

# FILEIRA DOS VINHOS DAS REGIÕES VITIVINÍCOLAS DO *Centro*



MEMÓRIA DESCRITIVA

AVISO CENTRO2030-ITI\_PROVERE-2024-1

## ÍNDICE

1.	O Recurso e o Território .....	3
2.	Diagnóstico e Desafios do Recurso .....	4
3.	Enquadramento Estratégico .....	6
3.1	Visão Estratégica.....	6
3.2	Alinhamento com as Estratégias Regionais e as Estratégias de Desenvolvimento Intermunicipais.....	9
3.3	Princípios basilares integrados na visão estratégica: Sustentabilidade, Cooperação e Participação .....	15
3.4	Contributo para os Objetivos Climáticos e Sustentabilidade .....	16
3.4.1	Contributo do Projeto para os ODS.....	16
3.4.2	New European Bauhaus: sustentabilidade, estética e inclusão .....	18
3.5	Cumprimento do Princípio DNSH (Do No Significant Harm) .....	19
4.	Operações a Desenvolver .....	20
5.	Sistema de Incentivos às Empresas de Base Territorial.....	21
6.	Plano de Investimentos .....	23
7.	Indicadores de Realização e de Resultado .....	24
7.1	Indicadores de Realização .....	24
7.1	Indicadores de resultado.....	25
8.	Modelo de Governação.....	26
9.	Processo de Envolvimento dos Atores Locais .....	31
9.1	Agentes Económicos.....	32
9.2	Parceiros.....	33
10.	Conclusão.....	38

## 1. O Recurso e o Território

O vinho português é um produto com características únicas que tem merecido reconhecimento tanto a nível nacional como internacional. Portugal era, em 2022, o 9º país com mais área de vinha plantada e o 10º maior produtor de vinho a nível mundial. Relativamente aos hábitos de consumo, Portugal era o país do mundo que registava maior consumo per capita (51,6 litros), em 2021.

As características do solo e os microclimas de algumas regiões do país ajudam a maximizar o potencial genético das videiras, permitindo a produção de vinho de mais de 340 castas, das quais 250 são autóctones, conferindo a Portugal o título de país com maior diversidade de castas autóctones do mundo. Na região Centro, o produto “Gastronomia e Vinhos”, bem como a história, a cultura e o património a ele associados, presente em todas as sub-regiões (Oeste, Região de Leiria, Médio Tejo, Região de Coimbra, Região de Aveiro, Viseu Dão Lafões, Beiras e Serra da Estrela, e Beira Baixa), são um dos principais pilares estratégicos, no qual assenta a estratégia de desenvolvimento turístico da região Centro, no horizonte temporal de 2030. De facto, a variedade de paisagens, as condições edafoclimáticas e as tradições ligadas ao vinho faz com que a região Centro detenha 5 das 14 regiões vitivinícolas nacionais, a considerar:

- **Beira Atlântico** (Região de Aveiro e Região de Coimbra): a região da Bairrada beneficia de um clima temperado com grande influência atlântica e chuvas abundantes. Os solos têm grandes variações entre argilo-calcários e arenosos. Daqui resultam vinhos tintos reconhecidos pela harmonia de sabores e cores desde granada a rubi, que adquirem reflexos acastanhados com o envelhecimento; pelos brancos de cor citrina, frescos e de aroma frutado e também pelos rosés com aromas frutados.
- **Beira Interior** (Beiras e Serra da Estrela e Beira Baixa): região de fronteira rodeada pelas serras da Marofa, Malcata, Gardunha e Estrela, cujo clima tem grande influência continental caracterizando-se por invernos frios e rigorosos, verões curtos, amenizados pela altitude, e amplitudes térmicas diárias que conferem acidez e frescura aos vinhos. Os solos são maioritariamente graníticos, havendo alguns solos xistosos e arenosos. Os vinhos tintos são complexos, apresentando notas de frutos silvestres e especiarias; os vinhos brancos apresentam uma marcada exuberância aromática e elevada frescura.
- **Dão** (Viseu Dão Lafões): situada entre as serras do Caramulo, do Buçaco, da Nave e da Estrela, esta região está protegida das massas húmidas vindas do litoral e dos ventos agrestes vindos do continente. Os solos são na sua maioria graníticos de baixa fertilidade. Os tintos desta região são aveludados, encorpados e com boa capacidade de envelhecimento; os brancos são frescos com um final considerado exuberante; os rosés são florais e frutados; e, por fim, os espumantes são requintados e sedosos.
- **Lisboa** (Médio Tejo, Oeste e Região de Leiria): território moldado pela influência das serras de Aire, dos Candeeiros, de Montejunto, do Socorro, da Archeira e de Sintra e do oceano Atlântico. Os vinhos tintos são robustos quando jovens e possuem um bom equilíbrio entre a gradação alcoólica e a acidez, com o passar

do tempo tornam-se redondos. Nos brancos destaca-se a mineralidade e a frescura conferida pela acidez.

- **Tejo** (Médio Tejo): marcado pelas serras de Montejunto, Aires e Candeeiros e pelos rios Tejo e Zêzere, apresenta um clima sul-mediterrâneo temperado e influenciado pelo rio Tejo. A região é conhecida pela frescura dos seus vinhos, pelos tintos rubi, pelos brancos aromáticos e pelos rosés suaves.

Em suma, as regiões vitivinícolas demarcadas da região Centro abrangem 8 NUT III, 100 Municípios e 980 freguesias, das quais 66,7% estão classificadas como territórios de baixa densidade.

A qualidade dos vinhos produzidos na região Centro é inegável, resultando na atribuição de 14 classificações DOP e 5 IGP, e de 33,3% dos prémios do Concurso Nacional de Vinhos organizado pela Wines of Portugal, em 2023, nomeadamente a eleição de 2 vinhos entre os 7 melhores desse ano, nas categorias de melhor branco varietal e melhor espumante. Este reconhecimento tem potenciado o enoturismo, colocando Portugal como o segundo maior destino enoturismo do mundo, de acordo com a Associação Portuguesa de Enoturismo.

As regiões vitivinícolas da região Centro de Portugal caracterizam-se pela predominância de pequenas e médias explorações agrícolas, com poucas condições financeiras para executar investimentos de maior escala, e muitas delas de carácter familiar, voltadas para a viticultura tradicional, sendo, por isto um entrave à digitalização. Estas áreas tendem a apresentar um envelhecimento populacional significativo e uma densidade populacional baixa, com algum êxodo de jovens para áreas urbanas em busca de novas e melhores oportunidades. Não obstante do que foi mencionado, o setor vitivinícola é um dos pilares das economias locais, contribuindo para a geração de emprego e desenvolvimento local, ainda que muitas vezes associado a uma estrutura económica dependente e sazonal.

## **2. Diagnóstico e Desafios do Recurso**

O setor do vinho representa um pilar importante na economia dos territórios associados às regiões vitivinícolas demarcadas. A região Centro agrega quase metade dos agentes económicos registados como viticultores no país e 39% da área total de vinha de Portugal Continental. Entre 2016 e 2022, registou-se um decréscimo da área de vinha em todas as regiões vitivinícolas do centro, à exceção da Região Vitivinícola de Lisboa que apresentou um aumento de 3,6%. O número de explorações com vinha também tem vindo a diminuir, verificando-se uma tendência para a manutenção de explorações de maior dimensão, com áreas superiores a 5 hectares, o que reflete uma maior profissionalização do setor.

Relativamente à produção de vinho certificado (DOP e IG) verificou-se um crescimento significativo, entre 2015 e 2022, em todo o país. Destacam-se os aumentos significativos nas regiões da Beira Interior, Tejo e Lisboa, que, nestes 7 anos, aumentaram a sua produção de vinho certificado em mais de 50%. Por sua vez, as regiões da Bairrada e do Dão registaram ligeiros decréscimos. No que diz respeito ao preço destes vinhos, a

tendência tem sido de crescimento em todas as regiões, destacando-se a região Beira Atlântico onde o preço mais que duplicou.

Entre 2011 e 2021, o valor acrescentado bruto (VAB) da viticultura e da indústria do vinho registaram aumentos significativos, de 330% e 101% respetivamente, espelhando a importância do setor na região. A balança comercial nacional tem apresentado um saldo comercial positivo ao longo da última década, com as exportações a apresentarem uma tendência de crescimento, e a atingirem em 2021 um máximo histórico de 926 milhões de euros. Contudo as importações têm registado também aumentos, revelando que o vinho importado está também a ganhar algum relevo.

Quanto à mão de obra ao serviço da viticultura, esta tem vindo a registar uma diminuição do número de pessoas enquanto a indústria do vinho registou um aumento de cerca de 7%. No entanto, o volume de trabalho dos trabalhadores permanentes, medidas por unidade de trabalho ano (UTA), aumentou 52,8%, entre 2009 e 2019, o que significa que, embora se registem decréscimos no número de pessoas, aumentou significativamente as que se dedicam a tempo inteiro.

Embora o setor do vinho tenha uma posição relevante e favorável em alguns indicadores como o aumento da produção e do preço de vinho certificado, o aumento do VAB e das exportações, este setor enfrenta também vários desafios:

- **Atração e fixação de pessoas jovens:** os territórios de baixa densidade são particularmente desafiantes devido ao declínio demográfico que enfrentam e aos impactos negativos que este causa na dinâmica económica e social. Este problema assume especial relevância quando o decréscimo se faz sentir particularmente na população em idade ativa e uma fatia considerável de produtores de vinho tem mais de 60 anos. O desafio é assim criar condições para atrair e fixar capital humano, e desenvolver novos projetos empreendedores de cariz rural.
- **Atração de novos negócios e mais investimento baseados na inovação, que conduzam à introdução de melhorias significativas na competitividade:** apesar dos avanços já alcançados existem, ainda, vários obstáculos à transferência e disseminação de conhecimento. É por isso potenciar a criação de espaços e oportunidades que estimulem a transferência de conhecimento e a descoberta de iniciativas empreendedoras, que se constituam como alavancas de inovação e demonstração permitindo o desenvolvimento do tecido económico associado à fileira.
- **Transição digital e inovação tecnológica:** verifica-se ainda a predominância de explorações agrícolas de reduzidas superfícies de atividade, geridas por produtores de faixas etárias mais elevadas, pouco sensibilizados para as vantagens e ganhos de eficiência e eficácia que é possível alcançar com a implementação de soluções digitais. Outra lacuna grave é a ausência de recolha e tratamento de dados relativos aos vários níveis da cadeia de valor, dificultando a tomada de decisões mais informadas, e impedindo a região Centro de estar ao nível das melhores regiões vinhateiras do mundo.
- **Adaptação às alterações climáticas:** a redução da precipitação e a sua concentração em períodos temporais curtos, o aumento da temperatura e as

ondas de calor mais frequentes e intensas, têm resultado num aumento da evaporação da água dos solos, da taxa de transpiração das plantas, do stress hídrico, e na desertificação dos solos. Nos últimos anos tem-se verificado também uma diminuição da matéria orgânica, reduzindo a produtividade da vinha. A qualidade das produções também tem sido afetada pela falta de condições ambientais e fisiológicas para as uvas completarem a sua maturação. O desafio passa por criar condições para a retenção da quantidade mínima de água no solo, permitindo o cultivo de videiras mais saudáveis e mais resistentes.

- **Qualificação e capacitação:** a necessidade de competências técnicas e de *soft skills* afeta os vários níveis da cadeia de valor, verificando-se um grande número de ativos sem a formação e competências técnicas necessárias do mundo do trabalho e das respetivas atividades. Esta necessidade de competências é evidente principalmente na área das tecnologias, da agricultura regenerativa, bem como na promoção e comercialização do vinho.
- **Cooperação e integração:** os estabelecimentos de restauração e de hotelaria têm um potencial de contributo para a promoção dos vinhos que não está a ser devidamente capitalizado. A harmonização dos vinhos destas regiões com a gastronomia local envolve um desafio de cooperação entre especialistas do setor, escolas de hotelaria e turismo e agentes económicos ligados à hotelaria e à restauração.
- **Comunicar e promover o produto Vinho:** a maioria dos consumidores está ainda pouco informado sobre o produto Vinho, sendo visto como prejudicial à saúde. É por isso necessário reforçar as estratégias de comunicação e promoção que desmistifiquem estas ideias e sensibilizem para a importância do consumo de vinho certificado. Embora a certificação seja um selo de confiança, existe ainda um significativo número de consumidores que não atribui a importância necessária aos vinhos certificados.

O presente plano de ação, concretamente no capítulo 4, reflete um conjunto de ações estratégicas, que permitem envolver, de forma direta, um conjunto alargado de parceiros das diversas áreas, dando resposta ao vasto conjunto de desafios identificados.

### **3. Enquadramento Estratégico**

#### **a. Visão Estratégica**

Considerando os desafios socioeconómicos e ambientais apresentados no diagnóstico inicial, como a diminuição da área de vinha e do número de explorações, a reduzida dimensão das vinhas, a escassez de mão de obra devido ao envelhecimento dos viticultores, o vinho apto para certificação que não é certificado, as alterações climáticas, e a fraca utilização de conhecimento tecnológico, traduziu-se na visão apresentada na fase de pré-qualificação:

***“Valorizar o território, fortalecendo o seu crescimento sustentável, através do recurso Vinho, enquanto produto singular de elevada identidade e autenticidade”.***

Esta visão estratégica, visa enfrentar os desafios de forma integrada, por meio de várias ações estratégicas que impulsionam a inovação, a sustentabilidade e a competitividade da região vitivinícola do Centro de Portugal, respondendo diretamente às necessidades identificadas anteriormente.

Surgiu assim um conjunto objetivos estratégicos (OE), apresentados em fase de pré-qualificação, a partir dos quais se objetiva obter um efeito multiplicador nas economias locais destes territórios.

- (OE1) Promover a competitividade, inovação e crescimento sustentável da fileira do vinho
- (OE2) Estimular o empreendedorismo e a inovação
- (OE3) Impulsionar a capacitação da força de trabalho
- (OE4) Manter e impulsionar uma atividade não deslocalizável (produção de uvas) com forte contributo na manutenção da paisagem, na economia local e na fixação de pessoas
- (OE5) Promover a melhoria contínua na qualidade dos vinhos por via das atividades de I&D
- (OE6) Aumentar a notoriedade dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro
- (OE7) Aumentar a competitividade das empresas e atrair novos negócios e novos projetos empreendedores
- (OE8) Garantir a resiliência da fileira aos desafios das alterações climáticas
- (OE9) Aumentar a atratividade do território através da promoção e integração de produtos turísticos

Cada objetivo estratégico está intrínseco nas várias ações que buscam responder aos principais desafios enfrentados pelo setor. Aumentar a notoriedade dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro (OE6) responde à necessidade de fortalecer a marca regional no mercado nacional e internacional. Para isso, ações de participação em feiras nacionais e internacionais de renome (ProWein, FITUR, etc.), fomentam não só a promoção do vinho, mas também a criação de parcerias estratégicas de exportação. Além disso, objetiva-se ainda a implementação de um plano estratégico de promoção interna e externa, principalmente no digital, de promoção do vinho e do território. A conceção deste tipo de campanha visa a criação de uma identidade visual coesa e representativa do território e do produto.

Além de se objetivar o aumento da notoriedade dos vinhos da região Centro, a visão de valorizar o território através do vinho como produto identitário permite que o projeto atue no aumento da atratividade do território através da promoção e integração de produtos turísticos (OE9). O setor do vinho, aliado ao turismo e à gastronomia regional, representa uma oportunidade para fortalecer o desenvolvimento socioeconómico da

região. Assim, ações de promoção conjunta, como os eventos regionais e a integração e promoção de rotas enoturísticas, que promovam experiências imersivas e singulares a turistas e visitantes, serão desenvolvidas com o setor turístico para atrair visitantes e impulsionar o consumo de vinhos locais, promovendo simultaneamente a sustentabilidade económica e a coesão social.

Considerando que o enoturismo é cada vez mais uma alavanca para o desenvolvimento socioeconómico de um território, seja pela dinamização da economia local, pela capacidade de criação de emprego ou pela criação de valor em toda a cadeia, torna-se crucial que a estratégia e o plano de ação a implementar utilizem este vetor para impulsionar os resultados esperados. Assim, a promoção turística do produto Vinho e do Enoturismo (território) é crucial para combater o despovoamento das regiões de baixa densidade (OE4) e aumentar a competitividade das empresas e atrair novos negócios e novos projetos empreendedores (OE7).

Face ao exposto, ações a desenvolver como a integração e ampliação das rotas enoturísticas e a cooperação entre os vários operadores económicos (quintas, adegas, restaurantes, hotéis e operadores turísticos) visam atrair visitantes e investidores, promovendo o turismo sustentável e gerando novas dinâmicas económicas nas zonas menos desenvolvidas. A promoção dos vinhos via campanhas de marketing digital (app, website, redes sociais) e envolvimento de influenciadores especializados em redes sociais reforça o posicionamento dos vinhos da região Centro no mercado nacional e internacional, ao mesmo tempo que fortalece a identidade territorial e valoriza o património cultural da região. A participação em feiras e eventos nacionais e internacionais também ampliará a visibilidade dos vinhos e do enoturismo da região, consolidando-a como um destino turístico de excelência.

Salientam-se ainda as ações de capacitação e promoção estão intimamente ligadas aos desafios identificados e resultarão em impactos tangíveis em diversos objetivos estratégicos, como:

- A melhoria da qualificação da mão de obra, preparando os viticultores para a transição digital e para a adoção de práticas agrícolas sustentáveis, aumentando a competitividade do setor (OE3);
- A atração de novos habitantes e a criação de oportunidades de emprego em regiões de baixa densidade, promovendo a fixação de pessoas e revitalizando a economia local (OE4);
- O aumento da competitividade da fileira do vinho através da adoção de tecnologias inovadoras e práticas sustentáveis. Deste modo, a combinação de inovação tecnológica, transição digital e práticas ambientais sustentáveis assegura que o setor vinícola da região Centro esteja bem posicionado para crescer de forma resiliente e competitiva no longo prazo (OE1).

Ademais, a realização de estudos e investigação, contribuirá para atualizar e identificar novas oportunidades e/ou desafios no setor, sendo complementadas pela implementação de campos de demonstração tecnológica e digital, permitindo que os viticultores tenham acesso prático a novas tecnologias e técnicas aplicadas à

vinicultura (OE5). A adoção de tecnologias inovadoras e práticas sustentáveis provenientes dos estudos e investigação e dos campos de demonstração tecnológica e digital contribuirá para aumentar a competitividade da fileira do vinho, estimulando o empreendedorismo e a inovação no setor (OE2).

Preparar o setor para os impactos das alterações climáticas, promovendo práticas agrícolas sustentáveis que asseguram a competitividade e a sustentabilidade da produção (OE8), surge como um dos objetivos a alcançar no âmbito da presente estratégia de eficiência coletiva. Nesse âmbito, o desenvolvimento de ações como a implementação do Referencial Nacional de certificação de sustentabilidade para o setor vitivinícola será essencial para apoiar práticas agrícolas sustentáveis que preservem os recursos naturais, assegurando a longo prazo a competitividade do setor e a sua resiliência face às mudanças climáticas. Deste modo, a mudança ocorre diretamente nos agentes e reflete-se na sustentabilidade socioeconómica e ambiental da própria região Centro.

Face ao exposto, as ações a propor no plano de ação vão de encontro aos desafios, oportunidades e objetivos definidos na estratégia de eficiência coletiva. Em conjunto, esses objetivos estratégicos e ações formam uma estrutura que promove a valorização sustentável e competitiva do setor vinícola da Região Centro, contribuindo para o desenvolvimento económico, para a sustentabilidade ambiental e para a coesão social da região.

#### **b. Alinhamento com as Estratégias Regionais e as Estratégias de Desenvolvimento Intermunicipais**

A construção da estratégia preconizada para a Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas do Centro está articulada com os documentos estratégicos regionais e sub-regionais. As matrizes que se apresentam de seguida pretendem evidenciar de forma clara este alinhamento. De uma forma geral todos os pilares estratégicos definidos contribuem para a concretização de objetivos ou domínios temáticos identificados nestas estratégias.

**ARTICULAÇÃO COM ESTRATÉGIAS REGIONAIS**

PILARES ESTRATÉGICOS	CENTRO 2030	RIS3	REFERENCIAL TURISMO SUSTENTÁVEL 2030
<b>QUALIFICAÇÃO E EMPEENEDORISMO</b>	<p>Reforçar e diversificar territorialmente as dinâmicas de inovação. – Promover/consolidar novos focos territoriais de inovação e a sua materialização na melhoria dos níveis de competitividade regional e das empresas.</p> <p>Promover a melhoria das condições de conectividade digital e de mobilidade geral. – Fixação de recursos humanos nos territórios de rejuvenescimento demográfico.</p> <p>Promover e reforçar a melhoria de qualificações de ativos e de população em geral. – Apoiar centros de excelência de formação avançada em articulação com as grandes prioridades de especialização inteligente da região e focados na atração e fixação de talentos.</p>		<p>E3: Capacitação e Inovação – qualificação e atração de talento</p>
<b>INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO</b>	<p>Reforçar e diversificar territorialmente as dinâmicas de inovação – Reforçar as dinâmicas de inovação baseadas no conhecimento.</p>	<p>Domínio Diferenciador: Recursos Naturais e Bioeconomia – Agroalimentar – contribuir para a restauração dos ecossistemas, aumentando a segurança alimentar e a qualidade das águas, promovendo uma maior sustentabilidade, adaptação e mitigação das alterações climáticas e recuperação da biodiversidade.</p>	
<b>SUSTENTABILIDADE</b>	<p>Adaptar Proactivamente a Região à emergência climática e à descarbonização – Promover a adaptação da região à emergência climática e à transição para uma economia e sociedade regionais de mais baixo carbono, incluindo a integração de modelos de negócio para a economia circular e a transformação de modos de produção agrícola e florestal</p>	<p>Domínio Diferenciador: Energia e Clima – desenvolvimento de formas de produção mais eficientes e sustentáveis</p>	
<b>COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO</b>		<p>Domínio Diferenciador: Tecnologias Digitais e Espaço – utilização das tecnologias digitais como ferramenta de promoção dos produtos endógenos</p>	
<b>INTEGRAÇÃO (OFERTA ENOTURISTICA)</b>	<p>Reforçar e diversificar territorialmente as dinâmicas de inovação. – Promover dinâmicas de inovação turística (organizacionais, de integração de novos recursos para a sustentabilidade, de maior intensidade de incorporação de</p>	<p>Domínio Diferenciador: Cultura, criatividade e Turismo – promover o empreendedorismo cultural e criativo, trazendo para o mercado novos produtos e serviços que tenham alto valor cultural.</p>	<p>E1: Estruturação e Promoção de produtos turísticos (Produtos Turísticos PROVERE)</p>



conhecimento, de alargamento da base territorial de competitividade turística da região, entre outras dimensões).

E2: Promoção Integrada do Destino – Participação em Feiras Nacionais e mercado interno alargado

**ARTICULAÇÃO COM ESTRATÉGIAS INTEGRADAS DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DAS COMUNIDADES INTERMUNICIPAIS**

<b>PILARES ESTRATÉGICOS</b>	<b>EIDT AVEIRO</b>	<b>EIDT BEIRA BAIXA</b>	<b>EIDT BEIRAS E SERRA DA ESTRELA</b>	<b>EIDT COIMBRA</b>
<b>QUALIFICAÇÃO E EMPREENDEDORISMO</b>	Digitalização, inovação e qualificações como motores do desenvolvimento	Inclusão e capacidade de retenção e atração de população	EE1: Capacitação – monitorização das estratégias europeias e desenvolvimento de metas e indicadores EE2: Sustentabilidade e Qualidade de Vida – eficiência e inovação EE5: Inovação Institucional, Económica e Social – inovação para a capacitação e melhor aproveitamento do capital humano e do conhecimento	CIM Região Coimbra mais inteligente – Reforçar o crescimento e a competitividade das PME, desenvolver competências de digitalização, especialização inteligente, da transação industrial e do empreendedorismo
<b>INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO</b>	Digitalização, inovação e qualificações como motores do desenvolvimento, Um país competitivo externamente e coeso internamente		EE5: Inovação Institucional, Económica e Social – reforçar a inovação	CIM Região Coimbra mais inteligente – melhorar as capacidades de investigação e inovação
<b>SUSTENTABILIDADE</b>	Transição climática e sustentabilidade dos recursos	Sustentabilidade e Proatividade na valorização de recursos endógenos	EE2: Sustentabilidade e Qualidade de Vida – reforçar as dimensões sustentáveis da qualidade de vida regional EE4: Excelência Ambiental – promover a excelência ambiental: na perspetiva dos recursos	CIM Região Coimbra Mais “Verde” e Hipocarbónica – Investimentos verdes e azuis, economia circular, adaptação às alterações climáticas
<b>COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO</b>		Promoção de especializações competitivas (agroalimentar)		
<b>INTEGRAÇÃO (OFERTA ENOTURÍSTICA)</b>	Digitalização, inovação e qualificações como motores do desenvolvimento	Promoção de especializações competitivas (turismo)	EE5: Inovação Institucional, Económica e Social – reforçar a inovação	CIM Região Coimbra Mais Inteligente – reforçar o crescimento e a competitividade das PME

**ARTICULAÇÃO COM ESTRATÉGIAS INTEGRADAS DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DAS COMUNIDADES INTERMUNICIPAIS**

PILARES ESTRATÉGICOS	EIDT LEIRA	EIDT MEDIO TEJO	EIDT OESTE	EIDT VDLAFÓES
<b>QUALIFICAÇÃO E EMPEENEDORISMO</b>	<p>E1: Reforço da coesão territorial – estruturação de serviços e de políticas de desenvolvimento que permitam a criação de condições para a melhoria da qualidade de vida da população.</p> <p>E2: Reforço da inovação e qualificações – Melhorar a cadeia de valor acrescentado e reforçar a inovação nas empresas.</p> <p>E3: Reforço da competitividade territorial e económica – Permitir às empresas expandir as suas atividades, criar/manter postos de trabalho e internacionalizar-se, incentivando uma transformação para a neutralidade em termos carbónicos.</p>	<p>OE1: renovação do modelo competitivo regional: internacionalização, investimento e inovação – Captação e fixação de investimento empresarial, apoio ao empreendedorismo local</p> <p>OE3: Qualidade dos recursos por valorização económica e sustentável: ambiente, turismo e produtos endógenos – Valorizar e preservar, de forma integrada, os produtos endógenos</p> <p>OE4: Resiliência do território e das suas articulações: afirmação funcional e equilibrada – Afirmar o mundo rural e a baixa densidade pela diversidade e inovação económica e social</p>	<p>Competitividade e internacionalização</p> <p>Qualificações e emprego</p> <p>Desenvolvimento territorial</p>	<p>ii. Educação e Competências – Aumentar os níveis de qualificação e de competências</p> <p>iii) Inovação, competitividade e qualificação – Reforçar a aposta no Empreendedorismo e na Valorização do Potencial Endógeno</p> <p>iii. Inovação e Digitalização – Acessibilidade e conectividade digital em todo o território</p> <p>x. Governança Inteligência Territorial e Capacitação Institucional – participação ativa em projetos e redes de cooperação</p>
<b>INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO</b>	<p>E1: Reforço da coesão territorial – estruturação de serviços e de políticas de desenvolvimento que permitam a criação de condições para a melhoria da qualidade de vida da população.</p> <p>E2: Reforço da inovação e qualificações – apoiar a colaboração entre a SCTN e tecido empresarial, nomeadamente nos setores de especialização e através da mobilidade de recursos humanos qualificados.</p> <p>E3: Reforço da competitividade territorial e económica – Permitir às empresas expandir as suas atividades, criar/manter postos de trabalho e internacionalizar-se, incentivando uma transformação para a neutralidade em termos carbónicos.</p>	<p>OE1: renovação do modelo competitivo regional: internacionalização, investimento e inovação – Promover um ecossistema de inovação empresarial, internacionalização e partilha de conhecimento.</p> <p>OE3: Qualidade dos recursos por valorização económica e sustentável: ambiente, turismo e produtos endógenos – Incrementar uma cultura cívica e empresarial que promova a maximização dos elementos de sustentabilidade associados à relação economia-tecnologia-ambiente</p>	<p>Investigação e inovação</p> <p>Digitalização e desenvolvimento tecnológico</p>	<p>iii. Inovação e Digitalização – sensorização e digitalização do território, designadamente no âmbito do combate às alterações climáticas, à proteção contra riscos, eficiência energética, gestão ambiental</p>

<b>SUSTENTABILIDADE</b>	<p>E3: Reforço da competitividade territorial e económica – Implementar estratégias inovadoras de desenvolvimento urbano-rural sustentável e adaptadas às especificidades de cada território</p> <p>E4: Reforço da resiliência e da neutralidade carbónica – Reforçar a capacidade de resposta aos efeitos das alterações climáticas e vulnerabilidades.</p>	<p>OE3: Qualidade dos recursos por valorização económica e sustentável: ambiente, turismo e produtos endógenos – Prosseguir o compromisso regional na sustentabilidade ambiental</p>	<p>Ação climática e bioeconomia</p>	<p>v. Ambiente, Transição Energética e Economia Circular – Gestão eficiente e Integrada dos recursos Hídricos</p> <p>vi. Alterações Climáticas, Prevenção de Riscos e Proteção Civil – proteger os ecossistemas, reforçar a biodiversidade, aumentar a resiliência dos territórios</p>
<b>COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO</b>	<p>E3: Reforço da competitividade territorial e económica – Permitir às empresas expandir as suas atividades e internacionalizar-se</p>	<p>OE6: Governação eficiente e integrada: adaptação estrutural, transição digital, economia do conhecimento e eficiência coletiva – Internacionalizar transversal e tematicamente a região (produtos, empresas, turismo)</p>		
<b>INTEGRAÇÃO (OFERTA ENOTURÍSTICA)</b>	<p>E2: Reforço da inovação e qualificações – Investir na infraestruturação e modernização tecnológica que permita melhores e mais eficientes comunicações e o desenvolvimento de soluções integradas e inovadoras</p> <p>E3: Reforço da competitividade territorial e económica – fomentar a competitividade individual das empresas e o reforço de cadeias de valor e processos colaborativos.</p>	<p>OE3: Qualidade dos recursos por valorização económica e sustentável: ambiente, turismo e produtos endógenos – Valorizar e preservar, de forma integrada, os "patrimónios" do Médio Tejo e os produtos endógenos</p> <p>OE4: Resiliência do território e das suas articulações: afirmação funcional e equilibrada – reforço da atratividade territorial</p>	<p>Investigação e inovação territorial</p>	<p>vii. Cultura, Recursos, Turismo e Atratividade – Integrar, inovar, estruturar e promover a oferta e o investimento turístico</p> <p>x. Governança Inteligência Territorial e Capacitação Institucional – Participação ativa em projetos e redes de cooperação</p>

### c. Princípios basilares integrados na visão estratégica: Sustentabilidade, Cooperação e Participação

Para promover um desenvolvimento robusto e resiliente, o plano de ação a implementar incluiu princípios fundamentais que asseguram a sua relevância e impacto no território. Os três pilares centrais considerados — sustentabilidade, cooperação e participação — refletem o compromisso do consórcio não só com um futuro sustentável para a região Centro, mas também com o alinhamento do projeto com as prioridades europeias, nacionais e regionais vigentes. A iniciativa não somente reconhece a importância desses princípios como alicerces para o crescimento, mas também efetiva ações concretas que fortalecem esses valores em todas as etapas de execução.

Para promover o crescimento e desenvolvimento sustentável da economia local, a estratégia definida baseia-se na utilização do recurso endógeno, vinho, em produtos e serviços de elevado valor agregado, alavancando setores como o vinho, a gastronomia e o turismo, sem esquecer o compromisso com a responsabilidade ambiental e o bem-estar social. Neste âmbito, o projeto considera a transição verde um eixo central, pelo que se objetiva a adoção de práticas agrícolas sustentáveis, na implementação de métodos de produção ambientalmente responsáveis, entre outros, pelos destinatários da operação. O apoio a práticas de economia circular e de conservação da biodiversidade reflete o compromisso em garantir que as atividades do projeto respeitem os limites ambientais e contribuem para um impacto positivo a longo prazo. Em particular, as atividades de implementação do referencial nacional de certificação de sustentabilidade para o setor, aliada à capacitação dos produtores locais, permitem que a fileira do vinho e outros setores-chave desta área atuem de forma a preservar o meio ambiente, reduzindo o consumo de recursos e minimizando o impacto das alterações climáticas. Esta abordagem integrada assegura que os recursos da região Centro serão utilizados de forma responsável, permitindo que o desenvolvimento prospere sem comprometer o futuro das gerações vindouras.

A cooperação é um dos pilares estruturantes desta iniciativa, traduzida na criação de uma rede colaborativa composta por diversas entidades públicas, privadas, académicas e associativas. Esta rede fortalece o projeto através da partilha de conhecimento, da articulação entre diferentes setores e da coordenação de recursos e esforços para enfrentar os desafios da região. Com uma abordagem de consórcio, o projeto inclui representantes de várias instituições de ensino superior, centros de investigação, associações setoriais e outras organizações locais que desempenham um papel ativo na governança do projeto.

As parcerias estabelecidas permitem criar sinergias estratégicas que vão desde a transferência de tecnologia até ao desenvolvimento de programas de capacitação e a implementação de iniciativas conjuntas de promoção dos produtos regionais, como o enoturismo. Esta colaboração garante que o projeto beneficia de um entendimento profundo das necessidades e potencialidades do território, promovendo uma atuação coordenada que amplifica o seu impacto.

A integração do princípio da participação garante o envolvimento ativo e contínuo dos atores locais, refletindo uma abordagem de cocriação em que todos os intervenientes têm voz e influência. Desde a fase inicial de diagnóstico até à elaboração e implementação das estratégias, os stakeholders – produtores, empresários, autarquias, associações e comunidade em geral – participaram ativamente no processo de decisão. A recolha de fichas de intenção e o feedback contínuo garantiram que a implementação do projeto se adapta, de forma flexível, à realidade da região Centro.

Em suma, este projeto alinha-se com os princípios basilares de sustentabilidade, cooperação e participação, respondendo de forma abrangente e inovadora aos desafios da região Centro. Por meio uma visão sustentável, de parcerias estratégicas e do envolvimento dos atores locais, o projeto promove o desenvolvimento económico, a preservação ambiental e a coesão social de uma forma equilibrada e duradoura.

#### d. Contributo para os Objetivos Climáticos e Sustentabilidade

O projeto da Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro está amplamente alinhado com os Objetivos Climáticos e Sustentabilidade, proporcionando uma forte contribuição para o desenvolvimento sustentável da região Centro. Através de práticas inovadoras e ecologicamente responsáveis, o projeto beneficia o setor vitivinícola e valoriza os recursos locais, gerando impacto positivo a longo prazo e promovendo o equilíbrio entre crescimento económico, inclusão social e proteção ambiental.

O projeto também reflete o compromisso com as metas climáticas e ambientais da União Europeia, como o Pacto Ecológico Europeu e a ambição de neutralidade carbónica até 2050. As ações de transição verde, que incluem a implementação de práticas agrícolas ecológicas e métodos de preservação do solo e da água, exemplificam o compromisso com as diretrizes climáticas da EU, fortalecendo a resiliência ambiental da região. Ao adotar um modelo de economia circular, o projeto procura minimizar o desperdício no setor e promove o uso eficiente dos recursos, criando um ciclo sustentável que beneficia a comunidade e o ambiente.

#### i. Contributo do Projeto para os ODS

- **ODS 6: Água Potável e Saneamento** – o setor do vinho enfrenta atualmente grandes dificuldades devido à escassez de água, um recurso essencial para a produção vinícola de qualidade. Com as mudanças climáticas e os períodos de seca cada vez mais intensos, torna-se urgente adotar uma gestão hídrica eficiente que assegure a sustentabilidade da produção. Assim, o Referencial Nacional de Sustentabilidade para o setor surge como uma resposta estratégica, promovendo a implementação de medidas que minimizam o consumo de água, como sistemas de irrigação de precisão e técnicas de captação e armazenamento de água da chuva. Ao reforçar práticas responsáveis e adaptativas, este referencial contribui para a resiliência do

setor, assegurando que a produção de vinho continue viável e competitiva no contexto de escassez hídrica.

- **ODS 8: Trabalho Decente e Crescimento Económico** – objetiva-se que o projeto incentive o trabalho digno e o crescimento económico sustentável nas regiões vitivinícolas do Centro, com base na capacitação dos trabalhadores e produtores locais. Para além de promover práticas sustentáveis, o projeto oferece formações específicas em áreas como marketing, vendas e gestão de negócios, dotando os produtores de competências essenciais para aumentar a competitividade e expandir o alcance dos seus produtos. Esta qualificação gera novas oportunidades de emprego, enquanto a promoção do enoturismo fortalece uma cadeia de valor sustentável que beneficia tanto os produtores como as comunidades locais. Este investimento em conhecimento e promoção valoriza o território, dinamiza a economia regional e contribui para o desenvolvimento económico a longo prazo, promovendo a inclusão e estabilidade para todos os envolvidos.
- **ODS 9: Indústria, Inovação e Infraestrutura** – a implementação de ações focadas na inovação e na transição digital no setor vitivinícola, mediante a criação de campos de demonstração tecnológica e digital, fomenta o uso de ferramentas avançadas que capacitam os viticultores para uma gestão mais precisa e sustentável. Além disso, será implementada uma estratégia de monitorização ambiental que apoia o viticultor na tomada de decisões, permitindo uma resposta eficaz às necessidades da vinha e reduzindo o impacto ambiental. Estas soluções digitais, ao facilitarem a transição tecnológica, melhoram significativamente a eficiência na gestão agrícola e fortalecem a competitividade do setor, posicionando-o de forma inovadora e sustentável no mercado global.
- **ODS 11: Cidades e Comunidades Sustentáveis** – ao promover práticas que revitalizam as comunidades rurais e preservam o património cultural das regiões vitivinícolas, com base na valorização do recurso vinho, da paisagem e da promoção de um enoturismo sustentável, o projeto impulsiona a economia local ao mesmo tempo que incentiva o respeito pelo meio ambiente e pelas tradições regionais. Além disso, ao incentivar o uso de práticas agrícolas ecológicas, o projeto favorece um desenvolvimento que integra sustentabilidade e qualidade de vida, fortalecendo as comunidades locais e promovendo um ambiente harmonioso e inclusivo para todos, alinhando-se com a visão de comunidades mais verdes, resilientes e conectadas.
- **ODS 12: Consumo e Produção Responsáveis** – com a implementação do referencial de sustentabilidade, que promove a adoção de práticas agrícolas de baixo impacto ambiental, seja pela valorização dos subprodutos gerados na produção de vinho, seja pela escolha de fornecedores com certificações ecológicas, o projeto não só reduz o desperdício, mas também incentiva práticas de consumo mais conscientes e responsáveis, visando-se assim, aperfeiçoar a cadeia produtiva do setor, por forma a ser mais eficiente e sustentável, que respeita os recursos naturais e minimiza o impacto ambiental.

- **ODS 13: Ação Climática** – a implementação de ações de capacitação, de sensibilização da comunidade aquando da realização de eventos regionais, a implementação do referencial de sustentabilidade são exemplos de como o projeto objetiva promover uma fileira e um setor sustentáveis e resilientes às mudanças climáticas, reforçando o seu compromisso com um futuro ambientalmente sustentável e competitivo.
- **ODS 15: Vida Terrestre** – o plano de ação da operação fomenta a preservação dos recursos naturais, essenciais para a sobrevivência de inúmeras espécies, inclusive a nossa, além de assegurar a resiliência dos ecossistemas contra os efeitos das alterações climáticas e outras pressões ambientais. Para o setor vitivinícola, envolve práticas que respeitam e protegem a biodiversidade e os recursos do solo, elementos cruciais para a qualidade das vinhas e a longevidade do setor. Nesse sentido, a adoção de técnicas agrícolas que minimizem a erosão, protejam o solo com coberturas vegetais e evitem a contaminação dos recursos hídricos com químicos está em linha com este objetivo.
- **ODS 17: Parcerias e Meios de Implementação** – o consórcio estabelecido representa uma aliança estratégica, promovendo uma rede de colaboração entre entidades públicas, privadas e a sociedade civil para alcançar objetivos comuns de sustentabilidade e desenvolvimento territorial. Essa parceria integrada reúne produtores, associações, municípios, universidades e instituições governamentais, cada qual contribuindo com sua expertise e recursos para impulsionar o setor vitivinícola de maneira sustentável e com forte impacto social e ambiental.

#### ii. New European Bauhaus: sustentabilidade, estética e inclusão

O projeto da Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro adota os princípios do movimento New European Bauhaus para promover uma abordagem inovadora e sustentável, centrando-se em soluções que agregam o meio ambiente, a inclusão social e a valorização do território. Este alinhamento permite à iniciativa dar resposta aos desafios atuais do setor vitivinícola, mediante a incorporação de práticas que respeitam os recursos naturais, dinamizam a economia local e promovem uma relação próxima entre as comunidades e o ambiente. Através de estratégias como a eficiência no uso de recursos, a capacitação dos agentes da fileira e a implementação de tecnologias sustentáveis, o projeto contribui para uma transição verde e inclusiva, em linha com a visão de uma Europa mais resiliente e comprometida com o desenvolvimento sustentável. Face ao exposto, o projeto da Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da região Centro representa um avanço significativo para o desenvolvimento sustentável, beneficiando tanto o setor vitivinícola como as comunidades locais. Ao alinhar-se com os ODS e incorporar os princípios do New European Bauhaus, o projeto promove um equilíbrio sólido entre desenvolvimento económico, inclusão social e preservação ambiental, posicionando a região Centro como um modelo para enfrentar os desafios climáticos e sociais. Este

compromisso com a sustentabilidade, cooperação e inclusão oferece uma resposta inspiradora e robusta para o futuro do território.

#### e. Cumprimento do Princípio DNSH (Do No Significant Harm)

O projeto da Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro compromete-se a respeitar o princípio “Do No Significant Harm” (DNSH) em todas as suas etapas, garantindo que o plano de ação a implementar na região Centro não causa impactos negativos significativos ao meio ambiente.

Nesse sentido, a estratégia de eficiência coletiva proposta principiou com a identificação dos potenciais impactos ambientais em todas as atividades planeadas, como práticas agrícolas e processos de produção utilizados. Em especial, o projeto avalia o modo como o uso dos recursos naturais impacta o solo e a biodiversidade local. Dessa análise, objetiva-se que o projeto contribua para a minimização ou eliminação de determinados riscos ambientais associados à produção vitivinícola na região, oferecendo ferramentas e conhecimento capazes de tornar a cadeia produtiva mais sustentável.

No âmbito do projeto, objetiva-se que as ações a implementar não prejudiquem significativamente nenhum dos objetivos ambientais definidos no artigo 17.º do Regulamento Taxonomia.

Face ao exposto, e atendendo tanto aos efeitos diretos quanto aos efeitos indiretos primários ao longo do projeto, o impacto previsível das atividades apoiadas pela medida sobre este objetivo ambiental é insignificativo, prevendo-se que o plano de ação não dê origem a um aumento significativo:

- Da emissão de gases com efeito de estufa (GEE);
- Dos efeitos negativos do clima atual e do clima futuro previsto, na própria atividade ou nas pessoas, na natureza ou nos ativos;
- No bom estado ou ao bom potencial ecológico dos corpos d’água, incluindo águas superficiais e subterrâneas, ou ao bom estado ambiental das águas marinhas da região;
- Da ineficiência na utilização dos materiais ou na utilização direta, ou indireta dos recursos naturais;
- Das emissões de poluentes para o ar, a água ou o solo;
- Prejudicial para a boa saúde e resiliência dos ecossistemas ou para o estado de conservação de habitats e espécies, incluindo os de interesse para a União Europeia.

Para assegurar a sustentabilidade das ações, o projeto fomentará a capacitação dos agentes económicos, de modo a estimular a implementação de práticas agrícolas sustentáveis que promovam a proteção, o uso e uma gestão cautelosa e eficiente do solo, o reaproveitamento de resíduos (valorização económica), o uso inteligente e sustentável da água e dos sistemas conexos, entre outros, sempre com o objetivo de contribuir para o equilíbrio ecológico da região.

Além disso, esta abordagem segue rigorosamente as diretrizes de sustentabilidade ambiental e climática estabelecidas pelas políticas europeias e nacionais, incluindo a Estratégia Nacional para as Compras Públicas Ecológicas 2030 (ENCPE 2030). Esta estratégia adota critérios ambientais rigorosos para aquisições públicas, assegurando que produtos e serviços adquiridos sejam fornecidos por empresas certificadas com rótulos ecológicos reconhecidos, como o Rótulo Ecológico da UE ou outros rótulos de Tipo I (conforme a norma ISO 14024:2018). Isso reflete um compromisso com a economia circular, a eficiência energética e a gestão responsável dos recursos, impactando positivamente o meio ambiente ao reduzir a emissão de gases poluentes, o uso de substâncias tóxicas e a geração de resíduos.

Assim, a Estratégia Nacional para as Compras Públicas Ecológicas 2030 funcionará como um instrumento essencial para a implementação de uma economia verde não só em Portugal, mas também na região, ajudando a atingir as metas climáticas e ambientais europeias e nacionais por meio de práticas de compra pública ecológicas e responsáveis e pela mudança na cadeia produtiva do setor.

Com base nessas diretrizes e na implementação das melhores práticas ambientais, a operação cumpre integralmente o princípio DNSH, alinhando-se às metas de desenvolvimento sustentável e garantindo um impacto positivo na sustentabilidade ambiental da região Centro.

#### **4. Operações a Desenvolver**

A operação preconiza um Plano de Ação alinhado com a visão e os objetivos estratégicos mencionados e caracterizado por um conjunto de atividades diferenciadoras e inovadoras para a fileira dos vinhos das regiões vitivinícolas do Centro. O Plano de Ação tem uma duração de 24 meses, propondo-se uma estratégia de monitorização e avaliação sistemática das metas e indicadores propostos.

Por forma a facilitar a organização e execução das diferentes atividades que compõe o Plano de Ação, este foi subdividido em 3 Grupos de Atividades, de acordo com os Objetivos Específicos (OE) e tipologias de ação, que poderão ser consultados em detalhe nos documentos *Plano Financeiro*, *Lista de operações* e nas respetivas *fichas de projeto*.

##### **Objetivo 1.4 - Dinamização de processos de descoberta empreendedora**

O presente grupo de ações engloba:

1. WineTech - Estudos e Investigação (I&D) (conferir anexo **WineTech - Estudos e Investigação (I&D) em torno da Fileira Vitivinícola**) em torno da Fileira Vitivinícola -(implementação de um conjunto de investigações que permitam compreender como valorizar a uva por meio de subprodutos, potenciar recurso “vinho” na área da saúde e do bem-estar, bem como identificar novas formas de produção que estejam na origem de vinhos com menos teor alcoólico, por forma a responder às novas exigências dos mercados);

2. Transferência de conhecimentos para a competitividade da fileira (conferir anexo **Transferência de conhecimentos para a competitividade da fileira**) - (apoio na aplicação do Referencial Nacional de Sustentabilidade para o Setor do Vinho e implementação de um plano de capacitação e transferência de conhecimentos).

### **Objetivo 5.2 – Estratégias de comunicação, animação e marketing territorial | Governança, coordenação e dinamização do consórcio**

Englobadas neste grupo, estão centradas as atividades relativas à implementação de uma estratégia de promoção e de marketing de vinhos da região Centro, bem como às ações para coordenação e dinamização do consórcio, nomeadamente:

1. Estratégia 360 para a Fileira dos Vinhos da Região Centro (conferir anexo **Estratégia 360 para a Fileira dos Vinhos da Região Centro**) - (conceção e execução de Plano Estratégico de Promoção interna e externa; Participação em feiras de promoção do vinho e promoção enoturismo; Estruturação da Oferta Enoturística e Integração com outros produtos endógenos; Promoção de eventos regionais);
2. Modelo de Gestão do Projeto (conferir anexo **Modelo de gestão do projeto**).

As ações previstas no plano de ação foram cuidadosamente planeadas de acordo com os planos estratégicos definidos por cada CIM da Região Centro, garantindo que não exista a duplicação de esforços, mas sim uma estratégia complementar. Este planeamento permite que as iniciativas desenvolvidas no âmbito do projeto reforcem e ampliem as ações em curso nas CIMs, potenciando um impacto mais abrangente e integrado. Assim, ao invés de sobreposição, promove-se a cooperação entre entidades e territórios, maximizando o efeito multiplicador e garantindo um alcance significativo dos resultados, tanto a nível local como regional. Este esforço coordenado assegura que os recursos são utilizados de forma eficiente, gerando um impacto sustentável e alinhado com os objetivos de desenvolvimento regional. Este pressuposto é validado pela assinatura de uma declaração de não sobreposição.

### **5. Sistema de Incentivos às Empresas de Base Territorial**

O Sistema de Incentivos de Base Territorial visa concretizar os apoios a operações de investimento de pequena dimensão para criação de micro e pequenas empresas e para a expansão ou modernização da sua atividade, incluindo os que estejam enquadrados em estratégias e abordagens territoriais, e que contribuam para o emprego e para a modernização e resiliência das economias locais. No âmbito do presente plano de ação, e de acordo com a informação obtida nas várias análises e estudos realizados à fileira dos vinhos da região Centro, foram identificados dois âmbitos de apoio para as PME's, designadamente:

1. Medidas de apoio ao enoturismo

Uma das apostas claras em que assenta a presente estratégia de valorização passa pelo enoturismo e na integração do vinho com outros produtos endógenos da

região Centro. Não obstante, nem todas as PME's da fileira dos vinhos da região Centro têm estruturas para receber visitantes. Neste sentido, é premente que sejam dados apoios para a criação de condições estruturais para o enoturismo, designadamente:

- Construção de infraestruturas de apoio à receção de turistas e visitantes: criação de salas de provas,
- Criação e aplicação de sinalética: sinalizar os percursos de visita, sinalética de segurança,

## 2. Medidas de apoio à comercialização de vinho.

Perspetiva-se que, o investimento feito na fileira dos vinhos, possa conduzir ao incremento do volume de vinho comercializado. Desta feita é premente garantir que os agentes que constituem a fileira dos vinhos da região Centro asseguram as condições necessárias para esse efeito. Assim, no âmbito da presente estratégia, identificam-se as seguintes medidas de apoio:

- Incentivos à digitalização (e.g. criação de plataformas de e-commerce para venda de vinhos);
- Criação e modernização de espaços de comercialização vinhos (e.g. lojas de vinho, garrafeiras).

## 6. Plano de Investimentos

Os projetos a candidatar ao financiamento encontram-se ilustrados na ilustração abaixo – Ilustração 1– Estrutura de Investimento, por ação e por beneficiário:

Objetivo 1.4 - Dinamização de processos de descoberta empreendedora (0,5 - 0,75 M€)	Valores s/iva	Bairrada	Dão	Beira Interior	Lisboa	Tejo	Universidade de Aveiro
<b>1. WineTech - Estudos e Investigação (I&amp;D) em torno da Fileira Vitivinícola</b>	<b>294 504,00 €</b>	<b>43 500,00 €</b>	<b>46 500,00 €</b>	<b>89 504,00 €</b>	<b>55 000,00 €</b>	<b>- €</b>	<b>60 000,00 €</b>
<b>2. Transferência de conhecimentos para a competitividade da fileira</b>	<b>587 746,00 €</b>	<b>117 250,00 €</b>	<b>153 000,00 €</b>	<b>63 496,00 €</b>	<b>167 000,00 €</b>	<b>87 000,00 €</b>	<b>- €</b>
2.1. Implementação de programa de capacitação e sensibilização ( Operadores e CVR'S)	140 750,00 €	11 250,00 €	5 000,00 €	11 000,00 €	108 500,00 €	5 000,00 €	- €
2.2. Apoio à implementação do Referencial Nacional de certificação de sustentabilidade para o Setor Vitivinícola	139 000,00 €	- €	65 000,00 €	- €	46 500,00 €	27 500,00 €	- €
2.2. Organização de workshops e visitas de estudo	110 873,65 €	23 955,22 €	32 710,55 €	30 207,88 €	12 000,00 €	12 000,00 €	- €
2.3. Campos de demonstração tecnológica e digital	197 122,35 €	82 044,78 €	50 289,45 €	22 288,12 €	- €	42 500,00 €	- €
<b>TOTAL 1.4</b>	<b>882 250,00 €</b>	<b>160 750,00 €</b>	<b>199 500,00 €</b>	<b>153 000,00 €</b>	<b>222 000,00 €</b>	<b>87 000,00 €</b>	<b>60 000,00 €</b>
Objetivo 5.2 (1,0 - 1,5 M€) Estratégias de comunicação, animação e marketing territorial Governança, coordenação e dinamização do consórcio	Valores s/iva	Bairrada	Dão	Beira Interior	Lisboa	Tejo	Universidade de Aveiro
<b>1.Estratégia 360 para a Fileira dos Vinhos da Região Centro</b>	<b>1 523 529,41 €</b>	<b>368 295,29 €</b>	<b>358 296,47 €</b>	<b>266 688,82 €</b>	<b>364 258,53 €</b>	<b>165 990,29 €</b>	<b>0,00 €</b>
1.1. Conceção e execução de Plano Estratégico de Promoção interna e externa	141 176,47 €	11 764,71 €	11 764,71 €	11 764,71 €	94 117,65 €	11 764,71 €	0,00 €
1.3. Estruturação da Oferta Enoturística e Integração com outros produtos endógenos	52 941,18 €	10 588,24 €	10 588,24 €	10 588,24 €	10 588,24 €	10 588,24 €	0,00 €
1.4. Promoção de eventos regionais	731 457,94 €	182 547,06 €	235 741,18 €	92 041,76 €	213 670,29 €	7 457,65 €	0,00 €
<b>2. Modelo de Gestão do Projeto</b>	<b>241 176,47 €</b>	<b>241 176,47 €</b>					
<b>TOTAL 5.2</b>	<b>1 764 705,88 €</b>	<b>609 471,76 €</b>	<b>358 296,47 €</b>	<b>266 688,82 €</b>	<b>364 258,53 €</b>	<b>165 990,29 €</b>	<b>0,00 €</b>

Ilustração 1 Estrutura de investimento, por ação e por beneficiário

Os valores do quadro acima encontram-se distribuídos por beneficiário, da seguinte forma:

	Valor investimento total						
	Total por eixo	Bairrada	Dão	Beira Interior	Lisboa	Tejo	Universidade de Aveiro
1.4	882 250,00 €	160 750,00 €	199 500,00 €	153 000,00 €	222 000,00 €	87 000,00 €	60 000,00 €
5.2	1 764 705,88 €	609 471,76 €	358 296,47 €	266 688,82 €	364 258,53 €	165 990,29 €	- €
<b>Totais Beneficiários</b>	<b>2 646 955,88 €</b>	<b>770 221,76 €</b>	<b>557 796,47 €</b>	<b>419 688,82 €</b>	<b>586 258,53 €</b>	<b>252 990,29 €</b>	<b>60 000,00 €</b>

Ilustração 2 – distribuição dos valores totais, por beneficiário

## 7. Indicadores de Realização e de Resultado

Uma das etapas cruciais na gestão de um projeto é o acompanhamento e a avaliação do seu progresso e execução, por forma a garantir o impacto pretendido, tanto para os envolvidos, como para as comunidades locais. Para garantir que os objetivos gerais e específicos estabelecidos são atingidos, torna-se essencial o recurso a indicadores de resultado e de realização. Esses indicadores funcionam como ferramentas estratégicas que permitem aos vários órgãos que constituem o modelo de governação da presente estratégia, medir o desempenho das atividades e o cumprimento das metas propostas, possibilitando a tomada de decisões em tempo real e adequadas às necessidades. A monitorização da presente operação assenta em dois conjuntos de indicadores essenciais, de realização e de resultado, sendo que para cada um é feita a distinção entre os indicadores previstos no aviso da candidatura e os de monitorização do sucesso da implementação do projeto no território.

### a. Indicadores de Realização

Os indicadores de realização são utilizados para verificar o grau de realização das ações definidas, ou seja, permite compreender de facto o que foi executado em relação às metas operacionais estabelecidas. Face ao exposto, e de acordo com o pretendido para o projeto, foram definidos os seguintes indicadores e metas, ilustrados através da tabela seguinte:

#### i. Cumprimento de objetivos no âmbito do Aviso

Descrição do indicador	Unidade (Nº)	Valor de referência (ano)	Valor de meta intermédio (ano)	Valor de meta final (ano)
Empresas apoiadas (das quais micro, pequenas, médias, grandes)	Nº	0 (2024)	30 (2025)	80 (2026)
Empresas apoiadas através de subvenções	Nº	0 (2024)	5 (2025)	10 (2026)
Participação de intervenientes institucionais no processo de descoberta empreendedora	Participações de partes interessadas institucionais	0 (2024)	25 (2025)	50 (2026)
População abrangida por projetos no âmbito de estratégias de desenvolvimento territorial integrado	N.º de pessoas	0 (2024)	980.462 (2025)	1.960.924 (2026)

## ii. Monitorização do sucesso da implementação da operação

Os **indicadores de realização** asseguram o cumprimento dos objetivos operacionais, como o número de iniciativas concretizadas e a participação dos diferentes agentes. Para a monitorização do projeto, considerando os objetivos pretendidos, definiram-se os seguintes indicadores:

Descrição do indicador	Unidade	Valor de referência (ano)	Valor de meta final (ano)
Nº de rotas e experiências integradas	N.º	0 (2024)	5 rotas 20 experiências (2026)
Nº de parceiros envolvidos na estruturação e integração	N.º	0 (2024)	19 parceiros (2026)
Nº de operadores locais representados na oferta integrada	N.º	0 (2024)	20 operadores (2026)
Nº de pessoas impactadas com ações de promoção e comunicação (digital e tradicional)	pessoas	0 (2024)	500000 pessoas (2026)
Taxa de participação (produtores e contactos estabelecidos)	%	0(2024)	10% (2026)

## b. Indicadores de resultado

Já os indicadores de resultado têm como foco a avaliação dos efeitos e impactos das ações realizadas, contribuindo para verificar se os objetivos finais serão alcançados, permitindo analisar as mudanças e os benefícios gerados para o público-alvo ou para o contexto do projeto. Nesse sentido, consideraram-se os seguintes indicadores, metas e ano de alcance (tabela abaixo):

### i. Cumprimento de objetivos no âmbito do Aviso

Descrição do indicador	Unidade (Nº)	Valor de referência (ano)	Valor de meta intermédio (ano)	Valor de meta final (ano)
Postos de trabalho criados em entidades apoiadas	ETI anuais	0 (2024)	5 (2025)	7 (2026)
Instituições envolvidas no processo de descoberta empreendedora	N.º	0 (2024)	17 (2025)	29 (2026)
Projetos transversais de âmbito intermunicipal	N.º	7 (2024)	7 (2025)	7 (2026)
Instituições envolvidas nos projetos de promoção da capacitação institucional e do desenvolvimento regional apoiados	N.º	7 (2024)	7 (2025)	7 (2026)

## ii. Monitorização do sucesso da implementação da operação

No âmbito da metodologia PM<sup>2</sup>, adotada para o acompanhamento operacional e gestão do projeto, a definição de indicadores permite monitorizar continuamente a implementação das ações e aferir o impacto gerado no território. Face ao exposto, as definições de indicadores de resultado avaliam os benefícios e mudanças promovidas, como o crescimento económico e a satisfação dos envolvidos:

Descrição do indicador	Unidade	Valor de referência(ano)	Valor de meta final (ano)
Vendas/leads geradas	%	0 (2024)	5% (2026)
Satisfação dos participantes	%	0(2024)	> 90% (2026)
Taxa de conversão	%	0(2024)	10% (2026)
Custo por clique	€	0(2024)	0,10€ (2026)

## 8. Modelo de Governação

O “Modelo de Governação do Consórcio” é constituído pelas seguintes unidades:

- Líder do Consórcio:** A liderança do consórcio é assumida pela Comissão Vitivinícola da Bairrada (CV Bairrada). Enquanto líder, esta entidade é o elo de ligação entre o consórcio e as autoridades de gestão de fundos europeus (como a CCCR-C). As decisões operacionais do dia-a-dia seriam delegadas à Equipa Técnica, com base nas orientações estabelecidas pelo Conselho Executivo.
- Conselho Executivo:** Apoiará o líder de consórcio na sua atividade, contribuindo para assegurar a coordenação da execução material e financeira do Programa de Ação do projeto, designadamente desenvolver estratégias de concretização e promover a sua implementação. Este órgão terá na sua constituição as seguintes entidades: CV Bairrada – enquanto entidade líder do Consórcio; CVR Beira Interior, CVR Dão, CVR Lisboa, CVR Tejo, um representante das Comunidades Intermunicipais e um representante das instituições de I&D, em regime de rotatividade. Esta unidade executiva reunirá de forma ordinária 1 vez por mês, com a possibilidade de reunir com outra frequência sempre que seja visto como necessário e convocado pela entidade líder. Nas reuniões do Conselho da Executivo será elaborado um relatório suma do progresso alcançado, sendo o mesmo posteriormente complicado e apresentado ao Conselho de Parceria, de modo a receber feedback, permitindo ajustes na execução do projeto conforme necessário.
- Conselho de Parceria:** De natureza consultiva, é constituído por todos os membros da parceria, nas diferentes áreas. As competências deste órgão visam contribuir para a elaboração da Estratégia e Plano de Ação respeitante ao PROVERE da Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro; acompanhar o desenvolvimento, a implementação e os resultados

respeitantes às ações a dinamizar; colaborar na promoção da divulgação de ações e de informação respeitante à operação; informar sobre programas e ações realizadas no âmbito de outras ações e projetos que possam promover sinergias para a concretização da estratégia e do plano de ação; propor contributos sobre as estratégias a adotar para a prossecução das ações e dos resultados a atingir; participar, sempre que necessário, nas ações a executar no âmbito do programa, designadamente nas localizadas no respetivo território; prestar as informações necessárias aos Parceiros Executores, inerentes à prossecução da estratégia e conseqüentemente do Plano de Ação, permitindo nomeadamente o acesso a dados estatísticos, designadamente prestar esclarecimentos acerca da execução dos projetos em que estão envolvidos, no âmbito do Plano de Ação PROVERE da Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas do Centro; pronunciar-se sobre qualquer assunto que lhe seja submetido por um dos seus membros. O Conselho de Parceria reunirá, de forma ordinária, 1 vez por semestre e, de forma extraordinária, sempre que for necessário.

É importante salientar que as reuniões poderão ocorrer no formato online, caso os membros do consórcio não possam estar presentes, assim será sempre assegurado a participação de todos os membros da parceria, nos respetivos órgãos de governação. Ressalva-se que, desta forma, a comunicação aberta entre todos os elementos integrantes do consórcio é crucial para que as expectativas de cada membro sejam discutidas e alinhadas periodicamente, garantindo que o consórcio permaneça focado em objetivos compartilhados.

1. **Equipa Técnica:** Responsável pela execução operacional, composta por um coordenador e técnicos da CV Bairrada, com reuniões semanais para monitorizar o progresso do projeto. O coordenador garante que o projeto cumpra os requisitos legais e financeiros impostos pelos fundos europeus e que esteja em conformidade com as auditorias e verificações de execução financeira, além de manter uma linha aberta de comunicação para esclarecer dúvidas ou acompanhar a implementação do projeto. Esta equipa será constituída por 3 técnicos, de acordo com a informação presente na tabela seguinte:

	Nome	Área de formação	Resumo da nota curricular
Coordenador (afetação de tempo:60%)	██████████	Enologia e Marketing e Negócios Internacionais	Largos anos de experiência em gestão de equipas e pessoas; vastas competências de liderança; sólidos conhecimentos de marketing e comunicação aplicados ao setor do vinho

Técnico 1(afetação de tempo:70%)	██████████	Engenharia Biotecnológica e Biotecnologia	Vasta experiência na área da investigação
Técnico 2(afetação de tempo: 100%)	██████████ ██████████	Biotecnologia	Experiência demonstrada no âmbito da gestão, acompanhamento e controlo de processos de qualidade na fileira dos vinhos; Elaboração de relatórios de avaliação e execução; Implementação de medidas corretivas no âmbito de procedimentos de qualificação;
Técnico 3(afetação de tempo: 48h/mês)	██████████ ██████████	Gestão; Gestão de Projetos em Parceria e Comunicação e Gestão Empresarial	Experiência de relevo na gestão de projetos financiados e na sua execução: gestão de clientes e fornecedores; acompanhamento e controlo financeiro (pedidos de pagamento, reprogramações; Elaboração e submissão de candidaturas.
Técnico 4(afetação de tempo: 28h/mês)	██████████ ██████████	Turismo; Gestão Estratégica de Destinos Turísticos	Desenvolvimento de produtos enoturísticos, com integração de princípios de sustentabilidade e promoção de destinos responsáveis; Envolvimento de Associados e stakeholders locais na definição de iniciativas e programas; Criação e gestão de parcerias com entidades regionais, nacionais e internacionais; Organização de eventos promocionais, workshops temáticos e sessões de storytelling sobre a Rota da Bairrada; Planeamento e implementação de estratégias de marketing online e offline, incluindo promoção e venda de

			produtos e serviços de enoturismo; Apoio à Direção.
--	--	--	---

Tabela 1 – Resumo curricular Equipa Técnica

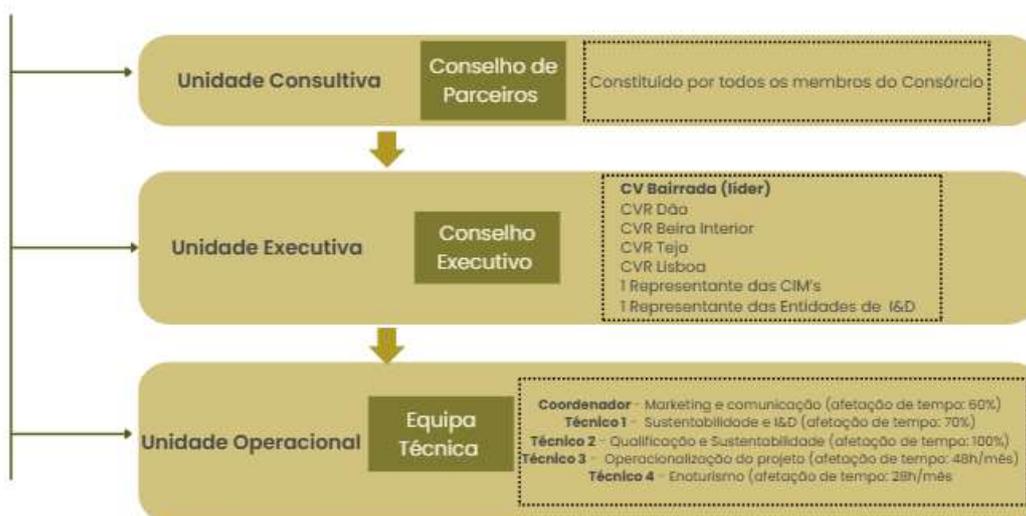


Imagem 1 – Estrutura do Modelo de Governação

A gestão do consórcio, assentará numa abordagem híbrida, combinando aspetos *top-down* e *bottom-up*, que maximiza os impactos pretendidos. A abordagem *top-down* garante alinhamento com os objetivos estratégicos e diretrizes claras, enquanto a abordagem *bottom-up* valoriza a experiência prática, promovendo soluções criativas adaptadas à realidade do projeto. Esta abordagem permite identificar claramente as responsabilidades em cada nível do modelo de governação, facilitando a resolução rápida de problemas. Objetiva-se ainda que, as partes comprometem-se a definir um regulamento, elaborado e aprovado pelo Conselho Executivo, para o funcionamento dos órgãos previstos, de forma a assegurar a correta prossecução dos objetivos e da Estratégia relativa ao PROVERE “Fileira dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro”. Com base no regulamento elaborado, será definido um mecanismo de mediação interna e nomeado um responsável pela comunicação entre todos. Caso surja algum desacordo entre os parceiros, este poderá ser encaminhado para o Conselho de Parceria, com a comunicação entre as partes em desacordo sendo liderada pelo responsável nomeado. Caso não haja consenso, o Conselho Executivo poderá vir agir como órgão de arbitragem final, por forma a evitar bloqueios na execução das atividades.

A metodologia PM<sup>2</sup>, desenvolvida pela Comissão Europeia, foi escolhida para estruturar a monitorização, avaliação e acompanhamento do consórcio PROVERE na fileira dos vinhos, proporcionando um modelo de gestão rigoroso e alinhado com as melhores práticas de projetos europeus. Esta abordagem é adequada ao modelo de governação do PROVERE dos Vinhos da região Centro, pois garante a harmonização das atividades entre os diversos parceiros, a conformidade com requisitos de fundos europeus e uma estratégia de avaliação contínua e integrada, nomeadamente:

1. **Planeamento e Definição de Objetivos:** A fase de planeamento com PM<sup>2</sup> envolve a definição clara dos objetivos específicos para cada uma das ações previstas no plano de ação do consórcio. Isso inclui a segmentação das metas para valorização dos vinhos, promoção da marca regional e capacitação do setor, traduzindo-as em tarefas com prazos, recursos e responsabilidades bem definidos. Esse nível de detalhamento permite que todas as partes interessadas tenham uma visão partilhada e clara dos objetivos e suas contribuições.
2. **Estrutura de Governança e Responsabilidades:** Em conformidade com a metodologia PM<sup>2</sup>, cada unidade do consórcio (Líder do Consórcio, Conselho Executivo, Conselho de Parceria e Equipa Técnica) possui um papel específico e responsabilidades claras. O Conselho Executivo coordena a implementação estratégica, enquanto o Conselho de Parceria orienta e proporciona feedback consultivo. A Equipa Técnica, por sua vez, executa e acompanha o progresso operacional das ações. Este modelo de governação facilita a tomada de decisões e garante respostas constantes às necessidades emergentes.
3. **Monitorização e Avaliação Contínua:** PM<sup>2</sup> estabelece a prática de monitorização contínua por meio de indicadores de desempenho, permitindo uma análise regular e consistente. O modelo de governação criado para implementação do plano de ação, perspetiva uma estratégia concretizada em três eixos, a considerar:
  - **Monitorização do Cronograma do Projeto:** Envolve o acompanhamento das ações conforme o cronograma inicial, permitindo os ajustes necessários para mitigar atrasos ou ultrapassar obstáculos. São realizadas avaliações periódicas nas reuniões semanais da Equipa Técnica.
  - **Monitorização Financeira:** Seguindo as práticas de PM<sup>2</sup>, o consórcio assegura que os recursos financeiros são bem alocados, com acompanhamento dos investimentos realizados, em conformidade com os objetivos. Periodicamente, serão elaborados relatórios para revisão pelo Conselho Executivo, garantindo a total transparência e o cumprimento das metas orçamentais, estipuladas no Anexo 4.2.).
  - **Monitorização do Desempenho dos Indicadores:** Indicadores-chave de realização (ex. número de empresas apoiadas) e de resultados (ex. postos de trabalho criados) são constantemente avaliados. Estes dados são compilados em relatórios trimestrais para revisão no Conselho Executivo e semestralmente no Conselho de Parceria, que permite a todos os membros acompanhar o progresso da execução do plano de ação.
4. **Gestão de Riscos e Conformidade:** A metodologia PM<sup>2</sup> também enfatiza a gestão de riscos e a conformidade. Neste projeto, a Equipa Técnica, liderada pelo coordenador, identifica e avalia riscos potenciais, tanto operacionais quanto financeiros, sugerindo ações de mitigação para evitar desvios dos

objetivos. Além disso, a conformidade com as exigências dos fundos europeus é garantida através do envio de relatórios detalhados, que são partilhados com a autoridade de gestão.

5. **Relatórios e Feedback Estruturado:** Um princípio fundamental da PM<sup>2</sup> é a comunicação estruturada, essencial para alinhar expectativas e garantir a satisfação dos parceiros. Relatórios mensais de progresso são produzidos pela Equipa Técnica e apresentados ao Conselho Executivo, com resumos de progresso semestrais partilhados no Conselho de Parceria. Esse ciclo de feedback regular permite ajustes proativos, garantindo que o consórcio esteja sempre alinhado com as metas estratégicas.
6. **Encerramento e Avaliação Pós-Projeto:** Ao término do projeto, a metodologia PM<sup>2</sup> orienta para a realização de uma avaliação final. A etapa inclui a compilação de todos os relatórios e indicadores de desempenho, que são analisados para avaliar o cumprimento dos objetivos de valorização da fileira dos vinhos da região Centro, bem como o impacto na visibilidade e na competitividade do setor.

## 9. Processo de Envolvimento dos Atores Locais

A colaboração entre os diversos agentes e representantes da cadeia produtiva de vinhos da região Centro, por meio de um acordo de consórcio, representa um modelo exemplar de partilha de recursos e conhecimentos para o fortalecimento do setor. Este acordo permite que todos unam forças em prol de objetivos comuns, como a promoção das marcas regionais certificadas, a ampliação do mercado e a otimização de processos produtivos, com o incremento de novas tecnologias, essenciais para assegurar a competitividade do setor.

Através do modelo de governação supramencionado, o consórcio de vinhos da região Centro consegue equilibrar interesses diversos, promovendo um modelo colaborativo e sustentável que valoriza o território e fortalece o reconhecimento dos seus vinhos no mercado. Neste sentido, e para garantir que a estratégia apresentada resulta na especialização e promoção do recurso “Vinho”, sendo capaz de gerar o efeito multiplicador nas economias regionais e locais, a construção do plano de ação surge de um trabalho de colaboração e troca de contributos.

Na primeira fase da construção da estratégia, assegurou-se o envolvimento ativo dos parceiros na construção das apostas estratégicas a desenvolver. Este envolvimento decorreu através da realização de reuniões em cada uma das Comissões Vitivinícolas da Região Centro (Bairrada, Beira Interior, Dão, Lisboa e Tejo) com os parceiros dos respetivos territórios, designadamente CV Bairrada| Associação da Rota da Bairrada, Entidade Regional de Turismo do Centro, Agência Regional de Promoção Turística do Centro, CIM Região de Coimbra, Universidade de Aveiro, Instituto Politécnico de Coimbra, Biocant Park, CVR Beira Interior, CIM Beira Baixa, CIM Beiras e Serra da Estrela, InovCluster, Estrelacoop, CVR Dão, CIM Viseu Dão Lafões, AIRV, IPV, DRAPC-CEVDAS, COLAB Vines and Wines (Polo Dão) /ADVID. CVR Lisboa, SFCOLAB,

INIAVE, CIM Oeste, CVR Tejo, Associação da Rota dos vinhos do Tejo, CIM Médio Tejo, Go Figo e o Instituto Politécnico de Tomar.

Nestas reuniões de envolvimento foi efetuado um breve diagnóstico da fileira dos vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro, seguido de um espaço aberto onde todos os parceiros tiveram oportunidade de se pronunciar sobre aquelas que deveriam ser as prioridades e apostas estratégicas. Nestas reuniões foi também analisado e estabelecido o modelo de governação do consórcio.

Para além dos contributos registados nas reuniões, foi solicitado a todos os parceiros o envio de contributos adicionais, por email, posteriormente compilados e vertidos na estratégia apresentada. A CVR de Lisboa reuniu ainda bilateralmente com o Instituto Politécnico de Leiria, a Escola de Hotelaria e Turismo das Caldas da Rainha bem como com o Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa.

No dia 7 de fevereiro de 2024 foi realizada a apresentação da Estratégia em Coimbra, a todos os parceiros do consórcio presentes e a respetiva assinatura do contrato de consórcio.

Na segunda fase, com a estratégia inicial definida e o contrato de consórcio assinado, iniciou-se a elaboração colaborativa do plano de ação para a região vitivinícola do Centro. Nesta etapa, as reuniões de parceria continuaram a ocorrer regularmente, permitindo um processo de cocriação no qual os atores locais puderam expressar as suas opiniões, sugestões e preocupações. Esta abordagem garantiu que cada etapa do plano de ação esteja alinhada com o contexto específico de cada território e com os objetivos dos parceiros envolvidos. Deste modo, foram definidos dois pilares fundamentais diferentes, ajustados para os agentes económicos e para os parceiros envolvidos considerados nesta segunda fase, designadamente:

#### a. Agentes Económicos

- **Plano de Capacitação:** Objetiva-se desenvolver um plano de capacitação direcionado para os agentes económicos, visando aprimorar as competências e conhecimentos essenciais para a execução e gestão dos projetos. Este plano incluirá formações técnicas e workshops, focados em áreas como inovação, tecnologia, sustentabilidade e gestão de recursos, para garantir que os agentes estejam preparados para enfrentar os desafios identificados no setor.
- **Plano de Comunicação:** Um plano de comunicação será implementado para garantir a disseminação eficaz das informações e resultados do projeto. Este plano incluirá estratégias de marketing digital, campanhas de sensibilização e promoção da imagem dos produtos e serviços desenvolvidos, com especial foco na projeção nacional e internacional. A comunicação também servirá para fortalecer a cooperação entre os agentes económicos e facilitar a sua integração nas iniciativas conjuntas do projeto.

## b. Parceiros

- **Reuniões Setoriais:** Para garantir uma abordagem colaborativa na definição do plano de ação, foram realizadas reuniões setoriais periódicas com todos os parceiros envolvidos no projeto. Estas reuniões visaram ajustar estratégias, alinhar expectativas e definir as principais diretrizes de execução, para garantir que todos os envolvidos estão coordenados e comprometidos com os objetivos traçados. Destas reuniões surgiram feedbacks como a necessidade de maior formação em áreas específicas, como marketing digital e gestão de sustentabilidade. Como resultado, essas áreas foram priorizadas no plano de capacitação dos agentes económicos, demonstrando um compromisso com a adaptação às necessidades reais do setor.
- **Fichas de Intenção:** Por forma a recolher contributos e identificar oportunidades de desenvolvimento, foram distribuídas fichas de intenção entre todos os parceiros. Estas fichas permitiram que os parceiros partilhassem ideias, propostas e intenções de participação nos projetos, contribuindo ativamente para o desenho de ações alinhadas às suas áreas de atuação e expertise. A recolha e análise dessas informações permitiu criar um plano de ação mais robusto e ajustado às necessidades e capacidades dos parceiros. Para garantir uma participação ativa, as fichas de intenção foram distribuídas eletronicamente a todos os parceiros, com um prazo definido para a submissão de ideias e propostas. Após a recolha, foram analisadas as sugestões e integradas no plano de ação, assegurando que todas as vozes fossem ouvidas e consideradas no desenvolvimento das ações estratégicas.

A implementação destes dois pilares fulcrais desempenha/rá um papel crucial para o sucesso do projeto. A capacitação dos agentes económicos garante uma maior qualificação e preparação para enfrentar desafios, enquanto o plano de comunicação aumenta a visibilidade e o compromisso de todas as partes envolvidas, promovendo a região e os seus produtos. As reuniões setoriais asseguram o alinhamento estratégico entre os parceiros, fomentando a colaboração e a coesão na execução das ações. A recolha de fichas de intenção permitiu que o projeto fosse ajustado às necessidades reais do setor, identificando novas oportunidades e sinergias.

Essas iniciativas não apenas fortalecem as competências e a comunicação, mas também garantem uma gestão flexível e colaborativa, permitindo que o projeto responda eficazmente a desafios e oportunidades. Esta abordagem integrada e estratégica maximiza o potencial de sucesso, promovendo um desenvolvimento sustentável e duradouro no setor e no território.

Face ao exposto, o processo de cocriação visou assegurar que o plano de ação reflita as prioridades definidas e a realidade de cada parceiro. Esta fase fortaleceu o compromisso com uma implementação eficiente e coesa, promovendo o desenvolvimento sustentável da fileira de vinhos nas Regiões Vitivinícolas da Região

Centro. A implementação deste plano não apenas capacitará os agentes económicos, mas também fomentará um ambiente propício ao crescimento sustentável do setor vitivinícola na Região Centro. Espera-se que a formação e a comunicação eficaz aumentem a visibilidade dos produtos regionais, contribuindo para a criação de novos postos de trabalho e para a valorização do património cultural da região.

As evidências da articulação que decorreu na primeira fase, foram submetidas anterior. Relativamente às evidências de todo o processo de articulação inerente à segunda fase, as mesmas encontram-se em seguida.

#### **1ª REUNIÃO DO CONSELHO EXECUTIVO:**

**Data:** 15/10/2024

**Local:** Sede CV Bairrada

**Presenças:**



**Evidência:** Registo de presenças

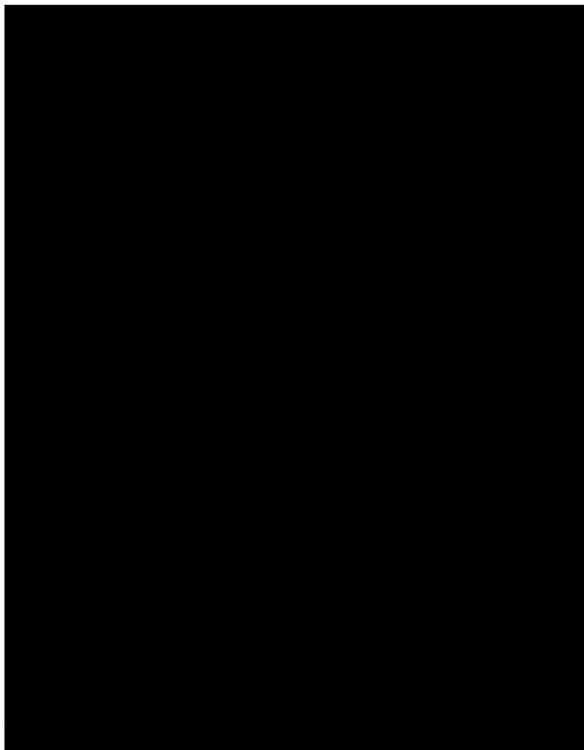
**CENTRO**<sup>2030</sup>  
REGIÃO VINHOS DA REGIÃO

**PROVERE**  
Programa de Valorização Económica  
de Recursos Endógenos

REUNIÃO PRESENCIAL - PROVERE Vinhos Região Centro

Data: Data: 15 de Outubro de 2024

Presenças:

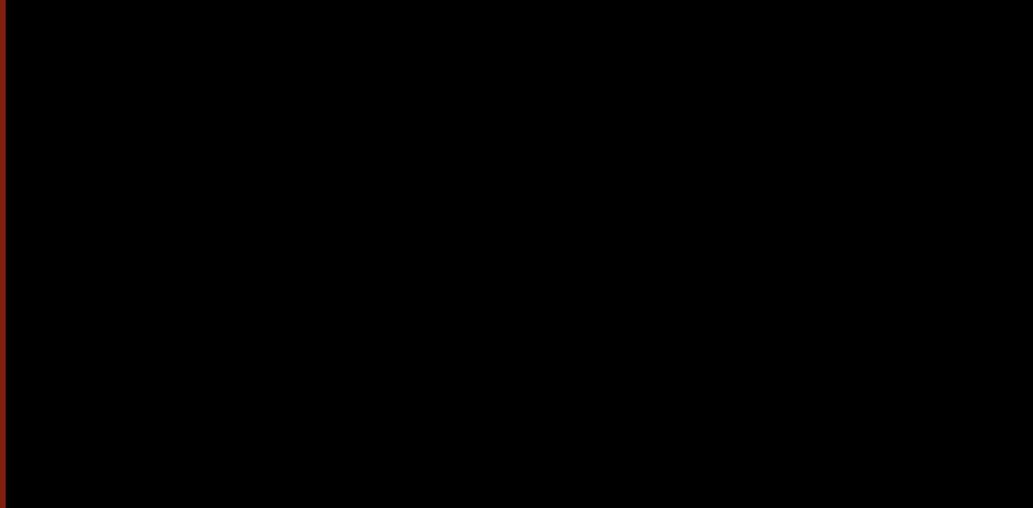


## 2ª REUNIÃO DO CONSELHO EXECUTIVO:

**Data:** 30/10/2024

**Local:** Online (plataforma Teams)

**Presenças:**



**Evidência:** Imagens



## REUNIÃO DE ARTICULAÇÃO COM AS COMUNIDADES INTERMUNICIPAIS:

**Data:** 05/11/2024

**Local:** Online (plataforma Teams)

**Presenças:**



**Evidência:** Imagens



## 10. Conclusão

Considerando um horizonte temporal de 36 meses, o plano de ação explanado no presente documento visa a implementação de um conjunto de iniciativas, com vista à valorização de um dos recursos endógenos inimitáveis da região Centro: o Vinho. Desta feita, a estratégica de valorização preconizada por meio deste plano de ação é implementada pelas 5 regiões vitivinícolas da região Centro (Bairrada – Líder, Beira Interior, Dão, Lisboa e Tejo), alicerçada numa parceria alargada com mais de 40 entidades, das mais diversas naturezas. Neste sentido, as ações foram elencadas considerando os principais desafios com os quais a fileira dos vinhos da região Centro está a braços, designadamente: atração e fixação de pessoas, promoção de novos negócios e mais investimento, transição digital e ecológica, adaptação e resiliência às alterações climáticas, qualificação e capacitação dos agentes da fileira e promoção e comunicação do recurso (nos mercados internos e externos). Em suma, as ações que o consórcio se propõe incrementar, obedecem a três objetivos específicos:

- RSO1.3. Reforçar o crescimento sustentável e a competitividade das PME's, bem como a criação de emprego, inclusive através de investimentos produtivos (FEDER): Sistema de Incentivos de Base Territorial (apoios na criação de novos negócios ligados à fileira do vinho; apoios na participação em fóruns nacionais e internacionais de interesse para a fileira dos vinhos; incentivo às empresas de prestação de serviços de maquinaria; incentivos à criação de Adegas Comunitárias; apoios para a criação de condições para o enoturismo e na criação de estratégias de comunicação);

- RSO1.4. Desenvolver competências para a especialização inteligente, a transição industrial e o empreendedorismo (FEDER): dinamização de processos de descoberta empreendedora (Realização de estudos e iniciativas de investigação em áreas consideradas estratégicas; apoio à implementação do Referencial Nacional de certificação de sustentabilidade para o Setor Vitivinícola; implementação de programa de capacitação; organização de workshops e visitas de campo; campos de demonstração tecnológica e digital);

- RSO5.2. Promover o desenvolvimento social, económico e ambiental integrado e inclusivo a nível local, a cultura, o património natural, o turismo sustentável e a segurança nas zonas não urbanas (FEDER): Estratégias de comunicação, animação e marketing territorial e governação, coordenação e dinamização do consórcio (conceção e implementação de uma estratégia de marketing; participação em feiras para promoção dos vinhos e do enoturismo; estruturação da oferta enoturística e integração com outros produtos endógenos; promoção de eventos regionais e governação, coordenação e dinamização do consórcio).

Através da implementação do plano de ação ilustrados através do presente documento, o consórcio pretende impactar, de forma positiva, o território na área económica, social e ambiental. Assim perspectivam-se os seguintes resultados:

- Competitividade, inovação e crescimento sustentável da fileira do vinho;
- Mais empreendedorismo e a inovação;
- Capacitação da força de trabalho;
- Manter e impulsionar uma atividade não deslocalizável (produção de uvas) com forte contributo na manutenção da paisagem, na economia local e na fixação de pessoas;
- Melhoria contínua na qualidade dos vinhos por via das atividades de I&D;
- Maior notoriedade dos Vinhos das Regiões Vitivinícolas da Região Centro;
- Mais competitividade das empresas, através da atração de novos negócios e novos projetos empreendedores;
- Fileira mais resiliente aos desafios das alterações climáticas;
- Território mais atrativo, alicerçado na promoção e integração de produtos turísticos.

Ademais, não se objetiva que este trabalho se esgota com a implementação do referido plano de ação de ação. Pelo contrário, é crucial que, mesmo com o término do projeto, em 2026, o consórcio se mantenha, com vista a dar continuidade à valorização da fileira dos vinhos das regiões vitivinícolas da região Centro.