Municipal tem o projeto para a construção e instalação do Museu de Elvas num antigo edifício militar concluído. Esta estrutura museológica da cidade tem como missão a apresentação, através das suas coleções e ao longo da exposição, da história, do

| |
|--|
| património e da arqueologia de Elvas, encaminhando o visitante para a visita in-loco, prolongando e aprofundando deste modo a experiência de relacionamento e interação com o património da cidade Património da Humanidade. |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Elvas |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local e Comunidade Educativa |
| Cronograma |
| 1º semestre de 2016 – Elaboração de programa museológico 2º semestre de 2016/ 1º semestre de 2017 – Produção de conteúdos, de projeto de museografia e instalação do museu. |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Marketing Digital (Alentejo 3.0) Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|---|
| I.5.1.B. Designação do Projeto: |
| Acolhimento no Património - Recuperação e valorização da Torre de Alconchel |
| Objetivo específico |
| O Património Cultural de Évora tem “Valor Universal Excepcional” cujo reconhecimento da importância transcende as fronteiras nacionais e alcança importância destacada ao nível das gerações presentes e futuras. Os exemplos excecionais de construções e de |

| |
|---|
| <p>conjuntos arquitetónicos e urbanísticos ilustram um ou mais períodos significativos da história humana. É pois essencial recuperar, valorizar e assegurar acessibilidade às Muralhas e fortificações da cidade, assegurando condições de autenticidade e de integridade do centro histórico que garantam a sua perenidade.</p> |
| <p>Descrição</p> |
| <p><u>Recuperação e valorização da Torre de Alconchel, reordenamento da envolvente e criação de sistema de visita e interpretação.</u></p> <p>PORTA DE ALCONCHEL: aberta a O., ladeada por duas torres de dimensões distintas; a torre maior, a Sul, conhecida como Torre de Alconchel ou da Homenagem, com cerca de 20m de altura, é maciça até ao nível do adarve, sendo encimada por dois compartimentos abobadados interiormente; na frontaria desta apresenta-se uma pedra de armas de Portugal em mármore: cinco escudetes carregados de dez besantes com bordadura de igual número de castelos.</p> |
| <p>Promotor(es)</p> |
| <p>Câmara Municipal de Évora Direção Regional de Cultura do Alentejo</p> |
| <p>Destinatários</p> |
| <p>Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local e Comunidade Educativa</p> |
| <p>Cronograma</p> |
| <p>2º semestre de 2016 – Elaboração de estudos com vista à intervenção.</p> <p>1º trimestre de 2017 – concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação.</p> <p>2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra</p> |
| <p>Enquadramento no PO Regional e outros</p> |
| <p>PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> <p>PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> |

| |
|---|
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do Turismo |
| Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|---|
| I.5.1.C. Designação do Projeto: |
| Acolhimento no Património - Recuperação e valorização de Muralhas e fortificações de Elvas |
| Objetivo específico |
| <p>Elvas possui o maior conjunto de fortificações abaluartadas do mundo o que levou a que as muralhas de Elvas, em conjunto com o centro histórico da cidade, tivessem sido reconhecidas como Património da Humanidade, título atribuído pela UNESCO a 30 de junho de 2012.</p> <p>É pois essencial recuperar, valorizar e assegurar acessibilidade às Muralhas e fortificações da cidade, assegurando condições de autenticidade e de integridade que garantam a sua perenidade.</p> |
| Descrição |
| <u>Recuperação e valorização das muralhas seiscentistas e parte do Forte de Santa Luzia e de outros espaços ligados às fortificações</u> : picadeiro, quartéis, paióis, prisões, casas de guarda |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Elvas Direção Regional de Cultura do Alentejo |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local e Comunidade Educativa |
| Cronograma |

| |
|---|
| <p>2º semestre de 2016 – Elaboração de estudos com vista à intervenção.</p> <p>1º trimestre de 2017 – concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação.</p> <p>2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra</p> |
| <p>Enquadramento no PO Regional e outros</p> |
| <p>PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> <p>PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> |
| <p>Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT</p> |
| <p>Afirmar o cluster do Turismo</p> <p>Gerir o Destino com reforço de competências</p> |

| |
|---|
| <p>I.5.1.D. Designação do Projeto:</p> |
| <p>Acolhimento no Património - Recuperação e valorização do Património religioso de Elvas</p> |
| <p>Objetivo específico</p> |
| <p>A Câmara Municipal de Elvas tem vindo a desenvolver o esforço de manter o rico património religioso da cidade aberto ao público, garantindo que a maior parte das igrejas e conventos estejam abertos ao público para fruição do turista, disponibilizando ainda folhetos interpretativos. Há, no entanto, um conjunto significativo e importante para a perceção da importância deste património de igrejas e mosteiros que estão ainda encerradas por se encontrarem em mau estado de conservação. A recuperação destes espaços tornará possível a sua abertura e o conseqüente incremento dos locais que os turistas possam visitar na cidade. Isso será benéfico para aumentar a satisfação que a visita proporciona ao visitante, ampliando o seu tempo de permanência na cidade.</p> |
| <p>Descrição</p> |
| <p>Recuperação do património religioso, possibilitando a sua abertura ao público, designadamente nas igrejas de Nossa Senhora das Dores, São Martinho, São Lourenço, São João da Corujeira, Nossa Senhora da Nazaré, São João de Deus, Santo Amaro e</p> |

| |
|---|
| Nossa Senhora da Encarnação. |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Elvas Direção Regional de Cultura do Alentejo |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local e Comunidade Educativa |
| Cronograma |
| 2º semestre de 2016 – Elaboração de estudos com vista às intervenções 1º trimestre de 2017 – concursos públicos para adjudicação das obras de reabilitação e de serviços de interpretação. 2º semestre de 2017/1º semestre de 2019 – Realização das obras |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do Turismo Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|--|
| I.5.1.E. Designação do Projeto: |
| Acolhimento no Património – Caminhos da Água / Aqueduto da Amoreira |
| Objetivo específico |
| Valorização de conjuntos patrimoniais associados ao abastecimento urbano da água que |

| |
|---|
| <p>hoje adquirem um estatuto de ex-libris na cidade e com grande potencial de valorizar novas narrativas e perspetivas sobre a cidade, e sobre a sua ligação umbilical ao território envolvente.</p> |
| Descrição |
| <p>Criação do <u>Centro Interpretativo do Aqueduto da Amoreira na Cisterna da cidade de Elvas</u>. Uma vez que o aqueduto não é “visitável”, é necessária a criação de um centro que auxilie a interpretação deste monumento e do conjunto constituído pelo aqueduto, a cisterna e o sistema de distribuição da água pelas fontes da cidade.</p> <p>Propõe-se que, à semelhança do projeto Acolhimento no Património – percursos urbanos, seja associado à criação do percurso da água a elaboração e disponibilização de conteúdos interpretativos com <u>recurso a sistemas de áudio-guias ou vídeo-guias</u>, já que estes suportes tecnológicos auxiliam e potenciam a experiência da visita.</p> |
| Promotor(es) |
| <p>Câmara Municipal de Elvas</p> <p>Direção Regional de Cultura do Alentejo</p> |
| Destinatários |
| <p>Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa</p> |
| Cronograma |
| <p>2º semestre de 2016 – Elaboração de estudos com vista à intervenção.</p> <p>1º trimestre de 2017 – concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação.</p> <p>2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra</p> |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| <p>PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> <p>PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> |

| |
|---|
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do Turismo |
| Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|---|
| I.5.1.F. Designação do Projeto: |
| Acolhimento no Património – Caminhos da Água/Património Hidráulico de Évora |
| Objetivo específico |
| Valorização de conjuntos patrimoniais associados ao abastecimento urbano da água que hoje adquirem um estatuto de ex-libris na cidade e com grande potencial de valorizar novas narrativas e perspetivas sobre a cidade, e sobre a sua ligação umbilical ao território envolvente. |
| Descrição |
| Reabilitação do <u>Património Hidráulico em Évora</u> : inclui intervenções no Aqueduto da Água da Prata, a valorização de um percurso ambiental associado, incluindo o trajeto associado à cintura de quintas, muito irrigadas e férteis, que abasteciam a cidade de produtos frescos. O projeto inclui a reabilitação de fontes, bicas e chafarizes e a criação de um sistema interpretativo. |
| Propõe-se que, à semelhança do projeto Acolhimento no Património – percursos urbanos, seja associado à criação do percurso da água a elaboração e disponibilização de conteúdos interpretativos com recurso a sistemas de áudio-guias ou vídeo-guias, já que estes suportes tecnológicos auxiliam e potenciam a experiência da visita. |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Évora |
| Direção Regional de Cultura do Alentejo |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa |

| |
|--|
| Cronograma |
| 2º semestre de 2016 – Elaboração de estudos com vista à intervenção. 1º trimestre de 2017 – concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação. 2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do Turismo Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|---|
| I.5.1.G. Designação do Projeto: |
| Acolhimento no Património - Percursos urbanos, descodificar a paisagem /Évora |
| Objetivo específico |
| Disponibilizar ao grande público as riquezas ocultas (no sentido de não acessíveis e não descodificadas) da cidade de Évora que acumulou uma grande densidade e estratificação histórica, com testemunhos de diversidade cultural e de centralidade política e socioeconómica. Enriquecer as propostas de <i>tour</i> urbano tornando-as mais criativas e menos padronizadas. Propõe-se que, à criação de cada um destes percursos esteja associada a elaboração de conteúdos que possibilitem a instauração de sistemas de áudio-guias e vídeo-guias . Este é um projeto que se presta à utilização deste tipo de suportes tecnológico, já que estes irão potenciar a sua compreensão e visita. O acompanhamento ao longo dos percursos de descrições, referências ou reconstituições, deverá estimular a recriação de uma realidade que, em alguns casos, está pouco perceptível, potenciando assim a |

| |
|---|
| compreensão por parte do visitante da relevância histórica dos percursos assinalados. |
| Descrição |
| <u>Percurso romano:</u> Criação de um percurso que integre o património do período romano localizado na cidade, incluindo nesse circuito o espólio romano do Museu de Évora e o templo romano. Promoção da musealização das termas romanas e da domus da rua dos Burgos. |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Évora Direção Regional de Cultura do Alentejo |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa |
| Cronograma |
| 2º semestre de 2016/1º semestre de 2017 – elaboração de projetos de musealização das termas romanas e da domus da rua dos Burgos. 1º trimestre de 2017 - elaboração de conteúdos para sistemas de áudio-guias e vídeo-guias 1º trimestre de 2017 – realização de concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação. 2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo |

Requalificar e criar novos produtos turísticos

Gerir o destino com reforço de competências

I.5.1.H. Designação do Projeto:

Acolhimento no Património – Percursos urbanos, descodificar a paisagem / Elvas

Objetivo específico

Disponibilizar ao grande público as riquezas ocultas (no sentido de não acessíveis e não descodificadas) da cidade de Elvas que acumulou uma grande densidade e estratificação histórica, com testemunhos de diversidade cultural e de relevância política e militar. Enriquecer as propostas de *tour* urbano tornando-as mais criativas e menos padronizadas.

Propõe-se que, à criação de cada um destes percursos esteja associada a elaboração de conteúdos que possibilitem a instauração de sistemas de áudio-guias e vídeo-guias. Este é um projeto que se presta à utilização deste tipo de suportes tecnológico, já que estes irão potenciar a sua compreensão e visita. O acompanhamento ao longo dos percursos de descrições, referências ou reconstituições, deverá estimular a recriação de uma realidade que, em alguns casos, está pouco perceptível, potenciando assim a compreensão por parte do visitante da relevância histórica dos percursos assinalados.

Descrição

Os percursos urbanos que se pretende sejam reabilitados, valorizados e interpretados correspondem aos testemunhos deixados por duas comunidades que se instalaram na cidade por dilatados períodos.

Percurso islâmico: Recuperação e valorização do património islâmico da cidade de Elvas. A primeira e a segunda cerca islâmica de Elvas (sécs. IX-XII) têm um passadiço que permite visitar praticamente toda a muralha através deste corredor e ao mesmo tempo subir a todas as torres. Para além desta situação, a Igreja de Santa Maria da Alcáçova, antiga mesquita, tem um *mirhab* entaipado e uma cisterna também ela islâmica. A recuperação da muralha, do *mirhab* e da cisterna, bem como a escavação e musealização dos banhos islâmicos tornam possível a fruição por parte do turista de um património diferente e único no país.

Percurso judaico: Recuperação e valorização do património judaico, incluindo a

| |
|--|
| <p>reabilitação de uma das antigas sinagogas da cidade, a maior sinagoga medieval do país, onde vai ser criada a Casa da História Judaica de Elvas.</p> <p>Seria ainda da maior importância a reabilitação da casa de Garcia de Orta, propriedade da família, que se encontra em mau estado de conservação, edifício onde foi praticado criptojudaísmo até ao início do séc. XX.</p> |
| <p>Promotor(es)</p> |
| <p>Câmara Municipal de Elvas</p> <p>Direção Regional de Cultura do Alentejo</p> <p>Outras entidades gestoras de bens patrimoniais.</p> |
| <p>Destinatários</p> |
| <p>Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa</p> |
| <p>Cronograma</p> |
| <p>2º semestre de 2016/1º semestre de 2017 – elaboração de projetos de musealização das termas romanas e da domus da rua dos Burgos.</p> <p>1º trimestre de 2017 - elaboração de conteúdos para sistemas de áudio-guias e vídeo-guias</p> <p>1º trimestre de 2017 – realização de concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação.</p> <p>2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra</p> |
| <p>Enquadramento no PO Regional e outros</p> |
| <p>PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> <p>PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> |
| <p>Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT</p> |
| <p>Afirmar o Cluster do Turismo</p> |

Requalificar e criar novos produtos turísticos

Gerir o destino com reforço de competências

I.5.1.I. Designação do Projeto

Acolhimento no Património - Corredor do megalitismo (Évora e Elvas)

Objetivo específico

Valorização, interpretação e melhoria da acessibilidade aos locais arqueológicos de Évora e Elvas (antes, menires e cromeleques) mais interessantes e comunicação conjunta desse património megalítico.

Descrição

Nos arredores de Évora e Elvas, e em todo o Alentejo Central, existe um importante acervo de monumentos megalíticos que constitui, em diversos aspetos, um dos conjuntos mais peculiares, à escala peninsular e mesmo europeia. Destaca-se a antiguidade dos grandes recintos megalíticos eborenses, atribuíveis ao Neolítico antigo (5500-4500 a.C.); trata-se, provavelmente, dos mais antigos monumentos europeus, a par dos menires da Bretanha e do Algarve.

Os monumentos megalíticos alentejanos, para além de um elevado valor sociocultural, beneficiam ainda de contextos paisagísticos muito bem conservados e muito peculiares. Salienta-se que este corredor se insere na paisagem de Montado que integra a proposta de área do Bem a classificar como Património da Humanidade, o que permitirá no futuro obter uma situação rara, talvez até única, de dois bens classificados (Évora e Elvas) ligados por um território, ele próprio com a mesma classificação de Património da Humanidade.

Aparte os recintos megalíticos, existe ainda um grande número de estruturas de tipo dolménico — cerca de 800, só no distrito de Évora — com uma grande diversidade, em termos de dimensões, formas, matérias-primas e conteúdos. A Anta Grande do Zambujeiro é o dólmen mais alto conhecido, a justificar um esforço de valorização diferenciado.

Este património mais antigo que chegou até nós, apesar das incúrias do homem e das

agressões dos elementos naturais, são ainda aqueles que maiores dúvidas e perplexidades criam aos visitantes pelas dificuldades de interpretação dos sinais e marcas deixados e das referências simbólicas que levaram à sua edificação. Fará assim todo o sentido enriquecer a visita com os processos tecnológicos mais modernos que acrescentam informação aos processos tradicionais de representação, disponibilizando novos conteúdos, de outra forma não acessíveis.

O projeto inclui ações de:

- i) Elaboração de projetos museográficos de valorização e interpretação,
- ii) Reabilitação de estruturas e recuperação de acessos,
- iii) Conceção e edição de material interpretativo,
- iv) Criação, desenvolvimento e aplicação de ferramentas de realidade aumentada e virtual aos sistemas de interpretação dos elementos patrimoniais megalíticos.
- v) Concretização de plano de sinalética orientativa e interpretativa dos melhores e mais interessantes locais arqueológicos de Évora e Elvas (antas, menires e cromeleques).
- vi) Animação e promoção conjunta do património megalítico.

Promotor(es)

Câmaras Municipais de Évora e Elvas

Direção Regional de Cultura do Alentejo

Outras entidades gestoras de bens patrimoniais.

Destinatários

Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa

Cronograma

- 2017 - Elaboração de projetos museográficos de valorização e interpretação,
- 2018 - Reabilitação de estruturas e recuperação de acessos,
- 2017/18 - Conceção e edição de material interpretativo, designadamente a criação, desenvolvimento e aplicação de ferramentas de realidade aumentada e virtual aos sistemas de interpretação dos elementos patrimoniais megalíticos.
- 2018 - Concretização de plano de sinalética orientativa e interpretativa dos melhores e

| |
|---|
| <p>mais interessantes locais arqueológicos de Évora e Elvas (antas, menires e cromeleques).</p> <ul style="list-style-type: none"> 2019 - Animação e promoção conjunta do património megalítico. |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| <p>Afirmar o Cluster do Turismo</p> <p>Requalificar e criar novos produtos turísticos</p> <p>Criar e promover território turístico</p> |

| |
|--|
| I.5.1.J. Designação do Projeto |
| Festival de Música Antiga |
| Objetivo específico |
| <p>As duas cidades possuem um património imaterial ligado à música antiga que integram estes conjuntos de valor universal excepcional. Évora ligada ao património musical sacro da Escola de Música da Sé de Évora possui um património musical de enorme relevo tendo sido criada na 1ª metade do séc. XVI pelo cardeal infante D. Afonso (filho de D. Manuel I) e a ela estão associados os maiores compositores portugueses ou que vieram para Portugal nessa época: Pedro do Porto (ou Pedro Escobar, como também era conhecido), Frei Manuel Cardoso, Duarte Lobo, Diogo Dias Melgás, Estêvão de Brito, Estêvão Lopes Morago).</p> <p>Elvas ligada ao património musical profano que foi compilado no manuscrito do séc. XVI que foi descoberto em 1928, na Biblioteca Municipal de Elvas, pelo musicólogo Manuel Joaquim e posteriormente publicado em 1940. É um dos quatro cancioneiros portugueses do século XVI que chegaram até nós. Os outros três são: o Cancioneiro de Lisboa, o Cancioneiro de Belém e o Cancioneiro de Paris. Integra duas seções com 65 obras musicais e 36 poemas.</p> <p>Este património tem o valor e a raridade que justificam um grande evento dedicado a este</p> |

| |
|---|
| tema da música antiga. |
| Descrição |
| Realização de um Festival Ibérico de Música Antiga, a decorrer em Évora e Elvas em simultâneo que integre e agrupe algumas realizações já em curso, como as “Jornadas Internacionais de Música da Escola de Música da Sé de Évora”, promovidas pela Eborae Musica e a “Música encanta o Património” Estes concertos deverão privilegiar a realização em espaços com valor patrimonial das duas cidades. Deverá prever-se a existência de transportes dedicados que permitam a deslocação e o regresso das pessoas das duas cidades aos concertos. |
| Promotor(es) |
| Câmaras Municipais de Évora e Elvas Direção Regional de Cultura do Alentejo Eborae Musica Academia de Música e Coral Públia Hortênsia |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa |
| Cronograma |
| 2017 – Realização da 1ª edição do Festival |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Requalificar e criar novos produtos turísticos Criar e promover território turístico |

| |
|--|
| I.5.2. Designação do Projeto |
| Enriquecimento dos conteúdos disponibilizados ao visitante |
| Objetivo específico |
| <p>Esta ação visa a conceção, produção e disponibilização de conteúdos sobre os bens Património da Humanidade, especializados inovadores, atrativos, estimulantes, com capacidade de oferecer uma visita/ experiência que transporte o visitante/ turista para o tempo e para o espaço em que o património foi gerado e foi parte integrante.</p> <p>Importa assegurar que, como é referido na Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999), os visitantes tenham acesso a “... informação com elevada qualidade para otimizarem a sua compreensão sobre as características significativas do património e sobre a necessidade da sua proteção”.</p> <p>Urge combater a falta de qualidade de alguns materiais de comunicação que enfermam de pouco rigor, em que a linguagem turística oscila entre ser demasiado simplista ou muito exagerada, com discurso gongórico. O que é necessário é que o discurso seja autêntico, com rigor histórico e artístico.</p> |
| Descrição |
| <p>Conceção de elementos interpretativos que realcem a singularidade dos bens patrimoniais num discurso global do Património da Humanidade e garantam a qualidade dos materiais disponíveis aos visitantes.</p> |
| Promotor(es) |
| <p>ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo</p> <p>Câmaras Municipais de Évora e Elvas</p> <p>Direção Regional de Cultura do Alentejo</p> <p>Universidade de Évora</p> |
| Destinatários |
| <p>Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa</p> |

| |
|---|
| Cronograma |
| <p>2º semestre de 2016/17 - Desenvolvimento de conteúdos para integrar os vários sistemas de interpretação dos elementos patrimoniais.</p> <p>2º semestre de 2017 - Aplicação nos suportes promocionais a editar e nos projetos-piloto de conteúdos digitais desenvolvidos.</p> |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| <p>PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> <p>PI 2? (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| <p>Afirmar o Cluster do Turismo</p> <p>Gerir o Destino com reforço de competências</p> |

| |
|---|
| I.5.3.A. Designação do Projeto: |
| Welcome Center de Évora |
| Objetivo específico |
| <p>Qualificar o acolhimento de turistas, através da criação de um equipamento que visa garantir condições de acesso centralizado a informação sobre a cidade e os serviços turísticos e do património.</p> |
| Descrição |
| <p>Criação de um equipamento com a importante missão de acolher o turista, que tem a expectativa de ser um residente temporário na cidade, prestando-lhe uma informação dinâmica sobre o que está a acontecer na cidade. Disponibilizará materiais diversos em diferentes suportes, de acordo com o tempo de estadia e os interesses manifestados. É necessário que logo neste espaço sejam usados as formas e recursos de informação sobre a cidade e o seu património mais apelativas, fazendo uso dos recursos mais modernos, nomeadamente dos que resultarem do <u>projeto-piloto de criação, desenvolvimento e aplicação de ferramentas de Realidade Aumentada e Virtual aos</u></p> |

| |
|--|
| <u>sistemas de interpretação dos elementos patrimoniais</u> que possibilitem uma “visitor’s self education”. |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Évora |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Comunidade Local |
| Cronograma |
| 2º semestre de 2016 – Elaboração de programa para o welcome center 1º trimestre de 2017 – realização de concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação. 2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Marketing Digital (Alentejo 3.0) |

| |
|---|
| I.5.3.B. Designação do Projeto: |
| Welcome Center de Elvas |
| Objetivo específico |
| Qualificar o acolhimento de turistas, através da criação de um equipamento que visa garantir condições de acesso centralizado a informação sobre a cidade e os serviços turísticos e do património. |
| Descrição |

| |
|--|
| <p>No que respeita ao Acolhimento no Património, a Câmara Municipal de Elvas tem a intenção de criar um Welcome Center na Parada do Castelo. Junto a este local, será criada uma zona de estacionamento de autocarros para acolher as excursões que tenham Elvas como destino.</p> <p>Criação de um equipamento com a importante missão de acolher o turista, que tem a expectativa de ser um residente temporário na cidade, prestando-lhe uma informação dinâmica sobre o que está a acontecer na cidade. Disponibilizará materiais diversos em diferentes suportes, de acordo com o tempo de estadia e os interesses manifestados. É necessário que logo neste espaço sejam usados as formas e recursos de informação sobre a cidade e o seu património mais apelativas, fazendo uso dos recursos mais modernos, nomeadamente dos que resultarem do <u>projeto-piloto de criação, desenvolvimento e aplicação de ferramentas de Realidade Aumentada e virtual aos sistemas de interpretação dos elementos patrimoniais</u> que possibilitem uma “visitor’s self education”.</p> |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Elvas |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Comunidade Local |
| Cronograma |
| <p>2º semestre de 2016 – Elaboração de programa para o welcome center</p> <p>1º trimestre de 2017 – realização de concursos públicos para adjudicação da obra de reabilitação e de serviços de interpretação.</p> <p>2º semestre de 2017/1º semestre de 2018 – Realização da obra</p> |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo |

Marketing Digital (Alentejo 3.0)

1.5.4. Designação do Projeto

“Comunicar o Património”

Objetivo específico

Qualificar os profissionais da cultura e os gestores do património do ponto de vista da comunicação com os turistas e visitantes.

Descrição

Promover formações de comunicação e marketing cultural destinadas a gestores e profissionais ligados ao património que contactem diretamente com os públicos e que trabalhem nos setores de comunicação dos equipamentos e dos ativos patrimoniais – monumentos e outros bens acessíveis aos visitantes e turistas.

A formação tem por objetivos o desenvolvimento de competências ao nível do saber receber, saber informar, estimular a visita, divulgar e estabelecer uma relação de proximidade e empatia com os públicos, e particularmente com os turistas, tirando partido de ferramentas de comunicação que promovam a abertura e interação das instituições com o seu público.

Promotor(es)

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

Direção Regional da Cultura do Alentejo

Destinatários

Instituições e trabalhadores nos setores do património e da cultura

Cronograma

| META | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Nº ações de formação | | | 2 | 2 | 2 | |
| Nº de pessoas formadas | | | 20 | 20 | 20 | |

Enquadramento no PO Regional

PI 11ii (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE)

PI 8v (Eixo 1) do PO da Inclusão Social e Emprego (FSE)

Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT

Afirmar o cluster do turismo

Gerir o Destino com reforço de competências

| |
|--|
| I.5.5.A. Designação do Projeto |
| Recuperação de artes e ofícios tradicionais da edificação/Elvas |
| Objetivo específico |
| Promover a recuperação de técnicas tradicionais de edificação e de técnicas decorativas e apostar na formação de artífices. |
| Incentivar o surgimento de empresas de reabilitação com operários especializados |
| Descrição |
| Criação de Escola de Ofícios Tradicionais. |
| Desenvolvimento de um Programa de levantamento, conservação e restauro de esgrafitos. O esgrafito é uma técnica decorativa mural que recorre à incisão com um estilete para fazer as linhas de um ornato, removendo, posteriormente, a camada superficial da argamassa enquanto esta está macia, de forma a mostrar a coloração da argamassa subjacente. O resultado é um expressivo jogo plástico de claro-escuro e de texturas (baixo-relevo) entre dois ou mais planos. |
| Promotor(es) |

| |
|---|
| <p>Câmara Municipal de Elvas</p> <p>Escolas profissionais e IEFP, I.P.</p> <p>Outros Agentes Públicos e Privados (Fundações, Arquidiocese, Universidade, associações setoriais)</p> |
| <p>Destinatários</p> |
| <p>Proprietários de edifícios, empresas de construção da área da reabilitação, desempregados e ativos no setor da reabilitação do edificado</p> |
| <p>Cronograma</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2º semestre de 2016 – 1º semestre de 2017 - Criação, instalação e apetrechamento de Escola de Ofícios Tradicionais. ▪ 2017-2019 - Desenvolvimento de um Programa de levantamento, conservação e restauro de esgrafitos. |
| <p>Enquadramento no PO Regional e outros</p> |
| <p>PI3a (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> <p>PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> <p>PI 10.iii (Eixo 2) POR Alentejo 2020 (FSE)</p> <p>PI 10.iii (Eixo 3) PO Capital Humano (FSE)</p> |
| <p>Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT</p> |
| <p>Afirmar o cluster do turismo</p> |

| |
|---|
| <p>I.5.5.B. Designação do Projeto</p> |
| <p>Recuperação de artes e ofícios tradicionais da edificação/Évora</p> |

| |
|---|
| Objetivo específico |
| Promover a recuperação de técnicas tradicionais de edificação e de técnicas decorativas e apostar na formação de artífices. Incentivar o surgimento de empresas de reabilitação com operários especializados |
| Descrição |
| Criação de um Centro de Artes da Edificação que promova: i) investigação, nomeadamente estudos sobre a história da sua criação e utilização, levantamentos, estudos sobre técnicas e materiais; ii) ações de conservação e restauro de esgrafitos, e de pintura a cal; iii) divulgação através de exposições, visitas a obras, criação de percursos; iv) formação de artífices e profissionais nas técnicas de conservação e restauro de esgrafitos e na pintura a cal. |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Évora Escolas profissionais e IEFP, I.P. Outros Agentes Públicos e Privados (Fundações, Arquidiocese, Universidade, associações setoriais) |
| Destinatários |
| Ativos no setor da reabilitação do edificado em empresas de construção da área da reabilitação, desempregados. |
| Cronograma |
| <ul style="list-style-type: none">▪ 2º semestre de 2016 – desenvolvimento de programa do Centro de Artes da Edificação▪ 2017/2018 - Criação, instalação e apetrechamento do CAE |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI3a (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 (FEDER) PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |

| |
|---|
| PI 10.iii (Eixo 2) POR Alentejo 2020 (FSE) |
| PI 10.iii (Eixo 3) PO Capital Humano (FSE) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do turismo |

| |
|--|
| I.5.6.A Designação do Projeto |
| Qualificação do espaço público/Évora |
| Objetivo específico |
| Requalificação do espaço público das áreas urbanas, com intervenção prioritária nos elementos decisivos para a melhoria da experiência de visita às cidades: iluminação geral e cénica de monumentos; instalação de elementos orientativos e interpretativos; eliminação de elementos dissonantes e responsáveis por poluição visual; adoção de sistemas inteligentes de meios de gestão de estacionamento e garantia de acessibilidade a todos os públicos. |
| Descrição |
| Iluminação cénica de monumentos Remodelação de mobiliário e equipamento urbano Intervenções de qualificação do estacionamento automóvel |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Évora Outros Agentes Públicos e Privados |
| Destinatários |
| Proprietários de edifícios, Turistas, Visitantes, Comunidade Local |
| Cronograma |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2017-1º semestre 2018- Iluminação cénica de monumentos (projeto e instalação) |

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2017-1º semestre 2018 - Remodelação de mobiliário e equipamento urbano (projeto e instalação) ▪ 2017-1º semestre 2018 - Intervenções de qualificação do estacionamento automóvel (projeto e intervenção) |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| PI 4c (Eixo 7) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|--|
| I.5.6.B. Designação do Projeto |
| Qualificação do espaço público/Elvas |
| Objetivo específico |
| Requalificação do espaço público das áreas urbanas, com intervenção prioritária nos elementos decisivos para a melhoria da experiência de visita às cidades: iluminação geral e cénica de monumentos; instalação de elementos orientativos e interpretativos; eliminação de elementos dissonantes e responsáveis por poluição visual; adoção de sistemas inteligentes de meios de gestão de estacionamento e garantia de acessibilidade a todos os públicos. |
| Descrição |
| Iluminação cénica de monumentos Remodelação de mobiliário e equipamento urbano Intervenções de qualificação do estacionamento automóvel Retirada de cabos e antenas das fachadas e telhados dos edifícios do CH |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Elvas |

| |
|---|
| Outros Agentes Públicos e Privados |
| Destinatários |
| Proprietários de edifícios, Turistas, Visitantes, Comunidade Local |
| Cronograma |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2017-1º semestre 2018- Iluminação cénica de monumentos (projeto e instalação) ▪ 2017-1º semestre 2018 - Remodelação de mobiliário e equipamento urbano (projeto e instalação) <p>2017-1º semestre 2018 - Intervenções de qualificação do estacionamento automóvel (projeto e intervenção)</p> <p>2018-2019 – Levantamento e intervenção de retirada de cabos e antenas das fachadas e telhados dos edifícios do CH</p> |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| PI 4c (Eixo 7) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Gerir o destino com reforço de competências |

| |
|------------------------------|
| I.5.7. Designação do Projeto |
| Receber no Património |
| Objetivo específico |

| |
|--|
| <p>Garantir a qualidade dos serviços prestados aos visitantes, tanto do ponto de vista técnico, como da ligação com o contexto cultural, assegurando o máximo de segurança, de conforto e de acessibilidade ao Património da Humanidade.</p> <p>Aumentar e harmonizar a oferta formativa (a todos os níveis) adequando o leque de formação às necessidades de conhecimento na indústria - ênfase na formação <i>on-job</i>.</p> |
| Descrição |
| <p>Criação de um programa de qualificação de recursos humanos que exerçam ou se proponham desempenhar funções de ligação com os turistas em diferentes entidades e organizações que integram a cadeia de serviços de natureza turística. Para abranger os diferentes segmentos de procura potencial deste tipo de oferta, os currícula e as modalidades e tempos de formação propostos, serão organizados do seguinte modo:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Criação e implementação de sistema de estágios de jovens licenciados nas empresas turísticas da Região.▪ Formação de funcionários, técnicos superiores e profissionais, da Administração Local nas áreas do turismo cultural.▪ Lançamento de programas de formação específica em função do produto turístico Património da Humanidade dirigidos a promotores, empresários e trabalhadores com ênfase na formação <i>on-job</i>.▪ Criação de formação pós-graduada na área do Turismo no Património da Humanidade com conteúdos associados à animação, interpretação e gestão. |
| Promotor(es) |
| <p>ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo</p> <p>Universidade de Évora</p> <p>Escola de Formação Turística e Hoteleira</p> <p>Associações empresariais do sector</p> |
| Destinatários |
| <p>Empresas e profissionais do setor do turismo</p> |

| |
|---|
| Jovens licenciados ou mestrandos |
| Funcionários das Câmaras Municipais de Évora, Elvas e de outros concelhos com bens classificados como Património da Humanidade ou com projetos em curso nesse sentido: Serpa (cante alentejano); Viana do Alentejo (arte chocalheira de Alcáçovas); Arraiolos (tapetes); Campo Maior (Festas do Povo). |
| Cronograma |
| 2017-2019 (as várias ações formativas terão calendários e durações diferenciados ao longo destes dois anos). |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| <p>PI 11ii (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE)</p> <p>PI 8i (Eixo 5) do POR Alentejo 2020 (FSE)</p> <p>PI 8ii (Eixo 3) do PO Inclusão Social e Emprego (FSE)</p> <p>PI 10ii (Eixo 2) do POR Alentejo 2020 (FSE)</p> <p>PI 10.iii (Eixo 2) POR Alentejo 2020 (FSE)</p> <p>PI 10.iii (Eixo 3) PO Capital Humano (FSE)</p> |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| <p>Afirmar o cluster do turismo</p> <p>Gerir o Destino com reforço de competências</p> |

| |
|--|
| I.5.8. Designação do Projeto |
| “Welcome to Heritage” |
| Objetivo específico |
| <p>Qualificar os serviços prestados por agentes que, embora não operando diretamente na atividade turística, registam um elevado contacto com os turistas e influenciam a qualidade da sua visita e experiência no destino.</p> <p>Inscrevem-se neste caso, especialmente os setores de transportes, táxis e transportes</p> |

| |
|--|
| públicos, o comércio e as entidades de segurança pública. |
| Descrição |
| Realização de ações de formação/ sensibilização em áreas como o atendimento/ acolhimento ao turista, prestação de informações gerais sobre a região, informações específicas sobre o património da região e o produto turístico PHA destinadas a taxistas, motoristas de transportes públicos, comerciantes e agentes de segurança. Estas ações podem ser inspiradas no projeto “Welcome by Taxi”, promovido pelo Turismo de Portugal, adotando uma metodologia semelhante. |
| Promotor(es) |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo Turismo de Portugal, I.P. |
| Destinatários |
| Empresários e trabalhadores nos setores dos transportes públicos, do comércio e da segurança |
| Cronograma |
| 2017-2018 – Realização de duas edições para cada um dos segmentos de público alvo |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 11ii (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE) PI 8v (Eixo 1) do PO da Inclusão Social e Emprego (FSE) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do turismo Gerir o Destino com reforço de competências |

I.5.9. Designação do Projeto

| Qualificar o comércio tradicional |
|--|
| Objetivo específico |
| Qualificar o comércio tradicional, promovendo produtos e serviços de qualidade que promovam uma compreensão e apreciação do conceito de Valor Universal Excecional prestados por agentes que, embora não operando diretamente na atividade turística, registam um elevado contacto com os turistas e influenciam a qualidade da sua visita e experiência no destino. |
| Descrição |
| Realização de ações de formação/ sensibilização em áreas como o atendimento/acolhimento ao turista, vitrinismo, prestação de informações gerais sobre a região, informações específicas sobre o património da região e o produto turístico PHA. Criação de concursos com atribuição de prémios a comerciantes que premeiem boas práticas que acrescentem valor aos produtos regionais comercializados e à qualidade global da oferta comercial das cidades: poderão distinguir nomeadamente a qualidade do vitrinismo, a promoção e venda de produtos regionais com informações associadas sobre características, origem, história e qualidade dos produtos. Incentivo à comercialização nas lojas de produtos de <i>merchandising</i> criado alusivo ao Património da Humanidade Estimular contratos das lojas comerciais com instituições culturais para venda de objetos à consignação: edições impressas e digitais, reproduções de objetos da coleção de museus. |
| Promotor(es) |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo Turismo de Portugal, I.P. Associações setoriais |

| |
|--|
| Destinatários |
| Empresários e trabalhadores nos setores dos transportes públicos, do comércio e da segurança |
| Cronograma |
| 2017-2018 – Realização de duas edições para cada um dos segmentos de público alvo |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 11ii (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE) PI 8v (Eixo 1) do PO da Inclusão Social e Emprego (FSE) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do turismo Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|--|
| I.5.10. Designação do Projeto |
| “Como Chegar?” - Évora |
| Sinalizar, comunicar e facilitar o acesso dos visitantes às redes de transportes locais. Usufruindo dos recursos existentes (rede de transportes), facilitar o acesso de visitantes, principalmente os recém-chegados (autocarro, comboio ou outros) a uma primeira abordagem à cidade, por exemplo no acesso ao centro. |
| Descrição |
| Execução de um estudo das redes de transportes locais existentes que defina as linhas estratégicas de acessibilidade aos centros históricos, ligando os principais pontos de chegada de turistas às zonas centrais (ou de organização de rotas) dos centros urbanos. Assim, utilizando os recursos existentes, potencia-se o uso dos mesmos por parte dos |

| |
|---|
| <p>turistas, recorrendo sobretudo a suportes de comunicação de baixo custo, como sinalética ou folhetos informativos.</p> <p>Este projeto pode ainda contemplar a criação de um sistema de bilhética específico para visitantes, que estimule a compreensão e utilização das redes num curto espaço de tempo. Como ferramenta de auxílio à viabilização deste projeto, propõe-se a criação de uma aplicação para dispositivos móveis, que recorra ao sistema de geo-localização e que permita potenciar e comunicar este projeto.</p> <p>Esta aplicação terá um carácter transversal aos projetos deste Plano Operacional, pelo que deverá responder não só aos objetivos do projeto <i>Como chegar</i>, como articular-se com os projetos <i>Transporte Local, Transporte Regional e Heritage for All</i>.</p> <p>As suas características estão especificadas no projeto <i>Go Heritage</i>.</p> <p><u>Estes dispositivos móveis poderão, numa segunda fase, ser desenvolvidas para outros bens patrimoniais, materiais e imateriais, classificados ou em processo de candidatura a Património da Humanidade no Alentejo.</u></p> |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Évora |
| Destinatários |
| Turistas e visitantes |
| Cronograma |
| 2017 |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| PI 4? (Eixo 7) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do turismo |
| Requalificar e criar novos produtos turísticos |

| |
|--|
| I.5.11. Designação do Projeto |
| “Como Chegar?”- Elvas |
| <i>Objetivo específico</i> |
| <p>Sinalizar, comunicar e facilitar o acesso dos visitantes às redes de transportes locais.</p> <p>Usufruindo dos recursos existentes (rede de transportes), facilitar o acesso de visitantes, principalmente os recém-chegados (autocarro, comboio ou outros) a uma primeira abordagem à cidade, por exemplo no acesso ao centro.</p> |
| Descrição |
| <p>Execução de um estudo das redes de transportes locais existentes que defina as linhas estratégicas de acessibilidade aos centros históricos, ligando os principais pontos de chegada de turistas às zonas centrais (ou de organização de rotas) dos centros urbanos. Assim, utilizando os recursos existentes, potencia-se o uso dos mesmos por parte dos turistas, recorrendo sobretudo a suportes de comunicação de baixo custo, como sinalética ou folhetos informativos.</p> <p>Este projeto pode ainda contemplar a criação de um sistema de bilhética específico para visitantes, que estimule a compreensão e utilização das redes num curto espaço de tempo. Como ferramenta de auxílio à viabilização deste projeto, propõe-se a criação de uma aplicação para dispositivos móveis, que recorra ao sistema de geo-localização e que permita potenciar e comunicar este projeto.</p> <p>Esta aplicação terá um carácter transversal aos projetos deste Plano Operacional, pelo que deverá responder não só aos objetivos do projeto <i>Como chegar</i>, como articular-se com os projetos <i>Transporte Local, Transporte Regional e Heritage for All</i>.</p> <p>As suas características estão especificadas no projeto <i>Go Heritage</i>.</p> <p><u>Estes dispositivos móveis poderão, numa segunda fase, ser desenvolvidas para outros bens patrimoniais, materiais e imateriais, classificados ou em processo de candidatura a Património da Humanidade no Alentejo.</u></p> |
| Promotor(es) |
| Câmara Municipal de Elvas |
| Destinatários |

| |
|--|
| Turistas e visitantes |
| Cronograma |
| 2017 |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020 (FEDER) PI 4c (Eixo 7) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o cluster do turismo Requalificar e criar novos produtos turísticos |

1. EIXO DE INTERVENÇÃO

II. ORGANIZAR

2. CONCEITO

Descrição

Organização, renovação e promoção de estruturas e de atividades turísticas dentro das principais fileiras, do alojamento, da restauração, do transporte e da animação, que permitam a criação de valor a partir da exploração de interações com o Património da Humanidade da região do Alentejo e do Ribatejo.

Importa associar os produtos turísticos centrais associados aos bens Património da Humanidade da UNESCO e Património Imaterial Mundial com outros produtos turísticos de modo a configurar um “mix” diversificado e apelativo para um conjunto diferenciado de segmentos de público-alvo.

Fundamentação

É neste ambiente de construção de diferentes narrativas sobre os lugares e sobre o património imaterial deste território, que à provisão de informações e de serviços do património e de serviços de natureza turística e cultural, se junta a disponibilização de experiências, nas quais é possível incentivar uma participação geradora de contaminações criativas entre os turistas (comunidade visitante) e a comunidade visitada, no seio de ambientes de co-creation. Em ambientes de imersão profunda e autêntica, o visitante terá a perceção da unidade do património cultural, que compreende a arquitetura, as artes visuais, literárias, musicais, gastronómicas, as tradições, e modos de vida, etc.

Os “turistas culturais” procuram não apenas os valores patrimoniais materiais, mas também os elementos intangíveis que lhes estão associados. A identidade dos territórios, as tradições, os elementos diferenciadores da comunidade são cada vez mais elementos ponderados na decisão de visita, a par com a riqueza ou especificidade do património material que se pretende visitar. Os turistas querem ‘pertencer’, fazer parte e ser vistos como residentes temporários e não apenas como visitantes.

A motivação da visita a atrações/ eventos culturais está cada vez mais associada à perceção da autenticidade e exclusividade/ diferenciação das experiências que lhe possam vir a estar associadas. Este é um campo imenso de oportunidades de exploração de áreas de negócio ainda não experimentadas, ou de adaptação de algumas experiências de sucesso noutros contextos. Como fazer do património um produto apetecível e vendável? Como explorar as suas imensas potencialidades? seja pelas formas criativas de interpretação e exploração, pela criação de ambientes e momentos de fruição da qualidade do edificado; pela exploração do potencial narrativo usando *serious games* ou outras aplicações tecnológicas, ou proporcionando momentos de diálogo entre os espaços-património e outras artes, performativas, visuais, musicais, etc.

3. OBJECTIVOS/METAS:

Objetivos a atingir especificamente

- Diferenciar a oferta turística com base num ativo de excelência como o Património da Humanidade.
- Organizar o produto turístico assente numa fruição criativa e qualificada do património cultural, geradora de um entendimento muito mais completo do seu potencial narrativo e simbólico.
- Criar oportunidades de colaboração e negócio entre entidades gestoras de bens classificados como Património da Humanidade e promotores de iniciativas e projetos de empreendedorismo criativo e qualificador do património e da atividade turística.
- Prolongar a visita/ estada dos turistas através do desenvolvimento de um outro tipo de relação com o património/ destino.
- Tornar a experiência da visita memorável e única
- Prolongar a visita/estada do turista
- Reforçar a competitividade e a melhorar o posicionamento do destino

Quantificação das metas a alcançar

Resultados (a preencher)

| META | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Nº de experiências disseminadas | | | 10 | 12 | 15 | |
| Nº de novos produtos ou serviços criados | | | 6 | 10 | 10 | |
| Nº de novas empresas turísticas criadas | | | 3 | 6 | 6 | |

| 4. MODELO DE GOVERNAÇÃO: |
|---|
| Entidade responsável pela implementação do Eixo |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo |
| Entidades parceiras |
| Empresas do setor turístico, designadamente da área da animação Entidades gestoras do património Agentes culturais Instituições de I&D |
| Mecanismos de acompanhamento e monitorização |
| A desenvolver pelo Fórum de Acompanhamento do Plano Operacional de Turismo |

| 5. PROJETOS-ÂNCORA |
|---|
| II.5.1. Mapeamento de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade II.5.2. Criação/formatação de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade II.5.3. Feira do Património da Humanidade |

| |
|--|
| II.5.1. Designação do Projeto |
| Mapeamento de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade |
| Objetivo específico |
| Identificar/ inventariar e disseminar as atividades/ experiências turísticas oferecidas pelas empresas do setor turístico, dentro dos seus diversos segmentos – animação, alojamento, restauração e transportes, em que o foco central é o Património da Humanidade do destino turístico Alentejo, e que manifestam bom desempenho e potencial de comercialização. Esta informação será posteriormente divulgada no site http://www.visitalentejo.pt , criando aí |

| |
|--|
| uma nova ‘entrada’. |
| Descrição |
| <p>Identificação e caracterização dos serviços e atividades turísticas promovidos por empresas do setor que criam ligações físicas, materiais e imateriais com os bens, físicos, materiais e imateriais, inscritos no Património da Humanidade e que deste modo contribuem para a configuração do Produto Turístico Património da Humanidade (PHA), nas suas diversas vertentes de negócio e mercados.</p> <p>Disseminação dos serviços e atividades turísticas identificadas junto de instituições públicas e privadas e em espaços vocacionados ou que favorecem o surgimento de projetos de empreendedorismo.</p> |
| Promotor(es) |
| <p>ERTAR - Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo</p> <p>Operadores turísticos</p> |
| Destinatários |
| <p>Empresas do setor turístico, preferencialmente instaladas ou com interesse em se instalar na região</p> <p>Empreendedores</p> <p>Instituições que promovem atividades de incubação ou de viveiro de novas empresas no setor turístico</p> |
| Cronograma |
| 2016 - Identificação e caracterização de atividades e serviços turísticos |
| Enquadramento no PO Regional ou outros |
| <p>PI 3a (Eixo 1) do POR Alentejo 2020</p> <p>PI 3c (Eixo 3) do POR Alentejo 2020</p> <p>PI 6e (Eixo 4) do POR Alentejo 2020</p> |

| |
|---|
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo |
| Requalificar e Criar Novos Produtos Turísticos |
| Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|---|
| II.5.2. Designação do Projeto |
| Criação/formatação de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade |
| Objetivo específico |
| <p>Criar/ produzir e comercializar novos produtos e serviços / atividades turísticas que permitam uma maior interação dos turistas com o Património da Humanidade, que sejam centradas neste Património e articuladas com outros.</p> <p>As atividades devem ser formatadas pelos operadores turísticos e por empresas do setor, de acordo com um conjunto de parâmetros, nomeadamente: atividades que (i) fomentem uma participação ativa, o diálogo entre o turista e o património, (ii) que combinem o património material e imaterial, (iii) que envolvam a comunidade local, ...</p> |
| Descrição |
| <p>A promoção de novos produtos e serviços por empresas / operadores turísticos existentes ou associada à criação de novas empresas devem identificar os elementos patrimoniais relacionados com o Património da Humanidade do destino turístico do Alentejo passíveis de geração de experiências turísticas apelativas e vibrantes.</p> <p>As propostas turísticas diferenciadas, que alargam os modos de fruição e de experienciação desse património, podem incluir: experiências sonoras ou visuais que permitam uma reconstrução cénica das vivências do PH; experiências de co-criação e contactos com as comunidades; experiência de participação em manifestações e atividades tradicionais; experiências tácteis com o património, para invisuais; eventos relacionados com o PH; programas educativos de escolas de campo, seminários, workshops; eventos especiais de performances teatrais ou musicais; visitas; etc.</p> |

| |
|---|
| Promotor(es) |
| Operadores turísticos Instituições de apoio ao empreendedorismo e de inovação Agentes culturais |
| Destinatários |
| Turistas |
| Cronograma |
| 2017 – Criação de seis novos produtos e serviços; criação de 3 novas empresas 2018 - Criação de dez novos produtos e serviços; criação de 6 novas empresas 2019 - Criação de dez novos produtos e serviços; criação de 6 novas empresas |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 3a (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 PI 6e (Eixo 4) – POR Alentejo 2020 |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Requalificar e Criar Novos Produtos Turísticos Gerir o Destino com reforço de competências |

| |
|---|
| II.5.3. Designação do Projeto |
| Feira do Património da Humanidade |
| Objetivo específico |
| Divulgar projetos e iniciativas de caráter empresarial, de instituições públicas e do 3º setor, de geração de experiências qualificadas com o Património da Humanidade. |

| |
|---|
| Descrição |
| <p>Criar um evento de <i>match-making</i>, que junte entidades gestoras de bens classificados como Património da Humanidade e promotores de iniciativas e projetos de empreendedorismo criativo e qualificador do turismo baseado no Património da Humanidade.</p> <p>Despoletar, através da atribuição de prémios, por exemplo, o surgimento e a divulgação de projetos inovadores de interpretação, de animação, que permitam novas fruições do e com o património.</p> |
| Promotor(es) |
| <p>Operadores turísticos</p> <p>Instituições de apoio ao empreendedorismo e de inovação</p> <p>Agentes culturais</p> <p>ERTAR</p> <p>CM Elvas</p> <p>CM Évora</p> <p>Turismo de Portugal</p> <p>DR Cultura do Alentejo</p> <p>Universidade de Évora</p> <p>Rede Património Mundial de Portugal (associação que junta as entidades gestoras dos Bens PH)</p> <p>Arquidiocese</p> <p>FEA</p> <p>Associações setoriais</p> |
| Destinatários |
| Entidades gestoras dos Bens classificados como PH e operadores turístico, agentes culturais |
| Cronograma |
| 2017 – Realização da I Feira do Património da Humanidade (a realizar alternadamente em Elvas e m Évora) |

| |
|---|
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 3a (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 PI 6e (Eixo 4) – POR Alentejo 2020 |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Requalificar e Criar Novos Produtos Turísticos Gerir o Destino com reforço de competências |

1. EIXO DE INTERVENÇÃO

III. INOVAR

2. CONCEITO

Descrição

Promoção da inovação associada ao produto turístico PHA, através de mecanismos de reforço da sua identidade e visibilidade, do conhecimento (e a partilha do mesmo) sobre o Património e da sua apropriação pela população local.

Fundamentação

O conceito de produto turístico Património da Humanidade do Alentejo foi desenvolvido a partir dos recursos e atrativos turísticos existentes, nomeadamente, nos bens já classificados pela UNESCO, mas com o pressuposto de seguir uma lógica de organização evolutiva e dinâmica, que permita integrar outros bens e sítios classificados, e aumentar o seu espectro em termos de abrangência regional. A inovação deve estar presente desde o início da operacionalização do produto, uma vez que, ainda que partindo de recursos e atrativos pré-existentes, se pressupõe a criação de uma identidade e de uma narrativa inovadora, não apenas na formatação do produto turístico em si, mas em todo o processo de desenvolvimento, abrangendo áreas como o envolvimento e sensibilização da população e a fidelização de turistas.

Este Eixo de Intervenção pretende promover, através das ações propostas, a introdução de elementos inovadores, e consequentemente, diferenciadores do ponto de vista turístico a todo o processo de operacionalização do produto PHA.

3. OBJECTIVOS/METAS:

Objetivos a atingir especificamente

- Estimular o desenvolvimento e partilha do conhecimento e de experiências relacionadas com o Património, de forma atrativa e ajustada às atuais dinâmicas

| | | | | | | |
|--|------|------|------|------|------|------|
| (tecnológicas). | | | | | | |
| Contribuir para o reforço do sentimento de pertença, quer por parte dos turistas que visitam o Património, quer por parte da comunidade local/ regional. | | | | | | |
| Quantificação das metas a alcançar | | | | | | |
| Resultados | | | | | | |
| META | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Desenvolvimento e alocação de ferramenta na plataforma <i>online</i> da ERTAR | | 1 | | | | |
| Programa de intercâmbio entre Agrupamentos Escolares | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| |
|--|
| 4. MODELO DE GOVERNAÇÃO: |
| Entidade responsável pela implementação do Eixo |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo |
| Entidades parceiras |
| Câmaras Municipais/ Gestores do Património, Agrupamentos Escolares |
| Mecanismos de acompanhamento e monitorização |
| A desenvolver pelo Fórum de Acompanhamento do Plano Operacional de Turismo |

| |
|--|
| 5. PROJETOS-ÂNCORA |
| III.5.1. “Heritage Social Network” |
| III.5.2. “Vamos trocar Património” |
| III.5.3. “Desenvolvimento de conteúdos digitais para um destino turístico inteligente” |

| |
|--------------------------------|
| III.5.1. Designação do Projeto |
| “Heritage Social Network” |

| Objetivo específico |
|---|
| <p>Promover o conhecimento e a consciência sobre o Património e a relação entre Património Edificado e o Intangível.</p> <p>Fomentar a partilha de conhecimentos sobre o Património da Humanidade, entre o visitante e a população local, entre investigadores e proprietários, gestores e utilizadores dos bens patrimoniais, entre as comunidades dos diversos territórios (cidades e outros espaços do destino turístico Alentejo).</p> <p>Potenciar a visita e a experiência/interação com o Património, recorrendo a conteúdos digitais de consulta <i>in loco</i>.</p> |
| Descrição |
| <p>Criação de uma ferramenta (plataforma) online, agregada à plataforma online já existente do Turismo no Alentejo. Pretende-se que a “Social Heritage Network” tenha características próximas às de uma rede social, que permita a compilação, o acesso e a partilha de conteúdos de cariz técnico e lúdico associados ao Património da Humanidade.</p> <p>Esta será também uma plataforma de partilha de informações técnicas e de conhecimento científico sobre o património. Deverá cumprir objetivos de vulgarização científica e de divulgação de conhecimento, a exemplo do que os Centros de Ciência Viva promovem com grande sucesso para a Comunicação da Ciência, com o objetivo de aumentar a literacia científica da população jovem e adulta, que aqui se pretende replicar para as áreas do património.</p> <p>Mas também, uma plataforma de partilha de histórias, que promova a relação entre o património material e imaterial, os bens patrimoniais e o imaginário cultural da região.</p> <p>Estimulando a partilha e interação entre população local e visitantes, a “Social Heritage Network” compilaria um conjunto de conteúdos e informações de carácter subjetivo, histórias pessoais que envolvam os bens patrimoniais, através da partilha de fotografias, vídeos, documentos ou depoimentos, a que o visitante poderia ter acesso antes, depois ou durante a visita.</p> <p>Assim, além da compilação e criação deste “banco de dados” sobre o Património da Humanidade Alentejano (de consulta e partilha livre) esta plataforma proporciona uma visita mais rica, permitindo não apenas a contemplação dos bens mas também a fruição</p> |

| |
|--|
| <p>de experiências mais completas, tanto ao nível informativo como sensorial ou lúdico.</p> <p>Recorrendo à tecnologia de realidade aumentada, que pelo reconhecimento fotográfico de determinados pontos, o visitante será convidado a acionar conteúdos digitais no seu dispositivo móvel (em qualquer local), uma reconstituição fotográfica, um vídeo documental sobre um episódio histórico, um depoimento de um habitante local, memórias, lendas, etc. Os recursos são diversos e todos promovem uma relação de interesse, conhecimento e proximidade para com um património que se quer vivo e, dentro do possível, interativo.</p> |
| Promotor(es) |
| <p>ERTAR: Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo</p> <p>Universidade de Évora</p> |
| Destinatários |
| <p>Turistas e Visitantes,</p> <p>Peritos e Investigadores e Interessados no Património,</p> <p>Comunidade Local</p> |
| Cronograma |
| <p>2015 (2.º semestre) – Desenvolvimento do projeto</p> <p>2016 – Implementação da Plataforma</p> |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| <p>PI 11? (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE)</p> <p>PI 2? (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| <p>Afirmar o Cluster do Turismo</p> <p>Marketing Digital (Alentejo 3.0)</p> |

| |
|---|
| III.5.2. Designação do Projeto |
| “Vamos trocar Património” |
| Objetivo específico |
| Estabelecer laços e promover a relação entre os bens e sítios classificados. Fortalecer a ligação e o conhecimento sobre o Património da Humanidade. Estimular o sentido de pertença e identidade nos segmentos mais jovens da população. |
| Descrição |
| Realizar um programa de intercâmbio e de troca de visitas guiadas (físicas ou digitais) ao Património, entre turmas do ensino básico das cidades e dos territórios que dispõem ou estão associados a bens patrimoniais classificados no quadro do Património da Humanidade. No caso do programa para as cidades de Évora e Elvas, propõe-se que cada turma envolvida ou cada escola tenha uma turma/ escola ‘amiga’ com a qual se poderá corresponder (comunicar eletronicamente) durante o ano letivo, trocando informações sobre o Património de cada uma das cidades envolvidas, através de jogos, adivinhas ou outras atividades lúdicas, com o objetivo de dar a conhecer e estimular a visita ao Património da cidade vizinha, no final do ano letivo. <u>Estes programas de intercâmbio poderão, numa segunda fase, ser desenvolvidas para outros bens patrimoniais, materiais e imateriais, classificados ou em processo de candidatura a Património da Humanidade no Alentejo.</u> |
| Promotor(es) |
| Câmaras Municipais de Évora e Elvas / Gestores do Património Agrupamentos Escolares |
| Destinatários |
| Segmentos infantis do 1.º e 2.º ciclos do ensino básico, dos agrupamentos escolares. |
| Cronograma |

| |
|--|
| Ano Letivo 2016-2017 – Arranque do Programa de Intercâmbio entre Évora e Elvas |
| O Programa deverá ser dinamizado anualmente, no âmbito dos Planos de Atividades dos AE |
| Enquadramento no PO Regional ou outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) PI 10i (Eixo 2) do POR Alentejo 2020 (FSE) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Criar e Promover Território Turístico Reforçar a Promoção |

| |
|--|
| III.5.3. Designação do Projeto |
| Desenvolvimento de conteúdos digitais para um destino turístico inteligente |
| Objetivo específico |
| Esta ação visa a conceção, produção e disponibilização de conteúdos digitais sobre os bens Património da Humanidade, inovadores, atrativos, estimulantes, com capacidade de oferecer uma visita/ experiência que transporte o visitante/ turista para o tempo e para o espaço em que o património foi gerado e foi parte integrante. Importa assegurar que, como é referido na Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999), os visitantes tenham acesso a “... informação com elevada qualidade para otimizarem a sua compreensão sobre as características significativas do património e sobre a necessidade da sua proteção”. |
| Descrição |
| Conceção de elementos interpretativos que realcem a singularidade dos bens patrimoniais num discurso global do Património da Humanidade e garantam a qualidade dos materiais |

disponíveis aos visitantes.

Criação de projeto-piloto de desenvolvimento e aplicação de ferramentas de Realidade Aumentada e virtual aos sistemas de interpretação dos elementos patrimoniais que possibilitem a oferta de elementos interpretativos do património, com recurso às TIC, que contribuam para uma “visitor’s self education”. Pretende-se com este projeto enriquecer a visita turística ao património com os processos tecnológicos mais modernos que acrescentam informação aos processos tradicionais de representação. O resultado esperado será disponibilizar novos conteúdos, de outra forma não acessíveis, baseados na fotografia digital, fotogrametria e outras ferramentas computacionais, que produzem uma Realidade Aumentada e Virtual que acrescenta objetos virtuais à realidade recriando espaços e vivências que transportam o visitante para o tempo histórico em que esses objetos patrimoniais foram criados.

Produção e distribuição de materiais diversos em suportes diversos, como guias, aplicações móveis, informação disponível on-line, nos postos de turismo ou noutros pontos onde essa informação seja acessível aos visitantes, proporcionando experiências vibrantes a que, nomeadamente, os jovens turistas são sensíveis.

Para atrair a atenção desse segmento de público, em particular, é necessário que o discurso interpretativo seja apelativo. Como tal, propõe-se a adaptação de alguns conteúdos interpretativos e informativos a plataformas como os serious games. Estimulando assim a adesão, facilitando o acesso e cumprindo um papel pedagógico essencial mas adequado a uma linguagem de jogo que suscita o interesse, a vontade de superar etapas, fazer descobertas e partilhar resultados.

O desenvolvimento destas plataformas digitais poderá ser iniciado através de dois projetos piloto, em dois bens patrimoniais que, pelas suas características, se prestam ao uso deste tipo de tecnologia e conteúdos para sua interpretação:

as Fortificações de Elvas, Labirinto Militar e Évora cidade Romana.

Estas plataformas digitais poderão, numa segunda fase, ser desenvolvidas para outros bens patrimoniais, materiais e imateriais, classificados ou em processo de candidatura a Património da Humanidade no Alentejo.

Promotor(es)

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

| |
|---|
| Câmaras Municipais de Évora e Elvas |
| Direção Regional de Cultura do Alentejo |
| Outros Agentes Públicos e Privados (Fundações, Arquidiocese, Universidade, associações setoriais) |
| Unidades de I&D |
| Empresas do setor do multimédia |
| Destinatários |
| Turistas, Visitantes, Peritos, Interessados no Património, Comunidade Local, Comunidade Educativa |
| Cronograma |
| 2º semestre de 2016/17 - Desenvolvimento de plataformas de <i>serious games</i> e aplicação de ferramentas de Realidade Aumentada e Virtual aos sistemas de interpretação dos elementos patrimoniais. |
| 2º semestre de 2017 - Aplicação em dois projetos-piloto: <u>Fortificações de Elvas, Labirinto Militar e Évora cidade Romana</u> . |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| PI 2? (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo |
| Gerir o Destino com reforço de competências |
| Marketing Digital (Alentejo 3.0) |

1. EIXO DE INTERVENÇÃO

IV.DISTRIBUIR & COMERCIALIZAR

2. CONCEITO

Descrição

Estruturação da distribuição e comercialização do produto turístico PHA. Intervenção na área da distribuição & comercialização, ou seja, no processo de intermediação ente produtores e consumidores, no fornecimento de informação e divulgação do produto, interna e externamente. Intermediação digital e intermediação junto de canais físicos (operadores). Intermediação interna (no sentido de networking/ concertação) e externa.

Fundamentação

O desenvolvimento de um conceito de produto turístico associado ao Património Mundial implica a criação de uma identidade de produto/ destino que seja transmissível e facilmente apropriada pelos destinatários, sejam eles os consumidores/ turistas, sejam os operadores turísticos. É necessário dar visibilidade ao produto, ou seja, dá-lo a conhecer interna e externamente, num formato que seja inteligível do ponto de vista do mercado, na perspetiva comercial de negócio.

As intervenções propostas neste Eixo visam ainda o reforço da articulação entre agentes, fomentar a concertação e o trabalho em rede, nomeadamente na área da comercialização, bem como na área dos transportes, considerando estes como componentes essenciais no acesso ao produto. Este Eixo Estratégico centra a sua atuação num conjunto de intervenções que pretendem tornar ‘comercializável’ e acessível do ponto de vista da aquisição/ experimentação, o conceito subjacente ao produto turístico PHA.

3. OBJECTIVOS/METAS:

Objetivos a atingir especificamente

- Dar a conhecer o PHA, interna e externamente, junto de diversos canais (tradicionais + tecnológicos).
- Fomentar o trabalho em rede (com ganho de escala e visibilidade), nomeadamente em áreas significativas do ponto de vista da comercialização e distribuição do produto (reservas, transportes, etc.) e das quais possam resultar ganhos significativos de esforço e custos.
- Apoiar o desenvolvimento de estratégias de comercialização e internacionalização dos agentes privados.
- Estimular o aumento da estadia média e das despesas realizadas pelos turistas na Região.

Quantificação das metas a alcançar

Resultados

| META | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Programa Turístico PHA | | 1-3 | | | | |
| Circuito MI | 1 | | | | | |
| N.º Heritage Fam Trips | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Heritage Charming Meetings | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Evento Heritage Live | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Iniciativas Transporte Local | | 1 | 1 | | | |
| Iniciativas Transporte Regional | | 1 | 1 | | | |

4. MODELO DE GOVERNAÇÃO:

Entidade responsável pela implementação do Eixo

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

Entidades parceiras

Câmaras Municipais/ Gestores do Património

Agentes e operadores turísticos (alojamento, restauração, transportes e animação...)

Mecanismos de acompanhamento e monitorização

A desenvolver pelo Fórum de Acompanhamento do Plano Operacional de Turismo

5. PROJETOS-ÂNCORA

IV.5.1. Programa Turístico PHA

IV.5.2. Heritage & Business – Circuito MI

IV.5.3. “Heritage Fam Trips”

IV.5.4. “Heritage Charming Meetings”

IV.5.5. “Heritage Live”

IV.5.6. Transporte Local ao Património da Humanidade

IV.5.7. Transporte Regional ao Património da Humanidade

IV.5.1. Designação do Projeto

Programa Turístico PHA

Objetivo específico

Oferecer aos turistas (diretamente, ou através dos canais de distribuição/ comercialização) uma proposta de consumo real e específica, em torno do produto turístico PHA.

Aumentar os fluxos de turismo no destino turístico Alentejo.

Prolongar a estadia dos turistas na região e aumentar as suas despesas no destino.

Descrição

Lançar a concurso (público, por convite, ...) a definição e operacionalização de programas temáticos (3/5) dias, dirigindo aos operadores turísticos, a operar no território, a oportunidade de desenvolver um produto que possa depois vir a ser comercializado com o apoio da ERTAR.

Os programas turísticos devem ser definidos de acordo com um conjunto de pressupostos delineados pela ERTAR em sede de Caderno de Encargos.

A contrapartida oferecida pela ERTAR poderá traduzir-se na promoção gratuita dos

| |
|--|
| programas desenvolvidos ou na integração destes mesmos programas noutros projetos. |
| Promotor(es) |
| ERTAR - Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo |
| Destinatários |
| Operadores Turísticos a trabalhar na Região |
| Cronograma |
| 2015 (2.º semestre) – Preparação do concurso, definição de pressupostos |
| 2016 (1.º semestre) – Lançamento do concurso |
| 2017 (1.º trimestre) – Divulgação e comercialização dos programas turísticos |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 3? (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 (FEDER) (sistema de apoio a ações coletivas) |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo (Empreendedorismo) |
| Institucionalizar Redes de Oferta no Território |
| Requalificar e Criar Novos Produtos Turísticos |

| |
|--|
| IV.5.2. Designação do Projeto |
| Heritage & Business – Circuito MI |
| Objetivo específico |
| Oferecer aos turistas de negócios a oportunidade de realizarem uma ‘incursão’ ao PHA, adaptada às suas especificidades, nomeadamente, em termos temporais. |
| Aumentar as receitas turísticas. |

| |
|--|
| Consolidar o crescimento do segmento MI no Alentejo, utilizando o PHA como elemento diferenciador. |
| Descrição |
| <p>Trata-se de desenvolver um circuito especialmente orientado para o segmento MI, combinando diferentes atividades, como uma visita guiada ao Património e uma prova de vinhos. O circuito deve ter uma duração máxima de 2h30, e deve ser desenhado tendo em conta a disponibilidade dos turistas de negócios, isto é, essencialmente concentrados no período do fim da tarde.</p> <p>Este projeto deve ser desenvolvido em articulação com o projeto V. 5.4. e futuramente deve ser adaptado a outros segmentos de público importantes para o destino, nomeadamente o público jovem e o sénior.</p> |
| Promotor(es) |
| Entidade Regional de Turismo + Gestores do Património + Agentes Turísticos locais |
| Destinatários |
| Turistas de Negócios |
| Cronograma |
| 2015 (2.º semestre) – Desenho do circuito e desenvolvimento dos conteúdos promocionais. |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| <p>Afirmar o Cluster do Turismo (Empreendedorismo)</p> <p>Institucionalizar Redes de Oferta no Território</p> <p>Requalificar e Criar Novos Produtos Turísticos</p> |

| |
|--|
| IV.5.3. Designação do Projeto |
| “Heritage Fam Trips” |
| Objetivo específico |
| Dar a conhecer aos <i>media</i> (incluindo muito especialmente, os <i>bloggers</i> de viagens) o produto turístico PHA, fomentando a sua visibilidade interna e externa. |
| Descrição |
| Realização de visitas temáticas em que os convidados possam experienciar as propostas de consumo/ programas turísticos a desenvolver em torno do PHA. |
| Promotor(es) |
| ERTAR - Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo (mercado interno) Agência de Promoção Turística do Alentejo (mercado externo) |
| Destinatários |
| Membros dos <i>media</i> nacionais e internacionais, com especial destaque para os <i>bloggers</i> de viagens. |
| Cronograma |
| 2017 (1.º trimestre) – Apresentação dos programas desenvolvidos no âmbito do projeto “Programa Turístico PHA” |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 3? (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 (FEDER) (sistema de apoio a ações coletivas) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Reforçar a Promoção Marketing Digital (Alentejo 3.0) |

| |
|--|
| IV.5.4. Designação do Projeto |
| “Heritage Charming Meetings” |
| Objetivo específico |
| <p>Aumentar o número de eventos MI realizados na região.</p> <p>Aumentar as receitas turísticas.</p> <p>Estimular o <i>cross-selling</i>.</p> |
| Descrição |
| <p>Realizar, anualmente, ações de charme junto das empresas/ associações organizadoras de eventos MI, no sentido de lhes dar a conhecer a oferta existente na região, e o potencial diferenciador do PHA, apresentando sugestões para a inclusão atividades PHA no programa social dos eventos MI.</p> <p>Este tipo de ações podem vir a ser replicadas para segmentos específicos, sendo que deve ser dada prioridade ao segmento MI, em franco crescimento no destino.</p> |
| Promotor(es) |
| ERTAR - Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo |
| Destinatários |
| Entidades organizadoras de eventos MI |
| Cronograma |
| 2016 – Realização da primeira ação. Ações anuais. |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Reforçar a Promoção |

| |
|---|
| IV.5.5. Designação do Projeto |
| “Heritage Live” |
| Objetivo específico |
| <p>Potenciar a existência de um evento de grande atratividade que reforce o posicionamento do produto como “património vivo” que deve ser experienciado “ao vivo”.</p> <p>Este evento deverá estimular a visita, a proximidade e a relação presencial com o património reforçando a ideia deste como cenário de histórias, experiências e vivências.</p> <p>Promover a articulação da agenda cultural e turística entre os sítios e bens classificados (numa fase inicial as cidades de Évora e Elvas, mas posteriormente alargado a outras cidades/ bens PH) e a visão do PHA como um todo.</p> <p>Granjear notoriedade e visibilidade externa.</p> |
| Descrição |
| <p>Conceção, preparação e realização de um evento/festival com duração de 2 a 3 dias, cuja programação deve promover a demonstração do Património da Humanidade do Alentejo como um património vivo, palco de história e potenciador de experiências únicas.</p> <p><u>Utilizando o Património da Humanidade como cenário (como uma “tela”) e recorrendo a tecnologias de vídeo <i>mapping</i> ou a holografia,</u> este festival deverá ter como programação de destaque um conjunto de espetáculos (como que episódios de uma mesma narrativa) que interpretem acontecimentos históricos, vivências ou costumes locais. Estas obras de arte, carregadas de história e significado, deverão ser “expostas” num conjunto de bens patrimoniais espalhados pelas duas cidades Património da Humanidade.</p> <p>A par destes “acontecimentos” de maior destaque o festival deve dinamizar e concentrar também um conjunto de outras produções artísticas (música, teatro, artes plásticas), potenciando e viabilizando a articulação e a movimentação dos turistas, visitantes e residentes entre os vários locais.</p> <p>A desenvolver em articulação com as agendas e eventos já existentes, nomeadamente com as “Noites Brancas” promovidas no âmbito da Eurocidade Elvas – Badajoz.</p> |

| |
|--|
| Promotor(es) |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo Câmaras Municipais de Elvas e Évora Arquidioces de Évora Fundações Outros Gestores do Património |
| Destinatários |
| Operadores turísticos, nacionais e estrangeiros Turistas, visitantes e população local |
| Cronograma |
| 2016 – Realização do 1.º Evento. |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 3c (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 (FEDER) (sistema de apoio a ações coletivas) PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Trabalhar para uma Visão Intersectorial Regional Gerir o Destino com Reforço de Competências Criar e promover Território Turístico Institucionalizar Redes de Oferta no Território Reforçar a Promoção |
| IV.5.6. Designação do Projeto |
| Transporte Local ao Património da Humanidade |

| |
|--|
| Objetivo específico |
| Agilizar a circulação de turistas no território do destino turístico Alentejo, facilitando o acesso ao Património da Humanidade e a sua experimentação. |
| Descrição |
| <p>Desenvolvimento de soluções de transportes dedicados alternativas (específicas para os turistas, e de acordo com os programas/ eventos em curso).</p> <p>As soluções poderão incluir a criação de bilhética concertadas entre os agentes de transportes e outros agentes turísticos/ patrimoniais (alojamento, restauração, animação, etc.).</p> <p>Facilitar o contacto e a requisição de outras tipologias de transporte como serviço de táxis, transfer ou até aluguer de veículos.</p> <p>Como ferramenta de auxílio e de viabilização deste projeto, propõe-se a criação de uma aplicação para dispositivos móveis que, recorrendo ao sistema de geo-localização, permita, por exemplo, o contacto direto com taxistas locais ou empresas de aluguer de veículos.</p> <p>Por responder a objetivos presentes em três projetos distintos: <i>Como chegar</i>, <i>Transporte Local</i>, <i>Transporte Regional e Heritage for All</i>; considera-se que o desenvolvimento desta aplicação configura um projeto independente, <i>Go Heritage</i>, descrito com maior pormenor em ficha própria.</p> |
| Promotor(es) |
| Agentes do setor de transportes, com a intervenção da ERTAR como elemento facilitador. Agentes turísticos |
| Destinatários |
| Turistas e visitantes |

| |
|--|
| Cronograma |
| 2015 (2.º semestre) – Elaborar o estudo de identificação e viabilidade |
| 2016 (1.º semestre) – Implementar novas soluções. |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 4? (Eixo 7) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo (Competitividade das Empresas) |
| Gerir o Destino com Reforço de Competências |
| Criar e Promover Território Turístico |

| |
|--|
| IV.5.7. Designação do Projeto |
| Transporte Regional ao Património da Humanidade |
| Objetivo específico |
| Facilitar a deslocação dos turistas no território, facilitando o acesso ao Património e a sua experimentação. |
| Reforçar a articulação entre as cidades Património Mundial. |
| Fomentar a integração de outras experiências turísticas no corredor entre Elvas e Évora e com outros locais. |
| Contribuir para o aumento da estadia média e das receitas turísticas. |
| Descrição |
| Desenvolvimento de soluções de transportes dedicados alternativas (específicas para os turistas, e de acordo com os programas/ eventos em curso), que poderão incluir a criação de bilhética concertadas entre os agentes de transportes e outros agentes turísticos/patrimoniais (alojamento, restauração, animação, etc.) numa lógica supra municipal, isto é, no corredor alargado das cidades Património Mundial e nas ligações a outros espaços e |

| |
|--|
| <p>centros urbanos que associam o Património Imaterial Mundial.</p> <p>Como ferramenta de auxílio e viabilização deste projeto, propõe-se a criação de uma aplicação para dispositivos móveis que, recorrendo ao sistema de geo-localização permita potenciar a integração de experiências turísticas no corredor entre Elvas e Évora e reforçar a articulação entre ambas.</p> <p>Por responder a objetivos presentes em três projetos distintos: Como chegar, Transporte Local, Transporte Regional e Heritage for All; considera-se que o desenvolvimento desta aplicação configura um projeto independente, Go Heritage, descrito com maior pormenor em ficha própria.</p> <p>A desenvolver em articulação com o PO Touring Cultural e Paisagístico.</p> |
| <p>Promotor(es)</p> |
| <p>Agentes do setor dos transportes regionais (interurbanos), com a intervenção da ERTAR como elemento facilitador.</p> |
| <p>Destinatários</p> |
| <p>Turistas e visitantes</p> <p>Comunidade local</p> |
| <p>Cronograma</p> |
| <p>2015 (2.º semestre) – Elaborar o estudo de identificação e viabilidade</p> <p>2016 e 2017 – Implementar novas soluções.</p> |
| <p>Enquadramento no PO Regional</p> |
| <p>PI 4? (Eixo 7) do POR Alentejo 2020 (FEDER)</p> |
| <p>Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT</p> |
| <p>Afirmar o Cluster do Turismo (Competitividade das Empresas)</p> <p>Trabalhar para uma Visão Intersectorial Regional</p> <p>Criar e Promover Território Turístico</p> |

Gerir o Destino com Reforço de Competências

1. EIXO DE INTERVENÇÃO

IV. COMUNICAR

2. CONCEITO

Descrição

Implementação, difusão e promoção do produto turístico Património da Humanidade do Alentejo, de acordo com o posicionamento definido na origem e como destino.

Fundamentação

Este eixo é essencial para a implementação do novo posicionamento e para a promoção do produto turístico: Internamente (população local) devendo contribuir para a valorização, envolvimento e conhecimento do património; Externamente (visitantes) assumindo um papel fundamental na diferenciação e posicionamento do produto no mercado.

Ao mesmo tempo, este eixo pode funcionar como uma ferramenta transversal, para ser aplicada aos demais eixos, permitindo potenciar e qualificar os recursos existentes e contribuir para agregar valor e inovação ao produto.

3. OBJECTIVOS/METAS:

Objetivos a atingir especificamente

- Contribuir para a implementação, divulgação e promoção do produto turístico com base no carácter diferenciador do posicionamento definido.
- Potenciar a comunicação e abertura do Património aos seus públicos, relacionando Património material e imaterial.
- Fomentar a comunicação e abertura do Património dirigida aos públicos de modo a melhorar a sua acessibilidade, tanto física como intelectual.
- Promover o conhecimento e envolvimento da população local com o Património da Humanidade da região.

| Quantificação das metas a alcançar | | | | | | |
|-------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| Resultados | | | | | | |
| META | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Nº de Planos de comunicação e meios | | 1 | | | | |
| Nº de Planos de Acessibilidade | | 1 | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

| 4. MODELO DE GOVERNAÇÃO: |
|--|
| Entidade responsável pela implementação do Eixo |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo |
| Entidades parceiras |
| Câmaras Municipais/ Gestores do Património |
| Mecanismos de acompanhamento e monitorização |
| A desenvolver pelo Fórum de Acompanhamento do Plano Operacional de Turismo |

| 5. PROJETOS-ÂNCORA |
|---|
| V.5.1. Plano de Comunicação e Meios |
| V.5.2. “Heritage for All” |
| V.5.3. Suportes promocionais Património da Humanidade |

| |
|--|
| V.5.1. Designação do Projeto |
| Plano de comunicação e Meios |
| Objetivo específico |
| Contribuir para o aumento de fluxos e estadia de turistas no Alentejo e Ribatejo, comunicando e promovendo o posicionamento definido no plano operacional para o |

produto turístico Património da Humanidade. Potenciar a diferenciação do produto no mercado e a especificação da comunicação para segmentos de mercado específicos.

Descrição

Definição e segmentação dos diferentes públicos-alvo para o produto, tendo em conta a missão e o posicionamento definidos no plano operacional. A segmentação deve ter em conta a comunicação interna e externa do produto, tanto do ponto de vista de mercado estrangeiro e nacional, mas também, tendo a população local como *target* a trabalhar, no sentido de criar um envolvimento e sentido de pertença com “a marca” Património da Humanidade do Alentejo.

Criação de conceito/estratégia de comunicação que funcione como guião para a criação de formatos e escolha dos meios adequados, de forma a cumprir os objetivos presentes no posicionamento definido para o produto. Aumentar os fluxos, a estada e a valorização da experiência e relação emocional dos turistas com o Alentejo e Ribatejo.

O conceito deve comunicar um património material não monumentalizado, mas como cenário de atividades e vivências, potenciando a relação entre património material e imaterial. O património comunicado como veículo de experiências únicas, a fruir pelos turistas, baseando-se nos valores de autenticidade, tradição e genuinidade, mas mantendo sempre uma linguagem contemporânea.

A criação de uma identidade não terá que passar necessariamente pela criação de um logótipo, mas por um conjunto de “regras” que transmitam o conceito definido (*assinatura/claim*, tom de voz, estilo fotográfico) transmitindo de forma clara e coerente o posicionamento definido. Neste sentido, propõe-se a criação de um Manual de Comunicação do produto PHA (como um *brandbook*), um manual de boas práticas que assegure a difusão do conceito criado e preveja a adequação dos materiais desenvolvidos pelas autarquias, instituições parceiras, agentes ou promotores turísticos (logótipos, anúncios, sites, etc.) à estratégia de comunicação definida para o produto.

Além de promover a coerência e unidade na comunicação do património e da região, o manual poderá prever e referir ações específicas. Como por exemplo, promover a criação de marcas institucionais relacionadas com o património (como é o caso da marca desenvolvida pela CM de Elvas) ou fomentar a utilização do selo de Património da Humanidade nos materiais de comunicação de parceiros, de acordo com o que o

regulamento da Unesco permite.

A **escolha de formatos, meios de comunicação e distribuição** deverá ser feita com base na segmentação de públicos e na estratégia definida para o cumprimento dos objetivos presentes na missão e posicionamento do produto. No entanto, propõe-se que os formatos desenvolvidos (textos, fotografias, vídeos) reflitam sempre a estratégia de comunicação definida e potenciem a diferenciação do produto. Mantendo um elevado valor estético e plástico, a implementação do posicionamento deve ser feita através de conteúdos relevantes e pertinentes. A fidelidade à realidade local, o uso da espontaneidade e naturalidade como características locais e a procura da poética e casualidade das atividades tradicionais são algumas das linhas gerais que devem guiar a criação dos formatos.

Tendo em conta o posicionamento, propõe-se que a escolha dos meios se centre sobretudo numa tipologia de ações fora dos meios de comunicação de massa (*Below the line*) que, recorrendo a meios *on-line* e *off-line*, favoreça uma experiência direta entre os diferentes *targets* e o produto. Marketing de relacionamento, assessoria de imprensa, relações públicas, apoio/patrocínio de eventos e uma forte presença nos meios digitais, redes sociais (tendo como foco a criação e partilha de conteúdos) e *adwords*.

Não se pretende, no entanto, que o plano de meios seja inteiramente desenvolvido de acordo com uma abordagem BTL a utilização de meios *above the line* deverá ser tida em conta sempre que se justifique e de acordo com os objetivos e o público-alvo em questão. No que diz respeito, por exemplo, ao envolvimento e promoção do novo posicionamento junto da população local meios como a rádio ou a televisão podem ser os mais indicados.

A **calendarização e escolha dos meios e veículos de distribuição e amplificação** deverá, não só responder aos objetivos definidos e à estratégia de comunicação delineada, mas também responder a três momentos distintos do ciclo de viagem: “pré-estada”, “estada” e “pós-estada”.

Os formatos e meios referidos nos parágrafos anteriores estão adequados, sobretudo, à promoção do destino no período de decisão de viagem. Também nos momentos “estada” e “pós-estada”, existem necessidades específicas de comunicação que devem ser tidas em conta no plano de comunicação, estas são tratadas mais profundamente nas ações *Heritage for All* e Suportes Promocionais para o Património da Humanidade, respectivamente.

| |
|--|
| Promotor(es) |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo |
| Destinatários |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo Instituições parceiras |
| Cronograma |
| 2015 (2º semestre) – Promoção de concurso público 2016 (1º semestre) – Realização do Plano de Comunicação e Meios 2016-2020 – Execução do plano de Comunicação e Meios |
| Enquadramento no PO Regional |
| PI 6e (Eixo 8) – POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Reforçar a promoção e o marketing digital Alentejo 3.0 Afirmar o Cluster do Turismo Reforçar a promoção |

| |
|---|
| V.5.2. Designação do Projeto |
| “Heritage for All” |
| Objetivo específico |
| Garantir a acessibilidade básica (física e intelectual) ao Património tendo em conta três níveis: “Getting there, going in, visiting” (chegar, entrar e visitar) |
| Descrição |
| Elaboração de um Plano de Acessibilidade para o Património da Humanidade do Alentejo. |

Pretende-se com este Plano definir um conjunto de “boas práticas” e soluções para melhorar as condições de acesso ao PHA. Propõe-se que este responda, tanto à acessibilidade física como à intelectual, entendendo-se por cada uma delas o seguinte:

Acessibilidade física “Chegar e entrar”

Prever a organização e distribuição das visitas, sinalizando e facilitando a circulação e o acesso, permitindo um fácil mapeamento dos centros históricos, dos pontos de interesse e das visitas/rotas possíveis. Estimular o acesso através da disponibilização de informações funcionais (horários, condições da visita, etc.). Além disso, prever a acessibilidade do património a pessoas com necessidades especiais ou mobilidade condicionada.

Acessibilidade intelectual “Visitar”

Promover o acesso a uma informação de base que permita uma primeira abordagem aos bens culturais, acessível a diferentes públicos, eventualmente menos informados ou motivados. Promover uma linguagem de aproximação ao Património da Humanidade por via de experiências ou informações mais lúdicas e um discurso mais simples.

Em todo o material desenvolvido, de acessibilidade física ou intelectual, deve ser mantida uma coerência gráfica de forma a unificar a visita como um todo, desde o plano macro de chegada à cidade e orientação, ao plano micro de informação primária sobre determinado bem cultural. Deve ser tida em conta também uma utilização unificada e coerente dos logótipos institucionais, mantendo uma relação e organização hierárquica entre eles, comum a todos os suportes.

Propõe-se a criação de uma ferramenta, uma **aplicação para dispositivos móveis**, que potencia a acessibilidade física e intelectual, permitindo um mapeamento para a consulta de rotas, pontos de interesse e breve introdução interpretativa ao bem patrimonial.

Por responder a objetivos presentes em três projetos distintos - *Como chegar, Transporte Local, Transporte Regional e Heritage for All* - esta aplicação está contemplada como um projeto autónomo, *Go Heritage*, descrito com maior pormenor numa ficha própria.

Promotor(es)

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

Câmara Municipal de Elvas

Câmara Municipal de Évora

| |
|---|
| Destinatários |
| Turistas e Visitantes Comunidade Local |
| Cronograma |
| 2016 – Elaboração do Plano de Acessibilidade ao Património da Humanidade do Alentejo 2017-2020 – Execução do Plano de Acessibilidade PHA |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6e (Eixo 8) – POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Criar e promover território turístico |

| |
|--|
| 5.3. Designação do Projeto |
| Suportes Promocionais Património da Humanidade |
| Objetivo específico |
| Divulgar e promover a “marca” Património da Humanidade Alentejano, apostando sobretudo na criação e partilha de conteúdos e conhecimentos especializado sobre o património mas também suportes com perfil mais promocional e contemplativo. |
| Descrição |
| Criação de um conjunto de suportes promocionais que, tendo em conta o posicionamento definido para o produto, comunique o Património da Humanidade desde dois pontos de vista: interpretativo e contemplativo. Propõe-se que os materiais interpretativos se centrem na produção de conteúdos teóricos e de carácter técnico, acessíveis a um conhecimento geral e direcionado para a visita, mas também conteúdos de carácter mais científico sobre o Património. As edições podem passar por: livro de prestígio, guia sobre o Património da Humanidade material, um guia sobre o Património da Humanidade Imaterial ou ainda publicações |

dedicadas a bens patrimoniais específicos.

Ainda no âmbito interpretativo, propõe-se o desenvolvimento de uma linha editorial (eventualmente periódica) que trate o Património da Humanidade desde um ponto de vista de regional, compilando sobre diversas temáticas (uma a cada edição) bens materiais ou imateriais classificados distribuídos por todo o território.

Propõe-se ainda, a criação de uma ou mais edições dedicadas à música antiga e à sua presença tanto em Évora como em Elvas.

Um outro tipo de suportes deve ser tido em conta, com vista a trabalhar a promoção do produto de um ponto de vista mais sensorial que, através de uma abordagem mais **contemplativa** e plástica do Património da Humanidade, potencie a sua dimensão imaterial e promova o imaginário alentejano. Assim, tendo como base o posicionamento definido, estas publicações devem tratar um Património vivo, como palco de histórias, de forma mais visual (fotográficos, ilustração, interpretações artísticas), promovendo bens imateriais classificados, como por exemplo o Cante e os grupos de Cante, o artesanato local e outras atividades artesanais e tradicionais.

Como parte do desenvolvimento de suportes estratégicos para a comunicação e implementação do posicionamento definido para o produto propõe-se a concepção de um conjunto de **produtos de merchandising** “Património da Humanidade do Alentejo”, a serem vendidos num conjunto de locais cuidadosamente selecionados. Pretende-se, assim potenciar a “marca” PHA mas, sobretudo, estimular a memória da visita e a partilha da mesma.

Os produtos devem ser concebidos em linha com o conceito definido no Plano de Comunicação, procurando soluções e objetos inovadores, esteticamente interessantes e matérias primas próximas ao território, sem comprometer o carácter comercial dos produtos.

A temática passará sempre pelo Património da Humanidade Alentejano (material e imaterial) no entanto, propõe-se que as soluções apresentadas não sejam simples reproduções dos bens patrimoniais. O conceito criativo dos objetos deve privilegiar histórias, experiências e o carácter humano do destino.

Promotor(es)

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

Câmara Municipal de Elvas

| |
|--|
| Câmara Municipal de Évora |
| Destinatários |
| Turistas e Visitantes Comunidade Local |
| Cronograma |
| 2016 – Elaboração do Plano de Acessibilidade ao Património da Humanidade do Alentejo e Ribatejo |
| 2017-2020 – Execução do Plano de Acessibilidade PHAR |
| 2017-2019 - A produção de conteúdos e a edição de suportes promocionais dos vários produtos terão fases de sobreposição, no intervalo de tempo de referência considerado |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 6c (Eixo 8) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Operações Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Criar e promover território turístico |

1. EIXO DE INTERVENÇÃO

VI.GOVERNAR

2. CONCEITO

Descrição

Modelo de cooperação e colaboração interinstitucional com vista ao desenvolvimento, à gestão e à monitorização do produto turístico, capaz de integrar, de forma dinâmica e coerente, os vários bens inscritos na Lista de Património da Humanidade associados ao destino turístico do Alentejo e de envolver os seus representantes institucionais e gestores, bem como todos os stakeholders que, de forma direta ou indireta, intervêm na experiência turística que esses bens proporcionam.

Fundamentação

O produto turístico Património da Humanidade no Alentejo (PHA) acentua, pelas suas características específicas, a necessidade de estabelecer e de aprofundar as formas de interação entre os diversos agentes, públicos e privados, que intervêm seja ao nível das componentes do produto, seja ao nível dos recursos e das condições de contexto.

O perfil de recursos culturais territoriais que estão e virão a estar envolvidos na conceção e desenvolvimento deste produto turístico é significativamente diferenciado (porque envolve ativos de diversa natureza, material e imaterial) e integra tipologias muito distintas (conjuntos históricos, tradições orais, saberes fazer e práticas tradicionais, manifestações culturais, paisagem cultura). Para além disso, esses recursos, enquanto bens culturais inscritos na Lista do Património da Humanidade ou classificados como Património Imaterial Mundial, encontram-se submetidos a um conjunto de princípios e objetivos de preservação, salvaguarda, gestão e promoção, parcialmente comuns, e beneficiam de uma marca, reconhecida internacionalmente, que lhes garante um elevado potencial turístico. Nesse sentido, não só dispõem de modelos de gestão específicos, como enquadram objetivos de promoção e difusão turística ajustados aos princípios e valores que a UNESCO delibera.

As exigências de uma gestão e promoção articuladas entre as estruturas turísticas

convencionais, de alojamento, de animação, mesmo de restauração e de transporte e as diferentes estruturas culturais presentes no território implicam soluções de governação concertada e participada. Para além do recurso a competências de cooperação, que se torna urgente robustecer no seio das entidades públicas e dos agentes privados, torna-se fundamental mobilizar outro tipo de instrumentos de âmbito tecnológico (principalmente no campo das tecnologias da informação e comunicação) que atualmente são centrais em matéria de *governance* turística.

3. OBJECTIVOS/METAS:

Objetivos a atingir especificamente

- Melhorar o envolvimento e a abertura aos processos de decisão política e de investimento
- Aumentar a responsabilidade e envolvimento de todos os agentes e entidades, públicas e privadas, envolvidas no desenvolvimento, gestão e promoção do produto PHA
- Aumentar a troca de informação e de experiências e ampliar as práticas de cooperação e de coordenação e o diálogo
- Fomentar serviços em rede a todos os níveis
- Reforçar a competitividade do destino turístico do Alentejo

Quantificação das metas a alcançar

Resultados

| META | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Nº de bens patrimoniais abrangidos pela plataforma “Folow Heritage” | | 1 | 2 | 4 | 4 | 6 |
| Nº de eventos “Heritage open Days” realizados | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Entidades envolvidas na Rede Networking / gestão do património | | 5 | 12 | 5 | 5 | 5 |
| | | | | | | |

4. MODELO DE GOVERNAÇÃO:

Entidade responsável pela implementação do Eixo

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

| |
|--|
| Entidades gestoras do Património da Humanidade |
| Entidades parceiras |
| Operadores e agentes turísticos |
| Agentes culturais |
| Outros stakeholders |
| Mecanismos de acompanhamento e monitorização |
| A desenvolver pelo Fórum de Acompanhamento do Plano Operacional de Turismo |

5. PROJETOS-ÂNCORA

VI.5.1. “Follow Heritage”

VI.5.2. “Heritage open Days”

VI.5.3. Networking / Gestão do património

VI.5.1. Designação do Projeto

“Follow Heritage”

Objetivo específico

Contribuir através de novas fontes de financiamento para a recuperação e restauro ou conservação e manutenção do Património da Humanidade do Alentejo, suscitando uma ligação emocional e um sentido de pertença do visitante aos bens desse Património.

Estimular os projetos de recuperação e restauro do património, através de uma consciencialização e potencial valorização por parte da comunidade local.

Promover a fidelização dos públicos externos.

Descrição

Trata-se de uma ferramenta de financiamento coletivo para projetos de recuperação e restauro ou manutenção dos bens, materiais e imateriais, que integram o Património da

| |
|---|
| <p>Humanidade.</p> <p>Esta ferramenta pretende contribuir para a angariação de fundos necessários à execução de projetos de recuperação e restauro de bens patrimoniais, envolvendo os visitantes e turistas, inspirando-se na “boa prática” do projeto “People Protecting Places”.</p> <p>Criando uma plataforma de financiamento coletivo, os visitantes e turistas serão convidados a contribuir com um valor simbólico para a concretização das “obras” a realizar em bens patrimoniais específicos. Como contrapartida pela doação efetuada, os visitantes e turistas receberão acesso exclusivo a informação sobre o bem e o projeto, permitindo-lhes acompanhar, a par e passo, os trabalhos realizados e ver em primeira mão os seus resultados.</p> <p>À entidade gestora caberá a avaliação da pertinência de inserção dos projeto dentro do quadro desta plataforma, a definição de um conjunto de critérios de utilização e funcionamento da plataforma e a garantia de acompanhamento do sistema e da prestação de informação e gestão da relação com os visitantes e turistas que contribuirão para as “obras”. Além disso, a entidade gestora da plataforma garantirá a credibilidade da ferramenta (estabelecendo, por exemplo, parcerias com instituições financeiras) e uma comunicação unificada.</p> <p>Do ponto de vista turístico, potencia-se uma ligação emocional dos visitantes para com o bem patrimonial, a vontade de partilha (sobre o “apadrinhamento” e sobre o desenrolar do projeto), além da possibilidade de regresso ou novas visitas.</p> |
| Promotor(es) |
| ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo |
| Destinatários |
| Proprietários e Entidades gestoras de bens patrimoniais |
| Visitantes e Turistas |
| População Local |
| Cronograma |
| 2015 – Elaboração do projeto de conceção e desenvolvimento da Plataforma “Follow |

| |
|---|
| Heritage” |
| 2016 – Implementação dos primeiros casos de projetos de recuperação e restauro e sua disseminação |
| 2017-2020 – Novos projetos |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 11 (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE) |
| PI 3.2 (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo |
| Requalificar e criar novos produtos turísticos |
| Criar e promover o território turístico |

| |
|--|
| VI.5.2. Designação do Projeto |
| “Heritage open Days” |
| Objetivo específico |
| Promover a troca de experiências e de informação entre os vários agentes do setor do turismo e da cultura e gestão do património. |
| Fomentar o <i>networking</i> . |
| Estimular o desenvolvimento de projetos em cooperação e em parceria entre os agentes turísticos e agentes do património no destino turístico do Alentejo |
| Descrição |
| Conceção e realização de um evento anual de encontro que tem por finalidade a troca de informação e de experiências entre aos diversos agentes públicos e privados que intervêm no destino turístico do Alentejo e oferecem produtos e serviços associados ao PHA. |
| Este encontro, para além da apresentação de “boas práticas” de parceria, cooperação e |

networking, deverá fomentar a reflexão e avaliação do desempenho dos diversos setores no que se refere ao desenvolvimento, promoção e comercialização do novo produto turístico ligado ao Património da Humanidade.

O evento poderá ter um formato de fim-de-semana (ou três dias, de 6ª a domingo), situando-se preferencialmente na época baixa de turismo, que coincide com o período de mais investimento dos agentes na organização e promoção de produtos e serviços. Poderá ainda incluir a realização de viagens temáticas de divulgação adaptadas às necessidades dos agentes regionais, com o intuito de lhes dar a conhecer o território e o que outros potenciais parceiros oferecem.

Deverá ser criada uma Comissão de Acompanhamento dos “Heritage open Days”, que integre para além da ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo, a Universidade de Évora, o Turismo de Portugal, I.P., a CCDR Alentejo, a Direção Regional da Cultura do Alentejo e o ICOMOS Portugal. Esta Comissão de Acompanhamento terá a cargo a responsabilidade de salvaguardar as orientações e os princípios a satisfazer na realização do evento anual, de acordo com o seu plano de desenvolvimento.

O evento deverá ser divulgado (em tempo real) nas redes sociais e na plataforma de Internet da ERTAR (em streaming), podendo mesmo incluir algumas “oficinas” geridas em ambiente on-line, convidando e fomentando a internacionalização de alguns projetos de novos produtos e serviços relacionados com o Património da Humanidade do Alentejo.

Promotor(es)

ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

Destinatários

Todos os agentes turísticos e culturais do destino turístico do Alentejo

Outros agentes turísticos estrangeiros

Outras stakeholders regionais (a definir)

Comunidade local

Cronograma

2015 – Elaboração do Plano de desenvolvimento do evento “Heritage open Days”

| |
|--|
| 2016 – Realização do 1º evento “Heritage open Days” |
| Enquadramento no PO Regional e outros |
| PI 11 (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE) PI 3.2 (Eixo 1) do POR Alentejo 2020 (FEDER) |
| Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT |
| Afirmar o Cluster do Turismo Requalificar e criar novos produtos turísticos Criar e promover o território turístico Gerir o destino com reforço de competências |

| |
|---|
| VI.5.3. Designação do Projeto |
| Networking / gestão do património |
| Objetivo específico |
| Criar e disseminar práticas de concertação entre os gestores do património e os outros agentes ligados ao turismo, ao património, à cultura ao comércio e às infraestruturas urbanas. Fomentar a partilha de informação, a confiança e a participação nos processos de tomada de decisão quanto a intervenções urbanas com reflexos ao nível do produto turístico PHA. Consolidar e manter coerente a oferta associada ao produto turístico PHA Melhorar a comunicação com o turista e visitante |
| Descrição |
| Projeto de criação de uma rede de autoridades urbanas e de outras instituições e agentes localizados no território do destino turístico do Alentejo que sejam responsáveis pela gestão do património – Museus, Equipamentos e Estruturas Culturais, num primeiro momento, das cidades de Évora, Elvas e dos municípios de Serpa e de Alcáçovas |

| |
|--|
| <p>(admite-se que se vá evoluindo com a integração de outras autoridades urbanas ou municípios nesta rede em função do processo de classificação de outros bens na Lista do Património da Humanidade e no Património Imaterial Mundial).</p> <p>A rede tem objetivos de articulação e de formalização de estratégias comuns ao nível da promoção, da comunicação, dos serviços e produtos de edição de conteúdos, de bilhética, de programação de eventos e de outras atividades temporárias (exposições, etc.).</p> |
| <p>Promotor(es)</p> |
| <p>ERTAR – Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo</p> <p>Câmara Municipal de Évora</p> <p>Câmara Municipal de Elvas</p> <p>Câmara Municipal de Serpa</p> <p>Câmara Municipal de Viana do Alentejo</p> |
| <p>Destinatários</p> |
| <p>Gestores do Património da Humanidade</p> <p>Agentes e outras entidades responsáveis pela gestão do património</p> |
| <p>Cronograma</p> |
| <p>2016 (1º semestre) – Elaboração do projeto de rede</p> <p>2016 (2º semestre) - Formalização de rede</p> |
| <p>Enquadramento no PO Regional e outros</p> |
| <p>PI 11 (Eixo 9) do POR Alentejo 2020 (FSE)</p> |
| <p>Articulação com Prioridades Estratégicas da ERT</p> |
| <p>Afirmar o Cluster do Turismo</p> <p>Criar e promover o território turístico</p> <p>Gerir o destino com reforço de competências</p> |

3.2. A Relação dos Eixos de Intervenção com as componentes do Produto Turístico (Oferta)

A matriz seguinte procura identificar o nível de contribuição de cada um dos seis eixos de intervenção e respetivos projetos âncora para as diferentes componentes do produto, no sentido de resolver ou atenuar os fatores críticos anteriormente enunciados:

| Plano de Ação | | Componentes centrais do produto turístico | | | | Condições de contexto |
|---------------|--|---|-------------|----------|-------------|-----------------------|
| EI | Projetos Âncora | Alojamento | Restauração | Animação | Transportes | |
| Q | I.5.1. Acolhimento no Património | Baixo | Baixo | Alto | Baixo | Alto |
| | I.5.2. Enriquecimento dos conteúdos disponibilizados ao visitante | Médio | Médio | Alto | Médio | Alto |
| | I.5.3.A Welcome Center de Évora I.5.3.B Welcome Center de Elvas | Médio | Médio | Alto | Alto | Médio |
| | I.5.4. Comunicar o Património | Baixo | Baixo | Alto | Baixo | Alto |
| | I.5.5. Recuperação de Artes e ofícios tradicionais da edificação | Baixo | Baixo | Alto | Baixo | Alto |
| | I.5.6. Qualificação do espaço público | Baixo | Baixo | Alto | Alto | Alto |
| | I.5.7. Receber no Património | Alto | Alto | Alto | Alto | Médio |
| | I.5.8. “Welcome to Heritage” | Baixo | Baixo | Baixo | Alto | Alto |
| | I.5.9 Qualificar o comércio tradicional | Alto | Alto | Alto | Alto | Alto |
| | I.5.10. Como Chegar - Évora | Baixo | Baixo | Baixo | Alto | Alto |
| | I.5.11. Como Chegar - Elvas | Baixo | Baixo | Baixo | Alto | Alto |
| O | II.5.1. Mapeamento de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto | Alto | Baixo |
| | II.5.2. Criação/formatação de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto | Alto | Baixo |
| | II.5.3. Feira do Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto | Alto | Médio |
| I | III.5.1. “Heritage Social Network” | Médio | Médio | Alto | Médio | Alto |
| | III.5.2. “Vamos trocar Património” | Baixo | Baixo | Baixo | Baixo | Alto |
| | III.5.3. Desenvolvimento de conteúdos digitais para um destino turístico inteligente | Médio | Médio | Alto | Médio | Alto |
| DC | IV.5.1. Programa Turístico PHA | Alto | Alto | Alto | Alto | Médio |
| | IV.5.2. Heritage & Business - Circuito MI | Médio | Médio | Alto | Baixo | Baixo |
| | IV.5.3. “Heritage Fam Trips” | Alto | Alto | Alto | Médio | Baixo |
| | IV.5.4. “Heritage Charming Meetings” | Alto | Médio | Médio | Médio | Baixo |
| | IV.5.5. “Heritage Live” | Alto | Alto | Alto | Alto | Médio |

| | | | | | | |
|----------|---|-------|-------|-------|-------|-------|
| | IV.5.6. Transporte Local ao Património Mundial | Médio | Médio | Médio | Alto | Alto |
| | IV.5.7. Transporte Regional ao Património Mundial | Médio | Médio | Médio | Alto | Alto |
| C | V.5.1. Plano de Comunicação e Meios | Alto | Alto | Alto | Alto | Médio |
| | V.5.2. “Heritage for All” | Médio | Médio | Alto | Alto | Alto |
| | V.5.3. Suportes promocionais Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto | Alto | Médio |
| G | VI.5.1. “Follow Heritage” | Baixo | Baixo | Médio | Baixo | Alto |
| | VI.5.2. “Heritage open Days” | Alto | Alto | Alto | Alto | Alto |
| | VI.5.3. Networking / Gestão do património | Alto | Alto | Alto | Alto | Alto |

3.3. A Relação dos Eixos de Intervenção com o “Ciclo da Viagem” e a “Cadeia de Experiência Turística” (Procura)

No caso da matriz seguinte procura-se estabelecer o nível de interação entre cada um dos projetos âncora e respetivos eixos de intervenção e as três principais fases do “ciclo da viagem”:

| Plano de Ação | | “CICLO DA VIAGEM” (PROCURA) | | |
|---------------|--|-----------------------------|--------|------------|
| EI | Projetos Âncora | Pré-Estada | Estada | Pós-Estada |
| Q | I.5.1. Acolhimento no Património | Médio | Alto | Médio |
| | I.5.2. Enriquecimento dos conteúdos disponibilizados ao visitante | Alto | Alto | Alto |
| | I.5.3.A Welcome Center de Évora I.5.3.B Welcome Center de Elvas | Baixo | Alto | Baixo |
| | I.5.4. Comunicar o Património | Baixo | Alto | Baixo |
| | I.5.5. Recuperação de Artes e ofícios tradicionais da edificação | Baixo | Alto | Baixo |
| | I.5.6. Qualificação do espaço público | Baixo | Alto | Baixo |
| | I.5.7. Receber no Património | Baixo | Alto | Baixo |
| | I.5.8. “Welcome to Heritage” | Baixo | Alto | Baixo |
| | I.5.9. Qualificar o comércio tradicional | Médio | Alto | Alto |
| | I.5.10. Como Chegar - Évora | Alto | Alto | Baixo |
| | I.5.11. Como Chegar - Elvas | Alto | Alto | Baixo |
| O | II.5.1. Mapeamento de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Baixo | Alto | Baixo |
| | II.5.2. Criação/formatação de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Alto | Alto | Baixo |
| | II.5.3. Feira do Património da Humanidade | Médio | Alto | Médio |
| I | III.5.1. “Heritage Social Network” | Médio | Alto | Baixo |
| | III.5.2. “Vamos trocar Património” | Médio | Alto | Médio |
| | III.5.3. Desenvolvimento de conteúdos digitais para um destino turístico inteligente | Alto | Alto | Alto |
| DC | IV.5.1. Programa Turístico PHA | Alto | Alto | Baixo |
| | IV.5.2. Heritage & Business - Circuito MI | Médio | Alto | Baixo |
| | IV.5.3. “Heritage Fam Trips” | Alto | Alto | Alto |
| | IV.5.4. “Heritage Charming Meetings” | Alto | Alto | Alto |
| | IV.5.5. “Heritage Live” | Médio | Alto | Baixo |
| | IV.5.6. Transporte Local ao Património Mundial | Baixo | Alto | Baixo |
| | IV.5.7. Transporte Regional ao Património Mundial | Baixo | Alto | Baixo |

| | | | | |
|----------|---|-------|-------|-------|
| C | V.5.1. Plano de Comunicação e Meios | Médio | Alto | Médio |
| | V.5.2. “Heritage for All” | Médio | Alto | Médio |
| | V.5.3. Suportes promocionais Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto |
| G | VI.5.1. “Follow Heritage” | Alto | Alto | Alto |
| | VI.5.2. “Heritage open Days” | Baixo | Médio | Baixo |
| | VI.5.3. Networking / Gestão do património | Médio | Médio | Médio |

Por fim, apresenta-se uma segunda matriz em que se estabelecem os níveis de interação entre os projetos âncora e os eixos de intervenção propostos e as três componentes da “cadeia de experiência turística”:

| Plano de Ação | | “CADEIA DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICA” (PROCURA) | | |
|---------------|--|---|---|--------------------|
| EI | Projetos Âncora | Tomar consciência do Património | Interpretar e experienciar o património <i>in situ</i> e o seu contexto | Partilhar memórias |
| Q | I.5.1. Acolhimento no Património | Alto | Alto | Alto |
| | I.5.2. Enriquecimento dos conteúdos disponibilizados ao visitante | Alto | Alto | Alto |
| | I.5.3.A Welcome Center de Évora I.5.3.B Welcome Center de Elvas | Baixo | Alto | Baixo |
| | I.5.4. Comunicar o Património | Médio | Alto | Médio |
| | I.5.5. Recuperação de Artes e ofícios tradicionais da edificação | Baixo | Alto | Médio |
| | I.5.6. Qualificação do espaço público | Baixo | Alto | Médio |
| | I.5.7. Receber no Património | Médio | Alto | Médio |
| | I.5.8. “Welcome to Heritage” | Médio | Alto | Médio |
| | I.5.9. Qualificar o comércio tradicional | Médio | Médio | Alto |
| | I.5.10. Como Chegar - Évora | Médio | Médio | Baixo |
| | I.5.11. Como Chegar - Elvas | Médio | Médio | Baixo |
| O | II.5.1. Mapeamento de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto |
| | II.5.2. Criação/formatação de Experiências Turísticas associadas ao Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto |
| | II.5.3. Feira do Património da Humanidade | Médio | Médio | Médio |

| | | | | |
|-----------|--|-------|-------|-------|
| I | III.5.1. “Heritage Social Network” | Alto | Alto | Alto |
| | III.5.2. “Vamos trocar Património” | Médio | Alto | Médio |
| | III.5.3. Desenvolvimento de conteúdos digitais para um destino turístico inteligente | Alto | Alto | Alto |
| DC | IV.5.1. Programa Turístico PHA | Médio | Alto | Baixo |
| | IV.5.2. Heritage & Business - Circuito MI | Médio | Alto | Médio |
| | IV.5.3. “Heritage Fam Trips” | Alto | Alto | Alto |
| | IV.5.4. “Heritage Charming Meetings” | Alto | Alto | Alto |
| | IV.5.5. “Heritage Live” | Alto | Alto | Alto |
| | IV.5.6. Transporte Local ao Património Mundial | Baixo | Alto | Médio |
| | IV.5.7. Transporte Regional ao Património Mundial | Baixo | Alto | Médio |
| C | V.5.1. Plano de Comunicação e Meios | Alto | Alto | Alto |
| | V.5.2. “Heritage for All” | Alto | Alto | Alto |
| | V.5.3. Suportes promocionais Património da Humanidade | Alto | Alto | Alto |
| G | VI.5.1. “Follow Heritage” | Baixo | Alto | Alto |
| | VI.5.2. “Heritage open Days” | Baixo | Médio | Médio |
| | VI.5.3. Networking / Gestão do património | Baixo | Baixo | Baixo |