

ENOTURISMO E AS ROTAS DE VINHO NO CENTRO DE PORTUGAL: UM ESTUDO DA OFERTA TURÍSTICA

ANDRÉ LOPES

*Instituto Politécnico de Viseu
lopes1078@gmail.com*

CLÁUDIA SEABRA

*Instituto Politécnico de Viseu
cseabra@estv.ipv.pt*

ODETE PAIVA

*Instituto Politécnico de Viseu
odete paiva@gmail.pt*

ANDREIA PEREIRA

*Instituto Politécnico de Viseu
arapereira7@gmail.com*

CARLA SILVA

*Instituto Politécnico de Viseu
csilva@estv.ipv.pt*

JOSÉ LUÍS ABRANTES

*Instituto Politécnico de Viseu
jlabrantes@estv.ipv.pt*

ENOTURISMO E AS ROTAS DE VINHO NO CENTRO DE PORTUGAL: UM ESTUDO DA OFERTA TURÍSTICA

Introdução

A cultura do vinho faz parte da história cultural e social de um território, sendo um elemento fundamental da identidade portuguesa. O cultivo da vinha e o consumo de vinho em Portugal são mais antigos do que a sua própria nacionalidade (Hall & Mitchell, 2000). A Estratégia para o Turismo português (2017) identifica a gastronomia e o vinho como um dos ativos estratégicos qualificadores para o desenvolvimento do turismo nacional.

De facto, o enoturismo é um produto turístico emergente e tem um papel cada vez mais importante no desenvolvimento e na promoção das regiões vitivinícolas (Brás, 2010) e tem contribuído para a construção de uma forte imagem de marca para os destinos do vinho intensificando a competição entre eles (Thanh & Kirova, 2018). Este produto tem um potencial de crescimento assinalável. A indústria do turismo espera que o número de enoturistas cresça para quatro milhões até 2020 (Atout France, 2015). Em Portugal este é, igualmente, um mercado em crescimento. Em 2016, calcula-se que existiram um total de 2,2 milhões de enoturistas de acordo com a Associação das Rotas do Vinho de Portugal (Viajar, 2017).

O enoturismo, como parte integrante do setor da Gastronomia e dos Vinhos, caracteriza-se por compreender um conjunto significativo de atividades que proporcionam o contacto dos turistas com a cultura da vinha e do vinho, como sejam: atividades vitivinícolas, produtos do vinho e património paisagístico e arquitetónico. As rotas de vinho são, atualmente, um dos instrumentos privilegiados de organização e de divulgação do enoturismo (Correia, 2005) e em alguns destinos são as principais atrações turísticas (Getz, 2000; Hall & Mitchell, 2004).

O enoturismo, produto turístico emergente, tem um papel cada vez mais importante no desenvolvimento e promoção das regiões vitivinícolas (Brás, 2010). As rotas de vinhos são instrumentos privilegiados de organização e divulgação do enoturismo (Correia, 2005), podendo ajudar a redesenhar as economias das zonas rurais (Scherrer, Alonso, & Sheridan, 2009). Compreende duas indústrias completamente distintas: i) a indústria do vinho, que se encontra tipicamente orientada para o produto e para a sua produção; e ii) o turismo, que trabalha em função do turista (Carlsen & Charters, 2004).

As rotas de vinho, criadas em Portugal pela iniciativa dos produtores de vinho, no ano de 1993, têm como objetivo fundamental aumentar a promoção e a venda dos seus produtos e desenvolver o potencial turístico das diferentes regiões vitivinícolas, em diversas áreas, tais como na cultura, história, tradições e património construído e paisagístico (Costa & Kastenholz, 2009).

O Centro de Portugal apresenta um enorme potencial na área do enoturismo, especialmente pela presença de rotas de vinhos. De facto, esta região tem três das 13 rotas de vinho nacionais: Rota do Vinho do Dão (Viseu), Rota do Vinho da Bairrada (Anadia) e Rota da Vinha da Beira Interior (Guarda). Este capítulo tem como objetivo realizar uma análise àquelas Rotas de Vinho como meio de desenvolvimento das regiões vitivinícolas ao nível económico, social e ambiental e, também, como uma oportunidade para promover as imagens positivas das regiões vitivinícolas.

Revisão da literatura

O enoturismo é um produto turístico da modernidade com ligações ancestrais (Inácio, 2007) geralmente associado à utilização dos recursos vitivinícolas de uma determinada região. Em Portugal, é um fenómeno muito recente e de certa forma embrionário (Inácio & Cavaco, 2010). O crescente interesse no seu estudo (Hojman & Hunter-Jones, 2012) está associado às mudanças tecnológicas e técnicas no cultivo do vinho que permitiram o desenvolvimento de regiões vitivinícolas no Novo Mundo (Bruwer, 2003).

Este produto turístico assenta na atratividade de uma região, nos seus atributos e características patrimoniais, paisagens e vinhos produzidos (Westering, 1999). As primeiras investigações no âmbito do enoturismo, realizadas na década de 90 do século XX, centraram-se no estudo da influência do turismo do vinho nas áreas rurais e no comportamento dos próprios turistas (Getz D. , 2000; Hall & Mitchell, 2000). Concluiu-se que o enoturismo podia ser definido como uma viagem de interesse especial focada no

vinho, mediada pelas características ou atributos de uma região vitivinícola, pela degustação de vinho ou por ambas (Macionis, 1997). Em estudos posteriores, comprovou-se que o vinho é a principal motivação que os turistas têm para visitarem uma região vitivinícola, pelo que enoturismo poderia ser definido como um produto turístico que engloba visitas a vinhas, adegas, festivais e eventos do vinho e da uva, para provarem vinho e/ou para experimentarem os atributos de uma região (Hall & Macionis, 1998).

De acordo com a investigação mais recente nesta área, o enoturismo não se deve limitar às provas e compra de vinho e promoção do espaço geográfico onde é produzido (Bruwer & Alant, 2004). Deve envolver um conjunto mais amplo de experiências (Correia, Ascensão, & Charter, 2004), tais como a gastronomia, programas culturais, de divertimento, de relaxamento e socialização que permitam a fuga ao dia-a-dia (Bruwer & Alant, 2004; Getz & Brown, 2006).

Acompanhando o nível de complexidade e exigência dos enoturistas, este produto turístico compreende atualmente um conjunto muito alargado de atividades (Clemente-Ricolfe, Escriba-Perez, Rodriguez-Barrio, & Buitrago-Vera, 2012), tais como:

- Económicas – compra de vinho (Bruwer & Alant, 2004) e de produtos locais (Getz & Brown, 2006)
- Culturais – visitas a museus, centros interpretativos da cultura do vinho e da vinha, provas de vinho e degustação de produtos locais nas adegas;
- Turísticas – visitas às adegas, a caves (Hall & Mitchell, 2000), vinhedos (Bruwer, 2003), monumentos (Correia, Ascensão, & Charters, 2004), património natural (Ravenscroft & Westering, 2001), participação em feiras e festivais do vinho (Bruwer & Alant, 2004);
- Sociais – os visitantes tomam contacto com as vivências, tradições locais e com os habitantes dessa região (Carmichael, 2005);
- Desportivas – passeios a cavalo, de bicicleta (Correia *et al.*, 2004), passeios de balão e desportos radicais;
- Saúde e bem-estar – obtenção de propriedades antioxidantes, o seu consumo e dos seus derivados para fins terapêuticos em componente de centros de *wellness/spa*;
- Pedagógicas – os visitantes têm a oportunidade de aprender algo sobre o vinho e a sua cultura, dentro de uma lógica de obter experiências educativas (Bruwer, 2003).

O conceito de enoturismo é, em suma, mais abrangente, sendo um vasto conjunto de experiências construídas à volta de visitas a regiões vitivinícolas ou eventos relacionados com o vinho – que incluem a prova de vinhos e o consumo de uma grande variedade de atividades culturais e de *lifestyle* (Geibler, 2007). De facto, o enoturismo abarca um conjunto de motivações, perceções, experiências e expectativas (Correia, 2005), assumindo contornos distintos em diversos países, dependendo da influência da sua própria cultura (Hall & Mitchell, 2000).

As rotas de vinho são, atualmente, um instrumento privilegiado de promoção do enoturismo. É o resultado de uma ação coletiva (Correia et al., 2004) para a constituição de um ou vários itinerários que convidam os visitantes a descobrir os vinhos e as atividades relacionadas com uma determinada região. Percorrem uma área bem definida – região, província e área de denominação. Integram um conjunto diversificado de aderentes: associações de vitivinicultores engarrafadores, associações de viticultores, uniões de adegas cooperativas, adegas cooperativas, armazenistas, vinotecas, quintas produtoras, empreendimentos de turismo em espaço rural, restaurantes e outros centros de interesse vitivinícola, que se encontram organizados em rede e com diferentes estados de desenvolvimento e crescimento (Bruwer, 2003; Correia, 2005).

As rotas de vinho são um importante instrumento de marketing (Jurinčić & Bojnec, 2010), para a dinamização das regiões vitivinícolas, para a preservação da autenticidade de cada região através da divulgação do artesanato, do património paisagístico, arquitetónico, museológico e gastronómico (Costa & Kastenholz, 2009). As rotas podem ajudar a redesenhar as economias das zonas rurais (Scherrer, Alonso, & Sheridan, 2009) e são importantes para a promoção do desenvolvimento regional porque sustentam e criam emprego e riqueza naquelas áreas (Correia *et al.*, 2004). Ao mesmo tempo estimulam o desenvolvimento de instalações, serviços e infraestruturas (López-Guzmán, Rodríguez-García, Sánchez-Cañizares, & Luján-García, 2011).

A partir do pós-guerra, as Rotas de Vinho foram alargadas particularmente a todos os países europeus produtores de vinho (Hall & Mitchell, 2000). A maioria das rotas de vinho criada no “Velho Continente” contou com a iniciativa, quase sempre, das entidades ligadas à indústria do vinho, que pretendiam aumentar a promoção e a venda dos seus produtos, e com apoios financeiros da então Comunidade Europeia (Correia, 2005).

Em Portugal, os projetos de implementação das rotas de vinho iniciaram-se em 1993, conjuntamente com oito regiões europeias, no âmbito do

Programa de Cooperação Internacional Dyonisios, promovido pela União Europeia no quadro de reformas da PAC – Política Agrícola Comum (Simões, 2008). Posteriormente, no ano de 1996, foi inaugurada a primeira rota de vinho – Rota do Vinho do Porto (Lourenço-Gomes, Pinto, & Rebelo, 2015). Atualmente, segundo o Turismo de Portugal, existem 13 rotas de vinho, que, na sua maioria, ostentam o nome do vinho ou da região vitivinícola onde foram implementadas, com distintas variedades de vinhos, e, também, com particularidades históricas e culturais. Na sua maioria são geridas pelas Comissões Vitivinícolas, todavia, algumas são igualmente organizadas por Associações de Aderentes e Câmaras Municipais (Rota dos Vinhos de Portugal, 2018).

Na região Centro de Portugal existem três rotas de vinho – Rota do Vinho do Dão, criada em 1998, Rota de Vinhos da Beira Interior, instituída em 1999, e Rota de Vinho da Bairrada, em 1999. Estas rotas apresentam inúmeras potencialidades para o desenvolvimento sustentado do enoturismo na Região Centro.

Metodologia

De forma a dar resposta ao objetivo do estudo – analisar as Rotas de Vinho da Região Centro – optou-se por uma investigação qualitativa com abordagem multimetodológica, utilizando-se como técnicas de recolha de dados a análise documental e a observação. Na análise documental foram analisados estudos científicos e bibliografia especializada sobre Enoturismo e Rotas do Vinho, publicados a nível internacional e nacional.

Para a análise das Rotas de Vinho, foram usadas as seguintes fontes: i) informação disponível *online*; ii) observação *in loco* com visitas no terreno para serem identificados e localizados os recursos das Rotas de Vinho da Região Centro; e iii) observação por entrevista semiestruturada aos promotores e gestores das Rotas de Vinho da Região Centro que estão em funcionamento, durante os meses de março e abril de 2018.

De forma a caracterizar e analisar as referidas Rotas de Vinho, utilizou-se como modelo de análise de base a *check list* proposta por Getz (2000) que avalia as várias vertentes de implementação, manutenção e utilização das rotas através dos seguintes princípios:

1. A rota do vinho deve ser fácil de percorrer;
2. Fornecer mapas e guias e colocar sinalização ao longo da rota;
3. Associar atividades (alojamento, restauração, animação, etc.) e recursos à rota para melhorar a satisfação dos visitantes;

4. Facilitar a utilização da rota por parte de todos, isto é, visitantes e residentes;
5. Estabelecer ligações com outras rotas ou circuitos locais, regionais e nacionais;
6. Integrar no planeamento da rota as estratégias das atividades, equipamentos e serviços que pertencem à rota;
7. Envolver parceiros e investidores públicos e privados;
8. Os circuitos devem facilitar a gestão do fluxo de visitantes, evitando elevadas concentrações de visitantes num determinado local e fomentando a preservação de áreas mais sensíveis ou frágeis;
9. Definir a capacidade de receção de visitantes na rota e na região;
10. Elaborar estratégias de marketing desde a implementação da rota de modo a identificar e a captar os segmentos de mercado mais indicados;
11. Estabelecer uma monitorização permanente e manutenção da estratégia pré-definida, incluindo a recolha da opinião dos visitantes e dos agentes que se inserem na rota.

Resultados

Nos pontos seguintes são apresentados os resultados. De referir que, apesar de serem nomeadas as três Rotas de Vinho da Região Centro, apenas são analisadas em profundidade as Rotas do Vinho do Dão e da Bairrada. A Rota de Vinhos da Beira Interior não está, ainda, a funcionar em rede, estando em projeto de criação e implementação.

Tendo em conta o modelo de análise proposto por Getz (2000), é possível perceber que as Rotas a funcionar em rede da Região Centro de Portugal – Rotas do Vinho do Dão e da Bairrada – cumprem praticamente na totalidade os requisitos considerados pelo autor como essenciais para a implementação, manutenção e utilização de rotas enoturísticas (ver Tabela 1).

Tabela 1 – Avaliação das Rotas de Vinhos da Região Centro de Portugal de acordo com Getz (2000)

Princípios	Rotas	
	Rota do Dão	Rota da Bairrada
Fácil de percorrer	✓	✓
Fornecimento de mapas e guias	✓	✓
Rota sinalizada	✓ (parte)	✓
Integração de equipamentos	✓	✓
Integração de serviços de Alojamento	✓	✓
Integração de serviços de Restauração	✓	✓
Integração de serviços de Animação Turística	✓	✓
Envolvência de investidores ou parceiros públicos	✓	✓
Envolvência de investidores ou parceiros privados	✓	✓
Receção de visitantes da região	✓	✓
Receção de visitantes na rota	✓	✓
Gestão do fluxo de visitantes	✓	✓
Preocupação com a preservação dos espaços e áreas mais sensíveis	✓	✓
Elaboração de estratégias de Marketing	✓	✓
Monitorização permanente e controlo estratégia definida	✓	✓
Recolha da opinião dos visitantes e agentes inseridos na rota	✓	✓

Fonte: Elaboração própria com base em Getz (2000)

Rota do Vinho do Dão

A Região Demarcada do Dão foi delimitada em 1908 (Fonseca, 2004). Situa-se no Centro Norte de Portugal e está rodeada pelas serras do Caramulo, Nave, do Açor e da Serra da Estrela. É atravessada por quatro rios, que correm quase paralelamente, Dão, Mondego, Alva e Pavia. Abrange os municípios de Arganil, Oliveira do Hospital, Tábua, Aguiar da Beira, Fornos de Algodres, Gouveia, Seia, Carregal do Sal, Mangualde, Mortágua, Nelas, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, Sátão, Tondela e Viseu (Portaria nº 246/2014 de 25 de novembro).

A região do Vinho do Dão estende-se por uma área de 388.000 hectares, dos quais 20.000 são área de vinha sobretudo cultivada entre os 400 e 500 metros de altitude. O clima desta zona geográfica é temperado com picos extremos de frio e chuva no Inverno e calor seco no Verão. Existem igual-

mente variações microclimáticas que influenciam grandemente a qualidade dos vinhos, como é o caso das sub-regiões de Alva, Besteiros, Castendo, Serra da Estrela, Silgueiros, Terras de Azurara e Terras de Senhorim (Comissão Vitivinícola Regional do Dão).

O relevo acidentado, o clima temperado com variações microclimáticas e os solos graníticos influenciam diretamente as vinhas deste território, conferindo aos vinhos características muito próprias e bem definidas. Os vinhos são aveludados e encorpados com uma distinta acidez. Os tintos, onde predominam as castas de Touriga Nacional, Alfrocheiro, Aragonez, são complexos e de cor rubi com um grande potencial de envelhecimento. Os brancos, rosés e espumantes, feitos a partir das castas Encruzado, Malvasia Fina, Bical ou Barcelo apresentam aromas frutados e enorme frescura (Rotas dos Vinhos de Portugal, 2018).

Associados aos atrativos naturais, à tradição e produção vinícola, a região fomentou a criação da Rota do Vinho Dão, a 20 de Setembro de 1995, por protocolo celebrado entre a Secretaria de Estado do Turismo, a Comissão Vitivinícola Regional do Dão, a Comissão de Coordenação da Região Centro, a Região de Turismo Dão Lafões, a Vitidão – Associação de Vitivinicultores da Região Demarcada do Dão, a Vinidão – Associação dos Vitivinicultores Engarrafadores da Região Demarcada do Dão, a Confraria dos Enófilos do Dão, a UDACA – União das Adegas Cooperativas do Dão, a Anceve – Associação do Norte dos Comerciantes Exportadores de Vinhos e Bebidas Espirituosas e a Acibev – Associação dos Comerciantes e Industriais de Bebidas Espirituosas e Vinhos (Comissão Regional Vitivinícola do Dão, 1995).

A Rota do Vinho do Dão viria a ser formalmente inaugurada em 1998, tendo como objetivo principal potenciar a ligação entre o setor turístico e a cultura vitivinícola da região, organizados em rede e devidamente sinalizados (Comissão Regional Vitivinícola do Dão, 1995). Em 2015, a Rota foi reorganizada, de modo a valorizar o produto estratégico do enoturismo, como um forte meio promocional e instrumento inovador de desenvolvimento regional (CVRD, 2018).

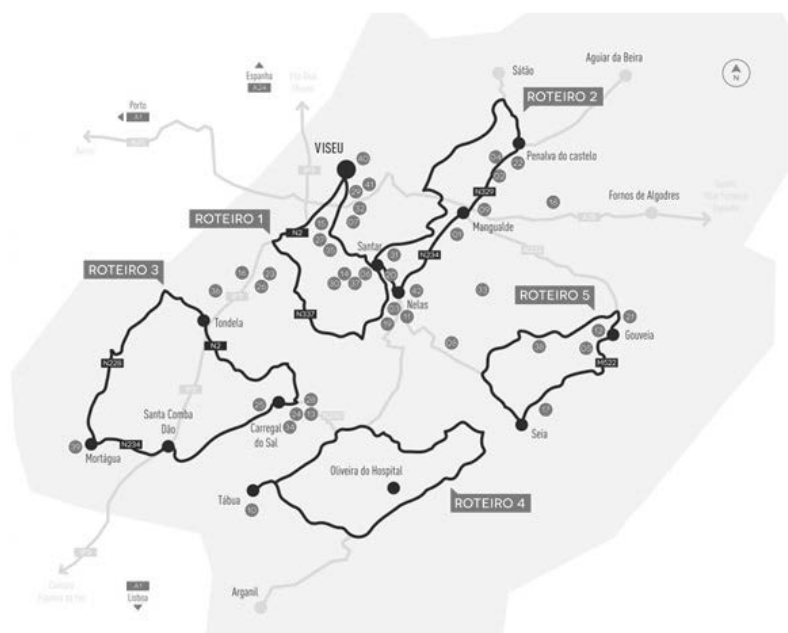
A Rota do Vinho do Dão configura-se atualmente em cinco roteiros – Roteiro 1: Terras de Viseu, Silgueiros e Senhorim; Roteiro 2: Terras de Azurara e Castendo, Roteiro 3: Terras de Besteiros, Roteiro 4: Terras de Alva, Roteiro 5: Terras de Serra da Estrela (ver Figura 1).

- **Roteiro 1** – Terras de Viseu, Silgueiros e Senhorim: Caminhos Cruzados, Casa de Santar, Quinta de S. Francisco, Paço dos Cunhas de Santar, Pedra Cancela, Quinta da Boiça, Quinta das Camélias, Quinta

de Lemos, Quinta de Reis, Quinta do Medronheiro, Quinta do Perdigão, Quinta do Sobral, Vinícola de Nelas, Udaca, Solar do Vinho do Dão, Quinta Vale de Escadinhas, Quinta dos Penassais.

- **Roteiro 2** – Terras de Azurara e Castendo: Adega Cooperativa de Mangualde, Casa da Ínsua, Julia Kemper Wines, Lusovini, Quinta da Boavista, Quinta da Fata, Quinta da Vegia, Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, Quinta dos Cedros, Quinta dos Roques.
- **Roteiro 3** – Terras de Besteiros: Quinta do Cerrado, Quinta de Cabriz, Quinta das Marias, Quinta do Penedo dos Mouros, Magnum Vinhos, Quinta Mendes Pereira, Quintas de Sirlyn, Sociedade Agrícola Boas Quintas.
- **Roteiro 4** – Terras de Alva: Ladeira da Santa.
- **Roteiro 5** – Terras de Serra da Estrela: Casa da Passarella, Fonte de Gonçalvino, Madre de Água Quinta da Bica, Quinta da Nespereira, Seacampo.

Figura 1 – Mapa da Rota e roteiros do Vinho do Dão



A Rota do Vinho do Dão, como já foi referido, é promovida e gerida pela Comissão Vitivinícola Regional do Dão. A sede é o Solar do Vinho do Dão em Viseu, no espaço *Welcome Center* que funciona igualmente como receção para os enoturistas. É possível também fazer ali provas de vinhos, participar em eventos vînicos, lançamento de vinhos dos produtores aderentes, formações, *workshops*, provas temáticas ou comprar vinhos na loja (CVRD, 2018).

O mapa da Rota do Vinho do Dão, nas versões em português e inglês, pode ser adquirido gratuitamente no *Welcome Center* situado no Solar do Vinho do Dão, em Viseu. O guia e mais informações sobre a rota podem ser igualmente consultados numa *app* que pode ser descarregada gratuitamente na *Apple Store* ou no *Google Play*. A rota está em parte sinalizada, contudo, e como está em processo de reestruturação com a entrada de novos aderentes, o projeto de sinalização total da rota está em curso (Receção R. d., 2018b). É fácil de percorrer por estradas emblemáticas como a Estrada Nacional 2 ou a Estrada do Luso, onde é possível apreciar paisagens dominadas pelas Serras do Caramulo ou Serra da Estrela ou pelos rios Dão ou Mondego. São vários os equipamentos que estão integrados na Rota, nomeadamente estruturas de alojamento e restauração, quintas, adegas, cooperativas e lojas de vinhos (CVRD, 2018).

Os enoturistas que estejam interessados em ficar alojados para desfrutar durante mais tempo desta região poderão fazê-lo em algumas das quintas que fornecem acomodação em antigos solares convertidos em alojamento em espaço rural ou estruturas hoteleiras de charme, tais como: as Quintas do Cerrado, Boavista, Bica, Reis, Syrlin, Madre de Água, Boavista, Fata, Medronheiro ou Casa da Ínsua. Como não é possível dar o conhecer o vinho sem conhecer a gastronomia, a excelente comida beirã pode ser igualmente degustada em ambientes rústicos, elegantes e distintos em várias das estruturas aderentes, nomeadamente: Paço dos Cunhas, Quinta da Boiça, Quinta de Cabriz, Madre de Água, Magnum Vinhos, Quinta da Boavista, Lusovini, Quinta de Lemos, Casa da Ínsua e Quinta do Medronheiro (CVRD, 2018).

A região do Dão é caracterizada pela dualidade entre o granito e a vinha, o rio e a montanha, as gentes e as memórias da terra (André, 2008). As tradições e a cultura contrastam com a modernidade da região (Souza & Freitas, 2008), assim como com as suas vicissitudes físicas, patrimoniais e históricas que conferem identidade ao território e à personalidade do vinho do Dão (Abrantes, 2008), permitindo um conjunto de atividades turísticas diferenciadoras.

Praticamente todas as quintas e adegas pertencentes à Rota do Vinho do Dão permitem, através de marcação direta ou via *Welcome Center*, visitas às vinhas e às adegas ou realizar provas de vinho. É igualmente possível adquirir os extraordinários vinhos desta Região Demarcada nas várias lojas de vinho da maioria dos aderentes. Os enoturistas poderão visitar coleções de arte ou consultar a história e costumes tradicionais do vinho e da vinha nas mediatecas da Cooperativa de Mangualde e do Solar do Vinho do Dão. Alguns dos aderentes oferecem ainda a possibilidade de organização de eventos, como são os casos da Quinta da Boiça, Adega Cooperativa de Mangualde, Quinta do Sobral ou Casa da Ínsua (CVRD, 2018).

Esta é uma região harmoniosa, elevada pela qualidade do vinho do Dão e pelo conjunto de atividades e experiências (Comissão Vitínicola Regional do Dão, 2008). O enoturista poderá desfrutar na Rota do Vinho do Dão de diferentes experiências num território diverso e rico, entre as quais a descoberta de quintas de vinhas e adegas, ouvir histórias, percursos pedestres, vinoterapia e termalismo. A rota do Dão agrupa um conjunto de atividades, alojamentos e restauração que realçam os atrativos regionais e melhoram exponencialmente a viagem dos turistas (Rotas dos Vinhos de Portugal, 2018), tais como:

- i) **Enogastronomia:** provar o queijo da Serra da Estrela, a maçã de Bravo de Esmolfe, cabrito, enchidos, Vitela à Lafões são experiências gastronómicas que podem complementar esta rota de sabores.
- ii) **Turismo em Espaço Rural:** as várias quintas e adegas aderentes à Rota proporcionam um contacto com as tradições e processos de fabrico do Vinho do Dão, desde os mais ancestrais aos mais inovadores. As aldeias históricas da região permitem igualmente um contacto com a ruralidade e as tradições mais enraizadas de um território ainda muito ligado às origens da nacionalidade.
- iii) **Turismo de Natureza:** o parque Natural da Serra da Estrela domina esta região e proporciona o contacto com paisagens e territórios únicos. São vários os circuitos naturais, percursos pedestres e cicláveis facilitados pela Ecopista do Dão.
- iv) **Saúde e Bem-Estar:** esta região concentra várias termas e centros spa que permitem experiências de *wellness*, algumas delas com recurso a produtos vínicos, tal como vinoterapia nas termas de Alcafache.
- v) **Turismo de Eventos:** Esta é uma região marcadamente ligada aos eventos culturais e festividades. Ligados ao Vinho, decorrem anual-

mente três eventos de relevo, especificamente, Festa das Vindimas, Tons da Primavera e Vinhos de Inverno.

- vi) Turismo Histórico-cultural: o *Welcome Center* da Rota do Vinho do Dão, instalado no Antigo Paço Episcopal do Fontelo, atualmente Solar do Vinho do Dão em Viseu, a Casa da Ínsua, que alberga uma coleção de armaria do Brasil com os seus jardins barrocos, Paço dos Cunhas de Santar, solar do séc. XVII, ou a Casa de Santar, são bons exemplos de património histórico que integra a rota do Vinho do Dão.

A Comissão Vitivinícola Regional do Dão tem a responsabilidade de gerir e operacionalizar todo o projeto, tal como a definição de estratégias de marketing e comunicação com o objetivo de promover a Região Demarcada e os Vinhos do Dão. Está igualmente a seu cargo a gestão do fluxo de visitantes, a recolha de opinião dos visitantes enoturistas e o controlo de toda a estratégia subjacente ao projeto, que se assume voltado para os aderentes fundadores, mas também para outros agentes que queiram aderir.

Rota do Vinho da Bairrada

O processo de constituição da Rota dos Vinhos da Bairrada iniciou-se no dia 4 de outubro de 1995, quando um conjunto de entidades regionais e locais decidiram criar uma dinâmica que contribuísse para o desenvolvimento e crescimento do valor da marca Bairrada. Tiveram como objetivo a promoção e divulgação dos vinhos da região, mas também a oferta de um produto turístico inovador assente no potencial turístico da região e no enoturismo. O lançamento oficial da Rota dos Vinhos da Bairrada ocorreu no ano de 1999 (Correia, 2005).

A região vitivinícola e demarcada da Bairrada, criada em 1979, tem aproximadamente 1250 km² e está situada entre os centros urbanos de Aveiro e Coimbra, abrangendo uma área com 9298 hectares de superfície de vinha, representando aproximadamente 4% da área vitivinícola total do país (Andrade, 2013). A região da Bairrada é caracterizada pelo clima ameno, resultado da proximidade da ria e mar (Rotas dos Vinhos de Portugal, 2018).

Em termos geomorfológicos, este território é um planalto de baixa altitude que se estende entre as serras do Caramulo e Buçaco, a Este, e o Atlântico e a Ria de Aveiro, a Oeste, delimitado a Norte pelo rio Vouga e a Sul pelo Mondego. O clima é fresco e húmido com forte influência marítima. Os solos são argiloso-calcários, arenosos e de aluvião. Esta conjugação confere a esta região características singulares que permitem, em terrenos

planos, a produção de vinhos tintos e brancos únicos, encorpados taninosos e algo ásperos a partir das castas Baga e Bical. Contudo, aquelas condições climáticas proporcionam uvas de elevada acidez e baixa graduação alcoólica, excelentes para a produção de espumantes (Andrade, 2013; Rotas dos Vinhos de Portugal, 2018).

Em novembro de 2006, foi criada a Associação Rota da Bairrada, uma entidade regional sem fins lucrativos com o objetivo de revitalizar e dinamizar a Rota dos Vinhos da Bairrada (Rota da Bairrada, 2018). A escritura de constituição da Associação foi outorgada por 18 entidades associadas: oito vitivinicultores, cinco municípios, quatro agentes de oferta turística e uma entidade regional de Turismo. Atualmente conta com 36 associados: 12 vitivinicultores, oito municípios, 13 agentes da oferta turística e 3 instituições/entidades (Andrade, 2013).

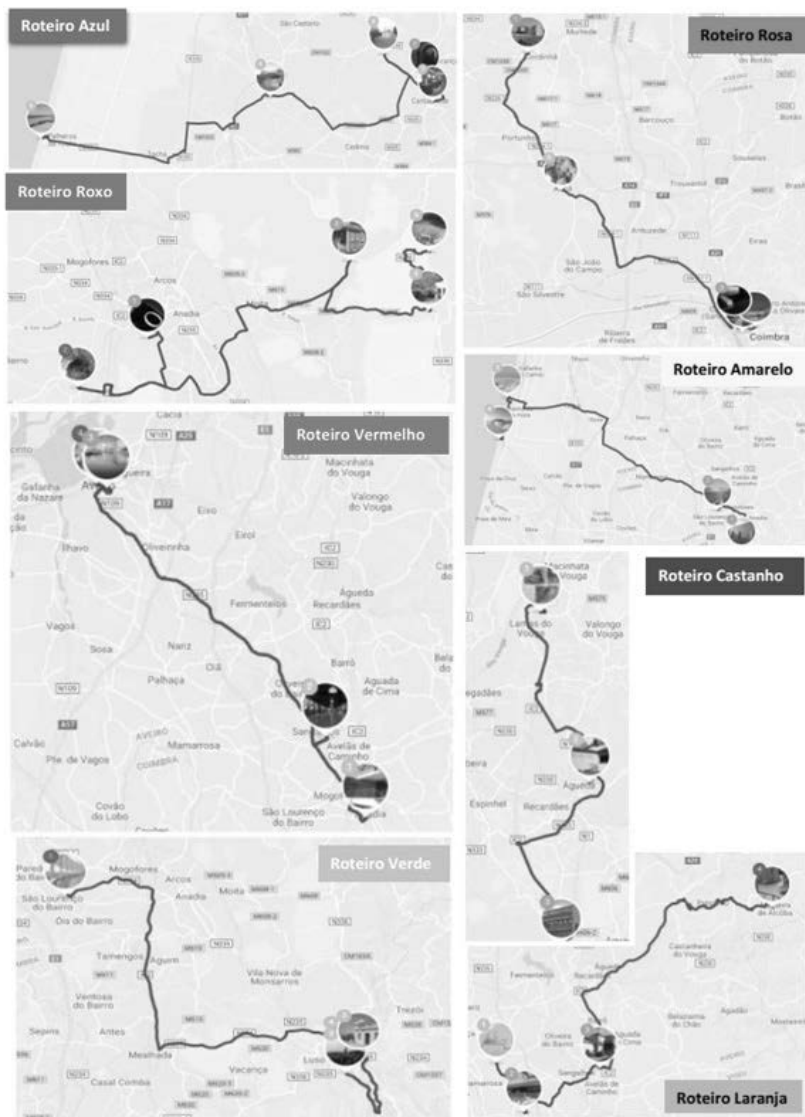
A constituição da Rota de Vinhos da Bairrada, como ficou exposto, surgiu de um movimento de agentes públicos e privados com o objetivo de afirmar o território da Bairrada enquanto destino turístico de referência pela integração de recursos culturais e naturais únicos da região para responder às tendências dos novos mercados. Assim, a região turística e vinícola são indissociáveis no que diz respeito à oferta, pelo que os roteiros propostos englobam recursos naturais e paisagísticos, culturais e históricos, enogastronómicos e de saúde e bem-estar.

A rota é, portanto, constituída por oito roteiros (ver Figura 2):

- **Roteiro Azul** – inclui Museu da Pedra de Cantanhede, Adega Cooperativa de Cantanhede, Capela da Varziela, Praia fluvial de Olhos da Fervença e Praia da Tocha;
- **Roteiro Roxo** – visita à Quinta do Ortigão, Parque da Curia, Caves do Solar de S. Domingues, Termas de Vale do Mó e Barragem da Gra-lheira;
- **Roteiro Castanho** – agrupa a Estação arqueológica de Cabeço de Vide, Museu da Fundação Dionísio e Caves Primavera, SA);
- **Roteiro Amarelo** – abrange a Quinta da Mata Fidalga, Manuel dos Santos Campo Largo, Praia da Vagueira e Praia do Areão,
- **Roteiro Vermelho** – inclui o Museu Vinho da Bairrada, Visita ao Alliance Underground Museum, Município de Aveiro, Passeios de Moliceiro na Ria de Aveiro e Museu da Cidade de Aveiro).
- **Roteiro Rosa** – com a Quinta de Baixo na Cordinhã, Igreja Paroquial de Ançã, Município de Coimbra, Universidade de Coimbra, Jardim Botânico e Sé Velha;

- **Roteiro Verde** – com Visita à Quinta do Encontro, Museu Militar do Bussaco, Cruz Alta no Luso e Mata Nacional do Bussaco);
- **Roteiro Laranja** – visita ao Museu da Etnografia, Luís Pato, Caves de São João em Sangalhos, Trilho da Aldeia.

Figura 2 – Mapa da Rota e roteiros do Vinho da Bairrada



Fonte: Elaboração própria com base em Rota da Bairrada (2018)

A sede da Rota dos Vinhos da Bairrada funciona, desde 2010, no edifício histórico da estação de caminhos-de-ferro da Curia, edifício cedido à Associação Rota da Bairrada pela Câmara Municipal de Anadia, com o intuito do reaproveitamento do monumento. Este edifício funciona igualmente como *Wine, Tourism & Passion Store* – o Espaço Bairrada da Curia.

Os enoturistas poderão recolher informação, organizar e dar início a um programa de visitas em três *Wine, Tourism & Passion Stores*: Espaço Bairrada da Curia; Espaço Bairrada de Oliveira do Bairro e Espaço Bairrada *Pop-up* da Praia da Vagueira. Estes espaços funcionam num conceito de promoção e divulgação da oferta turística regional num único espaço; nesse local podem ser adquiridos gratuitamente os mapas da Rota em português, inglês e espanhol. Ali os enoturistas, para além de darem início aos seus programas de visita, podem passar momentos agradáveis e de convívio em torno dos produtos da Bairrada, desde os vinhos, ao artesanato local, doces tradicionais, ou mesmo livros de autores bairradinos (Rota da Bairrada, 2018).

A rota sinalizada, contudo, está em processo de melhoria. Os vários roteiros podem ser percorridos através de redes viárias de referência como são os casos da EN109, mais conhecida como Estrada da Costa de Prata, a Estrada do Luso ou a emblemática EN1, onde é possível apreciar paisagens contrastantes entre a Serra e Mata do Buçaco e as planícies litorais da Bacia do Vouga e Ria de Aveiro. Os equipamentos pertencentes à Rota incluem museus, adegas, património religioso, parques naturais e jardins, praias de mar e fluviais, quintas e caves, termas, hotéis e restaurantes.

Os enoturistas podem ficar alojados nos vários hotéis que pertencem à Rota, alguns deles com componente *wellness* e *spa*: Hotel & Spa Palace Hotel da Curia ou do Bussaco, Hotel Astória, Hotel Cabecinho, Hotel Moliceiro, Hotel Paraíso, Hotel das Termas da Curia ou Hotel Estalagem de Sangalhos, Hotel As Américas, Hotel Alegre, Quintas de S.Lourenço, de Vale do Cruz e Lágrimas. Alguns dos restaurantes pertencentes à mesma rota: em Aveiro, o Bairro e o Barracão; na Curia, Pompeu dos Frangos, Dom Ferraz e o Painei; na Mealhada, Pedro dos Leitões, Nova Casa dos Leitões, o Castiço, Rei dos Leitões, Churrasqueira Rocha, Portagem e Magnus e Companhia; em Anadia, o Belle Époque e o Chicote; em Águeda, Restaurante Vidal; em Sangalhos, Restaurante Mugasa; em Coimbra, Dux Vinhos & Petiscos, Dux Taberna Urbana e Albatroz. Mas a gastronomia típica da região, desde os pratos de peixe ao leitão, podem ser igualmente provadas na Aliança Vinhos de Portugal, Caves de S.João e Hotel Alegre (Rota da Bairrada, 2018; Receção, 2018a).

No que respeita às atividades e animação turística, a Rota dos Vinhos da Bairrada inclui um total de 28 pontos de atração relativamente a quintas, caves e adegas. É possível conhecer nesses locais a produção e armazenamento dos seus vinhos, fazer degustações e acompanhar a visita com lanches, almoços ou jantares com a gastronomia típica da Bairrada. Para além disso, nos oito roteiros propostos estão incluídos vários museus de visita obrigatória de onde se destacam dois específicos relacionados com a Vinha e o Vinho: i) o Museu do Vinho da Bairrada, inaugurado em 2003, compreende uma exposição permanente denominada “O Percurso do Vinho” com espólio em grande parte datado do último quartel do século XIX e da primeira metade do século XX e um espaço para exposições temporárias de arte contemporânea; ii) Aliança Underground Museum, em Sangalhos, combina o vinho com a arte e é o primeiro museu subterrâneo onde estagiam espumantes, vinhos e aguardentes com oito coleções; é possível igualmente, neste museu, fazer dois jogos vnicos: a Caça à Casta e o Nariz Distraído; iii) Museu da Pedra em Cantanhede; iv) Museu da Etnomúsica da Bairrada; v) Museu da Fundação Dionísio; vi) Museu da cidade de Aveiro; e vii) Museu militar do Bussaco. Nos vários aderentes da Rota da Bairrada, é possível fazer provas de vinhos espumante, tinto e branco, visitas a vinhas e adegas, solares e casas de interesse histórico com coleções de arte e mobiliário de referência (Rota da Bairrada, 2018).

São vários os eventos e iniciativas associadas à temática, de onde se destacam os “Sons na Bairrada”, que se realiza nas várias caves e adegas aderentes compreendendo vinho, gastronomia e música/dança; Gala de Elogio à Região - Bairrada no Sentido dos Sentidos, organizada pela Comissão Vitivinícola da Bairrada e a Associação Rota da Bairrada com o propósito de homenagear a região e as suas gentes; e feiras de promoção vínica e gastronómica, tais como Bairrada LX, Refresh Aveiro, ExpoBairrada, Expofacic, Vagos Sensation Gourmet, Festival do Bacalhau (Rota da Bairrada, 2018).

A Associação da Rota da Bairrada tem a responsabilidade de gerir e operacionalizar todo o projeto. A definição das estratégias de marketing e comunicação têm sido implementadas por parte da Associação. Destaca-se a iniciativa Unlimited Colors of Bairrada, financiada pelo FEDER no âmbito do Programa Operacional Regional do Centro 2007 – 2013 QREN, que incluiu a criação de um roteiro e mapa turístico e uma brochura com os programas turísticos da Bairrada, a colocação dos pórticos da Rota da Bairrada em forma de rolhas de espumante gigantes nos oito municípios, uma campanha de *outdoors* com o slogan Unlimited Colours of Bairrada, a

criação do *site* da associação e a apresentação de filmes promocionais com o objetivo de promover a região (Município da Mealhada, 2012). Através das *Wine, Tourism & Passion Stores* é feita a gestão do fluxo de visitantes, a recolha de opinião dos visitantes enoturistas e o controlo de toda a estratégia.

Rota de Vinho da Beira Interior

No dia 2 de novembro de 1999 foi instituída a “Denominação de Origem da Beira Interior”, que abarca as sub-regiões de Castelo Rodrigo, Cova da Beira e Pinhel. Está localizada no interior Centro de Portugal, com cerca de 16 000 hectares de vinha com uma enorme diversidade de castas: a Sírria, Cal, Malvasia e Arinto (vinho branco); a Rufete, Touriga Nacional, Touriga Franca e Tinta Roriz (vinho tinto). A paisagem da região da Beira Interior é marcada pelas Serras da Estrela, Gardunha, Malcata ou Marofa, pelos vales profundos e apertados de rios como o Côa ou o Zêzere, e pelos castelos e fortificações que tiveram um papel fundamental na defesa das terras nacionais, durante séculos alvo de diversas invasões, castelhanas e francesas (Comissão Vitivinícola da Beira Interior, 2018).

Os vinhos produzidos nesta região são influenciados pelas serras da Estrela, Marofa e Malcata, pelos solos, que são na sua maioria de origem granítica e de origem xistosa. O clima desta região é muito agreste, com invernos com temperaturas negativas e verões muito quentes e secos. Da combinação destes fatores são produzidos na região da Beira Interior vinhos de enorme qualidade e de grande exuberância aromática e com muita frescura (Rota dos Vinhos de Portugal, 2018).

A Rota dos Vinhos da Beira Interior, criada no ano de 1999, é gerida pela Comissão Vitivinícola da Beira Interior e integra diversos recursos, tais como, adegas cooperativas, casas de turismo em espaço rural, TER, quintas e caves, que se encontram distribuídos pelas antigas regiões da Cova da Beira, Castelo Rodrigo e Pinhel (Comissão Vitivinícola da Beira Interior, 2018). Neste momento esta Rota não está ainda a funcionar em rede, sendo apenas possível visitar quintas e adegas de forma isolada através de marcação direta (Receção, 2018).

Atualmente, a estratégia de desenvolvimento da Rota dos Vinhos da Beira Interior por parte da Comissão Vitivinícola da Beira Interior visa a cooperação com o Polo de Turismo da Serra da Estrela, de modo a criar sinergias entre o setor vitivinícola e o turismo. De facto, está atualmente em construção a rede que integrará os diferentes agentes económicos que permitirão dinamizar a Rota da Beira Interior, podendo também a integrar os rotei-

ros turísticos: i) das Aldeias históricas; ii) das Serras; iii) dos Rios; iv) e das Aldeias.

Conclusões, implicações e limitações

A cultura do vinho e da vinha é um elemento ancestral da história portuguesa. O enoturismo é, assim, um produto estratégico no contexto da economia. As conclusões deste estudo permitem-nos afirmar que as Rotas de Vinho se assumem como fator diferenciador da oferta turística no mercado nacional e especificamente na Região Centro de Portugal.

No Centro Portugal encontram-se três das mais antigas regiões vitivinícolas nacionais, cada uma com uma Rota de Vinhos. Nestas, os enoturistas podem visitar adegas tradicionais, vinhedos, museus do vinho, património arqueológico histórico, sítios classificados como Património Mundial da UNESCO; degustar produtos gastronómicos únicos; provar vinhos de enorme qualidade, originais e nobres; e aprender as tradições associadas ao processo de vinificação. Para os turistas que não estão interessados em vinhos, a variedade de recursos turísticos na região Centro oferece-lhes a possibilidade de poderem experimentar outros produtos turísticos, tais como: Turismo em Espaço Rural, Natureza, Saúde e Bem-estar, Turismo Histórico-Cultural, Sol e Praia e Turismo Religioso. Neste sentido, o enoturismo contribui naqueles destinos para o desenvolvimento económico local, potenciando a comercialização de produtos e o aumento da notoriedade nas várias empresas e organizações aderentes. Para além destes, os outros agentes económicos daquelas regiões beneficiam da atratividade que as Rotas trazem aos destinos e do efeito multiplicador que isso trará às suas vendas.

Para além das Rotas do Vinho funcionarem como um instrumento privilegiado para o desenvolvimento de novos produtos turísticos, para a diversificação da oferta, como elo de ligação entre visitantes e aderentes da rota, são uma ferramenta para a promoção para a Região Centro. De facto, os enoturistas podem através das Rotas ouvir as histórias e contactar com produtores e residentes e aprender as tradições e cultura mais enraizadas deste território.

As Rotas de Vinho do Dão e da Bairrada cumprem plenamente os fatores para a implementação, manutenção e utilização de rotas enoturísticas (Getz, 2000). De acordo com o contacto direto efetuado com os gestores das Rotas, ainda assim, existe uma preocupação para a melhoria das rotas através da integração de novos aderentes e atualização constante da oferta para atrair novos enoturistas e aumentar o nível de satisfação dos visitantes.

O enoturismo não se deve limitar às unidades vitivinícolas com capacidade para receber visitas. Pode desempenhar um papel importante no desenvolvimento regional, podendo ajudar a combater a desertificação e os constrangimentos de algumas zonas rurais. Pode atenuar os desequilíbrios socioeconómicos e melhorar a qualidade de vida das comunidades locais, apoiar a cultura tradicional e fomentar a recuperação de sítios históricos e a conversação do território.

À semelhança de qualquer trabalho científico, o presente estudo apresenta limitações que podem constituir-se como oportunidades para outras investigações. A grande limitação refere-se ao facto de ser um estudo qualitativo considerando apenas a oferta turística. Não obstante ter-se assumido como objetivo principal a análise das Rotas de Vinho da Região Centro e de se ter atingido o objetivo pretendido, o estudo tem ainda carácter exploratório na medida em que não é confirmado através da recolha de dados empíricos junto da procura, isto é dos enoturistas. Assim, sugere-se cruzar estes dados da oferta turística com a procura turística, analisando-se especificamente quais as motivações de procura das Rotas de Vinho pelos turistas, bem como as respetivas expectativas em relação à experiência.

Sugere-se ainda, para investigações futuras, a aplicação da metodologia utilizada a todas as Rotas de Vinho em Portugal de forma a permitir, por um lado, uma análise global, por outro, uma comparação entre as diferentes rotas.

Referências

- Abrantes, A. (2008). Mortágua. Em *Imagens que Vinhos Dão*.
- Andrade, A. (2013). Relatório de estágio na Rota da Bairrada (Doctoral dissertation).
- André, C. (2008). Vinhos do Dão, Elegante Maturidade. Em C. V. Regional.
- Atout France. (2015). *Rapport d'activité*. Paris: Atout France.
- Brás, J. (2010). As rotas do vinho como elemento de desenvolvimento económico. *Tese de mestrado*. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24(1), 423-435.
- Bruwer, J., & Alant, K. (2004). Wine Tourism behaviour in the context of a motivational framework for wine regions and tasting rooms. *Journal of wine Research*, 15(1), 27-37.
- Carlsen, P., & Charters, P. (2004). A review of global wine tourism research. *Journal of Wine Research*, 15(1), 5-13.
- Carmichael, B. (2005). Understanding the wine tourism experience for winery visitors in the Niagara Region. *Tourism Geographies*, 7(2), 185-204.
- Clemente-Ricolfe, J. S., Escribá-Pérez, C., Rodriguez-Barrio, J. E., & Buitrago-Vera, J. M. (2012). The potential wine tourist market: the case of Valencia (Spain). *Journal of Wine Research*, 23(2), 185-202.

- Comissão Regional Vitínicola do Dão. (setembro de 1995). Protocolo da Rota do Vinho do Dão.
- Comissão Vitínicola Regional do Dão. (1995). Regulamento Interno da Rota do Vinho do Dão.
- Comissão Vitínicola Regional do Dão. (SD). CVRD Regulamento do concurso “Os melhores Vinhos do Dão no Produtor”. *Dão Primores*.
- Comissão Vitivinícola da Beira Interior. (2018). *Rots Turística*. Obtido em 19 de abril de 2018, de Comissão Vitivinícola da Beira Interior: <http://www.cvrbi.pt/index.php/rota-turistica>
- Correia, L. (2005). *As rotas dos vinhos em Portugal – estudo de caso da rota do vinho da Bairrada*. Tese de mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Correia, L., Ascensão, M., & Charters, S. (2004). Wine Routes in Portugal: a case study of the Bairrada Wine Route. *Journal of Wine Research*, 15(1), 15-25.
- Costa, A., & Kastenholz, E. (2009). O Enoturismo como fator de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas. *1º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde* (pp. 1489-1508). Cidade da Praia: Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde.
- CVRD. (2018). *Vinhos do Dão*. Obtido em 19 de abril de 2018, de CVRDAO: <http://www.cvrdao.pt/>
- Fonseca, Â. (2004). As origens da Região Demarcada do Dão: política administrativa e ordenamento territorial do espaço beirão (1907-1912). *Dissertação de mestrado em História Ibero-Americana*. Porto: Universidade Portucalense Infante D. Henrique.
- Geibler, R. (2007). Wine interested consumers and their travel behaviour. *Diploma thesis*. Austria: University of Innsbruck.
- Getz, D. (1986). Models in Tourism Planning: Towards Integration of Theory and Practice. *Tourism Management*, 7(2), 21-32.
- Getz, D. (2000). *Expore Wine Tourism: Management, Development & Destinations*. Elmsford, USA: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146-158.
- Gonçalves, A., Completo, F., Moreira, F. R., J., G. N., & Aureliano, S. (2016). Plano estratégico de desenvolvimento e promoção turística para o enoturismo no Alentejo e Ribatejo. *Ribatejo: Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo/Panóplia Numérica*.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2000). Wine Tourism in the Mediterranean: A tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445-465.
- Hall, C., & Macionis, N. (1998). Wine tourism in Australia and New Zealand. In Jenkins. (J. W. Sons, Ed.) *Tourism and Recreation in Rurak Areas*.
- Hojman, D., & Hunter-Jones, P. (2012). Wine tourism: Chilean wine regions and routes. *Journal of Business Research*, 65(1), 13-21.
- Inácio, A. I., & Cavaco, C. (2010). Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local. *Revista Turista & Desenvolvimento*, 13/14(2), 761-769.
- Jurinčić, I., & Bojnec, Š. (2010). Wine tourism development: the case of the wine district in Slovenia. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 57(4), 435-448.
- López-Guzmán, T., Rodríguez-García, J., Sánchez-Cañizares, S., & Luján-García, M. J. (2011). The development of wine tourism in Spain. *International Journal of Wine Business Research*, 23(4), 374-386.
- Lourenço-Gomes, L., Pinto, L., & Rebelo, J. (2015). Wine and cultural heritage. The experience of the alto Douro Wine Region. *Wine Economics and Policy*, 4(2), 78-87.

- Macionis, N. (1997). Wine tourism in Australia: emergence, development and critical issues. Em *Masther Thesis*. University of Camberra.
- Mitchell, R., & Hall, C. (2006). Wine tourism research: the state of play. *Tourism Review Internacional*, 9(4), 303-333.
- Município da Mealhada. (2012). *Mealhada vai receber rolha de espumante gigante do projeto Rota da Bairrada*. Obtido em 19 de abril de 2018, de Município da Mealhada: <http://www.cm-mealhada.pt/noticias/1105/mealhada-vai-receber-rolha-de-espumante-gigante-do-projeto-rota-da-bairrada>
- Portaria nº 246/2014 de 25 de novembro. (2014). *Diário da Republica*.
- Ravenscroft, N., & Westering, V. J. (2001). Wine tourism culture and the. *Tourism and Hospitality Research*, 2, 149-162.
- Receção, R. d. (18 de abril de 2018). Entrevista sobre a Rota de Vinho da Beira Interior. (O. Paiva, Entrevistador)
- Receção, R. d. (19 de abril de 2018a). Entrevista sobre a Rota da Bairrada. (C. Seabra, Entrevistador)
- Receção, R. d. (10 de abril de 2018b). Entrevista sobre a Rota do Vinho do Dão. (C. Seabra, Entrevistador)
- Rota da Bairrada. (2018). *Experiências, O que fazer na Bairrada*. Obtido em 18 de abril de 2018, de Rota da Bairrada: <http://www.rotadabairrada.pt/experiencias/?categoria=1&tipo=45>
- Rota dos Vinhos da Bairrada, R. (19 de abril de 2018). Entrevista sobre a Rota da Bairrada. (C. Seabra, Entrevistador)
- Rota dos Vinhos de Portugal. (2018). *Rotas*. Obtido em 19 de abril de 2018, de Rota dos Vinhos de Portugal: <http://rotadosvinhosdeportugal.pt/rotas/beira-interior/>
- Rotas dos Vinhos de Portugal. (2018). *Bairrada*. Obtido em 2018 de abril de 2018, de Rotas dos Vinhos de Portugal: <http://rotadosvinhosdeportugal.pt/rotas/dao/>
- Scherrer, P., Alonso, A., & Sheridan, L. (2009). Expanding the destination image: wine tourism in the Canary islands. *Internacional Journal of Tourism Research*, 451-463.
- Simões, O. (2008). Enoturismo em Portugal: as Rotas de Vinho. *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Número Especial. Turismo Gastronómico y Enotuismo*, 6(2), 269-279.
- Souza, P., & Freitas, V. (2008). Encontrar os Homens. Pisar a Terra. Desvendar o Vinho. Em *Imagens que os Vinhos Dão*. Confraria do Enófilos do Dão.
- Thanh, T. V., & Kirova, V. (2018). Wine tourism experience: A netnography study. *Journal of Business Research*, 83, 30-37.
- Viajar. (7 de setembro de 2016). Enoturismo em Portugal recebeu 2,2 milhões de visitantes em 2016. *Viajar*, p. 2017.
- Westering, J. (1999). The first European wine tourism conference. *International Journal of Wine Marketing*, 11(1), 71-73.

