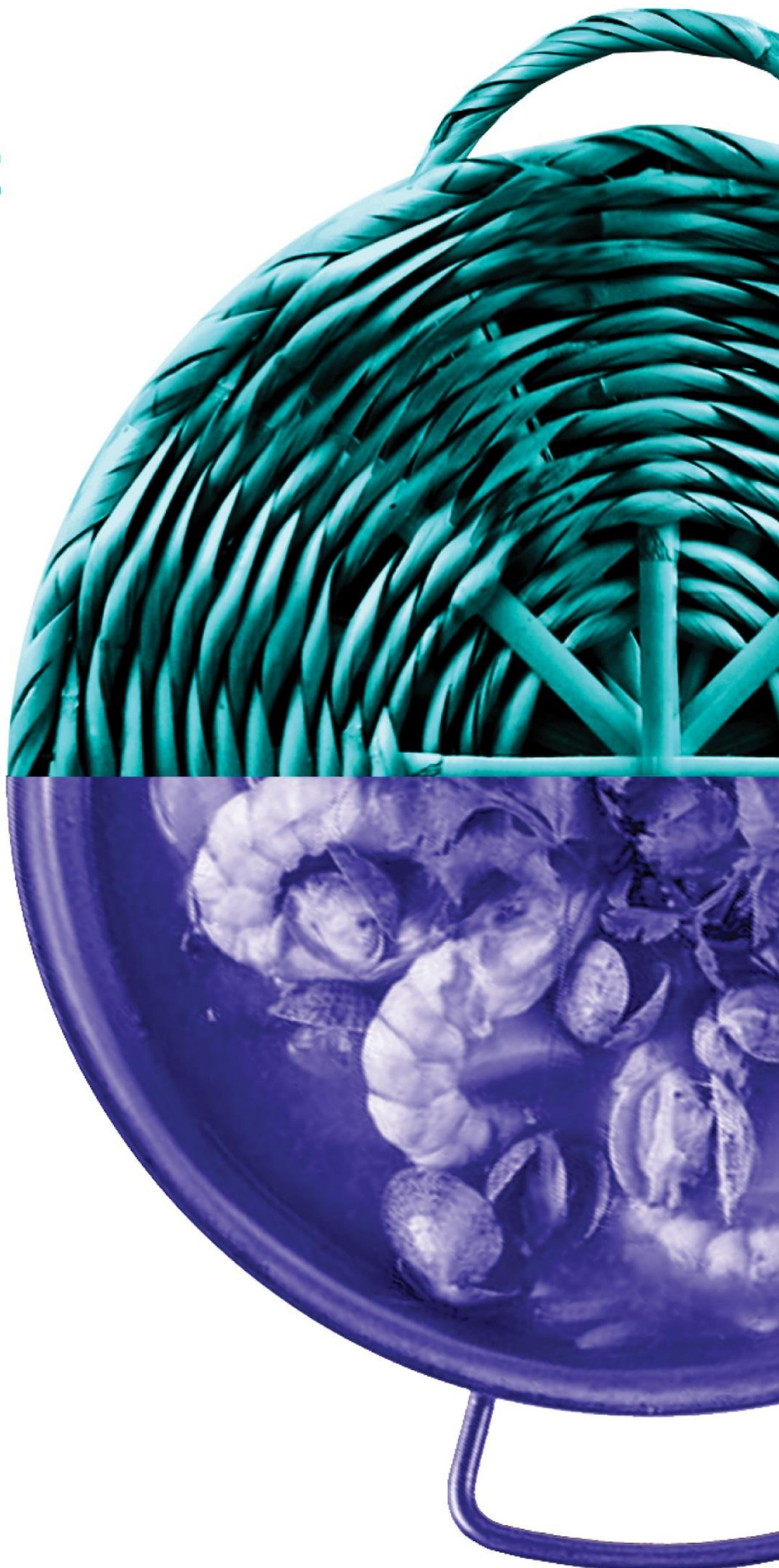




**CRIAR
EXPERIMENTAR
INTERNACIONALIZAR**



RELATÓRIO FINAL DE EXECUÇÃO

ALGARVE CRAFT & FOOD

CRESC ALGARVE2020 | Eixo Prioritário 2 – Sistema de Apoio a Ações Coletivas |
INTERNACIONALIZAÇÃO|

Operação ALG-02-0752-FEDER-041991

PROMOTORES:

- Região de Turismo do Algarve (Líder);
- Tertúlia Algarvia - Centro de Conhecimento em Cultura e Alimentação Tradicional do Algarve;
- QRER - Cooperativa para o Desenvolvimento dos Territórios de Baixa Densidade

PARCEIRO:

- Associação Turismo do Algarve

OBJETIVO CENTRAL:

O projeto **Algarve Craft & Food**, com o nº de operação 41991, teve por objetivo central estimular o desenvolvimento e a internacionalização das indústrias culturais e criativas baseadas no artesanato e produtos agroalimentares locais do Algarve.

CALENDÁRIO:

A candidatura foi aprovada em 30 de setembro 2019, tendo a sua formalização contratual sido efetuada através da assinatura do termo de aceitação no dia 20 de dezembro de 2019, por sua vez validado em 12 de fevereiro 2020. O seu prazo de execução, estabelecido inicialmente entre 1 julho 2019 e 30 junho 2021, foi prorrogado, na sequência de um primeiro pedido de reprogramação, para 30 junho de 2022, e novamente através de mais um pedido formulado pela Região de Turismo do Algarve, por motivo de força maior decorrente da situação epidemiológica do novo Coronavírus- Covid 19, para 30 de junho de 2023.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS / ATIVIDADES / **TAREFAS**

1- Divulgar o projeto para atrair artesãos, produtores agroalimentares locais e outros players / Ações de Apresentação e Disseminação do Projeto

Sessão de Lançamento Institucional

Em **27 de fevereiro 2020**, realizou-se, em Faro, na sede da Região de Turismo do Algarve, a **sessão de lançamento institucional do projeto** com a participação das entidades parceiras e a presença de entidades oficiais e comunicação social, num total de 32 participantes.



A sessão foi alvo de 20 notícias em diversos meios impressos, *online* e rádio, sendo exemplo a seguinte: <https://www.sulinformacao.pt/2020/02/algarve-craft-food-poe-turistas-a-fazer-as-panelas-para-depois-comer-nelas/>

Ações de Apresentação do Projeto Territorialmente Desconcentradas

Regista-se um total de cinco ações, abrangendo 124 participantes, entre artesãos, produtores agroalimentares e agentes turísticos locais, conforme segue:

Em **28 janeiro 2020**, realizou-se, em Loulé, uma apresentação do projeto aos membros da Rede InvestAlgarve, onde participaram 50 pessoas.

Projeto INOVA 2.0. Reunião da Rede INVESTALGARVE: 28 de janeiro, Loulé, Palácio Gama Lobo.

Caro membro da Rede INVESTALGARVE

No próximo dia 28 de janeiro, com o apoio do município de Loulé, realiza-se uma reunião da Rede INVESTALGARVE, conforme programa abaixo e para a qual convidamos o(s) técnico(s) desse município / entidade que têm acompanhado este processo da rede regional de parcerias de apoio ao desenvolvimento económico, a participar nesta iniciativa.

Os trabalhos terão lugar no Palácio Gama Lobo, Rua Nossa Senhora de Fátima, s/n, com o seguinte programa:

- 09:45 – Receção dos participantes
- 10:00 – Boas vindas
 - Vitor Aleixo, Presidente da Câmara Municipal de Loulé
 - Joaquim Brandão Pires, Primeiro Secretário da AMAL
- 10:15 – Algarve Tech Hub
 - Digital Innovation Hub (*Francesco Berrettini*, Associação Algarve STP)
- 10:30 – O Algarve e as Industrias Culturais e Criativas. Projetos em curso:
 - Magalhães_ICC, Centro Magalhães para o Empreendedorismo de Industrias Culturais e Criativas, (Sérgio Inácio, AMAL)
 - ALGARVE CRAFT & FOOD – Criar | Experimentar | Internacionalizar (João Amaro, Tertúlia Algarvia)
 - Internacionalizar + Algarve 2.0 | Agroalimentar, Mar, TIC e Industrias Culturais e Criativas (Marco Vieira, NERA)
 - Ibericc Global – Estratégias de Internacionalização das Industrias Culturais e Criativas em Territórios Fronteiriços de Portugal e Espanha (João Vargues, Câmara Municipal de Faro)

Em **2 dezembro 2020**, decorreu mais uma apresentação do projeto, em modalidade online, no âmbito do webinar, do projeto Sustowns ,“Sustentabilidade, da teoria à prática, nos destinos e nas empresas onde participaram 24 pessoas.

SuSTowns

ENHANCING **S**USTAINABLE TOURISM ATTRACTION IN SMALL FASCINATING MED **T**OWNS

“SUSTENTABILIDADE, DA TEORIA À PRÁTICA, NOS DESTINOS E NAS EMPRESAS”

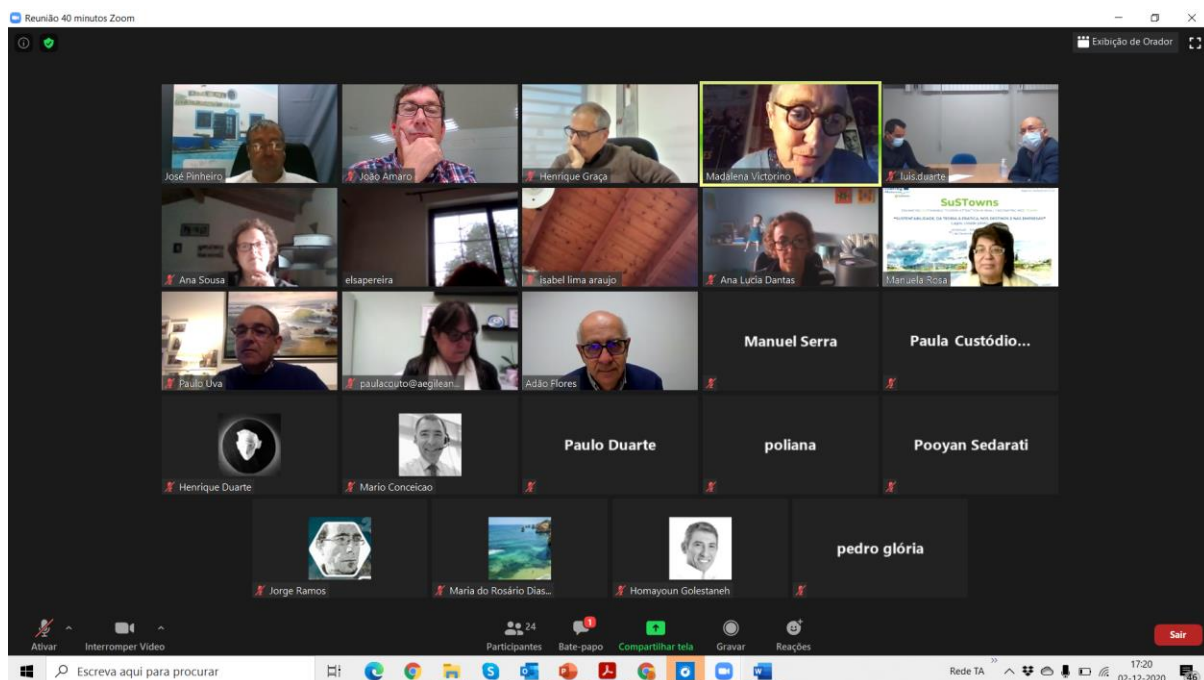
Lagos, cidade piloto

WEBINAR – PROGRAMA
2 de Dezembro de 2020



Programa do Webinar

Hora	Temas e Palestrantes
15:45–17:15h	Painel 4: Desenvolvimento de Produtos e Experiências Turísticas Sustentáveis Mesa redonda - Moderador: Manuela Rosa, ISE-UALG ▪ Modelos e ideias para novos produtos turísticos - Adão Flores, FE-UALG ▪ Turismo acessível em Lagos - Manuela Rosa, ISE-UALG ▪ O Centro Histórico de Lagos como atração - Frederico Paula, Gabinete de Estudos Estratégicos, CML ▪ O Design e a alavancagem de uma empresa turística - Paulo Bago d'Uva ▪ Projeto Algarve, Craft & Food - João Amaro, Tertúlia Algarvia, Faro ▪ Projeto Touro Azul - Madalena Victorino, Lavrar o Mar Debate e Q&A
17:15–17:30h	Plenário: Conclusões e Follow-up (CML & UALG)



Em **28 julho 2021**, decorreu, em Paderne (Albufeira) uma apresentação do projeto aos artesãos, produtores agroalimentares locais e agentes turísticos. Estiveram presentes na sessão 19 pessoas.



Em **08 setembro 2021**, decorreu nova sessão de apresentação do projeto em Silves, contando com a presença de 20 pessoas.



Foi replicada mais uma vez em Loulé, no **dia 09 setembro 2021**, tendo estado presente 11 pessoas.



Visitas de Validação de Interesses de Adesão

Realizaram-se 44 visitas nos concelhos de Loulé, Silves, Alcoutim, Castro Marim, Faro e Albufeira, a 65 pessoas (entre artesãos, chefes de cozinha e produtores agroalimentares), envolvendo uma apresentação mais personalizada do projeto e validação do interesse de cada um em participar, bem como avaliação das condições que dispõem para desempenhar as eventuais atividades turísticas, a identificação de eventuais condicionantes ou de aspetos a melhorar nos posteriores workshops de capacitação.



2- Aumentar competências de internacionalização do Artesanato, produtos agroalimentares locais e turismo cultural e criativo/ Programa de Capacitação para a Internacionalização de Artesãos e Produtores Agroalimentares Locais

Seminário sobre Internacionalização de Artesanato, Produtos Agroalimentares Locais e Turismo Criativo

No dia **27 de outubro 2021**, realizou-se o Seminário Internacional Algarve Craft & Food. Foi um evento híbrido que decorreu presencialmente em Faro (Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve) bem como online e com transmissão direta em *streaming* no canal FB da Região de Turismo do Algarve. Contou com intervenções de nove oradores nacionais e estrangeiros e permitiu dar a conhecer vários casos de boas práticas no âmbito da internacionalização das indústrias culturais e criativas. Participaram no seminário 72 pessoas.



Ação de Benchmarking Internacional

Atividade cancelada, de acordo com a reprogramação do projeto aprovada em março 2023, tendo o valor da mesma sido afeto ao reforço da campanha de comunicação internacional.

Ciclo de Workshops Técnicos para Artesãos, Designers, Produtores Agroalimentares Locais e Chefs de Cozinha

Realizaram-se 10 workshops técnicos, 5 promovidos pela Tertúlia Algarvia e 5 promovidos pela QRER.

A Tertúlia Algarvia organizou 4 workshops em Faro e 1 em Alcoutim, tendo registado 33 participantes entre Produtores Agroalimentares Locais, Chefs de Cozinha e clientes-alvo dos Estados Unidos da América, Canadá e Reino Unido.



A QREER organizou um total de 5 workshops, 3 no concelho de Albufeira e 2 no concelho de Silves.

O primeiro workshop decorreu no Cerro do Ouro, em Paderne, local que se dedica à realização de atividades com a comunidade à volta das tradições locais. Participaram as animadoras e utentes deste espaço, pois consideraram que esta troca de conhecimentos e experiências seria também vantajosa para o seu trabalho com a comunidade local.

O segundo workshop realizou-se em São Bartolomeu de Messines com o mesmo objetivo do primeiro, mas envolvendo outros participantes.

Os três workshops técnicos seguintes pretendiam proporcionar um efeito demonstrativo em ambiente de laboratório e partilha de experiências entre artesãos para a programação de atividades de turismo criativo, incidindo nos temas da pedra de grés, esparto e empreita de palma.

Os artesãos foram convidados a experimentar as diferentes técnicas artesanais e a trocar ideias e conhecimentos sobre formas de programação e dinamização de atividades com recurso às suas respetivas técnicas.



3- Criar novos produtos de artesanato e desenvolver programas de turismo cultural e criativo baseados nos produtos agroalimentares locais / Conceção de Novos Produtos de Artesanato e de Programas de Turismo Cultural e Criativo

Levantamento e Mapeamento de Temas e Recursos

Esta ação consistiu na realização de um levantamento e mapeamento de temas e recursos para apoiar o desenvolvimento de novos produtos de artesanato e de programas de turismo cultural e criativo.

Foi efetuado um levantamento a todos os concelhos do Algarve onde foram apurados 74 artesãos, 68 produtores alimentares e 17 recursos com potencial para fazerem parte do projeto “Algarve Craft & Food”. Para os agentes de animação turística foram apurados 27 elementos e 68 unidades de alojamento que aparentam ter potencial para estabelecer parceria com o programa.

Para a definição dos temas foi usada a inspiração nas características naturais da região, em produtos com profundidade histórica e cultural na economia da região, mas que com as transformações da sociedade têm decrescido em significância. Contudo, verifica-se neles um potencial turístico a ser desenvolvido com elevado potencial no campo do turismo criativo.

Desta ação, que decorreu entre outubro de 2020 a abril de 2021, surgiram dois entregáveis:

- Listagem de contactos de artesãos e produtores alimentares;
- Relatório levantamento e mapeamento de temas e recursos.

Residência Criativa com Artesãos, Designers e Chefes de Cozinha - Desenvolvimento de protótipos de novas peças de artesanato para alimentação tradicional algarvia

A residência decorreu no período entre 27 de abril e 10 de maio de 2022 e teve o objetivo de colocar em diálogo e em processo colaborativo de cocriação designers, artesãos e chefs de cozinha, de modo a se idealizar e conceber produtos para restauração e uso doméstico, relacionando os saberes artesanais e a gastronomia algarvia.

O plano de trabalhos incluiu: sessões coletivas para reflexão e seleção de projetos; sessões de conhecimento sobre artesanato, design e gastronomia; conversas gastronômicas para debater a cultura local; e sessões de experimentação, envolvendo reuniões e colaborações entre designers e artesãos para criar modelos e protótipos.

A residência foi constituída pelo seguinte grupo de participantes: 1 designer de produto/curador da residência; 1 designer de produto; 2 designers makers na dupla qualidade de artesãos ceramistas e designers; 3 artesãos; 3 chefs de cozinha.

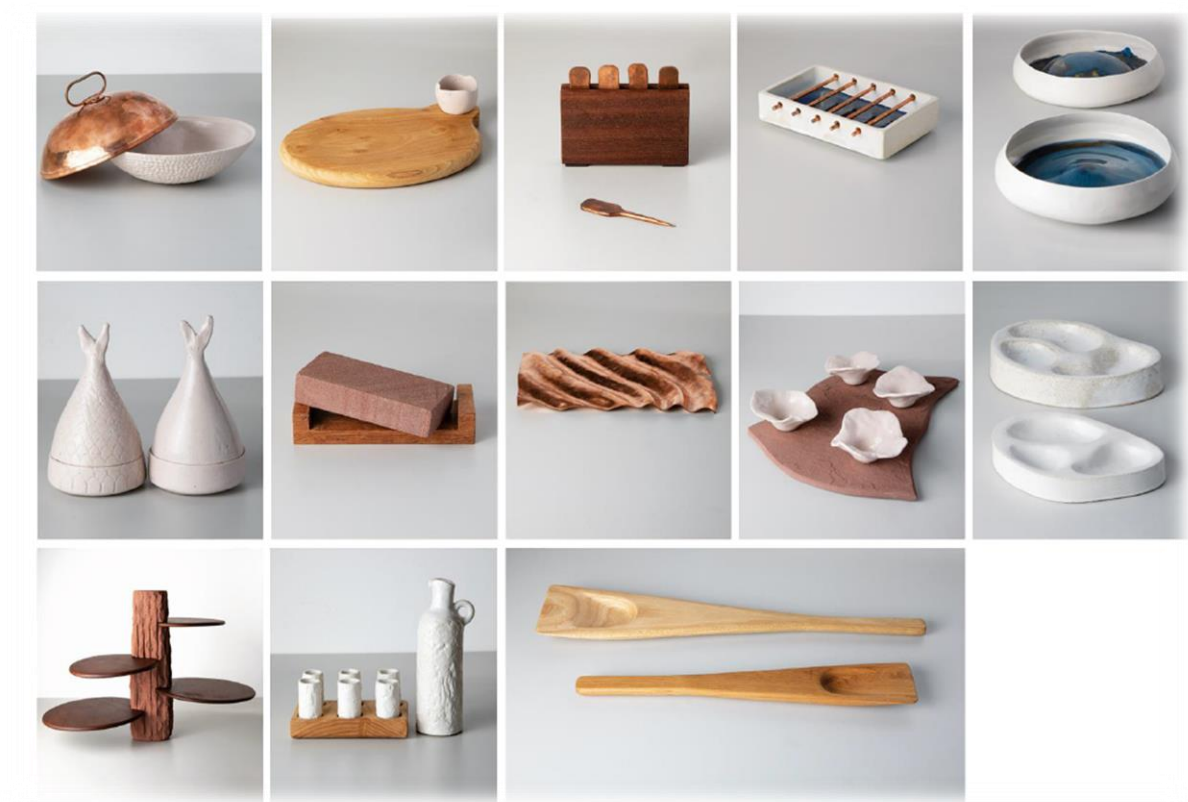




Desenvolvimento de 5 Novos Produtos de Artesanato

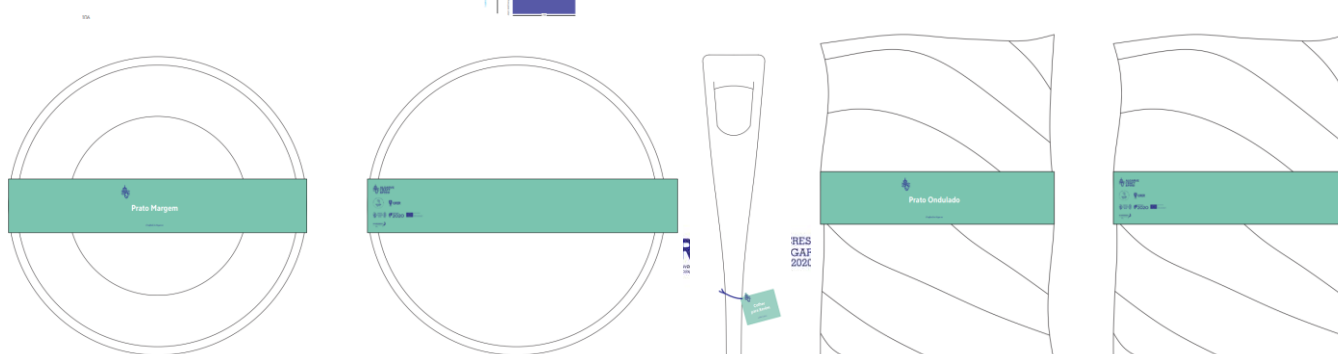
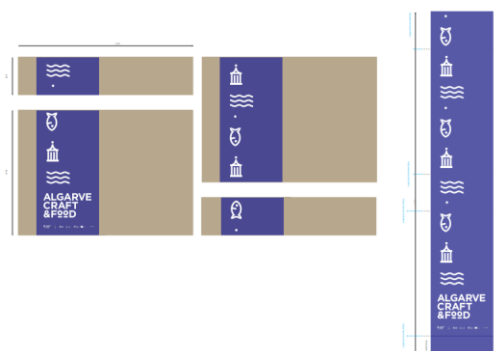
Tendo-se superado largamente o objetivo traçado, resultaram da residência criativa 13 novos produtos de artesanato, passíveis de serem executados e comercializados, tendo em conta aspetos como: o aperfeiçoamento técnico dos produtos; o potencial de interesse do mercado; o fator de inovação e diferenciação das peças; o interesse e disponibilidade dos criadores para dar seguimento ao processo de produção.

Estas 13 peças de artesanato encontram-se descritas e caracterizadas no respetivo catálogo comercial.



Estudo do design das embalagens para as peças de artesanato

Como forma de facilitar o processo de comercialização das peças de artesanato produzidas no âmbito das residências criativas, procedeu-se à elaboração de um estudo técnico das condições de embalamento e rotulagem para estes produtos – que possuem particularidades muito específicas e um elevado grau de fragilidade.



Laboratórios Criativos de Gastronomia Tradicional Algarvia

Os objetivos da realização dos Laboratórios Criativos de Gastronomia Tradicional Algarvia envolvendo profissionais de cozinha, quadros e gestores de estabelecimentos de hotelaria, operadores e agentes turísticos nacionais e estrangeiros, docentes e alunos da Universidade do Algarve, foram os seguintes:

- Fomentar o desenvolvimento de novos pratos/melhoria de pratos existentes;
- Promover a inovação gastronómica e a capacitação do público-alvo no âmbito da Alimentação Tradicional Algarvia;
- Sensibilizar para a importância da incorporação dos princípios da Dieta Mediterrânica na oferta gastronómica dos estabelecimentos da região;
- Motivar operadores e agentes turísticos a incluírem na sua oferta a gastronomia tradicional algarvia.

Neste contexto foram realizados, entre 16 de maio de 2022 e 24 de maio de 2023, 8 Laboratórios Criativos de Gastronomia com um total de 75 participantes.





Estabelecimento de Parcerias entre Artesãos e Produtores Agroalimentares Locais e Agentes Turísticos

Nesta atividade foram estabelecidas, através da realização de reuniões, encontros, e contatos telefónicos e por correio eletrónico, 11 Parcerias Comerciais entre Artesãos e Produtores Agroalimentares Locais e Operadores Turísticos para a organização, promoção e comercialização integrada de atividades de Turismo Criativo, permitindo 27 combinações distintas de experiências de Gastronomia e Artesanato, as quais se encontram protocoladas e identificadas no Capítulo SUGESTÕES DE COMBINAÇÃO DE ATIVIDADE nas páginas 46 e 47 do CATÁLOGO DE TURISMO CRIATIVO desenvolvido.

<https://www.visitalgarve.pt/pt/17528/algarve-craft--food.aspx>

Desenvolvimento de 10 Novos Programas de Turismo Cultural e Criativo

No âmbito do projeto Algarve Craft & Food, foram desenvolvidos **20 novos programas** de turismo cultural e criativo, 10 centrados no artesanato e 10 com foco na gastronomia, podendo os mesmos ser experienciados por si só ou de forma combinada.

No contexto das experiências centradas no artesanato, foram desenhadas 10 atividades originais, que se consideram adequadas à modalidade de turismo criativo e que se relacionam com a temática da gastronomia, ao nível dos objetos produzidos ou dos motivos decorativos.

Em termos de técnicas e materiais, as novidades apresentadas neste projeto, e que não existiam na região neste contexto, são as atividades com grés, com a elaboração de amolador de facas, e com o esparto, através da técnica de coser a trena para formar uma base para copos. Na cerâmica, apesar desta ser uma técnica que se presta à realização de workshops, embora com pouca oferta no mercado do Algarve, procurou-se criar motivos alusivos à gastronomia e, concretamente, aos temas definidos para o Algarve Craft & Food, tais como os frutos do mar e os frutos da região e também, sempre que oportuno, funcionalidades de servir, como pequenas taças e tigelas.

No que se refere às experiências de gastronomia foram criadas 10 experiências em torno de produtos e receitas emblemáticas da região tais como o pão da serra, o figo, a laranja, o porco preto, o vinho, o vinagre, o doce fino, a cataplana, o xarém e a tiborna.



Realização de Testes e Ensaios

Esta ação envolveu: a apresentação dos programas de experiências turísticas a agências turísticas para recolha de feedback especializado e levantamento de melhorias técnicas a implementar; a articulação entres os diversos *players*; e a realização de testes in loco e em contexto de trabalho com vista à otimização dos programas.

Em simultâneo foram realizadas as fotografias para o Catálogo de Turismo Criativo. Das ações de teste realizadas resultou a validação dos 20 Programas de Turismo Criativo – Artesanato & Gastronomia – propostos pelos operadores.



Prémio ALGARVE CRAFT & FOOD

Com o objetivo de incentivar e distinguir os melhores produtos e programas turísticos a eles associados, criados no âmbito do projeto, foram promovidos os prémios Algarve Craft & Food. A iniciativa decorreu ao longo de 2021 e 2022, com candidaturas até 20/10/2022, em três categorias (I-melhor trabalho resultante de residência criativa; II-melhor programa de turismo cultural e criativo; III-melhor reportagem sobre a temática no Algarve).



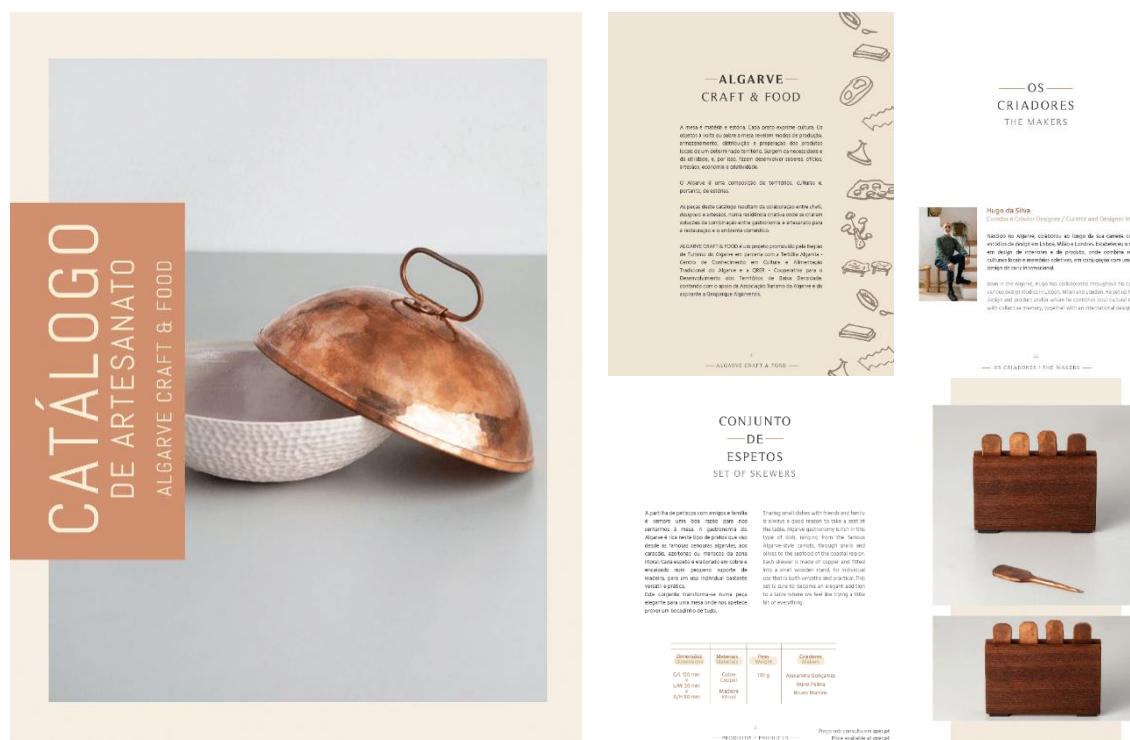
Um júri composto por sete elementos em representação da RTA/ATA, Tertúlia algarvia, QNER, Direção Regional de Cultura, Direção Regional de Agricultura do Algarve, Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve e setor da comunicação social, avaliou os 18 trabalhos candidatos em novembro 2022, tendo os prémios, de 5000,00€ cada, sido atribuídos à peça de artesanato “Mini-cataplana”, da autoria de Nuno da Palma, André Sancho e Alexandra Gonçalves; ao programa de experiências “A doçaria popular algarvia e a criatividade” de Alexandra dos Santos e à reportagem publicada no jornal El Mundo, “Viaje al alma dela Algarve”, da jornalista espanhola Isabel García.

[illegible][illegible]

4- Produzir conteúdos sobre o artesanato algarvio, os produtos agroalimentares locais e programas de turismo cultural e criativo / Conceber conteúdos físicos e digitais de suporte à Promoção Internacional do Artesanato e Produtos Agroalimentares Locais do Algarve

Conceção de um Catálogo Digital e Físico de Artesãos e Peças de Artesanato

Documento bilingue (português e inglês) que reúne um breve enquadramento do projeto “Algarve Craft & Food”, as fichas técnicas dos 13 produtos de artesanato desenvolvidos, biografia dos artesãos e chefs que participaram na residência criativa.

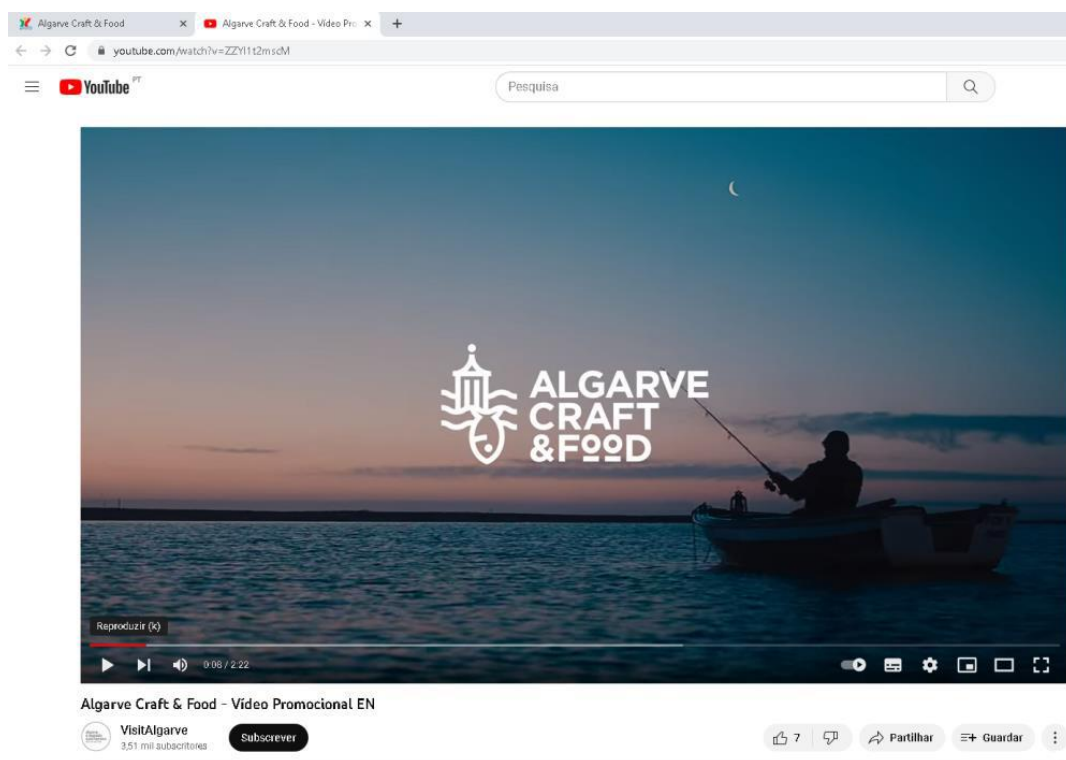


Conceção de Vídeos Promocionais

Visando a promoção do Algarve enquanto destino de turismo cultural e criativo foi produzido o vídeo promocional “Algarve Craft & Food”, disponível nos canais de comunicação da RTA, em português, inglês e espanhol (portal VisitAlgarve e Youtube)

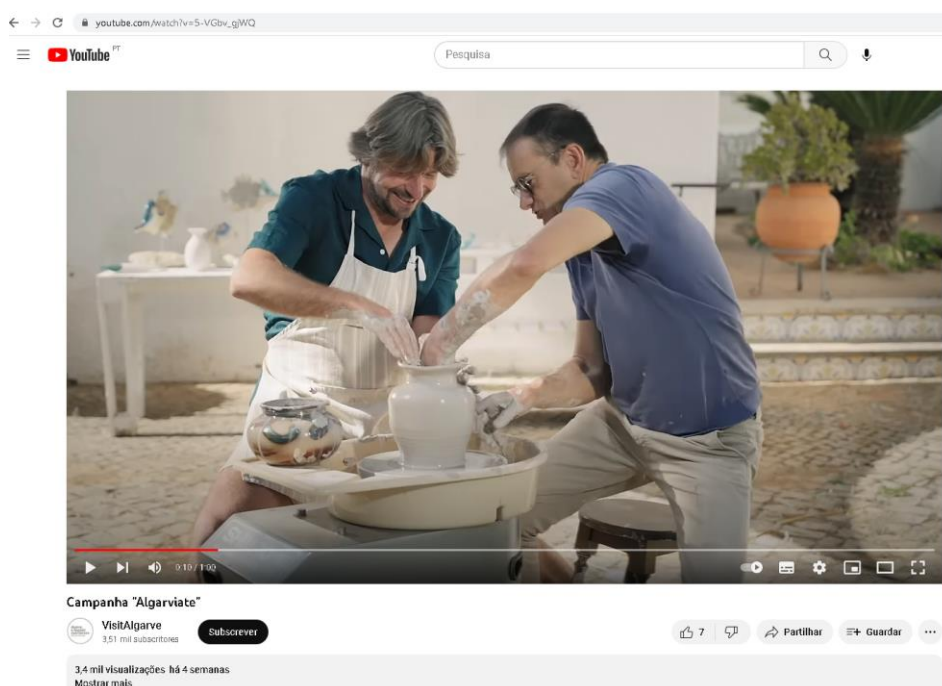
<https://www.visitalgarve.pt/pt/15306/algarve-craft--food.aspx>

<https://www.youtube.com/@TurismoDoAlgarve/videos>



No âmbito da campanha de comunicação internacional levada a efeito em Espanha, também foi produzido um vídeo de suporte, com o tema “Algarviate – Mézclate com la cultura del Algarve”

https://youtu.be/5-VGbv_gjWQ



Conceção de Catálogo Digital de Divulgação de Programas de Turismo Cultural e Criativo baseados no Artesanato e Produtos Agroalimentares Locais

Os 20 programas de turismo criativo estão acessíveis através de um catálogo próprio, disponível online em três idiomas: português, inglês e espanhol. O catálogo encontra-se repartido entre as 10 experiências de artesanato e as 10 experiências gastronómicas, iniciando com uma breve introdução sobre os “Saberes e Sabores do Algarve” e posteriormente as informações em detalhe para cada experiência. Adicionalmente, são indicadas “Sugestões de Combinação de Atividade”, de forma a possibilitar sinergias entre as diversas atividades e potenciar parcerias entre operadores.

O catálogo encontra-se disponível em: <https://www.visitalgarve.pt/pt/17528/algarve-craft--food.aspx>



Story Telling e Produção Conteúdos Gastronomia Regional

Tendo presente que os consumidores demonstram cada vez mais interesse em compreender de onde vem e como é confeccionado o que estão a degustar, foram criados conteúdos de storytelling para integrar nas ações de comunicação / promoção dos programas de Turismo Criativo Algarve Craft & Food.

Este trabalho contemplou a criação de 40 conteúdos distintos, em português e inglês, tais como pratos representativos como a Cataplana e a Raia Alhada, produtos como a Amêndoa e o Figo, utensílios como a Murjona, atividades como a Pesca do Atum e a Indústria Conserveira, locais como a Ria Formosa, materiais como a Empreita, e festividades como o 1º de Maio



FIGO



Em breve poderemos saborear os primeiros figos frescos deste ano!

A primeira época de produção e colheita deste fruto inicia-se no princípio de Junho (figos lampos), sendo a segunda época de Julho a Novembro (figos vindimos).

Tanto apreciado fresco ou já seco, o figo é integrante de variadas iguarias tradicionais algarvias, sobretudo na doçaria, em doces e compotas mas também em licores e aguardentes, não esquecendo o queijo de figo, as estrelas de figo e amêndoa e os figos cheios, tem também vindo a ser utilizado em pratos salgados e em combinações improváveis mas deliciosas.





POLVO




Polvo do Algarve, considerado por muito o melhor do mundo...

Não é por acaso que temos a Capital do Polvo, título atribuído à vila de Santa Luzia, em Tavira.

A sua apanha por estas bandas conta com um século de história. Por volta de 1927, com a abertura da "Barra artificial de Tavira", os pescadores da ria lançaram então os alcatruzes de barro em mar alto. O sucesso foi tal que esta actividade tornou-se no principal modo de vida das gentes da pequena vila. Desde então toneladas de polvo são apreciadas de diversas formas...no famoso arroz de polvo, no forno, à lagareiro, estufado em vinho, panado ou até seco...



LARANJA DO ALGARVE




As Laranjas do Algarve caracterizam-se pela sua casca fina de cor intensa e brilhante, e pelo seu elevado teor de sumo, o qual é particularmente doce. As características climáticas regionais proporcionam dois picos de produção em Dezembro / Janeiro e em Junho / Julho.

A laranja é um dos mais famosos símbolos gastronómicos do Algarve e é saboreada de variadas formas: nos tradicionais licores, em doçaria regional, como compotas, doces e sobremesas, em sumo e em várias confeções culinárias. O cultivo das laranjas, característico do sul da Península Ibérica e de toda a região mediterrânica, pensa-se que terá sido introduzido nestas regiões a partir do século XV, impulsionado pelas viagens e rotas marítimas que faziam chegar a esta região, citrinos do Oriente, de países como China e Japão.



DOM RODRIGO




Tradition has it that this famous Algarve delicacy, of conventual origin, was born in Lagos, by the hands of the nuns Senhora do Carmo, in honor of the nobleman D. Rodrigo de Menezes, Governor of the Square.

Conceção de Brochura Genérica ALGARVE CRAFT & FOOD (PT, EN, FR, ES)

Como suporte às diversas ações de promoção do Algarve enquanto destino de turismo cultural e criativo foi produzida a brochura genérica "Algarve Criativo", disponível em português, inglês, espanhol e francês, em versão impressa e digital.

https://www.visitalgarve.pt/upload_files/client_id_1/website_id_1/Downloads/Guias/brochura_WEB_PT.pdf



5- Promover internacionalmente o Artesanato, os produtos agroalimentares locais e programas de turismo cultural e criativo / Preparação para a Internacionalização e Ações de Promoção Internacional

Consultoria Especializada em Mercados e Canais de Distribuição

Não foi possível executar esta despesa, por não ter sido possível encontrar um prestador de serviços disponível, em tempo útil e face ao preço base proposto para a ação.

Ação de Charme em Espanha (Madrid)

A ação de charme do Projeto "**Algarve Craft & Food**" decorreu na Embaixada de Portugal em Madrid, no dia 21 de setembro 2022, tendo contado com a presença de cerca de 100 convidados, entre operadores turísticos e agentes de viagens espanhóis, jornalistas e *influencers* das áreas da gastronomia, turismo, artesanato e cultura.



O evento mostrou um destino turístico rico em experiências culturais e criativas baseadas no artesanato e nos produtos agroalimentares locais.

A gastronomia algarvia foi apresentada através de um *showcooking* e de degustações, numa experiência baseada nas receitas tradicionais da região.



O artesanato também marcou presença, através de uma exposição de artigos tradicionais e demonstrações ao vivo, permitindo aos convidados um contacto mais próximo com as artes e os artesãos da região.

Ação Comercial e Sales Blitz na Europa e Estados Unidos

O projeto previa inicialmente uma componente de venda “porta a porta” (“Sales Blitz”) - cuja eficácia hoje reconhecemos não ser a mais adequada, ao impossibilitar um contacto direto entre os agentes a abordar e os produtos a comercializar. É esse contacto direto que permite uma real perceção por parte dos compradores do interesse das atividades preparadas e aos produtos desenvolvidos. Nesse sentido, concordou-se ser mais eficaz e pertinente a realização de um evento de cariz internacional no Algarve, onde o público-alvo daquelas ações de venda se possa dirigir e conhecer in loco e experimentar os produtos turísticos e de artesanato desenvolvidos.

Assim, no quadro da reprogramação aprovada em março 2023, esta tarefa foi substituída pelo “Festival Internacional de Turismo Criativo do Algarve”

Festival Internacional de Turismo Criativo do Algarve

A iniciativa “Handsome- Festival Internacional de Turismo Criativo do Algarve/ International Creative Tourism Festival” (<https://www.handsome.pt>) decorreu entre 21 e 24 de junho 2023, em várias localidades da região, para dar a conhecer e promover o valiosíssimo património histórico e cultural da região, nomeadamente o artesanato, a gastronomia e os seus produtos agroalimentares locais, através de atividades turísticas “mãos na massa”, que se estiveram disponíveis para os visitantes, nacionais e estrangeiros.

O evento, aberto a toda a comunidade, contemplou workshops de artesanato, experiências de gastronomia, conversas criativas, exposições e encontros B2B. Integrou ainda um programa de atividades específico para *players* de promoção e atração turística de mercados externos para o Algarve nomeadamente operadores e agências, DMC`S, empresas de animação turística, jornalistas, bloggers, youtubers e outros opinion leaders.

Destacam-se como principais pontos do festival:

- 13 Workshops/Experiências de Turismo Criativo;
- 3 Conversas Criativas;
- Exposição dos produtos da residência criativa;
- 6 Oficinas Abertas;
- 1 Sessão de Abertura do festival, com a realização do Workshop de Roda de Entrelaçados;
- 1 Evento de Encerramento do projeto, com atribuição dos prémios AC&F;

- 194 participantes em Workshops, 68 estrangeiros e 126 nacionais;
- 5 Operadores Turísticos estrangeiros, representantes de entidades internacionais;
- 4 jornalistas internacionais, a acompanhar o evento e atividades;
- 17 notícias e artigos sobre o festival, 5 em meios internacionais.
- 1 vídeo (<https://www.handsome.pt/>)

Considera-se que o impacto para a região se revelou bastante superior àquele que teriam as ações de Sales Blitz previstas em sede de candidatura, nomeadamente no que se refere a visibilidade e conhecimento do território, mas também à promoção de oportunidades de negócio – comercialização das atividades – para os diversos agentes locais.

Por fim, salientamos que o evento contou com a participação de agentes turísticos a operar no mercado internacional, que participaram em várias dinâmicas do festival. Esses operadores tiveram oportunidade de contactar com os operadores locais e conhecer *in loco* a sua oferta de produtos turísticos e experiências, bem como avaliar empiricamente os diferentes elementos que definem as condições de realização das experiências e sobretudo o potencial da sua comercialização internacional.





Abertura oficial do evento
Abertura oficial do evento
21/06/2022



Workshop - Roda de Entrelaçados
21/06/2022



Conversa Crustica - "Território, Cultura e Turismo de Experiência"
21/06/2022



Uma experiência de madeira - Tige
22/06/2022



Workshop Cerâmica - Tazem tema de
22/06/2022



Estilo de mesa em madeira da Riba
22/06/2022



Exposição de artesanato Algarve Craft & Food
23/06/2022



A forasteira e a história sobre globalização e o
23/06/2022



"Um dia no Zentius" - Aulas práticas de
23/06/2022



Café e pão com leite - O caminho da
22/06/2022



Workshop de Sopa - Trabalho sobre a
22/06/2022



Workshop de sopa - Trabalho sobre a
22/06/2022



Conversa Crustica - "Território e
22/06/2022



Workshop de Sopa - Trabalho sobre a
22/06/2022



Workshop de Sopa - Trabalho sobre a
22/06/2022

BTL 2022

O projeto Algarve Craft & Food foi promovido no âmbito da Bolsa de Turismo de Lisboa, em março de 2022. Para o efeito, o programa do stand do Algarve na BTL inclui 5 sessões de divulgação do projeto e da oferta turística a ele associada, com 5 demonstrações gastronómicas e 5 demonstrações de artesanato ao vivo. Contabilizou-se uma média de 100 visitantes do certame a assistir a cada sessão.



Fam Trips

Realizaram-se 4 visitas de familiarização organizadas quer pela Região de Turismo do Algarve, quer pela Tertúlia Algarvia, abrangendo 37 agentes de viagens de Espanha, Estados Unidos, Canadá e Reino Unido que tomaram contacto com o destino turístico, o projeto Algarve Craft & Food e a oferta de experiência associadas ao mesmo.

- 25 de outubro de 2022: 7 Agentes e operadores turísticos do Canadá;
- 15 de fevereiro de 2023: 20 Agentes e operadores turísticos dos Estados Unidos e Canadá;
- 25 a 28 maio 2023: 6 agentes de viagens de Espanha (Madrid, Barcelona e Salamanca);
- 21 a 24 de junho de 2023: 4 Agentes e operadores turísticos dos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido;





Press Trips

A Região de Turismo do Algarve realizou três *press trips* envolvendo quatro meios de comunicação espanhóis, resultando nas quatro consequentes reportagens sobre o Algarve, o projeto Algarve Craft & Food e a oferta de turismo criativo baseada no artesanato e produtos agroalimentares a ele associado:

- Revista Telva (março/abril 2022)
- Jornal El Mundo (maio/junho 2022)
- Jornal ABC e Revista Turismo Rural (março 2023)



DESCOBRINDO O LADO TRADICIONAL E LOCAL DO TURISMO EM ALGARVE
E A FORMA DE VIVER O TURISMO EM ALGARVE

para de férias, segue a tradição e a vida de uma aldeia, com a sua história e cultura.

ALGARVE DE MODO DE VIVER
 O tempo de férias em Algarve é diferente, mais lento, mais tranquilo, mais descontraído. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira.

LA VIDA DE VIVER O ALGARVE
 O tempo de férias em Algarve é diferente, mais lento, mais tranquilo, mais descontraído. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira.

CONHECER O LADO TRADICIONAL E LOCAL DO TURISMO EM ALGARVE
 O tempo de férias em Algarve é diferente, mais lento, mais tranquilo, mais descontraído. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira. É o tempo de se conhecer o Algarve de uma forma diferente, mais profunda, mais verdadeira.



A Tertúlia Algarvia realizou também 3 press trips com 7 Jornalistas e Influencers de Portugal (durante o período de restrições de viagens associadas à pandemia COVID-19), com 1 Jornalista da Irlanda e com 2 Influencers da Noruega e Rússia.





Para além das reportagens decorrentes das visitas de imprensa organizadas, registam-se outros artigos/notícias internacionais, em resultado das demais ações de divulgação e promoção do projeto realizadas, num total identificado de 31 notícias/reportagens (27 no mercado espanhol e 4 noutros mercados).

1. Telva – 23/04/2022 – “Creatividad y mindfulness, la otra cara del turismo en el Algarve que deberías conocer”, Laura Rodríguez

<https://www.telva.com/estilo-vida/viajes/2022/04/23/625f301002136ea8948b457d.html>

2. El Mundo – 13/09/2022 - “48 horas en Faro: todo lo que no te puedes perder de la (aún desconocida) capital del Algarve”, Isabel García.

<https://www.elmundo.es/viajes/europa/2022/09/08/62d17f5afc6c83eb7e8b457c.html>

3. Losviajeros.com – 24/09/2022 – “Algarve Craft & Food, vivir y degustar el Algarve sin prisa”

<https://www.losviajeros.com/index.php?name=News&file=article&sid=2304>

4. Onda Cero - 25/09/2022 - "Gente viajera", Lorena Pérez Mansilla (reportagem ao minuto 24'27")

https://www.ondacero.es/programas/gente-viajera/programas-completos/gente-viajera-25092022_202209256330515eed945b0001d2beab.html

5. Inoutviajes - 27/09/2022 - "Vivir el Algarve desde dentro com Algarve Craft & Food"

<https://www.inoutviajes.com/noticia/21146/turismo-internacional/vivir-el-algarve-desde-dentro-con-algarve-craf-&-food.html>

6. Rutaenfamilia.com - 29/09/2022 - "Algarve Craft & Food -saberes y tradiciones del Portugal autentico"

<https://www.rutaenfamilia.com/algarve-craft-food-saberes-y-tradiciones-del-portugal-autentico/>

7. Elcorreodeespana.com - 29/09/2022 - "Algarve, donde empieza el encanto"

<https://ntvespana.com/30/09/2022/algarve-donde-empieza-el-encanto-por-cesar-serna/>

8. Vinosycaminos.com 05/10/2022 - "Algarve Craf & Food o cómo vivir un destino desde dentro"

<https://www.vinosycaminos.com/texto-diario/mostrar/3914844/algarve-craf-food-como-vivir-destino-desde-dentro>

9. Cadena Cope - 09/10/2022 - Tira Milles - " Algarve, un destino para vivirlo lentamente"

https://www.cope.es/emisoras/catalunya/cope-catalunya/tira-milles/noticias/algarve-destino-para-vivirlo-lentamente-20221009_2333327

10. RTVE - 09/10/2022 - "Laboratorio Gastronómico", José Javier de la Fuente Cortinas

<https://www.rtve.es/play/audios/laboratorio-gastronomico/laboratorio-gastronomico-algarve-craft-food-09-10-22/6707884/>

11. El Mundo - 11/10/2022 - "Viaje al alma del Algarve", Isabel García

<https://www.elmundo.es/viajes/europa/2022/10/11/63341567e4d4d8a9358b45c0.html>

12. RTVE -14/10/2022 - "Un laboratório en mi cocina", José Javier de la Fuente Cortinas

<https://www.rtve.es/play/audios/un-laboratorio-en-mi-cocina/laboratorio-cocina-poco-cocina-portuguesa/6713336/>

13. Maskviajes.com - 21/10/2022 - "Algarve Craf & Food o cómo vivir un destino desde dentro"

https://maskviajes.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3217:2022-10-20-16-10-54&catid=37:gastronomia&Itemid=134

- 14.** Gastrostyle.com – 23/10/2022 – “Algarve Craf & Food o cómo vivir un destino desde dentro”

<https://gastrostyle.com/algarve-craf-food-o-como-vivir-un-destino-desde-dentro/>

- 15.** Losviajeros.com – 17/01/2023 – “Algarve 2023: Rutas literarias y turismo creativo en modo slow ”

<https://www.losviajeros.com/noticias.php?n=2372&q=Algarve-2023-Rutas-literarias-turismo-creativo-modo-slow>

- 16.** Inoutviajes.com – 19/01/2022 – “Algarve presenta en FITUR su esencia a través de las letras y el valor de sus tradiciones”

<https://www.inoutviajes.com/noticia/22099/turismo-internacional/algarve-presenta-en-fitur-su-esencia-a-traves-de-las-letras-y-el-valor-de-sus-tradiciones.html>

- 17.** Periodistadigital.com – 19/01/2023 – “Algarve invita al slow travel para conocer su esencia a través de las letras y el valor de sus tradiciones”

<https://www.periodistadigital.com/magazine/viajes/20230119/algarve-invita-slow-travel-conocer-esencia-traves-letras-tradiciones-noticia-689404850301/>

- 18.** Canal Extremadura – “Lusitania Express” -23/02/2023 – Entrevista a Fátima Catarina, vice-presidente da RTA sobre rotas literárias e sobre Algarve Craft & Food

<https://www.canalextremadura.es/audio/se-crean-las-rutas-literarias-del-algarve>

- 19.** Radio Nacional de España – “10.000 Lugares para viajar” – 13/05/2023 - Entrevista a Fátima Catarina, vice-presidente da RTA

<https://www.dropbox.com/s/m1zwjr7mvl8a9e/13052023%20RNE%20-%2010.000%20LUGARES%20PARA%20VIAJAR%281%29.mp3?dl=0>

- 20.** Viajarblog.com - 19/05/2023 – “Gastronomía y artesanía en el Algarve Portugues”

<https://www.viajablog.com/gastronomia-artesania-en-el-algarve/>

- 21.** Altum.es - 21/05/2023 – “Un viaje a las tradiciones del Algarve”

<https://www.altum.es/viaje-las-tradiciones-del-algarve/>

- 22.** Viajar.elperiodico.com - 22/05/2023 – “Descubre la rica gastronomía y la encantadora artesanía del Algarve”

<https://viajar.elperiodico.com/destinos/2023/05/22/descubre-rica-gastronomia-encantadora-artesania-87530711>

- 23.** Radio Euskadi – “8 días 7 noches” - 26/05/2023 - Entrevista con André Gómes en el marco de Expovacaciones de Bilbao

https://www.dropbox.com/s/4kve2a6iwqqp6m/270523%208%20dias%207%20noches_radio%20Euskadi%281%29.mp3?dl=0

24. Turismo Rural – nº 175, maio 2023 – “Alma rural a sotavento”, Mar Rodríguez

<https://www.revistaturismorural.es/>

25. Expresso. Info – 04/06/2023 – “Disfrutar del Algarve con las manos y el corazón”

https://www.expreso.info/index.php/noticias/agenda/94766_disfrutar_del_algarve_con_las_manos_y_el_corazon

26. ABC – 23/06/2023 – “El Algarve más genuino”, Mar Rodríguez

<https://www.dropbox.com/s/lnupvrf84f9f6uk/230623%20ABC%20-%20Reportaje%20VP%20Mar%20Ram%C3%ADrez.pdf?dl=0>

<https://www.pressreader.com/spain/abc-viajar/20230623/281676849338550>

27. Touristik News – 06/06/ 2023 “ Ein Fest für kreativen Tourismus: das Handsome Festival an der Algarve”

<https://www.touristiknews.de/ein-fest-fuer-kreativen-tourismus-das-handsome-festival-an-der-algarve-36979.html>

28. Eat & Travel – 10/06/2023 – “Das Handsome Festival: Interaktives Fest der Kunst und Kultur”

<https://eattravel.de/handsome-festival-algarve/>

29. TRVL Counter – 06/06/2023 - “Erstes Festival für Kreativtourismus”

<https://trvlcounter.de/destination/13487-erstes-festival-fuer-kreativtourismus/>

30. FVW Travel Talk – 06/06/2023 – “Algarve begeht Festival für Kreativtourismus”

www.fvw.de/touristik/destination/region-der-orangenrolle-algarve-begeht-festival-fuer-kreativtourismus-234779?utm_source=/meta/newsletter/fvwammorgen&utm_medium=newsletter&utm_campaign=nl6227&utm_term=124193bf033aedf0f08a73eace9d062b&crefresh=1

31. RAC 1 - "VIATJA BE" - Cadena regional de radio (Cataluña). Programa de viajes e RAC1.COM -Portal da emissora regional - 26/08/2023 – “Anem de vacances a l'Algarve(Vamos de vacaciones al Algarve)” Con Maria Jesús Tomé. (mención a Algarve Craft & Food,)

<https://www.dropbox.com/scl/fi/uovitan5bypa5z2v4dilr/RAC-1-VIATJA-BEM.mp3?rlkey=c0h7b7on0xk8sii129kse2tb3&dl=0>

<https://www.rac1.cat/a-la-carta/detail/29aaf54b-4558-46fd-b852-b0440103f099>

Campanha de Comunicação Internacional

A campanha “Algarviate, Mézclate con la Cultura del Algarve” decorreu **entre os dias 22 de maio e 18 de junho**, em Espanha, com particular incidência nas regiões de Andaluzia, Extremadura, Madrid e Galiza.



O objetivo da campanha foi o de motivar os turistas a desfrutar da oferta existente na região, particularmente de experiências de Turismo Criativo, desenvolvidas no âmbito do projeto Algarve Craft & Food, promovendo um maior comprometimento com o público-alvo e reforçando a reputação da marca Algarve.



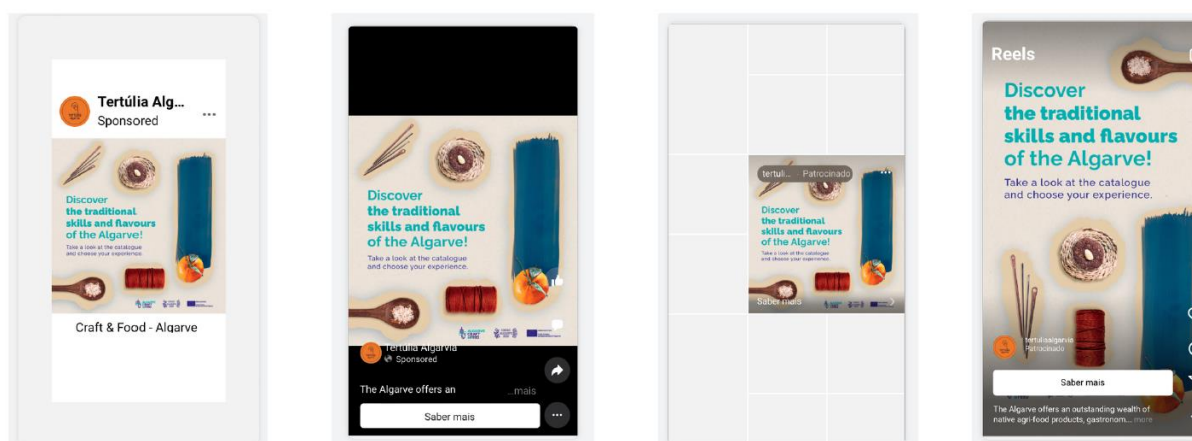
Especialmente dirigida a um público potencial de turistas, esta campanha multimeios, com forte incidência nos meios digitais e presença assinalável e impactante numa rede de *outdoors*, integrou produção fotográfica, de materiais gráficos e multimédia, produção de vídeo e um passatempo/quizz com perguntas sobre o artesanato e a gastronomia da região.

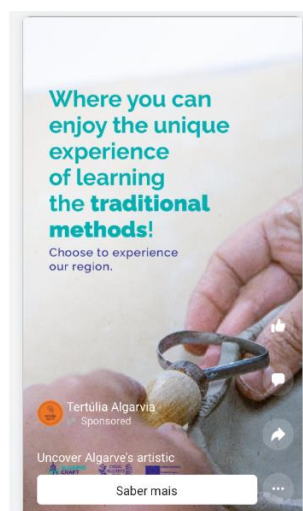
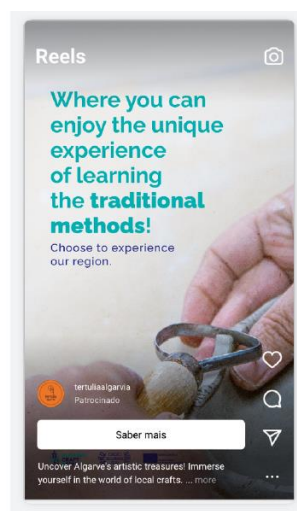
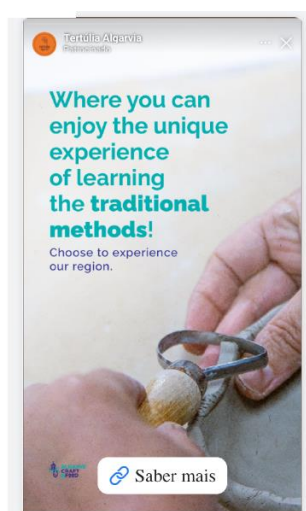
A campanha foi bem-sucedida, alcançando mais de 4,6 milhões de usuários, com 13,8 milhões de impressões e 64 mil cliques. O engajamento da campanha foi favorável, obtendo-se uma taxa de cliques (CTR) de 0,50%, de acordo com o benchmark de mercado (0,35%).



A Tertúlia Algarvia realizou uma Campanha de Comunicação Internacional de Marketing Digital, que decorreu durante os meses de maio e junho de 2023 nos mercados do Canadá, França, Países Baixos, Alemanha e Estados Unidos.

Ao nível dos resultados a referida campanha teve um alcance de 17.592, isto representa o número de pessoas potencialmente impactadas pela mensagem de divulgação do projeto Algarve Craft&Food e de 23.330 impressões, que representa a frequência com que os anúncios foram veiculados aos espectadores, independentemente de serem únicos ou repetidos.





6- Promover uma ampla divulgação do projeto e dos seus resultados/ Ações de Publicitação do Projeto e Resultados

Conceção de Imagem Corporativa do Projeto e Aplicações, Brochura e Website Institucional

Na fase inicial do projeto foi desenvolvido um logotipo, uma imagem própria, com diferentes aplicações e criado um site institucional.

**CRIAR
EXPERIMENTAR
INTERNACIONALIZAR**



<https://algarvecraftandfood.pt/>

Conceção e Produção de Give Aways

Para divulgação do projeto e suporte à promoção do Algarve enquanto destino de turismo cultural e criativo com base no artesanato e produtos agroalimentares, foram produzidos vários *give-aways*, nomeadamente sacos de panos, aventais, blocos e cadernos, canetas, e tábuas de madeira, com a marca Algarve Craft & Food.



Para além destes materiais, foram seleccionadas e adquiridas algumas peças de artesanato exclusivas, resultantes da residência criativa Algarve Craft & Food, para ofertas de prestígio, nomeadamente mini-cataplanas, tagines rabo de peixe e prato ondulado de cobre.



Sessão de Encerramento e Apresentação de Resultados

A sessão de encerramento do projeto, com apresentação de resultados, entrega dos Prémios Algarve Craft & Food, e conversa sobre turismo criativo, decorreu no dia **23 de junho 2023**, no Museu Regional do Algarve, em Faro, integrada na programação do Festival Internacional de Turismo Criativo. Assistiram à apresentação de resultados do projeto 43 pessoas.



7- Garantir uma adequada execução técnica, administrativa e Financeira do projeto / Equipa Técnica dos Copromotores - Recursos Humanos Internos

Gestão técnica, administrativa e financeira do projeto

Os copromotores mantiveram-se em contacto regular ao longo de todo o projeto, através de reuniões presenciais e à distância, nomeadamente para avaliação da situação pandémica e da necessidade de ajustamentos à programação deste projeto, bem como para monitorização das atividades e concertação de tarefas conjuntas.

A Cooperativa QRER, alocou 2 postos de trabalho a tempo inteiro (embora afetos parcialmente ao projeto) com o objetivo específico de garantir uma adequada execução técnica, administrativa e financeira do projeto, nomeadamente: 1 gestor de projeto; 1 técnico de apoio à gestão técnica administrativa e financeira.

A Tertúlia Algarvia alocou 2 Técnicos Superiores a tempo parcial com o objetivo específico de garantir uma adequada execução da operação, do ponto vista técnico e financeiro.

INDICADORES DE RESULTADO

Nº	Indicador	Unidade	Meta proposta	Resultado atingido
1	Percentagem novos acordos de parceria/colaboração firmados face ao número de presenças institucionais por mercado externo	%	50	100
2	PME que consideraram útil a informação, metodologias ou ferramentas disponibilizadas no âmbito do projeto face ao total das PME que beneficiaram das ações e resultados	Nº	40	49
3	Notícias/artigos gerados pela imprensa dos mercados alvo de promoção internacional integrada da oferta nacional de bens e serviços com referência às mensagens chave da campanha face ao total de notícias/artigos gerados pela imprensa desses mercados alvo	Nº	12	31

INDICADORES DE REALIZAÇÃO

Nº	Indicador	Unidade	Meta proposta	Resultado atingido
1	Nº de ações de disseminação realizadas no decorrer do projeto	Nº	6	8
2	Nº de mercados alvo, comunitários e terceiros, objeto de intervenção relevante	Nº	3	4
3	Nº de participantes nas ações de disseminação realizadas no decorrer do projeto	Nº	160	271

INDICADORES RELEVANTES

Nº	Indicador	Unidade	Meta proposta	Resultado atingido
1	Sessão de lançamento institucional do projeto (Atividade 1)	Nº	1	1
2	Participantes na sessão de lançamento institucional do projeto (Atividade 1)	Nº	36	32
3	Ações de apresentação do projeto territorialmente desconcentradas (Atividade 1)	Nº	3	5
4	Participantes nas ações de apresentação do projeto territorialmente desconcentradas (Atividade 1)	Nº	24	124
5	Visitas de Validação de Interesses de Adesão (Atividade 1)	Nº	32	44
6	Seminário sobre internacionalização de artesanato, produtos alimentares locais e turismo criativo (Atividade 2)	Nº	1	1
7	Participantes no seminário sobre internacionalização de artesanato, produtos alimentares locais e turismo criativo (Atividade 2)	Nº	36	72
8	Ações de benchmarking internacional (Atividade 2)	Nº	2	0 (cancelado/reprogramado para campanha)
9	Participantes nas ações de benchmarking internacional (Atividade 2)	Nº	6	0 (cancelado/reprogramado para campanha)
10	Workshops técnicos para artesãos, designers, produtores agroalimentares locais e chefs de cozinha (Atividade 2)	Nº	10	10
11	Participantes nos workshops técnicos para artesãos, designers, produtores agroalimentares locais e chefs de cozinha (Atividade 2)	Nº	30	64 (33 Tertúlia + 31 QRER)
12 e 13	Repetido /seminário	Nº		
14	Levantamento e mapeamento de temas e recursos (Atividade 3)	Nº	1	1

15	Residência criativa com artesãos, designers e chefes de cozinha (Atividade 3)	Nº	1	1
16	Participantes na residência criativa com artesãos, designers e chefes de cozinha (Atividade 3)	Nº	9	10
17	Protótipos de produtos (Atividade 3)	Nº	6	13
18	Novos produtos de artesanato (Atividade 3)	Nº	5	13
19	Laboratórios criativos de gastronomia tradicional algarvia (Atividade 3)	Nº	8	10
20	Participantes nos laboratórios criativos de gastronomia tradicional algarvia (Atividade 3)	Nº	25	99
21	Parcerias entre artesãos e produtores agroalimentares locais e agentes turísticos (Atividade 3)	Nº	10	11
22	Novos programas de Turismo Cultural e Criativo (Atividade 3)	Nº	10	20
23	Testes e ensaios de programas de Turismo Cultural e Criativo (Atividade 3)	Nº	10	20
24	Prémios ALGARVE CRAFT & FOOD (Atividade 3)	Nº	3	3
25	Catálogo digital de artesãos e peças de artesanato (Atividade 4)	Nº	1	1
26	Vídeos promocionais (Atividade 4)	Nº	3	3
27	Catálogo digital de programas de Turismo Cultural e Criativo baseados no artesanato e produtos agroalimentares locais (Atividade 4)	Nº	1	1
28	Story Telling com conteúdos de gastronomia regional (Atividade 4)	Nº	40	40
29	Brochura ALGARVE CRAFT & FOOD PT (Atividade 4)	Nº	1	1
30	Brochura ALGARVE CRAFT & FOOD EN (Atividade 4)	Nº	1	1
31	Brochura ALGARVE CRAFT & FOOD FR (Atividade 4)	Nº	1	1

32	Brochura ALGARVE CRAFT & FOOD ES (Atividade 4)	Nº	1	1
33	Relatório de mercados e canais de distribuição (Atividade 5)	Nº	1	0
34	Ações de charme em Espanha (Atividade 5)	Nº	2	1
35	Participantes nas ações de charme em Espanha Atividade 5)	Nº	160	100
36	Ações comerciais e sales blitz na Europa e Estados Unidos (Atividade 5)	Nº	2	0 Substituído/reprogramação
37	Ação comercial e sales blitz nos Estados Unidos (Atividade 5)	Nº	1	0 Substituído/reprogramação
38	Ação promocional na BTL 2020 (Atividade 5)	Nº	1	0 Pandemia Covid 19
39	Ação promocional na BTL 2022(Atividade 5)	Nº	1	1
40	Fam trip (Atividade 5)	Nº	1	4 - RTA 1 FAM com 6 participantes+ TERTÚLIA 3 FAM com 31 participantes
41	Press trip (Atividade 5)	Nº	2	6 - RTA 3 PRESS com 4 participantes + TERTÚLIA 3 PRESS com 10 participantes
42	Participantes nas fam e press trips (Atividade 5)	Nº	36	51 - RTA 10 + TERTÚLIA 41 PARTICIPANTES
43	Campanha de comunicação internacional (Atividade 5)	Nº	1	2 - 1 DA RTA + 1 da TERTÚLIA
44	Imagem corporativa para o projeto e respetivas aplicações (Atividade 6)	Nº	1	1
45	Website institucional (Atividade 6)	Nº	1	1
46	Tipologias de giveaways (Atividade 6)	Nº	3	7
47	Sessão de encerramento e apresentação de resultados do projeto (Atividade 6)	Nº	1	1
48	Participantes na sessão de encerramento e apresentação de resultados do projeto (Atividade 6)	Nº	25	43
49	Recursos humanos afetos ao projeto (Atividade 7)	Nº	11	9 - (RTA 5) (QRER +2) + (TERTÚLIA 2)
50	Pedidos de pagamento (Atividade 8)	Nº	12	17 - (9 DA RTA + 3 TERTÚLIA +5 QRER)
51	Relatórios semestrais de avaliação externa (Atividade 9)			Não aprovado