


Turismo Militar e Enoturismo

Cruzamento de dois produtos turístico-culturais

L-tour.ipt  Laboratório de Turismo

João Pinto Coelho
joao.pinto.coelho@ipt.pt

10 de dezembro 2014



Sumário

Enquadramento

Enoturismo

Turismo Militar

Roteirização

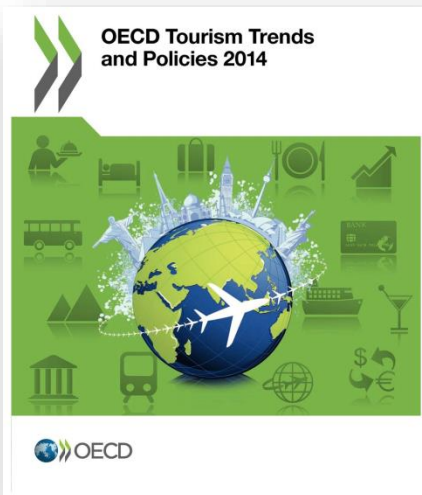
Considerações Finais

- Enoturismo
- Turismo Militar
- Roteirização



http://portal2.ipt.pt/pt/ipt/unidades_de_i_d_tecnologico_e_artistico/l_tour/





http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oe.cd/industry-and-services/oe.cd-tourism-trends-and-policies-2014_tour-2014-en#page1

Rejuvenation of the tourism offer

A number of new and revised tourism policies and plans have focused on identifying niche market areas of comparative advantage in order to enhance competitiveness and maximise investment in marketing and product development (Bulgaria, Finland, Lithuania, the Slovak Republic, Turkey). This process has been accelerated given the growing consumer interest in customised and authentic holidays and changes in visitor expectations and demographics.

Portugal

Tourism in the economy

According to the latest data from the Portuguese Tourism Satellite Account (TSA), tourism contributed some 9.2% to GDP in 2010 (compared to 8.8% in 2009).

A total of 13.8 million guests stayed in hotels and similar establishments in Portugal in 2012. Of these, 44.5% were domestic and 55.5% were foreign tourists. The number of nights spent by foreign tourists totalled 27.3 million, 4.8% more than in 2011, and the average length of stay was around 3.5 nights. Domestic nights totalled 12.4 million, a 7.5% decrease on the previous year, reflecting an average length of stay of 2.0 nights. Around 69.5% of nights were generated by international markets and 30.5% by the domestic market.

Figure 2. Portugal: National Strategic

Promotion and sales	Content and experiences	Financial resources and modernisation	Qualifications and employment	Tourism destinations
<p>Portugal as a destination in the travel and tourism market:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication based on local hospitality. • Align communication strategy with new trends. • New model of intervention in target markets. • Marketing programme for product distribution. • Diversify portfolio of markets. 	<p>Innovate in client interaction with the product:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Develop content and strategies of communication (Internet, social media, target portals and destination networks). • Encourage the creation of innovative experiences and entrepreneurship (acceleration of financing ideas and solutions). 	<p>Empower and modernise companies:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidate the financial structure of companies. • Qualify companies through modernisation (energy efficiency, rational management of water, the digital economy and internationalisation). • Enhance the tourism offer. 	<p>Qualify professionals for excellence in service and management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organise education and training in tourism. • Develop strategic tourism professionals. • Provide a common and transversal training base for tourism professionals. • Promote youth employment. • Disseminate knowledge about trends and innovations. 	<p>Develop accessible and sustainable destinations:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Air routes of tourism interest. • Maritime tourism and cruises. • Sports tourism. • Military routes. • Scientific tourism. • Algarve's competitiveness. • Sustainable destinations. • Quality systems. • Portugal – an accessible destination. • Reduction of context costs.

Source: Turismo de Portugal, I.P. analysis.



Tourism Futures

New Consumers DEMAND TRENDS	New Trends
The transformation of Consumer Behaviour	Demographics
Domestic and Visiting Friends and Relatives Tourism	Safety and Security and World Peace
Alternative tourism and the moralisation of tourism	Crisis management and tourism
CONFERENCE TOURISM – MICE Market and Business tourism	Climate Change
Mass Market vs Exclusive market	Monitoring as an Approach to Sustainable Tourism
Culture, heritage and art driven tourism	
Third Age tourism	
Youth and adventure tourism	
New Products: Emerging	
Reengineering experiences	
Fashion and accessories	
Experience based products	
Nature based products	
Sport and events	
Urbanisation and New Age Travel / Shopping and gastronomy, Food	
Thanatourism and (include Spiritual / Space Tourism)	
New Industry Sectors	
Hospitality Megatrends	
Transport and attractions	
Intermediaries: Travel	
Culture, Heritage	
Entertainment and Destination Management	
Tourism Futures:	

(Buhalis & Costa, 2006)

Segundo Buhalis e Costa (2006), existe um novo conjunto de produtos turísticos a **assumirem-se enquanto tendências emergentes** na indústria turística.

Face a esta realidade, é possível reconhecer que o futuro encarregar-se-á de **exigir uma alteração à natureza dos atuais produtos turísticos** (Goeldner & Ritchie, 2006).

A aplicação da inovação no sector do turismo deve ser considerada como **crucial para o posicionamento competitivo** de qualquer destino turístico (Hjalager, 2010).

É inequívoco que existe uma relação entre o turismo, a cultura e o património (Costa, 2005), cuja **correta articulação tende a potenciar o sucesso da atividade turística.**

Artigo 2.º

Conceitos gerais

Para os efeitos do presente decreto-lei, entende-se por:

a) «Turismo», o movimento temporário de pessoas para destinos distintos da sua residência habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros, bem como as actividades económicas geradas e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades;

b) «Recursos turísticos», os bens que pelas suas características naturais, culturais ou recreativas tenham capacidade de motivar visita e fruição turísticas;

c) «Turista», a pessoa que passa pelo menos uma noite num local que não seja o da residência habitual e a sua deslocação não tenha como motivação o exercício de actividade profissional remunerada no local visitado;

d) «Utilizador de produtos e serviços turísticos», a pessoa que, não reunindo a qualidade de turista, utiliza serviços e facilidades turísticas.

Decreto - Lei N.191/2009, 17 de Agosto

O desenvolvimento de sinergias entre o Turismo e a Cultura não é, no nosso tempo, uma questão de mera vontade política; é de facto, e entre outras, **uma questão de sobrevivência** (Figueira, 2007).

Artigo 6.º

Outros princípios gerais

Para além de outros princípios presentes nesta lei, a política do património cultural obedece aos princípios gerais de:

- a) Inventariação, assegurando-se o levantamento sistemático, actualizado e tendencialmente exaustivo dos bens culturais existentes com vista à respectiva identificação;
- b) Planeamento, assegurando que os instrumentos e recursos mobilizados e as medidas adaptadas resultam de uma prévia e adequada planificação e programação;
- c) **Coordenação, articulando e compatibilizando o património cultural com as restantes políticas que se dirigem a idênticos ou conexos interesses públicos e privados, em especial as políticas de ordenamento do território, de ambiente, de educação e formação, de apoio à criação cultural e de turismo;**

Lei N.107/2001, 8 de Setembro 2001



The focus on food and wine tourism is strategic for Portugal as a leading element

This can open new markets and quality initiatives

Thus food and wine tourism can be a business with great prospects for the country and even a way-out of the economic crisis.

Other actions to be taken into consideration are (...) initiatives such as the development of a complementary

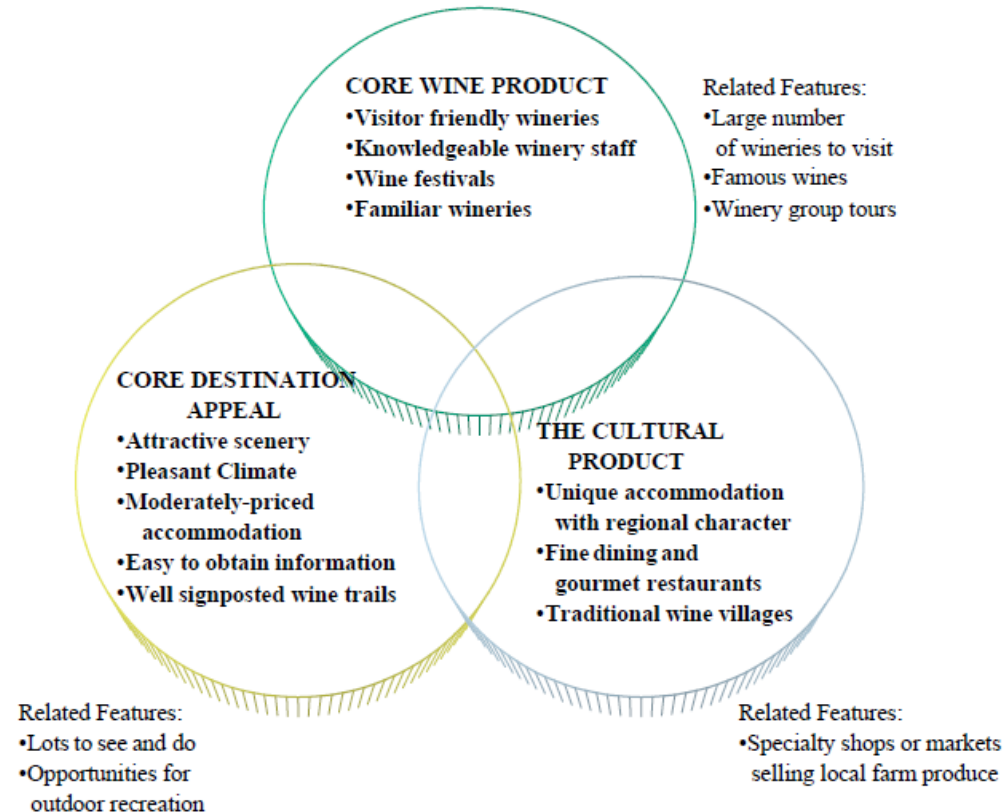


<http://guias-tecnicos.turismodeportugal.pt/pt/enoturismo>

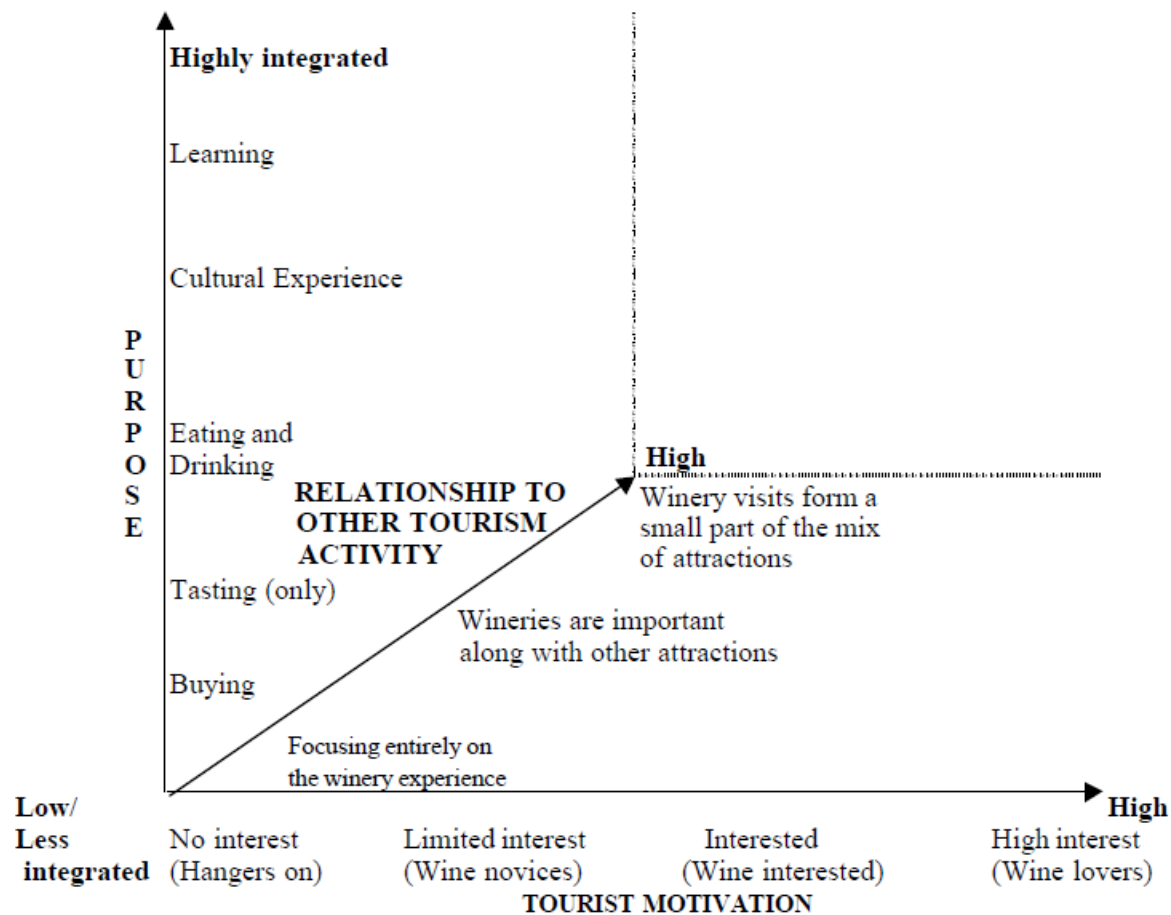
Gastronomia e Vinhos



- Promover a gastronomia e vinho nacionais como **complemento da experiência turística**, e como **motivação primária** em **algumas regiões**, no quadro do Programa Prove Portugal e seus desenvolvimentos regionais.



Getz, D., Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*. 27. 146–158



Charters, S., Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist?. *Tourism Management*. 23. 311–319

	Entities	
Wine activities	Grape producers Wine makers Vineyards Local product stores	Wineries Farms Wine shops
Tourism activities (tourism satellite account)	Accommodation services Transportation services Cultural services Miscellaneous tourism services	Food and beverage services Travel agency, tour operator and tourist guide services Recreation and other entertainment services
Public bodies	National public bodies Municipalities Associations of municipalities	Regional public bodies Tourism offices (regional and national)
Research and education units	Universities R&D public units R&D enterprises	Technical and professional schools Training schools Training and certification enterprises
Others associations and business activities	Wine and food groups Regional NGOs Cultural, recreation and ethnographic associations Suppliers	Products commercials enterprises Business associations



UNLIMITED COLOURS OF BAIRRADA



<http://www.rotadabairrada.pt/>

Brás, J.M., Costa, C., Buhalis, D. (2010). Network analysis and wine routes: the case of the Bairrada Wine Route. *The Service Industries Journal*. 30:10, 1621-1641



“O Turismo Militar assume-se, ou pode assumir-se tal como todas as outras diferentes formas de turismo, à exacta e correcta articulação do já referido binómio «Procura – Oferta». No centro deste binómio conceptual encontramos os conteúdos temáticos centrais, dos acervos militares, transformados posteriormente num conjunto de actividades e atractivos, passíveis de serem apresentados nas mais variadas formas lúdicas e de entretenimento, possuindo um fio comum que se expressa, em mercado turístico, de uma forma peculiar – o símbolo militar.”

COELHO, J. P.; FIGUEIRA, L. M. (2009), “Turismo Militar como segmento do Turismo Cultural: activação turística-cultural do património militar nacional”, Documento de trabalho, Escola Superior de Gestão de Tomar, Instituto Politécnico de Tomar.



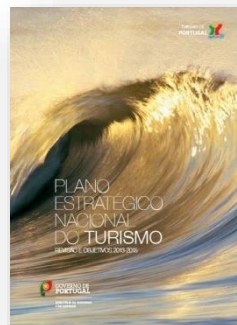
Projeto 21

Desenvolver o Turismo Militar

Fundamento

Existem em Portugal diversas instalações militares, ativas ou não, que demonstram um forte potencial de exploração turística, quer pelo seu significado histórico-cultural, quer pela possibilidade de construção na temática, de propostas integradas de experiências turísticas diferenciadas e características, permitindo o acesso a novos segmentos de mercado e perfis de consumo.

Estes elementos, constituem, não só um fator de diversificação da nossa oferta e de mercado, mas também um fator de qualificação da imagem do destino Portugal.



Atividades

- Realização do *inventário do património militar com vocação para a atividade turística*;
- Elaboração de uma proposta de *Rede Nacional de Roteiros de História Militar* que integre o património militar com vocação turística, classificado por tipologia, por período histórico e outros critérios considerados pertinentes;
- Criação de uma *imagem de marca para o produto Turismo Militar*, declinada do sistema de identidade do turismo português;
- Preparação de um *Plano de Promoção do Turismo Militar*;
- Desenvolvimento de *propostas de carácter educativo e formativo que valorizem o conhecimento da História de Portugal*;
- Desenvolver um *modelo integrado de gestão e operação da Rede Nacional de Roteiros de História Militar*.

Sumário

Enquadramento

Enoturismo

Turismo Militar

Roteirização

Considerações Finais

Museus Militares ●

(fonte: <http://www.excmo.pt/pt/Paginas/museus.aspx>)

Lisboa
Bragança
Açores – São Miguel
Porto
Elvas
Madeira
Buzaco



IV Jornadas de Enoturismo – Centro, destino de enoturismo

João Pinto Coelho | joao.pinto.coelho@ipt.pt

Museus Militares

(Fonte: <http://www.cspn.pt/pt/Paginas/museus.aspx>)

Monumentos

(Fonte: <http://www.cspn.pt/pt/Paginas/monumentos.aspx>)

- Antigo Seminário
- Biblioteca do Bróite no Convento dos Paulistas
- Capela do Paço da Bomposta
- Castelo de Almourol
- Castelo de Elvas
- Castelo de São Francisco Xavier do Queijo (Castelo do Queijo)
- Castelo de São João Batista
- Colégio de Lus (Antigo convento)
- Convento de Chôla e torres anexas
- Convento de Maife
- Convento de Santa Clara
- Convento de Santo António dos Capuchos
- Convento ou Instituto de Odóvilas
- Ermião da Boa Nova (Antigo Hospital Militar)
- Fortaleza de São Lourenço
- Forto de Graça
- Forto de São Brás
- Forto de São Nouto
- Forto Velho de Santo António da Barra
- Fortificação da Cidade de Tomar
- Fortificação da Praça de Elvas
- Fundição de Beixo
- Igreja e Convento da Graça
- Muralhas e Torreões de Lagoa
- Palácio Almeida Araújo
- Palácio do Lavadouro
- Palácio e Quinta da Alferobora
- Palácio e Quinta de Casas
- Posto Astronómico e Geodésico do Paço da Rainha
- Quartel da Atalaia
- Quartel da Graça ou da Sofia
- Quartel da Graça
- Quartel de Lus (Antigo ao Colégio Militar)
- Quartel de São do Pilar e Campo de Manobras
- Quartel de São do Pilar e Campo de Manobras
- Quartel do Gomes Pinho ou do General Pereira D'êça
- Quartel de São Bomardo
- Quartel de São Francisco - Antigo Convento
- Solar de Santa Catarina
- Torreão e Ala Oculto da Praça do Comércio



Museus Militares ●

(Fonte: <http://www.exercito.pt/PT/Paginas/museus.aspx>)

Monumentos ●

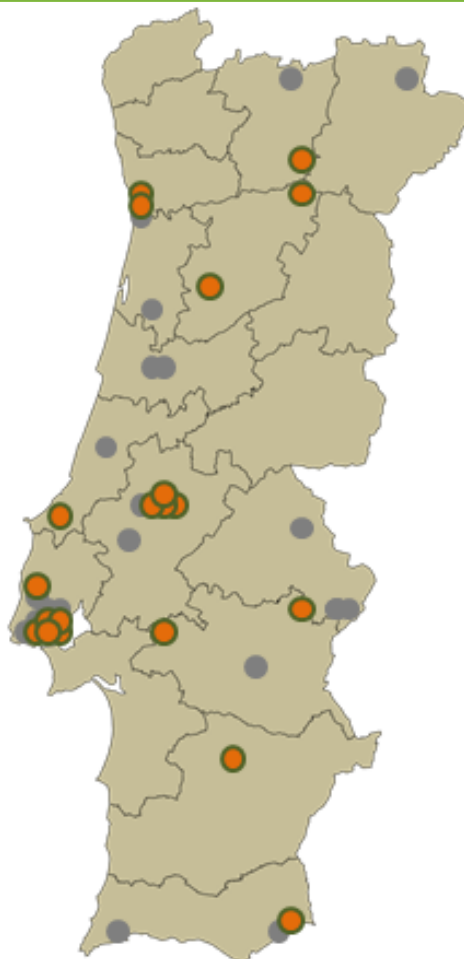
(Fonte: <http://www.exercito.pt/PT/Paginas/monumentos.aspx>)

Unidades/Estabelecimentos/Órgãos ●

(detentores de espaços museológicos/coleções visitáveis)

Fonte: adaptação de Rodrigues (2009): <http://www.exercito.pt/PT/Paginas/Organizacao.aspx>

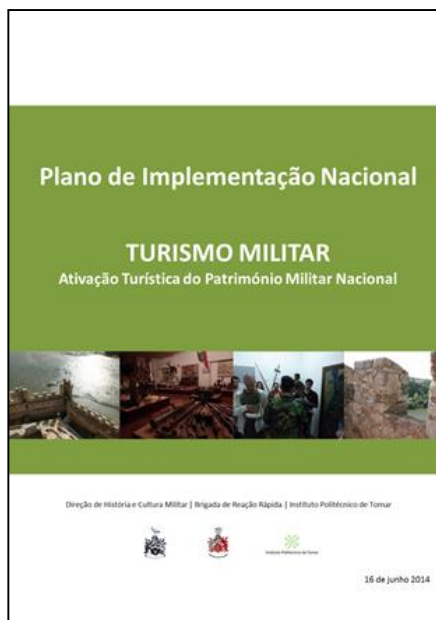
- Academia Militar (Lisboa)
- Centro de Segurança Militar e de Informações (Ajuda)
- Centro de Audiovisuais do Exército (Amadora)
- Centro de Psicologia Aplicada do Exército (Lisboa)
- Centro Militar de Educação Física e Desportos (Mafra)
- Colégio Militar (Lisboa)
- Direcção de Saúde (Lisboa)
- Escola Militar de Electrónica (Paço d'Arcos)
- Escola Prática de Cavalaria (Abrantes)
- Escola Prática de Infantaria (Mafra)
- Escola de Sargentos do Exército (Caldas da Rainha)
- Instituto de Odveiras (Lisboa)
- Instituto Geográfico do Exército (Lisboa)
- Instituto dos Pupilos do Exército (Lisboa)
- Manutenção Militar (Lisboa)
- Oficinas Gerais de Fardamento e Equipamento (Lisboa)
- Regimento de Artilharia Anti-aérea N81 (Queluz)
- Regimento de Engenharia N81 (Pontinha)
- Regimento de Infantaria N81 (Tevira)
- Regimento de Lanceiros N82 (Lisboa)
- Regimento de Transmissões (Lisboa)
- Centro de Tropas de Operações Especiais (Lamego)
- Escola Prática de Transmissões (Porto)
- Regimento de Artilharia N83 (Vila Nova de Gaia)
- Regimento de Infantaria N813 (Vila Real)
- Regimento de Infantaria N814 (Viseu)
- Escola Prática de Artilharia (Vendas Novas)
- Escola Prática de Engenharia (Tancos)
- Regimento de Manutenção (Entroncamento)
- Regimento de Cavalaria N83 (Estremoz)
- Regimento de Infantaria N83 (Beja)
- Escola de Tropas Para-quedistas (Tancos)
- Regimento de Infantaria N815 (Tomar)



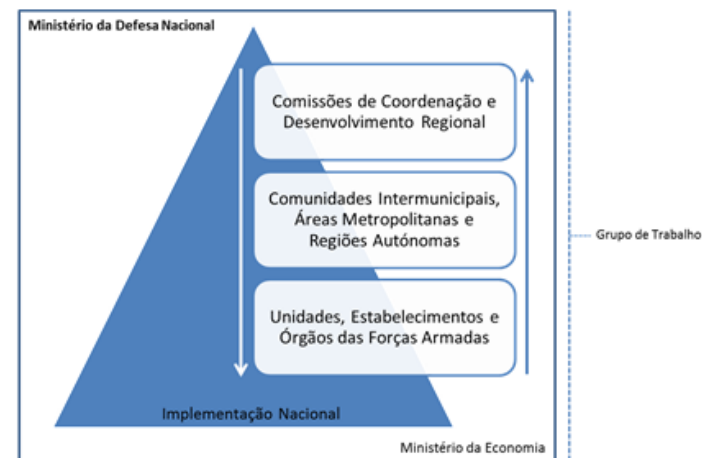


TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL

		U/E/O ⁽¹⁾	UNESCO ⁽²⁾	SIPA/CM ⁽³⁾
Comunidades Intermunicipais	Comunidade Intermunicipal do Médio Tejo			
	Abrantes	2		10
	Alcanena			0
	Constância	3		4
	Entroncamento	1		0
	Ferreira do Zêzere			5
	Ourém			7
	Sardoal			1
	Tomar	3	1	12
	Torres Novas			7
	Vila Nova da Barquinha	6		3
	Mação			5
	Sertão			5
	Vila de Rei			3
	13 Municípios	15	1	62
	Comunidade Intermunicipal da Região de Aveiro			**
	11 Municípios	1		55
	Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra		*	**
	19 Municípios	4	2	95
	Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria			**
10 Municípios	1	1	50	
Comunidade Intermunicipal Viseu Dão Lafões			**	
14 Municípios	2		70	
Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela			**	
15 Municípios			75	
Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa			**	
6 Municípios	1		30	
Comunidade Intermunicipal do Oeste			**	
12 Municípios	1	1	60	
Total	100 Municípios	40	6	559
Total		605		

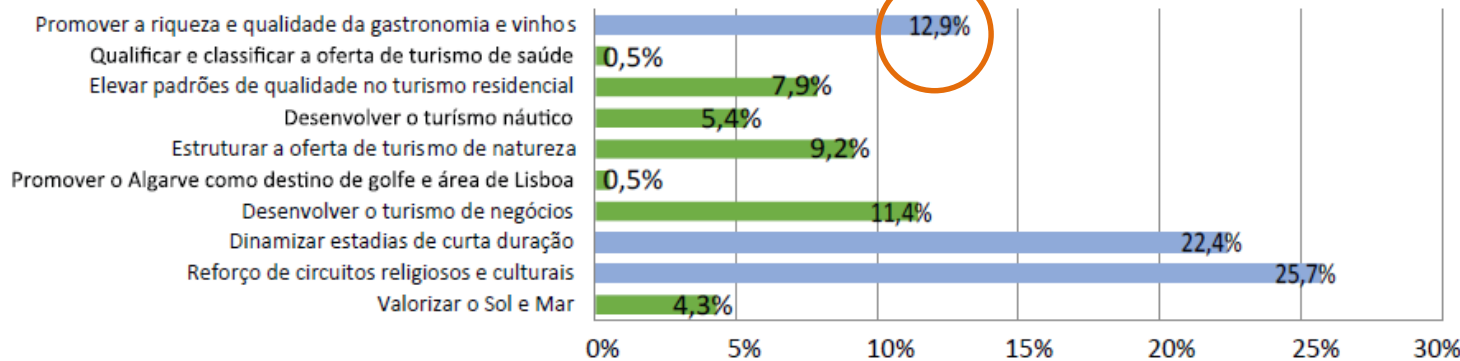


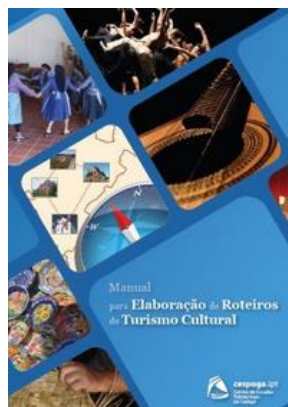
Componentes	Indicadores	Monitorização
Enquadramento histórico	Relevância nacional.	Documentação acreditada.
Apresentação/interpretação	% de visitantes satisfeitos com a narrativa patrimonial.	Narrativa turística e cultural.
Estado de Conservação	% de visitantes satisfeitos com a qualidade do espaço.	Implementação de planos de ajustamento e melhoria das infraestruturas
Utilização de recursos	Utilização adaptativa de recursos culturais.	Qualidade e pertinência das ações desenvolvidas.
Comunicação	Divulgação em sítios, redes sociais e em formato multilingue.	Nº de visitantes e de seguidores nas plataformas multimédia e comunicação social.
Potencial de recuperação	% de residentes e de visitantes satisfeitos com a reabilitação de infraestruturas.	Avaliação de projetos de implementação e financiamentos (QREN 2014-2020).
Interesse para a comunidade	Grau de interesse suscitado junto das entidades com relevância local e comunidade em geral (% de satisfação e conhecimento; % de empreendedores, entre outros).	Ações e projetos realizados ou previstos.
Parcerias	Nº de parcerias realizadas com sucesso.	% de concretização dos propósitos das parcerias criadas.
Atividades	Nº de atividades/eventos organizados.	% de concretização face ao plano de atividades.
Acessibilidades	Tipologia e qualidade dos acessos à infraestrutura.	Nº de visitantes e grau de satisfação dos operadores turísticos.





Integração do Turismo Militar no Produtos Estratégicos do PENT



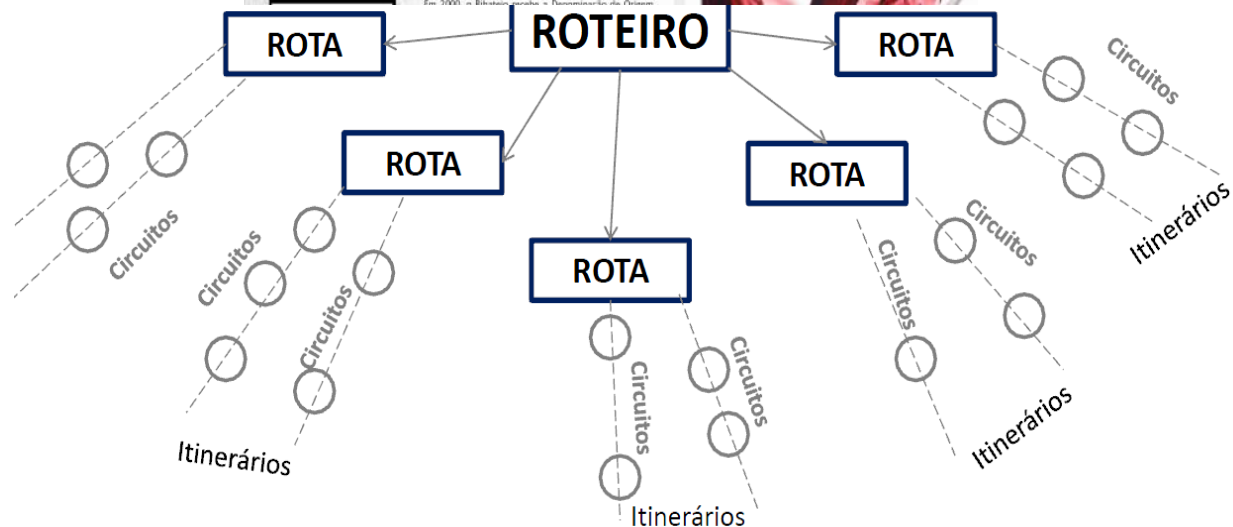


http://www.cespoga.ipt.pt/new/wp-content/uploads/2013/03/Manual_Roteiros_CESPOGA2013.pdf

Funções / Conteúdos	Função económica	Função cultural	Função social
Genéricos (baseados no excursionismo e turismo básicos)	Captação de receita	Divulgação da cultura regional	Melhoria da qualidade de vida de populações e organizações do território
Temáticos (com foco em conteúdos locais e regionais e numa perspectiva logística mais complexa)	Captação de receita e aumento da competitividade de determinados produtos (Rota do Azeite; Rota da Bairrada, etc.)	Divulgação dos principais ícones culturais. Reforço da visitação com produtos de apresentação- interpretação, devidamente enquadrados (Rota do Românico; Rota do Fresco, etc.)	Melhoria da qualidade de vida de populações e organizações do território. Aumento do conhecimento sobre a região mediante experiências proporcionadas pelo processo de apresentação- interpretação proposto pelos promotores
Temáticos, mas muito orientados (centrados em processos territoriais muito específicos, onde o Turismo é nuclear, e estruturados sob influência de certos produtos turísticos como, por exemplo, o de Touring Cultural e Paisagístico)	Captação de receita e aumento da competitividade de determinados produtos. Contributo à especialização regional em turismo, nomeadamente na perspectiva de criação/reforço de pólos de interesse turístico e sob alçada dos processos e determinações da administração pública, no que respeita ao desenvolvimento sustentável de base territorial orientado em sede de ENDS, QREN, PNOT, PROT e PDM. (Rota das Aldeias de Xisto; Rota do Douro Vinhateiro, etc.)	Utilização dos ícones naturais e culturais como âncoras capazes de fixar investimentos com forte retorno (Alqueva e Rotas organizadas em função do Museu da Luz; Rota dos Mosteiros Património Mundial, etc.)	Melhoria da qualidade de vida de populações e organizações, acompanhada de nova imagem territorial, construída com a intencionalidade do desenvolvimento sustentável e partilhado com influência, por exemplo, do processo da Agenda 21 Local



http://www.cespoga.ipt.pt/new/wp-content/uploads/2013/03/Manual_Roteiros_CESPOGA2013.pdf



Este estudo é constituído por três prioridades essenciais para o desenvolvimento (enquadramento europeu):

- Crescimento Inteligente, Crescimento Sustentável e Crescimento Inclusivo (CE, 2010);
- Aposta na globalização positiva (ONU, 2000);
- Encorajamento para o desenvolvimento do turismo sustentável e para o investimento empreendedor no turismo cultural (UN, 2012).

A “(...) cooperação para o desenvolvimento constitui um vetor essencial da política externa do país e a afirmação de Portugal como protagonista ativo no cenário internacional passará pela capacidade de aprofundar o binómio identidade nacional/pertença internacional” (ENDS, 2008, p. 49).

Sumário

Enquadramento

Enoturismo

Turismo Militar

Roteirização

Considerações Finais

TURISMO MILITAR É UMA POTENCIALIDADE, DIZ BERNARDO TRINDADE

9 de Dezembro de 2015 às 09:33:07 por Tiago da Cunha Esteves

O secretário de Estado do Turismo, Bernardo Trindade, disse esta terça-feira, em Tomar, que o turismo militar é mais uma potencialidade para o país.

“É, sobretudo, mais uma solução relativamente à potencialidade que esta actividade económica turismo tem relativamente ao território”, disse, citado pela agência Lusa, nas primeiras Jornadas de Turismo Militar, uma organização do Instituto Politécnico local e da Escola de Tropas Para-queadistas de Tancos.

“Neste quadro, a circunstância de termos as instituições militares a disponibilizarem as próprias instalações em torno de mais uma experiência enriquece esta actividade económica, o turismo”, acrescentou Bernardo Trindade.

O governante defendeu ainda que, cada vez mais, turismo e cultura devem unir esforços. “Tudo aquilo que pudermos fazer em torno do nosso território para garantir condições de recepção àquelas – nacionais ou estrangeiros – que optam por fazer uma opção de lazer no nosso país é de extrema importância”, afirmou.

Sub-região do Médio Tejo vai lançar-se no turismo militar

Por Manuel Fernandes Correia

A sub-região do Médio Tejo, onde se situam algumas das mais destacadas unidades militares do país, vai lançar uma experiência na área do turismo militar para promover o património castrejo na zona, tradicionalmente considerado como estratégico na defesa do país.

“O sector turístico anda à procura de novos produtos e de inovação e o turismo militar pode desempenhar um papel importante no segmento do turismo cultural, com programas de visitas curtas ou mais prolongadas nos quartéis”, observa Gonçalo Coimbra, em nome da Secretaria de Estado de Cultura de a área local, numa reunião que teve lugar no dia 11 de Novembro no Centro de Estudos de Cultura de Vila Nova de Vila Verde.

A área militar, com o seu decorado e exigências de disciplina, de acção e sentido de corpo, a reconstrução do que se sofreu na guerra nos tempos em que se foi joem ou a vida emocionalmente compartilhada de cada um, são os pontos fortes que se destacam no turismo militar. “O todo de um mundo único castrejo, com as suas estruturas poderosas, com o acastelamento de turistas e a sua emoldurada uma rede de serviços que cria um espaço histórico a preservar, com a visita a sempre campos de batalhas interiores para a interesse de muitos turistas.

Raul Lopes, major-general comandante da Brigada de Reacção Rápida, registou, por seu lado, a ideia de que os quartéis militares são espaços e que os que se podem visitar como museus. “O desafio é o quanto de um património castrejo e não só tem a ver com o que é a missão estratégica e a sociedade”, declarou.

Esta semana realizaram-se as primeiras jornadas de Turismo Militar de Tomar, onde o secretário de Estado do Turismo, Bernardo Trindade, afirmou que o turismo de “novas experiências e novas experiências” e também a respeito do novo produto. “Alguns quartéis são locais reconstruídos de madeira e a região em torno de Tomar, de muito recursos”, afirmou, por seu lado, Luís Vitor Figueira, presidente do núcleo promotor de Tomar e dinamizador do projeto.

Na origem desta iniciativa está um estudo de mercado, João Pedro Coelho, que está a especializar-se em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural. Foi o resultado de um trabalho de campo que levou à criação do Centro de Estudos de Cultura de Vila Nova de Vila Verde, que tem a missão de promover o turismo militar, “na área de valor do sector, consultado por empresários e operadores turísticos, instituições militares e sectores públicos”. É esse trabalho que os três grupos em conjunto, salienta.

Turismo militar vai nascer em edificações das Forças Armadas

Publicado em 2015-04-03

32 pessoas leram

O Ministério da Defesa está a preparar a criação de uma rede de turismo militar através da conservação e reabilitação de património militar das três armas das Forças Armadas.

Frente oficial da unidade de defesa Lusa que já se fez e os pontos de partida para a criação de um turismo militar, que poderá ser desenvolvido em conjunto com o sector turístico.

O secretário de Estado do Turismo, Bernardo Trindade, afirmou que o turismo militar é mais uma potencialidade para o país, sobretudo, mais uma solução relativamente à potencialidade que esta actividade económica turismo tem relativamente ao território.

O objetivo passa também pela reabilitação de edifícios que podem passar a ser centros de turismo militar, através da interpretação ou outras formas relacionadas com a história e cultura militares.

Coimbra salienta que o turismo militar é uma opção de lazer no nosso país e de extrema importância.

Politécnico de Tomar Portugal vai ter uma carta nacional do turismo militar

Conferir atractividade ao património militar nacional e potenciar turisticamente fortificações, castelos e quartéis em todo o território é o objectivo da proposta de Carta Nacional do Turismo Militar, que está a ser elaborada pelo Politécnico de Tomar. A elaboração do conceito e a construção da proposta de intervenção tem utilizado o território de Vila Nova da Barquinha como laboratório devido à histórica e forte presença de unidades militares no denominado Polígono de Tancos, como a Escola Prática de Engenharia, a Escola de Tropas Aerotransportadas, a Unidade de Aviação Ligeira, da qual faz parte a Brigada de Reacção Rápida, e a ligação aos Templários, com o castelo de Almourol.




«O turismo militar, em todas as suas vertentes, reúne todas condições para dar um contributo importante para a **manutenção e criação de postos de trabalho**, com a **vantagem de ser menos sazonal do que outros tipos de turismo**», afirmou a Secretária de Estado Adjunta e da Defesa Nacional, Berta Cabral, na assinatura de um protocolo entre o Ministério da Defesa Nacional e o Instituto Politécnico de Tomar para desenvolvimento deste tipo de turismo. <http://www.portugal.gov.pt/pt-os-ministerios/ministerio-da-defesa-nacional/mantenha-se-atualizado/20141114-seadn-turismo-militar.aspx>

IV Jornadas de Enoturismo – Centro, destino de enoturismo
João Pinto Coelho | joao.pinto.coelho@ipt.pt

Turismo Militar e Enoturismo

Cruzamento de dois produtos turístico-culturais

L-tour.ipt  Laboratório de Turismo

João Pinto Coelho
joao.pinto.coelho@ipt.pt

10 de dezembro 2014

