

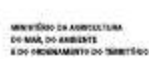
Projeto de Cooperação PRODER

“Um outro Algarve...”



PURO ALGARVE

O seu destino natural.



As três Associações de Desenvolvimento Local do Algarve, no âmbito do PRODER, estão a cooperar para criar uma marca regional para o Turismo de Natureza, uma sólida imagem de qualidade para os melhores produtos, serviços e locais desta região.

Após décadas de apoio e estímulo à constituição de centenas de iniciativas económicas nos domínios do Turismo Rural; Animação Turística; Qualificação de Património e Espaços Naturais; Produção e Transformação de Produtos Locais de Qualidade; Promoção e Comunicação, as três associações gestoras de Grupos de Ação Local que coordenam a aplicação na região do eixo 3 do PRODER, decidiram juntar esforços e trabalhar cooperativamente para a construção de uma única imagem para o Turismo de Natureza no Algarve: O projeto “Um Outro Algarve...”

Inovação, Autenticidade e Cooperação são, portanto, os elementos estruturais sobre os quais se alicerça a nova estratégia de desenvolvimento do sector do turismo sustentável nas zonas de baixa densidade do Algarve.

Sinopse do Plano de Ação do Projeto “Um Outro Algarve...”

O Turismo de Natureza, um dos principais vetores do Turismo Sustentável, constitui a área onde os promotores na área de baixa densidade mais têm concretizado as suas apostas inovadoras, um pouco por todo o Algarve. No entanto, é necessário investir no amadurecimento do produto e na criação de massa crítica. A superação da atual fragilidade no sector vai exigir a atuação aos seguintes níveis:

1. Organização da oferta

Avaliação de potencial das principais tipologias de “hot spots” do território e criação de uma marca de qualidade que confira coerência e confiança mas que assegure a diversidade territorial e sectorial:

1. ◦ *Percursos pedestres*
2. ◦ *Paisagens e locais de elevada qualidade ambiental e cultural*
3. ◦ *Produtos locais genuínos e de qualidade*
4. ◦ *Actividades e serviços de apoio (restauração, animação turística, alojamento)*

2. Qualificação da oferta

Definição de critérios de qualidade e construção participada de uma “Carta de Qualidade” para cada tipologia de recurso

3. Estruturação de produtos complexos e Integração em Redes regionais

3.1 Design de Rotas & Produtos “Puro Algarve” para toda a região

- *Rota do Olhar*
- *Rota da Aventura*
- *Rota dos Aromas e Sabores*
- *Rota do Tempo*
- *Produtos Locais de Qualidade – “Puro Algarve”*

3.2 Animação e dinamização da parceria de promotores que aderiram ao “Puro Algarve”

4. Promoção interna e externa das Rotas & Produtos “Puro Algarve”

Etapas já concretizadas

Primeira fase: para além do trabalho de terreno, identificando, avaliando e mobilizando os potenciais parceiros desta iniciativa, já decorreu um concurso de ideias nacional para a seleção da marca a adotar para os produtos / serviços e para as rotas de descoberta do território que queremos organizar.



PURO ALGARVE

O seu destino natural.

Esta será a imagem unificadora do projeto “Um Outro Algarve...” e a marca que se pretende associada aos valores estruturais específicos deste território: Qualidade; Genuinidade; Personalidade; Ruralidade; Originalidade; Sustentabilidade.

Esta marca e o respetivo compromisso de qualidade será apropriado por todos os responsáveis pelos produtos e serviços aderentes a esta “outra” perspetiva de visitação e de desfrute sustentado do território Algarvio. Esta marca é assumidamente uma sub-marca da marca Algarve, conceito-chave para afirmação da região no exterior.

Fruto do trabalho de anos nestes territórios e do conhecimento profundo dos recursos endógenos e do reconhecimento da sua qualidade dentro e fora da região, pretende-se organizar os “hot spots” do território em rotas temáticas de descoberta deste território, que possam ser promovidas interna e externamente e que tenham forte notoriedade. Estas tipologias de recursos devem obedecer a critérios de qualidade, sustentabilidade ambiental e de turismo responsável. Alojamento, restaura o, anima o turística, produtos locais, paisagens e patrim nio cultural (imaterial ou construído) são recursos endógenos que se pretende mobilizar em torno de 4 tipos de Rotas:



ROTA DO OLHAR

PURO ALGARVE

Contemple o outro lado.

Defini o de Circuitos em que o fio condutor é a beleza das paisagens naturais e as pérolas e os segredos que podemos ainda encontrar no Algarve Interior, mas que articulam igualmente elementos dos restantes tipos (por explo: gastronomia, produtos locais, birdwatching, alojamento, percursos pedestres, etc...)



ROTA DA AVENTURA

PURO ALGARVE

Experiências únicas, múltiplos cenários.

Definição de circuitos em que o elemento central é a realização de atividades dinâmicas e de grande emoção, (Orientação, BTT, Geocaching, Escalada, Canoagem, Surf...) articuladas sempre com outros elementos fortes do território.



ROTA DOS AROMAS E SABORES

PURO ALGARVE

Com todos os sentidos.

Definição de circuitos em que a gastronomia e os produtos locais de qualidade ocupam o lugar central dos itinerários de descoberta do território, e através dos quais se ficará a conhecer a hospitalidade dos seus protagonistas e a biodiversidade destas paisagens, entre outros elementos."



ROTA DO TEMPO

PURO ALGARVE

Faça parte da história.

Definição de circuitos em que o discurso narrativo gira em torno da cultura mediterrânea do Algarve interior, nas suas múltiplas vertentes (tradição oral, megalitismo, arquitectura rural, etnografia...) e sem deixar que estabelecer pontes para os restantes "hot spots" identificados.

O que está em marcha...

Em simultâneo com o trabalho de terreno, que decorre em contínuo, já está em fase de adjudicação a prestação de serviços internacional de consultoria para a criação, testagem, otimização e implementação de um Sistema de Gestão de Qualidade (SGQ) que regule a utilização da marca e que seja reconhecido pelas entidades participantes como uma mais-valia para as suas empresas, assegurando ao mesmo tempo o reconhecimento por parte dos potenciais clientes e estabelecendo ligações diretas com sistemas internacionais de certificação.

Objetivo operacionais da segunda fase:

- 1) *Definição de uma proposta de Carta de Qualidade para a marca "Puro Algarve", incluindo*
 - a) *definição de critérios de qualidade;*
 - b) *definição das metodologias de avaliação e renovação;*
 - c) *elaboração de um contrato/compromisso para todos os intervenientes;*

- 2) *Construção de metodologias de participação dos intervenientes e de implementação da carta de qualidade*
- 3) *Definição das pontes e das ligações com sistemas de certificação de grande aceitação internacional;*
- 4) *Apoio técnico e consultoria junto das entidades promotoras e participantes, para:*
 - a) *definição da regulamentação do uso da marca;*
 - b) *definição do sistema de gestão da marca;*
 - c) *testagem, validação e otimização do sistema de gestão de qualidade.*

