

2015

## Marca Priolo

Balanço do desenvolvimento e implementação (2013-2014)



# Marca Priolo

Balanço do desenvolvimento e implementação (2013-2014)



## Marca Priolo. Balanço do desenvolvimento e implementação (2013-2014)

Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves, 2015

**Fotografias da capa:** Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves

**Agradecimentos:** A todos os empresários que acreditaram na Marca Priolo e assumiram um compromisso para promover um desenvolvimento mais sustentável do turismo nas Terras do Priolo

**Citação:** Cruz, A; Melo, R. e Conceição, C. **Marca Priolo. Balanço do desenvolvimento e implementação (2013-2014).** Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves, 2014



# ÍNDICE

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>2. BALANÇO 2013 - 2014</b>	<b>5</b>
<b>3. REUNIÃO COM EMPRESÁRIOS MARCA PRIOLO</b>	<b>8</b>
<b>4. CONCLUSÕES</b>	<b>9</b>



# 1. INTRODUÇÃO

A Marca Priolo (figura 1) foi criada no âmbito do projeto LIFE+ Laurissilva Sustentável e registada pela Secretaria Regional do Ambiente e do Mar (atual Secretaria Regional da Agricultura e Ambiente). Esta Marca, incluída como ação no Plano de Ação da Carta Europeia de Turismo Sustentável das Terras do Priolo, pretende ser um selo de qualidade para as empresas que estabeleçam parcerias com o Parque Natural de Ilha de São Miguel, no âmbito de ações de conservação das áreas protegidas nos concelhos de Nordeste e Povoação (Terras do Priolo).

A Marca pretende englobar todas as empresas interessadas no desenvolvimento do turismo sustentável nos concelhos do Nordeste e Povoação, trazendo vantagens em termos ambientais, económicos e sociais.

Em termos ambientais, a Marca Priolo pretende promover um processo de melhoria continuada do desempenho ambiental das empresas, permitindo o fomento das boas práticas ambientais nas Áreas Protegidas onde desempenham a sua atividade. Neste sentido, as empresas aderentes comprometem-se a desenvolver três ações de promoção da sustentabilidade ambiental e social da sua empresa a serem desenvolvidas em três anos, a partir da data de adesão à marca (figura 2).

Em termos económicos e sociais, a adesão à Marca Priolo promoverá a criação de uma rede de empresas que irão por em prática uma boa estratégia para a melhoria do volume de negócios de cada uma das empresas integrantes da rede. Por outro lado, a adesão à Marca Priolo e à Carta Europeia de Turismo Sustentável favorecerão a divulgação destas empresas através do destaque das mesmas no site da CETS Terras do Priolo e no guia turístico e outros materiais promocionais do território.



Figura 1. Placa da Marca Priolo.



Figura 2. Assinatura de compromisso de adesão à Marca Priolo.

O ano de 2012 foi dedicado à definição participada do manual de adesão à Marca Priolo, tendo sido apenas em 2013 que as primeiras 15 empresas integraram a Marca Priolo. O presente relatório pretende fazer o balanço dos resultados da Marca Priolo após dois anos de funcionamento efetivo.

## 2. BALANÇO 2013- 2014

### 2.1 EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE EMPRESAS ADERENTES

A primeira fase de adesão à Marca Priolo foi lançada no início de 2013, tendo sido assinados os primeiros 15 protocolos em abril do mesmo ano. Desde então, o número de empresas aderentes tem aumentado, existindo atualmente 33 empresas com Marca Priolo (figura 3).

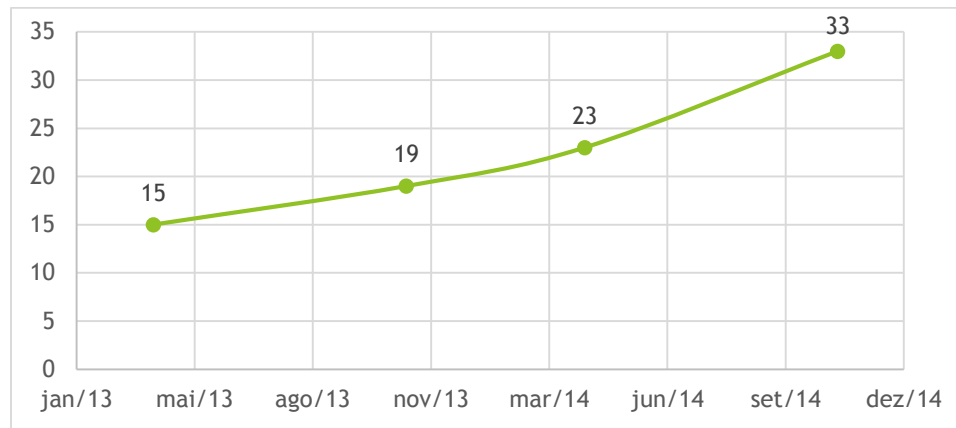


Figura 3. Evolução do número de empresas associadas à Marca Priolo.

### 2.2 ORIGEM DAS EMPRESAS ADERENTES

As empresas aderentes à Marca Priolo devem estar sediadas nas Terras do Priolo ou desenvolver a sua atividade neste território. Assim, a maioria das empresas que integram a Marca localizam-se no concelho da Povoação, mais concretamente na freguesia das Furnas, sendo esta a freguesia com mais atividade turística (figura 4). Existem 10 empresas sediadas fora das Terras do Priolo que coincidem com empresas de turismo ativo e agências de viagens, tipologias que não existem dentro do território. Finalmente 8 empresas são do concelho de Nordeste, repartidas por várias freguesias.

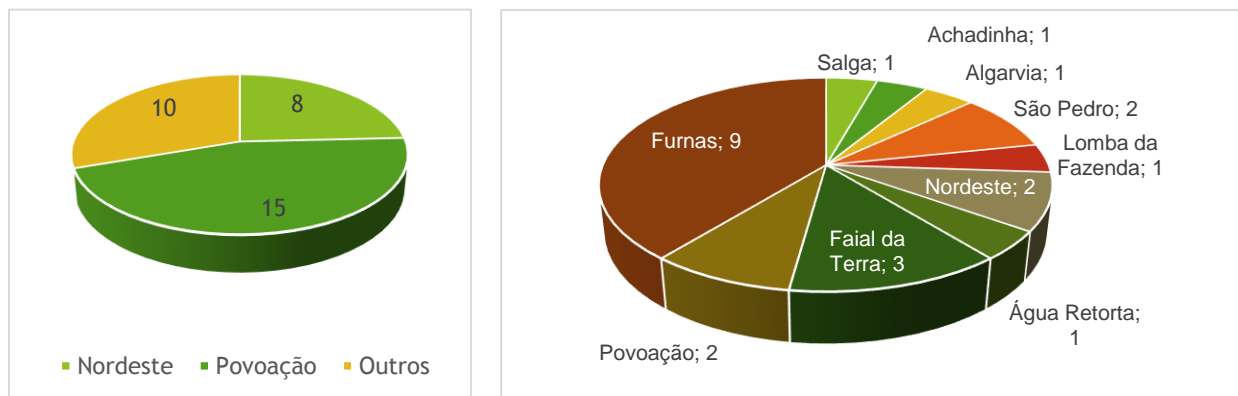


Figura 4. Distribuição das empresas da Marca Priolo por concelhos e freguesias.

## 2.3 TIPOLOGIA DE EMPRESAS ADERENTES

As empresas que compõem a rede da Marca Priolo representam os diferentes tipos de atividades que podem aderir à mesma (figura 5), sendo que, do total de empresas, 43% são pertencem ao ramo do alojamento, 27% à animação turística, 21% à restauração, 6% ao artesanato e 3% são agências de viagens. Apenas não tem representação na Marca Priolo, empresas ligadas à produção de produtos locais (doçaria, licores, etc.).

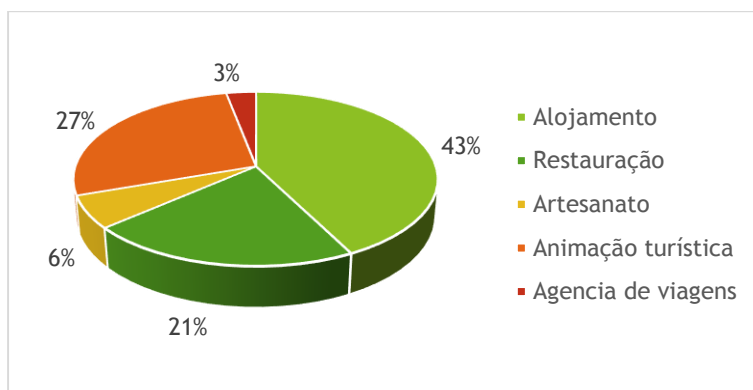


Figura 5. Tipologia das empresas da Marca Priolo.

## 2.4 REPRESENTATIVIDADE DAS EMPRESAS ADERENTES

As empresas que integram a Marca Priolo no presente momento representam 20% das empresas com os requisitos básicos para aderir à Marca (tabela 1). Considerando as tipologias das empresas, constata-se que as empresas de animação turística e o alojamento rural são as tipologias que em maior percentagem aderiram à Marca Priolo (45% e 52% respetivamente). As categorias menos representadas são as Agências de Viagens (5%), seguidas do artesanato e produtos locais (13%) e o alojamento particular (17%).

Tabela 1. Comparação das empresas com requisitos para aderir à Marca Priolo com o número atual de empresas na Marca.

Sector de Atividade	Empresas com requisitos para aderir à Marca Priolo	Marca Priolo	Percentagem do Sector com Marca Priolo
Agências de Viagens*	20	1	5%
Animação Turística*	20	9	45%
Rent-a-car	1	0	0%
Alojamento	38	15	39%
Empreendimentos Turísticos	5	2	40%
Turismo Rural	21	11	52%
Alojamento particular	12	2	17%
Restauração**	32	7	22%
Artesanato/produtos locais***	15**	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>164</b>	<b>33</b>	<b>20%</b>

\* Estas modalidades podem candidatar-se mesmo estando sediadas fora das Terras do Priolo desde que desenvolvam atividade no território.

\*\* Apenas restaurantes e snack-bar.

\*\*\* Número estimado, uma vez que não tivemos acesso a número exatos de empresas de este tipo.

## 2.5 AÇÕES DE SUSTENTABILIDADE ASSUMIDAS PELAS EMPRESAS

Em relação às ações assumidas pelas empresas com Marca Priolo (figura 6), a mais frequente é a concretização da parceria com o Parque Natural de Ilha de São Miguel, através do Programa “Parceiros para o Desenvolvimento Sustentável”, seguida da dinamização de ações de sensibilização e o apoio a ações de conservação através da realização de ações de voluntariado. O desenvolvimento de ações ligadas à gestão ambiental como os galardões miosótis e *Green Key* ou ações específicas de sustentabilidade como redução nos consumos de energia ou água é menor.

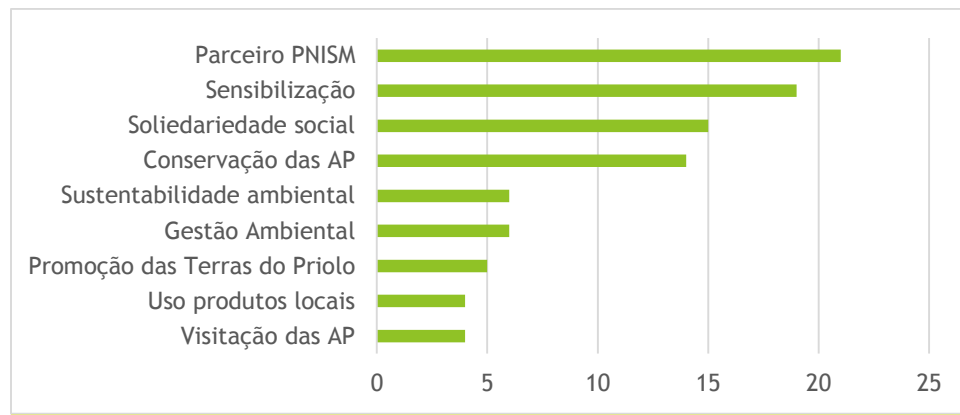


Figura 6. Ações assumidas pelas empresas da Marca Priolo.

### 3. REUNIÃO COM EMPRESÁRIOS MARCA PRIOLO

Foi realizada uma reunião (figura 7) com as empresas que integram a rede Marca Priolo em abril de 2014, no Centro de Monitorização e Investigação das Furnas onde foram abordados os seguintes assuntos:

#### **Avaliação do funcionamento da Marca Priolo**

Foi apontada a dificuldade em receber informações do gabinete da CETS por parte de alguns parceiros, aspeto que se irá tentar resolver com comunicações mais frequentes e confirmação dos e-mails que constam da base de dados do referido gabinete.

#### **Proposta de alteração ao Manual da Marca Priolo para a inclusão de empresas não localizadas no território das Terras do Priolo**

Alguns empresários que não realizam a sua atividade nas Terras do Priolo manifestaram o seu interesse em aderir à Marca Priolo, no entanto os empresários com Marca decidiram que esta não deveria ser disponibilizada mas em alternativa, poderia ser criada uma figura diferente com condições específicas e mais ligadas a divulgação do território.

#### **Discussão de possibilidades de colaboração entre empresas membros da Marca**

Foi discutida a possibilidade de haver colaboração entre as empresas da Marca Priolo possibilitando a organização de pacotes e itinerários de visita com empresas da rede. Para isso, foi decidido criar uma ficha de apresentação de cada uma das empresas da Marca com descrição do tipo de atividades que oferecem e que será posta a circular entre todos os membros da rede.



Figura 7. Reunião com parceiros da Marca Priolo.



## 4. CONCLUSÕES

---

Apesar da rede Marca Priolo, em apenas dois anos, ter integrado 32 empresas, é importante garantir o correto funcionamento da Marca e o interesse dos empresários em continuar a aderir à mesma a longo prazo e continuar a assumir compromissos em prol da conservação das Áreas Protegidas das Terras do Priolo e da Sustentabilidade do Turismo.

Por este motivo, nas presentes conclusões, iremos concentrar-nos em alguns problemas identificados e nas ações de melhoria propostas para os ultrapassar.

### 4.1. PROBLEMAS IDENTIFICADOS E AÇÕES DE MELHORIA

- **Dificuldade das empresas para definir ações ligadas à sustentabilidade ambiental.**

Muitas das empresas aderentes à Marca Priolo, têm dificuldade em perceber como poderão aplicar medidas de sustentabilidade ambiental na sua empresa.

Neste sentido, serão promovidas sessões de sensibilização e esclarecimento para os empresários da Marca, no sentido de compreender em que podem consistir as medidas de sustentabilidade ambiental com aplicabilidade na sua empresa.

- **Pequenas empresas de artesanato e snack-bar aparecem menos representados na Marca Priolo.**

Consideramos que o reduzido número de empresas desta tipologia que aderiram à Marca Priolo é devido às dificuldades de contacto com as mesmas por estas serem de pequena dimensão.

Para tentar resolver este problema, serão promovidas reuniões nas freguesias das Terras do Priolo abertas à população, englobando os potenciais candidatos à Marca para explicar o funcionamento e modo de adesão à mesma.

- **Dificuldade no acompanhamento do cumprimento das ações por parte do Gabinete CETS.**

O gabinete da CETS irá criar uma tabela de controlo com indicadores para garantir o acompanhamento dos compromissos assumidos pelas empresas da Marca Priolo. Aquando da reunião com o candidato à Marca e marcação dos compromissos por parte das empresas, deverá haver uma pormenorização da descrição das ações de modo a que as mesmas sejam mais concretas para assim também facilitar o seu cumprimento por parte dos empresários.

- **Ainda não se conseguiu estabelecer colaborações entre as empresas aderentes à Marca Priolo**

Irão desenvolver-se reuniões e atividades na época baixa para promover o encontro entre empresários da Marca Priolo e a colaboração dos mesmos no estabelecimento de roteiros, pacotes e promoção das Terras do Priolo.

