



MUNICÍPIO DE
IDANHA-A-NOVA



AVALIAÇÃO DO IMPACTO ECONÓMICO DE EVENTOS TEMÁTICOS LOCAIS

Idanha-a-Nova

Ficha Técnica

Execução

Laranja
Medeiros

Laranja Medeiros, Unipessoal, Lda.

Rua do Alecrim, nº2 - 3º
2450-198 Nazaré

laranjomedeirosunipessoal@outlook.pt

Promotor



Município de Idanha-a-Nova

Praça do Município
6060-163 Idanha-a-Nova
Tel. 277 200 570

www.cm-idanhanova.pt
geral@cm-idanhanova.pt

Co-financiamento



União Europeia
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional
Investimos no seu futuro

Créditos das imagens

Município de Idanha-a-Nova
www.turismotajointernacional.com/idanha-a-nova
www.portugalfotografiaaerea.blogspot.pt

Janeiro 2016

Índice

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 5 |
| 2. CONTEXTO DE ACTUAÇÃO - O TERRITÓRIO DE IDANHA-A-NOVA..... | 9 |
| Demografia | 9 |
| Economia | 11 |
| Acessibilidades | 12 |
| 3. DESCRIÇÃO DOS EVENTOS E AVALIAÇÃO DAS EDIÇÕES 2015..... | 13 |
| 3.1. INTRODUÇÃO | 13 |
| O financiamento dos pequenos eventos | 15 |
| 3.2. FEIRA DA CAÇA E GASTRONOMIA - MONFORTINHO | 19 |
| Avaliação da edição de 2015 | 22 |
| Visitantes | 22 |
| Expositores | 24 |
| Empresas locais | 28 |
| 3.3. FEIRA MEDIEVAL - MONSANTO | 31 |
| Avaliação da edição de 2015 | 32 |
| Visitantes | 32 |
| Expositores | 33 |
| Empresas locais | 36 |
| 3.4. FEIRA RAIANA - IDANHA-A-NOVA..... | 41 |
| Avaliação da edição de 2015 | 47 |
| Visitantes | 48 |
| Expositores | 50 |
| Empresas locais | 55 |
| 3.5. FESTIVAL DO CASQUEIRO - IDANHA-A-VELHA | 57 |
| Avaliação da edição de 2015 | 60 |
| Visitantes | 61 |
| Expositores | 64 |
| Empresas locais | 68 |
| 4. IMPACTO ECONÓMICO DOS EVENTOS TEMÁTICOS SELECIONADOS .. | 71 |
| Entradas..... | 71 |
| Saídas..... | 74 |
| Impactos e resultados | 75 |
| 5. PRINCIPAIS CONCLUSÕES..... | 81 |
| 6. BIBLIOGRAFIA | 85 |
| 7. SIGLAS..... | 87 |
| 8. ANEXOS..... | 89 |



1. INTRODUÇÃO

A atractividade de uma região pode ser expressa, em grande parte, não só pela sua capacidade em reter e atrair população mas, também, pela forma como valoriza e promove o seu território, promoção esta que se traduz, entre outros, quer pela divulgação do seu património e produtos locais quer pela sua oferta turística. Essa mesma capacidade de "vender" um território só pode ser atingida através da qualidade dos produtos turísticos que se tem para oferecer, mas também pela garantia da existência de um conjunto de bens e serviços, recursos naturais, actividades recreativas e outros serviços habitualmente prestados aos turistas.

O mercado dos eventos tem-se convertido, de uma forma cada vez mais acentuada, numa actividade de âmbito mundial em razão do seu impacto alargado, não só a nível económico, como também comercial, técnico, científico e sociocultural. A promoção de eventos contribui fortemente para o uso de equipamentos e serviços turísticos do local onde se realizam, bem como para a difusão das suas atracções. O turismo ligado aos eventos tem vindo a ganhar importância, tornando-se cada vez mais popular no meio rural, como instrumento de revitalização das economias locais.

A realização de eventos é, inequivocamente, uma ferramenta essencial para atrair pessoas, para a promoção da imagem e divulgação de uma região. Este

tipo de iniciativas possibilita uma distribuição do turismo não só a nível geográfico, mas sazonalmente também, e das quais se pretende que resultem benefícios económicos consideráveis. Consoante a sua dimensão e escala, que permitem classificar os eventos a vários níveis – desde pequenos eventos, ou eventos locais, a mega eventos –, o seu impacto em termos económicos terá igualmente comportamentos distintos.

Os eventos locais, geralmente temáticos e essencialmente dirigidos à população local, resultam em benefícios tangíveis e intangíveis para a população, nomeadamente para os agentes económicos locais. Considerados como uma estratégia de desenvolvimento pelos poderes locais – quem apoia habitualmente este tipo de iniciativa, tanto a nível financeiro como ao nível da organização –, os pequenos eventos contribuem para o desenvolvimento de uma identidade cultural ao incitarem o orgulho e sentimento de pertença das comunidades envolvidas. Estas dinâmicas culturais – que integram cada vez mais as estratégias dos municípios no âmbito do desenvolvimento local – têm vindo a ganhar relevo por conjugarem com frequência a produção e a disseminação artística com o património regional e a promoção turística, tornando cada vez mais estreita a ligação entre a cultura e a economia local.

Os pequenos eventos locais são apropriados por estas mesmas comunidades, não só pela participação activa da população mas, também, pelo facto de utilizarem serviços próprios da comunidade, dado que ocorrem frequentemente em locais públicos (escolas, parques, ruas, etc.), podendo ser dirigidos ou produzidos por agentes locais. Passíveis de atrair um número significativo de visitantes, e quando realizados com alguma periodicidade, acontecimentos deste tipo são fundamentais para potenciar o território, conferindo-lhe uma identidade própria, por um lado, e resultando em benefícios económicos para a região, por outro.

Para além da frequência com que ocorrem, também a calendarização e programação prévias deste tipo de evento estimulam a deslocação de pessoas que, de outra forma, poderiam não estar dispostas, à partida, a conhecer o território. No fundo, daqui resulta uma espécie de *marketing* indirecto sobre a região como um todo, aumentando, assim, o seu poder de atracção, em que se procura destacar uma imagem regional positiva para o exterior, apresentando a região como o lugar ideal para se viver, trabalhar e visitar.

Resulta igualmente, ao nível da organização, a necessidade de se proceder a uma avaliação dos impactos económicos, não só para justificar a calendarização do(s) evento(s) em questão mas também de forma a atrair patrocínios e, por último, por se tratar de um recurso essencial em termos de planeamento. De referir, no entanto, que a avaliação dos impactos económicos não pode ser considerada como única ferramenta para avaliar o sucesso

de determinado evento. De facto, o aumento da exposição de um território decorrente da realização de pequenos eventos temáticos bem como o seu impacto social, entre outros, mostra que eles não devem ser, de todo, descurados dado o papel que indiscutivelmente representam.

O estudo que de seguida se apresenta pretende avaliar o impacto económico resultante da realização de um conjunto de pequenos eventos temáticos no concelho de Idanha-a-Nova. Para o efeito seleccionaram-se quatro eventos, nomeadamente: a Feira Raiana; a Feira da Caça e Gastronomia; a Feira Medieval e o Festival do Casqueiro.

O relatório encontra-se organizado da seguinte forma:

Capítulo 2 – Apresenta uma breve descrição do concelho de Idanha-a-Nova do ponto de vista demográfico, económico e das acessibilidades;

Capítulo 3 – Descreve os eventos seleccionados e, com maior pormenor, avalia as edições dos quatro eventos em 2015;

Capítulo 4 – Mede os impactos dos eventos seleccionados, quer a nível dos visitantes quer dos expositores e das empresas ligadas ao turismo local;

Capítulo 5 – Apresenta as principais conclusões.

De uma forma geral, o relatório conclui pelo alinhamento da política de escolha, organização e execução de eventos em Idanha-a-Nova com as políticas de financiamento público, designadamente as destinadas aos territórios de baixa densidade mas não só.

Conclui-se, também, que os eventos têm um impacto positivo, quer social e cultural, quer turístico e económico ou ainda político, na medida em que:

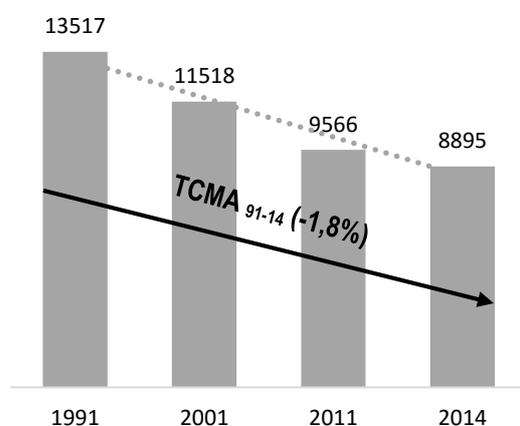
- Aumentam o número de visitantes e a duração da sua estadia na região;
- Aumentam as despesas dos visitantes na região/cidade;

- Melhoram a reputação e notoriedade do destino; e

- Aumentam o orgulho cívico ou solidariedade comunitária.



Gráfico 1 - População residente em Idanha-a-Nova, 1991-2014



Fonte: INE

De facto, em 2014, a população do concelho de Idanha com mais de 65 anos representava mais de 41% da população, enquanto o grupo etário com idade inferior a 14 anos correspondia a menos de 10% do total de residentes. A contribuir para este fenómeno também concorrem não só o forte êxodo rural registado em grande parte dos concelhos do interior mas também a entrada progressiva da mulher no mercado de trabalho, facto que impacta a taxa de natalidade (que tem vindo a decrescer de forma consistente nos últimos anos).

A densidade populacional de Idanha-a-Nova é das mais reduzidas de entre os concelhos da Região Centro, passando de 9,6 hab/km² em 1991 para apenas 6,3 hab/km² em 2014.

O programa “Recomeçar” promovido pelo município é uma componente relevante

na tentativa de inverter a tendência demográfica aqui descrita.

Figura 2 - Ilustração do Projecto Recomeçar - Município de Idanha-a-Nova



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Trata-se de um projecto ambicioso que visa posicionar Idanha como um município onde é possível conciliar o bem-estar e a proximidade da natureza com o empreendedorismo, a inovação e o profissionalismo.

O programa assenta a marca Idanha-a-Nova em quatro pilares:

- **Idanha Green Valley**, pilar ligado ao conhecimento e inovação na ruralidade e ao posicionamento mundial do território nesta área;
- **Idanha Experimenta**, que dará aos interessados a oportunidade de experimentar a vida rural;
- **Idanha Vive**, com a criação de condições especiais para quem vive ou pretende viver naquele território; e
- **Idanha Made In**, que visa apoiar tudo o que é produzido localmente.

À semelhança de outros concelhos nacionais, o tecido empresarial de Idanha-a-Nova é caracterizado pela predominância de micro e pequenas empresas, que representam mais de 80% do total. Trata-se de uma estrutura produtiva crescentemente terciária, onde o comércio, o alojamento e a restauração (serviços primordiais de apoio ao turismo) têm um peso significativo. A indústria transformadora tem uma presença digna de registo, sobretudo devido à existência de unidades transformadoras no sector agro-alimentar. Sendo um concelho maioritariamente agrícola, Idanha-a-Nova tem vindo estrategicamente a desenvolver o sector do turismo como área complementar de desenvolvimento territorial. Aproveitando todas as mais-valias naturais e culturais que possui, o sector do turismo é hoje uma área económica em franco crescimento e ainda com um enorme potencial de desenvolvimento.

Mas não só o turismo se apresenta como vector de expansão. Também o sector agro-industrial¹ e florestal, fundamentais para a economia agrária, o sector da logística, dada a localização privilegiada no contexto ibérico, os serviços numa perspectiva transversal, as energias limpas (solar, biomassa, hídrica, etc.), bem como

outras áreas do contexto social e económico. Para os investidores, Idanha-a-Nova possui duas Zonas Industriais, bem localizadas, uma Incubadora de Empresas para apoio a novas iniciativas empresariais e um conjunto de outros apoios ajustáveis ao tipo de investimento a realizar.

O poder de compra dos habitantes de Idanha-a-Nova tem registado um aumento constante nos últimos anos, estando a aproximar-se cada vez mais do poder de compra *per capita* nacional aqui tomado como referência (em 2011, para um valor de 100,83 para o continente, Idanha compara com 61,34). Estes valores indicam que, mesmo assim, o valor está ainda bastante aquém da média nacional. Aliás, a Região Centro é a região do país com o nível de poder de compra mais baixo. Em 2011 Idanha-a-Nova ocupava a 243^a posição do ranking de indicador *per capita* (num total de 308 municípios). O ganho médio mensal tem registado nos últimos anos um comportamento semelhante, de crescimento sustentado, situando-se em 2011, ainda assim, num patamar inferior ao valor do continente (1.095,59 € para o continente e 760,32 € para Idanha-a-Nova).

¹ O Programa Idanha *Green Valley* tem como objectivo dinamizar o empreendedorismo em Idanha-a-Nova através da criação de um reconhecimento global da marca de Idanha-a-Nova enquanto um *Silicon Valley* verde. Para atingir este posicionamento e reconhecimento, encontram-se desenhados 6 projectos estruturantes que visam contemplar o estudo e mapeamento de iniciativas de inovação rural, a criação de um Fórum Mundial da ruralidade, que contou com a presença dos mais relevantes empreendedores rurais e com o intuito de tornar Idanha-a-Nova o centro mundial da ruralidade inovadora. Não menos importante também, a criação de um plano de apoio aos empreendedores e a criação de fundos para estimular o investimento e a fixação de talento em Idanha-a-Nova.

3. DESCRIÇÃO DOS EVENTOS E AVALIAÇÃO DAS EDIÇÕES 2015

3.1 INTRODUÇÃO

A promoção e valorização de um território pode ser feita de formas muito variadas e interligadas, que se traduzem em estratégias e acções postas em prática para este fim, pela divulgação dos produtos locais ou pela oferta turística desenvolvida em torno das valias existentes no território, quer estas sejam infra-estruturas, tradições relevantes, activos naturais ou outras.

Os eventos tornaram-se, não só para Idanha mas também para uma multiplicidade de municípios nacionais, numa ferramenta fundamental para a atracção de pessoas, para a divulgação dos activos naturais e endógenos da região ou para a divulgação de tradições locais e/ou regionais. Todos os eventos suscitam impactos económicos nas comunidades e economias onde são realizados e propõem-se contribuir para o desenvolvimento de uma identidade cultural, ao apelarem ao orgulho e sentimento de pertença das comunidades envolvidas.

O Município de Idanha-a-Nova tem uma extensa agenda cultural e de eventos levados a cabo no território do concelho e cujo objectivo primordial se prende com a valorização do território, o desenvolvimento do turismo e, por conseguinte, da economia local e regional. O Município de Idanha-a-Nova conjuga a produção e a

disseminação artística com o património regional e a promoção turística, contribuindo para que haja uma ligação muito próxima entre a cultura e a economia regional, e que se reflecte em benefícios óbvios para as populações.

Recuando no tempo, a estratégia de Idanha-a-Nova no que concerne à organização de eventos temáticos no seu território teve início em 2006, por ocasião da elaboração da Agenda 21 Local, que identificou como necessidade a criação de oportunidades de participação em feiras para produtores e empresários do município. A par da necessidade de revitalizar a imagem da qualidade dos produtos locais, especificamente das produções agro-alimentares tradicionais, ambas as evidências deram origem a uma significativa intensificação na organização de festivais temáticos, alguns deles já com algumas edições anteriores a esta data.

Desta extensa agenda anual de eventos destacam-se:

- A Feira Raiana, realizada a cada dois anos em Idanha-a-Nova (no outro ano a realização é espanhola, no Ayuntamiento de Moraleja);
- A Feira Medieval, realizada anualmente em Monsanto;

- O Festival do Casqueiro, realizado anualmente em Idanha-a-Velha; e
- A Feira da Caça e Gastronomia, realizada anualmente em Monfortinho.

São estes os eventos que serão analisados no presente trabalho e para o qual se

recorreu a informação considerada relevante, nomeadamente: informação secundária sobre o tema em análise; dados fornecidos pelo próprio Município de Idanha-a-Nova; bem como toda a informação primária recolhida localmente para o efeito, através da realização de um conjunto de inquéritos².

Figura 4 - Eventos realizados em Idanha-a-Nova



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

² Relativamente aos inquéritos realizados, a Laranja Medeiros, Unipessoal, Lda. agradece a todas as pessoas envolvidas na sua realização, designadamente: João Duarte, Francisco Figueira, Rita Manteigas e Tânia Andrade.

Contudo, a agenda de eventos não se esgota nos acima enumerados. São ainda de acrescentar, a título de exemplo:

- O Festival de Melancia, realizado anualmente no Ladoeiro;
- A Mostra de Cavalos Puro-Sangue Lusitano, realizada também anualmente em Penha Garcia;
- A Baja TT de Idanha-a-Nova; e, ainda,
- O Festival de Vinhos e Licores realizado todos os anos em S. Miguel da Acha, entre outros tantos (Figura 4 da página anterior).

Este conjunto de eventos, a par da restante e muito variada agenda cultural do município, concorrem para a valorização dos produtos locais, para o crescimento da actividade económica, para a dinamização da actividade cultural, do envolvimento da população local e da promoção do concelho e da região e, ainda, para a preservação da tradição e da identidade de um povo.

Uma multiplicidade de produtos regionais são mostrados nestes eventos – enchidos, pão, mel, bolos, queijos, azeite, cogumelos, migas, borrego, caça e licores são alguns exemplos. São produtos de

qualidade reconhecidos inclusivamente além-fronteiras. Nesse sentido, tem vindo a ser desenvolvido trabalho nos últimos anos de forma a consolidar e a promover as exportações para o mercado espanhol.

Existe um racional económico para o sucesso em termos de aderência dos agentes locais na sua globalidade – numa era em que a industrialização e a produção em larga escala de alimentos tornam comum uma elevada homogeneização. Os visitantes, por exemplo, encontram nestes eventos produtos típicos com marcas de singularidade e identidade intimamente ligadas ao saber fazer tradicional. Para além do valor simbólico que estes modos de fazer e o mundo rural carregam, está-se perante um manancial de produtos saudáveis, naturais e de maior qualidade.

Do ponto de vista da promoção do património natural e histórico-cultural deste território, estes eventos desempenham um papel relevante. A diferenciação, a autenticidade e a inovação nesse contexto são os pontos de partida da estratégia de promoção turística associada a este tipo de eventos, de carácter geralmente temático e com forte ligação ao território de incidência.

O financiamento dos pequenos eventos

Os fundos estruturais têm apoiado a estratégia de desenvolvimento de eventos temáticos nos diferentes territórios, tendo o Município de Idanha-a-Nova beneficiado desses apoios, que geram uma acrescida dinâmica na economia local.

Desta forma, o elenco de eventos que este relatório analisa foi desenhado e desenvolvido pelo município de Idanha-a-Nova de forma a ir ao encontro de ori-

entações de alguns programas de apoio de que beneficiaram, nomeadamente as Estratégias de Eficiência Colectiva de tipologia PROVERE – Programas de Valorização Económica de Recursos Endógenos. Estes programas têm como objectivo o fomento sustentável da competitividade dos denominados territórios de baixa densidade, de que faz parte Idanha-a-Nova, dinamizando actividades económicas diversas mas sempre assentes na utilização e valorização dos recursos endógenos de cada região, quer estes sejam recursos naturais, património histórico, saberes tradicionais ou modos de fazer.

No ano de 2014, os eventos organizados em Idanha-a-Nova tiveram apoio financeiro do Programa Aldeias Históricas, do *Buy Nature*, do Beira Baixa – Terras de Excelência e, finalmente, do projecto Valorização das Estâncias Termiais da Região Centro, todos estes integrados no referido PROVERE. Uma aposta semelhante foi utilizada pelo município para os eventos de 2015, tendo a Feira medieval sido co-financiada pelo PROVERE Aldeias Históricas e, tanto a Feira Raiana, como o Festival do Casqueiro e a Feira da Caça e Gastronomia encontraram co-financiamento no projecto INTERREG Taejo Internacional.



3.2 FEIRA DA CAÇA E GASTRONOMIA - MONFORTINHO

Monfortinho é uma povoação portuguesa do concelho de Idanha-a-Nova, com 53,18 km² de área e 536 habitantes (INE, 2011).

Bastante antiga, esta freguesia localiza-se na Raia Ibérica estando geograficamente separada de Espanha apenas pelo Rio Erges que ali nasce indo, posteriormente, contribuir para o aumento do caudal do rio Tejo, como seu afluente.

Fazem parte da freguesia os lugares de Torre e Termas de Monfortinho.

Monfortinho, devido à sua cultura de caça e de reserva de animais, detém uma rica diversidade gastronómica, em que se destaca o prato “Perdiz de Escabeche”. Por este facto, e porque o concelho de Idanha-a-Nova é um dos maiores territórios cinegéticos nacionais – com uma área de 120 mil hectares e 86 zonas de caça³ –, o município e a União das Freguesias de Monfortinho e Salvaterra do Extremo organizam desde 2013 a **Feira da Caça e Gastronomia**. O evento, que coloca Monfortinho no centro das atenções, tanto a nível regional como nacional, dedica dois dias ao sector cinegético, ao turismo, à gastronomia e à cultura.

Esta feira oferece aos seus visitantes um programa muito rico de actividades de índole cinegética, mas também cultural e gastronómica. Nomeadamente: montarias aos javalis, largadas de pombos de competição, exposições de aves de rapina, mostras de cetraria⁴, demonstra-

ções de tiro com arco e zarabatana, exposições de cães de raças portuguesas e de raças de caça, demonstrações de cães de parar, mostras de coelhos e perdizes, treinos de caça ao coelho, demonstrações de pombos de vara, *live cooking* e muita animação de rua e em palco e, ainda, um recinto com expositores de artigos de caça e produtos regionais e tasquinhas em permanência.

A juntar a isto existe, também, uma tarde dedicada a provas de pratos de caça com restaurantes que se associam a esta iniciativa apresentando, para o efeito, durante os dois dias em que decorre o evento, menus só com pratos de caça, iniciativa que permite assim dinamizar os restaurantes e estabelecimentos hoteleiros e comerciais da região.

A Feira de Caça e Gastronomia tem contribuído para a afirmação da cinegética como actividade estratégica de toda a Raia e, em particular, do concelho de Idanha-a-Nova.

Os cerca de 10 mil visitantes da feira, entre portugueses e espanhóis, para além de terem à disposição uma panóplia de artigos para a actividade da caça, seja para lazer ou como modalidade desportiva, têm também um leque variado de pratos de caça e de produtos regionais à sua disposição. Algumas ementas especiais contemplam o bife de veado, o ensopado de javali, o arroz de lebre, a couve com perdiz, entre muitos outros pratos tradicionais daquela região.

³ Idanha-a-Nova integra uma das cinco Regiões Cinegéticas do país (www.icnf.pt).

⁴ Arte medieval de caça com aves, p. ex. falcoaria.

Figura 5 - Cartazes da Feira da Caça e Gastronomia em 2013, 2014 e 2015



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Paralelamente a esta feira, têm sido dinamizadas sessões de esclarecimento sobre Licenciamento de Unidades de Produção Local e comercialização de produtos regionais e caça, de forma a apoiar os produtores do concelho na qualificação e

licenciamento da sua actividade. Contribuiu-se, assim, não só para a dinamização mas, também, para o incentivo da economia familiar local, enquanto fonte de rendimento para algumas famílias da região.

Figura 6 - Imagens da 3ª edição da Feira da Caça e Gastronomia



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

No âmbito da caça, e fora da realização deste evento, diversas entidades reuniram-se em Idanha-a-Nova para discutir medidas de controlo e erradicação da tuberculose em caça maior. O encontro, realizado em Outubro de 2015, serviu como ponto de partida para “o desenvolvimento

de novos planos de acção que contribuam para um futuro risonho da actividade cinegética”, nas palavras do Presidente do Município de Idanha-a-Nova⁵. Em 2013 a Feira da Caça e Gastronomia contou com cerca de 60 expositores, alcançando uma média de 150 expositores

⁵ Retirado de: <https://www.facebook.com/MunicipioidanhaNova/>

em 2014 e 2015, e a participação de restaurantes rondou os 20 nas últimas edições. Esta feira é divulgada num amplo conjunto de meios de comunicação tais

como a rádio e os jornais locais e regionais, tanto em Portugal como em Espanha.

Figura 7 - Divulgação da Feira da Caça e da Gastronomia em jornais regionais



10 · Idanha-a-Nova

Para a Beira · 13 de Janeiro de 2014 · Edição 1068

Monfortinho recebe Feira da Caça e Gastronomia

A Câmara Municipal de Idanha-a-Nova promove na Freguesia de Monfortinho a 2ª Feira da Caça e Gastronomia, a 18 e 19 de Janeiro de 2014, uma iniciativa organizada pelo município em conjunto com a União de Freguesias de Monfortinho e Salvaterra de Extremadura.

Nesta edição aponta-se um programa de qualidade e diversidade que a nível da sua estrutura garante a sustentabilidade, sendo também o apoio do Geopark Natúrego, do Clube de Pesca e do Município entre outros.

Este evento visa ainda divulgar todas as raças, espécies e variedades ligadas ao setor da caça, destacando a sua importância, numa região de tradição e potencial turístico.

O concelho de Idanha-a-Nova possui uma das maiores regiões de caça do país, com uma área total de 120 mil hectares e mais de 100 raças de caça. Ao longo de vários anos, tem sido desenvolvido um trabalho de envolvimento desta e indissociavelmente também uma importante missão económica para o desenvolvimento do meio rural, incluindo toda a Raia, uma iniciativa que tem ainda por objetivo vir a constituir o equilíbrio ecológico ambiental, constituindo também uma importante fonte de rendimento para os produtores locais.

Esta iniciativa é apoiada nas vertentes cultural, de animação, ve-



lização do património e dos produtos locais, bem como outros recursos existentes.

A feira inclui perto de 130 exposições, algumas de gastronomia de caça, e também um concurso de pratos de caça.

O início das atividades será no sábado dia 17 pelas 09h30 com a concentração dos caçadores para a mostra da 1ª edição da Feira da Caça e Gastronomia seguindo-se pelas 11h30 a abertura da feira onde as várias iniciativas em que a caça é o elemento maior.

De programa, contam ainda demonstrações de cães de caça, mostra de raças de caça, mostra de raças de cães de caça, entre outros.

Além das mostras e demonstrações nos dois dias, haverá também exposições, de troféus de caça e

(à esquerda Gazeta do Interior e Povo da Beira; à direita Diário de Coimbra)

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Numa última nota, e segundo a direcção da Federação de Caça e Pesca da Beira Interior, a qual conta com 270 associados, existem cada vez mais jovens a interessarem-se pela actividade da caça, o que revela claramente a vitalidade do sector. Ao longo de vários anos a actividade cinegética, que envolve directa e indirectamente centenas de pessoas dentro

e fora do concelho, tem vindo a assumir um papel preponderante em termos de ordenamento do território e do equilíbrio ecológico/ambiental, constituindo, também, uma importante mais-valia económica para a dinamização e desenvolvimento do mundo rural de toda a Raia.

Avaliação da edição de 2015

Visitantes

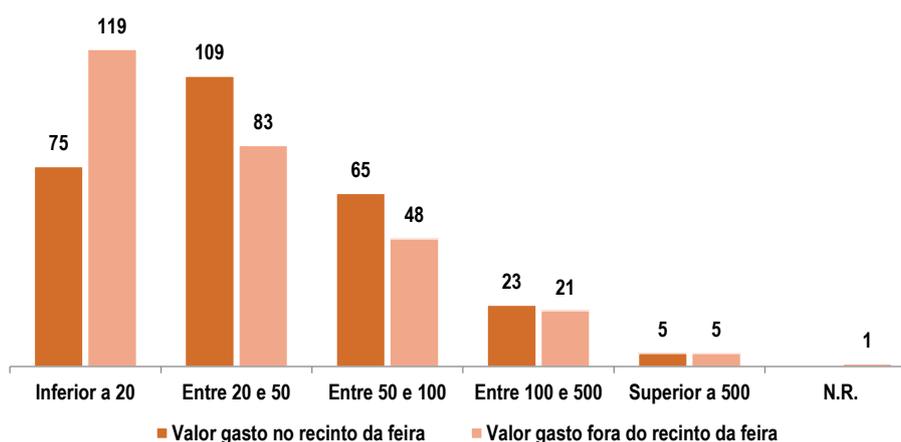
Durante os dois dias da feira foram realizados 277 inquéritos, cerca de 3% do número total de visitantes estimado pelo Município de Idanha-a-Nova (10 mil pessoas).

O inquérito aos visitantes baseou-se em questões tais como o valor gasto dentro e fora do recinto da feira (Gráfico 2), a qualidade dos produtos comercializados

(Gráfico 3) e a classificação da organização da feira quanto à informação disponível, ao acolhimento e à qualidade das actividades presentes (Gráfico 4).

O valor gasto pelos visitantes num determinado evento, quer seja dentro quer fora do recinto em que este ocorre, representa um efeito directo do mesmo na economia local.

Gráfico 2 - Valor gasto pelos visitantes na Feira (€)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Um evento desta natureza é, à partida, uma actividade económica concebida para gerar benefícios tanto para o promotor como para o comércio local, restaurantes, hotéis e comunidade em geral.

Relativamente à Feira da Caça e Gastronomia, o consumo da quase totalidade das pessoas que visitaram a feira (90%) não ultrapassou os 100 €/pessoa. Tendencialmente, as pessoas optaram por recorrer aos produtos promovidos pela

própria feira com excepção do escalão mínimo de gastos (menos de 20 €), que se explica pelo facto deste grupo poder incluir também todos aqueles que referiram não terem efectuado qualquer tipo de despesa.

No que se refere aos restantes escalões, o próprio tema associado a esta feira induz um alargamento do consumo por

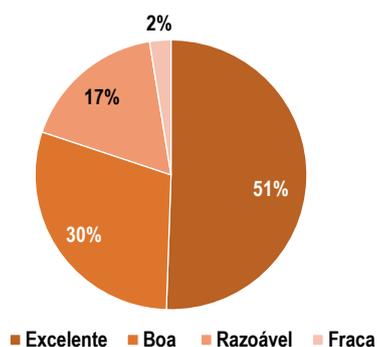
parte das pessoas para além do recinto da feira, dada a oferta variada de produtos ligados à caça presentes no comércio local, nomeadamente ao nível da restauração. De facto, alguns estabelecimentos, numa estratégia de promoção da gastronomia local e valorização dos produtos locais, adoptaram uma ementa especial ligada à caça durante o fim-de-semana em que decorreu este evento.

Em relação aos produtos comercializados na feira, tal como o gráfico abaixo mostra, grande parte dos visitantes mostrou-se visivelmente satisfeita com a qualidade dos mesmos, tendo apenas 2% atribuído nota baixa aos produtos ali promovidos.

Quanto à organização da feira, em que se pedia aos inquiridos para a classificarem

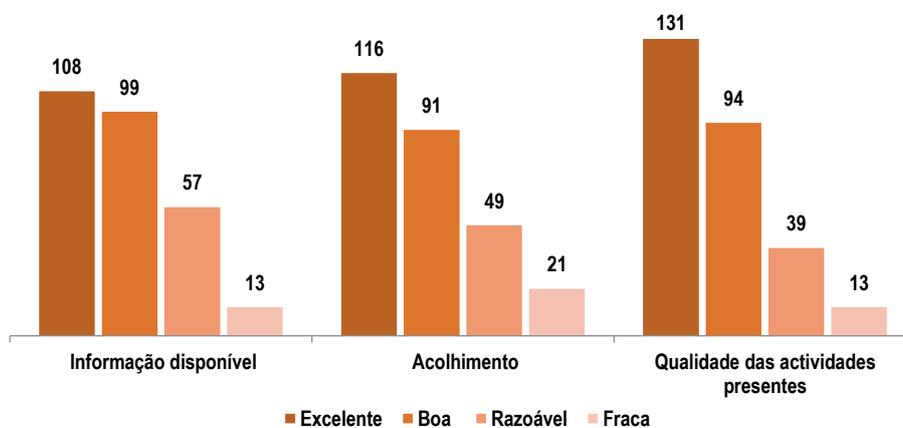
a três níveis – Informação disponível; Acolhimento e Qualidade das actividades presentes –, o gráfico que se segue confirma a mesma tendência.

Gráfico 3 - Classificação da qualidade dos produtos comercializados na Feira



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Gráfico 4 - Classificação da organização da Feira



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

A organização deste evento, inteiramente dedicado à actividade cinegética, foi muito bem classificada, tendo prevalecido sempre o número de pessoas que consideram *Excelente* (39%; 42%; 47%) e *Boa*

(36%; 33%; 34%) toda a preparação deste evento e seu acompanhamento. Uma pequena percentagem, apenas, classificou de forma menos favorável este evento.

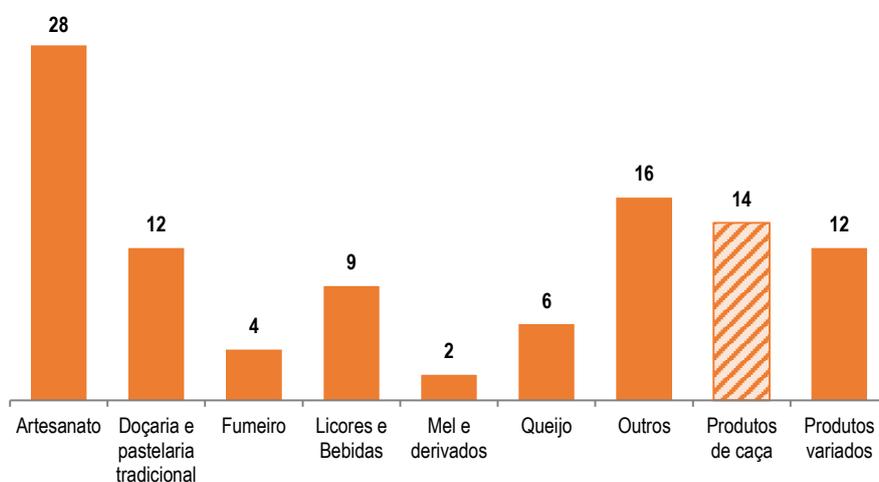
Expositores

Na edição de 2015 estiveram presentes mais de uma centena de expositores, os quais tiveram as suas bancas abertas ao público no fim-de-semana de 17 a 18 de Janeiro – sábado das 11h30 às 20h e das 10h às 20h no domingo. De salientar que no domingo, a partir das 14h, a feira teve

emissão em directo do programa “Somos Portugal”, do canal televisivo TVI.

Durante os dois da feira foram efectuados 117 inquéritos. O gráfico 5 abaixo mostra os vários sectores de actividade representados para os expositores identificados⁶.

Gráfico 5 - Expositores por sector de actividade presentes na Feira (2015)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Os sectores mais representados foram o do *Artesanato* (27% dos expositores); o que aqui se designou por *Produtos de caça*, com 14% dos expositores (não apenas de produtos alimentares) e, com 12% dos expositores cada, produtos gastronómicos como o sector *Produtos variados* e o da *Doçaria e pastelaria tradicional*. A categoria *Outros*, apesar de representar 16 expositores, englobou sectores muito variados, como as flores e hortícolas, estampagem de camisolas/brinquedos, etc..

Analisada a origem geográfica destes 103 expositores (Tabela 1), conclui-se terem estado presentes na 3ª edição da Feira da Caça e Gastronomia expositores provenientes de 23 concelhos, bastante revelador da multiplicidade de participantes neste evento ligado à cinegética.

De facto, mais de metade dos expositores provém do concelho de Idanha-a-Nova (55%), representando algumas freguesias do concelho (e.g. S. Miguel de Acha, Penha Garcia, Monfortinho, Monsanto,

⁶ Os sectores de actividade apresentados foram organizados com base na informação fornecida pelo Município de Idanha-a-Nova, referente a um total de 103 expositores (apesar de terem sido realizados 117 inquéritos aos expositores).

Rosmaninhal). Castelo Branco foi o segundo concelho mais representado, com um total de 12 expositores, seguido da Covilhã, com 3.

Esta concentração de expositores pertencentes ao Distrito de Castelo Branco que não quiseram deixar de marcar presença na Feira da Caça e Gastronomia de Monfortinho reforça a relevância e o peso que um evento desta natureza pode ter a nível local/regional, bem como a importância e o impacto da actividade cinegética na vida das comunidades locais.

Tabela 1 - Origem geográfica dos expositores presentes na Feira (2015)

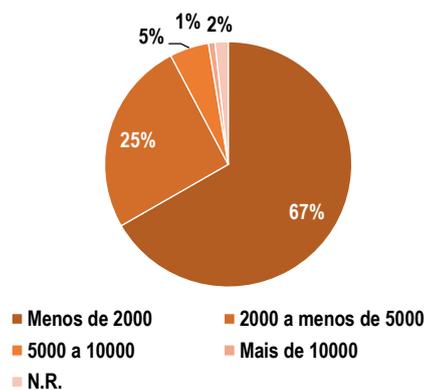
| Concelho | Expositores (Nº) |
|----------------------|------------------|
| Total: 103 | |
| Alcobaça | 2 |
| Almeirim | 1 |
| Badajoz | 1 |
| Caldas da Rainha | 2 |
| Carregal do Sal | 1 |
| Castelo Branco | 12 |
| Constância | 1 |
| Covilhã | 3 |
| Esposende | 1 |
| Estremoz | 2 |
| Fundão | 1 |
| Idanha-a-Nova | 57 |
| Leiria | 1 |
| Mafra | 2 |
| Mangualde | 1 |
| Murça | 1 |
| Nelas | 1 |
| Pombal | 1 |
| Porto | 1 |
| Sesimbra | 1 |
| Tavira | 1 |
| Vila do Conde | 1 |
| Vila Velha de Rodão | 1 |
| Sem informação | 7 |

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

O inquérito aos expositores baseou-se em questões de âmbito económico bem como em questões relacionadas com recursos humanos, nomeadamente as receitas e custos com a feira e o pessoal afecto à feira. A origem e tipo de produtos comercializados na feira foram outras duas questões do inquérito.

Mais de 30% das entidades presentes na feira indicou receitas com a feira numa ordem de valores superior a 2.000 € (Gráfico 6).

Gráfico 6 - Receitas com a Feira (€)



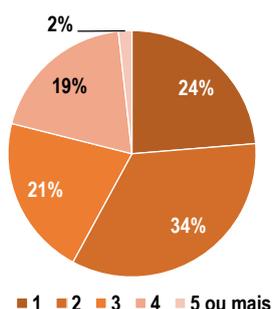
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Este resultado, bastante positivo, revela, em comparação com os outros eventos em análise, a natureza e o tipo de produtos ali comercializados. Orientados para um determinado nicho de mercado, trata-se de produtos com um valor comercial considerável e dirigidos a um público, dadas as despesas associadas à prática desta actividade, para o qual se pressupõe um certo poder de compra.

Com base nos inquéritos realizados, a

maioria das entidades presentes na feira (58%) teve uma pessoa (24%) ou duas pessoas afectas à feira (34%), e apenas 3% dos expositores, aproximadamente, tiveram cinco ou mais pessoas a trabalhar neste evento (Gráfico 7).

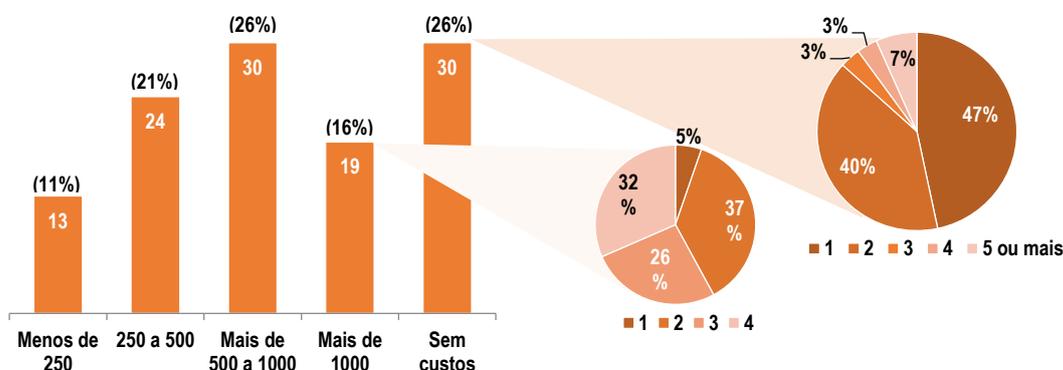
Gráfico 7 - Pessoal afecto à Feira (Nº)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Ainda relativamente ao pessoal afecto à feira, cerca de um terço das entidades presentes indicou custos até 500 € e 26% referiram custos superiores a 1.000 €. Para aproximadamente um quarto dos expositores, a sua participação na Feira da Caça e Gastronomia não implicou qualquer tipo de despesa ao nível dos recursos humanos. O gráfico 8 abaixo permite ainda outra leitura: o extracto que assinalou um volume maior de custos em termos de pessoal corresponde também aos expositores que tiveram mais pessoas a trabalhar durante o fim-de-semana do evento e, analogamente, aqueles que referiram ter contratado/afectado menos pessoal (1 ou 2 pessoas sobretudo) não tiveram quaisquer custos associados.

Gráfico 8 - Custos com o pessoal afecto à Feira (€)



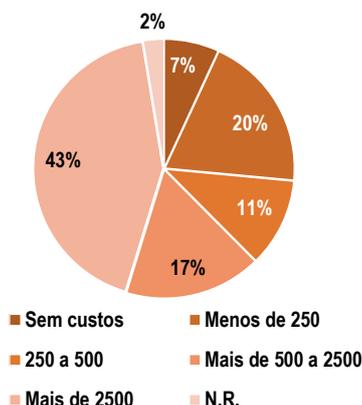
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Em relação à aquisição de bens e serviços intermédios para a feira (Gráfico 9), cerca de 30% dos expositores afirmaram não ter gasto mais de 500 € e uma boa parte (43%) referiu gastos superiores a 2.500 €.

Numa tentativa de se compararem receitas e custos, foi possível apurar, para um total de 114 respostas válidas, que para mais de metade dos expositores que participaram nesta edição de 2015 da Feira da Caça e Gastronomia, os custos em

que incorreram foram inferiores (9%) ou da mesma ordem de grandeza (50%) das receitas obtidas⁷.

Gráfico 9 - Aquisição de bens e serviços intermédios (€)



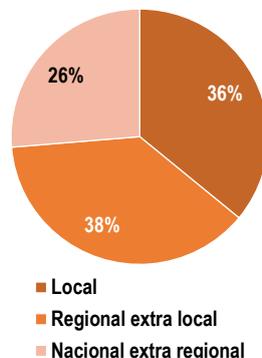
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Não obstante o peso considerável, do ponto de vista económico, que uma participação num evento desta natureza representa para as empresas, os resultados parecem sugerir que, apesar de correrem o risco de não terem ganhos suficientes para fazer face às despesas correspondentes, as empresas acreditam que tal risco poderá ser compensado *a posteriori*, em razão da visibilidade que a sua participação traz aos seus produtos.

Quanto à origem dos produtos comercializados na feira, a leitura do gráfico que se segue permite concluir que a grande maioria foi de origem nacional, com especial

destaque para os produtos locais (36%) e da Região da Beira Baixa (38%).

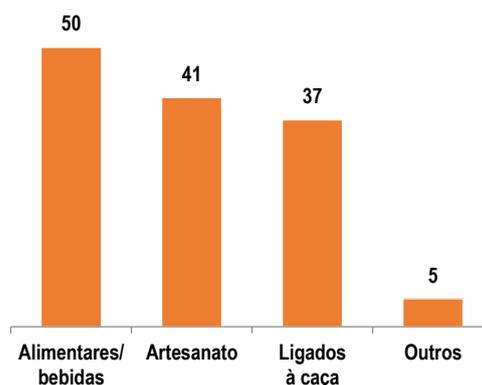
Gráfico 10 - Origem dos produtos comercializados



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

No que respeita ao tipo de produtos comercializados na feira (Gráfico 11), a maioria (cerca de 38%) foi do género alimentar e cerca de 28%, 37 respostas, foram produtos ligados à caça.

Gráfico 11 - Tipo de produtos comercializados



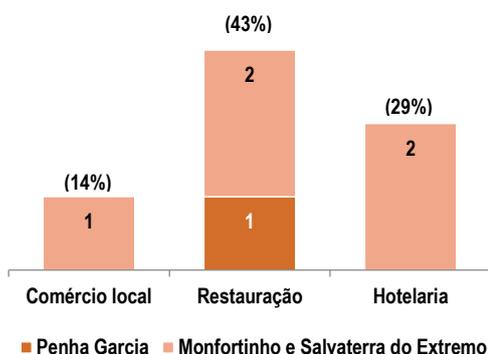
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

⁷ Dada a estrutura do próprio inquérito, esta comparação não poderá ter um rigor absoluto, sobretudo no que às receitas diz respeito. Uma vez calculados os custos inerentes à participação neste evento, estes foram classificados utilizando, para o efeito e de forma a torná-los comparáveis, os mesmos intervalos das receitas (Ver inquérito em Anexo).

Empresas locais

Para além dos expositores, foram também aplicados 6 inquéritos às empresas locais com o intuito de perceber de que forma iniciativas como esta revertem a favor da sua actividade, promovendo a economia local.

Gráfico 12 - Sector de actividade e localização das empresas locais



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

As questões do inquérito tiveram por termo de comparação o fim-de-semana referente ao evento propriamente dito e os dois fins-de-semana anteriores, com especial incidência no número de clientes e nas receitas geradas durante o período em questão. Foram também elaboradas questões específicas aos restaurantes aderentes ao programa de ementa especial durante a semana do evento, de forma a comparar receitas e número de clientes com as semanas anteriores ao evento.

Os inquéritos foram aplicados a empresas do sector da restauração, hotelaria⁸ e

comércio local e, apesar de terem sido realizados apenas seis inquéritos, foi possível reter algumas conclusões.

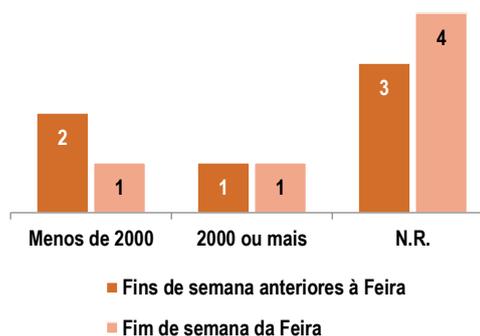
Em comparação com as semanas anteriores, três empresas responderam ter havido um aumento de receitas e de clientes durante a semana da Feira da Caça e Gastronomia.

Gráfico 13 - Número médio de clientes (antes e durante a Feira)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Gráfico 14 - Receitas médias (antes e durante a Feira), €



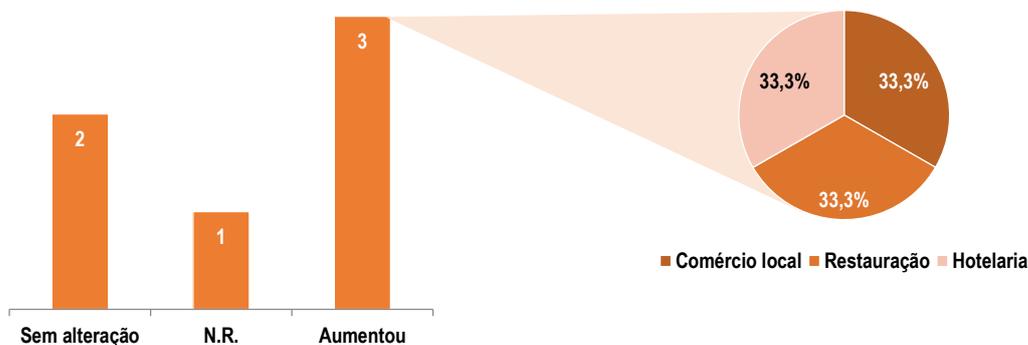
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

⁸ Hotelaria: hotéis, pensões, residenciais e pousadas da juventude.

O aumento do número de clientes no fim-de-semana da feira foi unânime para os três sectores de actividade e

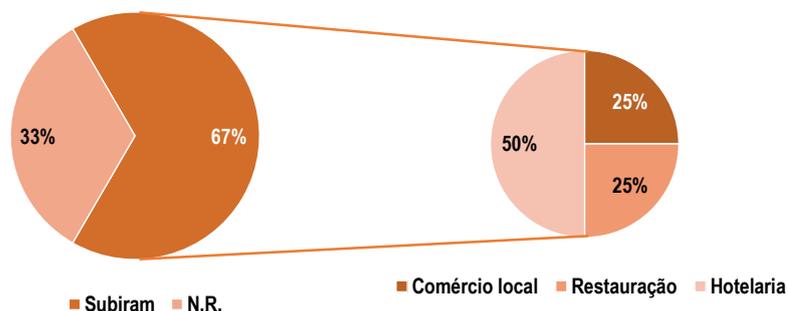
já no que se refere às receitas foi a hotelaria quem mais sentiu esse aumento.

Gráfico 15 - Comportamento do número de clientes no fim-de-semana da Feira



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Gráfico 16 - Comportamento das receitas no fim-de-semana da Feira



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Cerca de 30% dos clientes pediram o menu elaborado especialmente para o evento, e as empresas aderentes que responderam ao inquérito referiram estar dispostas a aderir novamente a um programa semelhante de ementas especiais;

E, por fim, das seis empresas inquiridas, metade afirmou ter tido a necessidade de contratar mais pessoal (média de 5 colaboradores) tendo optado por contratar mão-de-obra residente em Idanha-a-Nova.



3.3 FEIRA MEDIEVAL - MONSANTO

A **Festa da Divina Santa Cruz**⁹ é organizada pelo Município de Idanha-a-Nova e pela União das Freguesias de Monsanto e Idanha-a-Velha. Este certame transporta as suas centenas de visitantes numa viagem no tempo, até à época medieval num acontecimento para se sentir e viver a história.

Considerada uma das melhores Feiras Medievais do país, proporciona animação constante por ruas enfeitadas e personagens vestidos a rigor, pretendendo ir de encontro a uma multiplicidade de públicos. Actividades como o assalto ao castelo, artesãos ao vivo, ceias medievais, cortejos, danças, espectáculos de fogo, folias com saltimbancos e histriões¹⁰, mercado medieval, recriações históricas, torneios de armas, conciliados com os festejos tradicionais da população local em homenagem à resistência do cerco ao castelo, animam e enriquecem o “burgo” da Festa.

Durante os dias em que decorre a Festa da Divina Santa Cruz, as tradições de Monsanto permitem uma excelente oportunidade para se regressar aos tempos

de vila templária e descobrir ou visitar os seus costumes, a sua história, a sua tradição e todo o seu património cultural.

Realizada anualmente a 3 de Maio, a origem etnográfica da Festa da Santa Cruz, Festa de Maio ou Festival do Castelo, remonta, possivelmente, às celebrações do ciclo da Primavera do período celto-lusitano. Posteriormente cristianizada para o festejo de início da Páscoa, tomou proporção bélica ao ser associada aos cercos do castelo (quer pelos romanos, quer pelos mouros) ou nas lutas com Castela, tendo os sitiados sempre resistido heroicamente e mantido a sua posição.

De acordo com a tradição local, no século II a.C. a população procurou refúgio no castelo, resistindo a um cerco dos romanos que, durante 7 anos, os procuraram vencer pela fome. Quando só restavam uma vitela magra e um alqueire de trigo¹¹, de modo a convencer o inimigo de que não teriam necessidade de se render, uma das mulheres sugeriu que se alimentasse a vitela com todo o trigo restante e que a atirassem das muralhas na direcção dos sitiados.

⁹ Monsanto é uma freguesia do concelho de Idanha-a-Nova (União de Freguesias Idanha-a-Velha e Monsanto) e é uma das **Aldeias Históricas de Portugal**. Situa-se a nordeste das Terras de Idanha, aninhada na encosta de uma elevação escarpada - o cabeço de Monsanto (*Mons Sanctus*) – que irrompe abruptamente na campina e que, no seu ponto mais elevado, atinge 758 metros. Trata-se de um local muito antigo, onde se regista a presença humana desde o paleolítico. Vestígios arqueológicos dão conta de um castro lusitano e da ocupação romana no denominado campo de S. Lourenço, no sopé do monte. A Aldeia Histórica de Portugal de Monsanto detém um encanto singular, para o que contribuem os dois títulos atribuídos no séc. XX – Aldeia Mais Portuguesa de Portugal, em 1938, e o de Aldeia Histórica em 1995. Ícone turístico da região.

¹⁰ Comediante ou jogral na antiguidade romana (www.priberam.pt).

¹¹ Alqueire, do árabe *al kayl*, designava originalmente uma das bolsas ou cestas de carga que pendiam para ambos os lados do dorso dos animais de carga. Um alqueire de trigo podia assumir vários valores consoante a região, por ex., 14,5 litros (Évora); 18,8 litros (Lisboa).

O inimigo, ao verificar que do ventre da vitela se tinha espalhado uma abundância de trigo, acreditou que a população intramuros se encontrava protegida pela Providência Divina, como tal milagrosamente providos de alimento, acabando por decidir levantar o cerco com a sua retirada a 3 de Maio (dia de Santa Cruz).

Como forma de tributo e de reviver simbolicamente o episódio do cerco, todos os anos as mulheres de Monsanto vestem as suas melhores roupas e, entoando canções populares e tocando adufe, agitando marafonas¹² ou levando à cabeça potes de barro (caitados de branco, decorados e cheios de flores), partem da povoação rumo ao castelo de onde, do alto as muralhas, são atirados os potes que simbolizam a vitela.

A edição de 2015 da Festa Divina de Santa Cruz, conhecida como Feira Medieval, realizou-se nos dias 2 e 3 de Maio, em Monsanto, tendo sido organizado um jantar medieval no dia 1.

Este evento tem como principal objectivo a valorização do turismo e da economia local, pela celebração de grande qualidade de uma tradição pagã, onde turistas e visitantes podem usufruir do património cultural.

Figura 8 - Programa da Feira Medieval de 2015

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Avaliação da edição de 2015

Visitantes

Para este evento em particular, não foi possível obter informação referente aos visitantes, dado que não existiu a possibilidade de levar a cabo a bateria de inquéritos desenhados para avaliar o grau de satisfação e de envolvimento com o evento dos quase 10.000 visitantes estimados para a edição de 2015.

¹²Boneca típica, colorida, com armação em cruz.

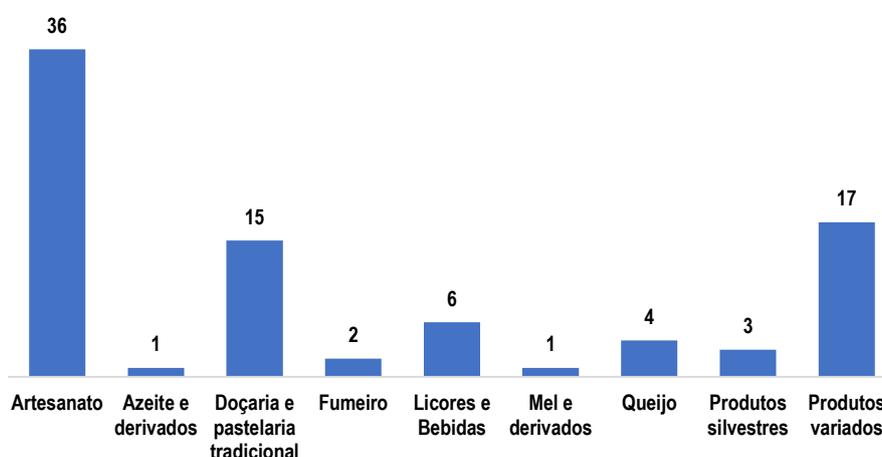
Expositores

Em 2015 participaram na edição da Feira Medieval 85 expositores cujas bancas estiveram abertas ao público nos dias 02 e 03 de Maio – sábado das 12h00 às 24h00, e domingo das 11h00 às 20h00.

O gráfico 17 ilustra os sectores representados pelos vários expositores presentes.

O sector com maior representatividade foi o do *Artesanato*, com 36 expositores presentes, 42% do total. A *Doçaria e pasteleria tradicional* foi o segundo sector mais representado, com 15 expositores, 18% do total.

Gráfico 17 - Expositores por sector de actividade presentes na Feira (2015)



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Na categoria *Produtos variados* englobam-se sectores muito diferenciados, como o fabrico de pão ou o fabrico de espadas.

O tipo de expositores presentes nesta feira vem reforçar a importância que os pequenos eventos temáticos podem ter para os produtores locais, servindo de mostra para o que melhor se produz nos territórios de incidência e contribuindo não só para a promoção mas também para perpetuar o saber fazer tradicional.

A análise da origem geográfica dos 85 expositores que participaram neste evento revela que estiveram presentes feirantes

oriundos de 18 concelhos diferentes, a sua larga maioria (62 expositores; 73%) pertencente ao Distrito de Castelo Branco. Como se pode verificar na tabela 2, destes 85 expositores 34 eram provenientes de Idanha-a-Nova, 40% dos expositores, distribuídos pelas várias freguesias do concelho. Nomeadamente: Idanha-a-Nova, 8 expositores; S. Miguel D’Acha, 6 expositores; Monsanto e Peña Garcia, 5 expositores cada; Rosmaninhal, 3 expositores; Alcafozes, 2 expositores; Ladoeiro, Monfortinho, Oledo e Proença-a-Velha, 1 expositor cada.

Tabela 2 - Origem geográfica dos expositores presentes na Feira (2015)

| Concelho | Expositores (Nº) |
|----------------------|------------------|
| Total: 85 | |
| Almeida | 1 |
| Carregal do Sal | 1 |
| Castelo Branco | 18 |
| Covilhã | 3 |
| Espinho | 1 |
| Fundão | 7 |
| Gouveia | 1 |
| Guarda | 1 |
| Idanha-a-Nova | 34 |
| Nazaré | 1 |
| Odivelas | 2 |
| Penafiel | 1 |
| Porto | 1 |
| Porto de Mós | 1 |
| Santa Maria da Feira | 1 |
| Tomar | 2 |
| Viseu | 2 |
| Sem informação | 7 |

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Castelo Branco foi o segundo concelho mais representado, seguido do Fundão e da Covilhã.

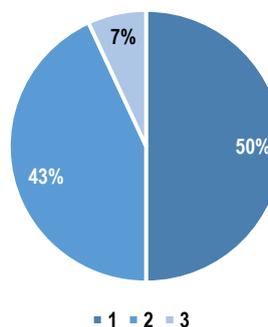
Para se realizar a avaliação do impacto económico da Feira Medieval, foram feitos 58 inquéritos aos expositores e 21 a empresas locais, formando este conjunto uma amostra representativa do universo total.

Dos 58 expositores inquiridos, de um total de 85 que estiveram presentes na Feira Medieval, todos referiram ter tido receitas inferiores a 2.000 €.

Analisando o esforço dos expositores inquiridos de forma a garantir a sua presença na Feira, a nível da afectação de pessoal nos *stands* e respectivos custos,

o gráfico que se segue (Gráfico 18) mostra que a quase totalidade dos expositores fizeram deslocar apenas uma pessoa (50%) ou duas (43%) em sua representação na Feira Medieval de Monsanto. Uma pequena percentagem apenas sentiu necessidade de afectar três pessoas no atendimento aos visitantes.

Gráfico 18 - Pessoal afecto à Feira (Nº)

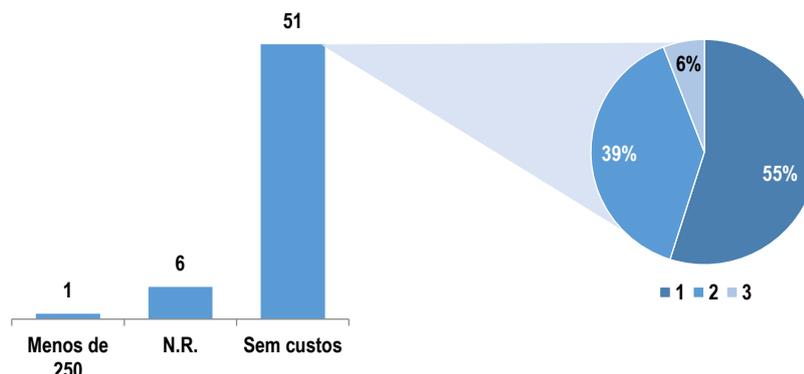


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

A própria tipologia e dimensão desta feira, essencialmente centrada na animação de rua, ao contrário de outros eventos como a Feira da Caça e Gastronomia bem como a Feira Raiana, não impõem aos expositores presentes a necessidade de qualquer tipo de investimento adicional ao nível dos recursos humanos.

De facto, tal como o gráfico abaixo indica – e tendo em conta que, em termos de pessoal, os resultados obtidos anteriormente sugerem terem estado presentes o(s) proprietários(s) das empresas e/ou funcionários(s) seu(s) –, do total de respostas válidas (52 expositores), a quase totalidade, 98%, referiu não ter tido qualquer encargo a este nível.

Gráfico 19 - Custos com o pessoal afecto à Feira (€)

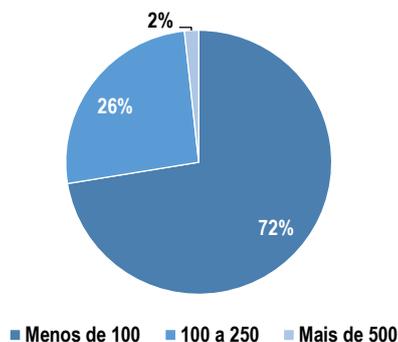


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Em linha com o que se acaba de referir, também ao nível da aquisição de bens e serviços intermédios o investimento feito pelos expositores que marcaram presença na Feira Medieval de Monsanto, não foi da mesma ordem de grandeza do que sucedeu para os outros eventos anteriormente mencionados.

evento produtos de origem nacional. Destes, 9% levaram até à Feira Medieval produtos locais; para além destes, 62% da Região da Beira Baixa, e 29% dos produtos ali comercializados provinham de outras regiões do país (ilustrado no gráfico 21).

Gráfico 20 - Aquisição de bens e serviços intermédios (€)

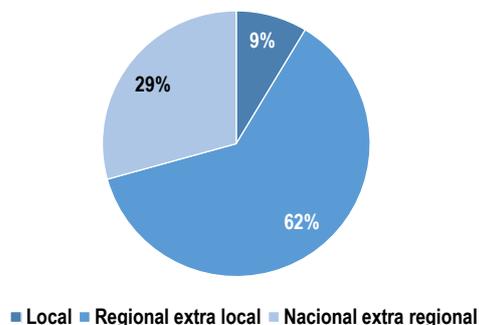


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

A quase totalidade dos expositores (98%) não gastou mais do que 250 € na aquisição de bens e serviços intermédios.

No que diz respeito à origem dos produtos comercializados pelos expositores, todos referiram terem trazido para este

Gráfico 21 - Origem dos produtos comercializados

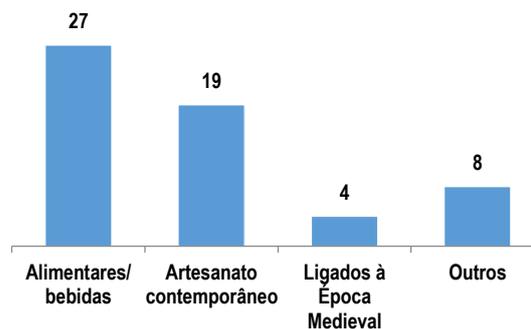


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Relativamente ao tipo de produtos comercializados, para um total de 46 inquiridos as respostas dadas apontam para produtos essencialmente ligados à gastronomia

(47%) e ao artesanato (33%) e poucos foram aqueles que mencionaram ter comercializado produtos ligados ao tema deste evento, concretamente à Época Medieval (Gráfico 22). Ao contrário dos produtos locais presentes na feira, essencialmente ligados à gastronomia mas também ao artesanato, este tipo de produto, como o fabrico de espadas, por exemplo, são dirigidos a um público mais restrito.

Gráfico 22 - Tipo de produtos comercializados



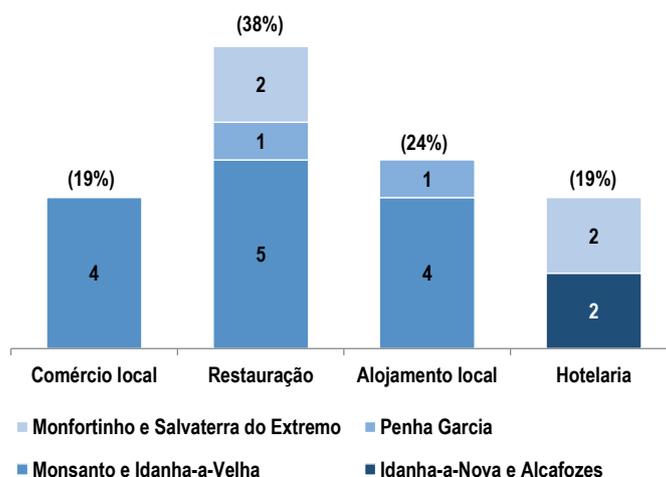
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Empresas locais

De forma a avaliar o impacto económico ao nível do afluxo de visitantes que a Feira Medieval gerou nas empresas que se encontram na região envolvente, foram realizados inquéritos a diversos negócios locais. No gráfico 23, caracterizam-se estas empresas por sector de actividade e freguesia, a grande maioria (cerca de 80%) ligadas à restauração e ao sector hoteleiro.

Relativamente à localização das empresas locais, foram inquiridas entidades provenientes de quatro freguesias, a maioria, 57%, situadas em Monsanto e Idanha-a-Velha, freguesia onde se realiza a feira. As restantes, repartidas entre Monfortinho e Salvaterra do Extremo, Penha Garcia e, por último, a freguesia de Idanha-a-Nova e Alcafozes.

Gráfico 23 - Sector de actividade e localização das empresas locais



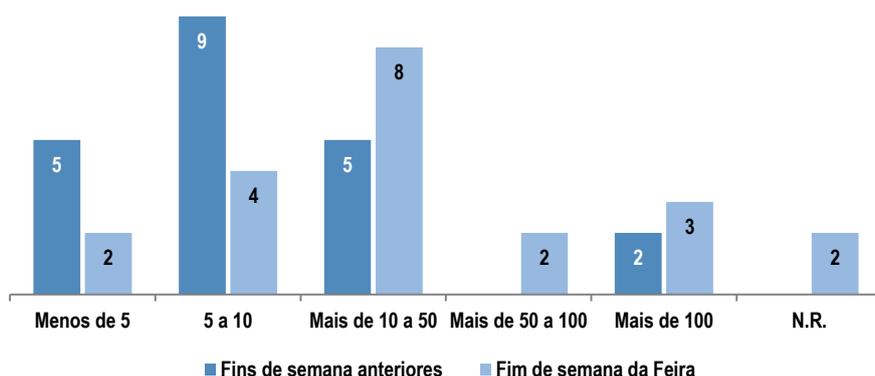
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

As respostas obtidas no que concerne ao número médio de clientes por fim de semana revelam, tal como o gráfico abaixo indica, uma maior afluência de turistas no fim-de-semana da feira. Enquanto em fins-de-semana anteriores a maior parte dos inquiridos referiram uma média de clientes a não ultrapassar os 10 por final de semana (67%), já no período em que ocorreu a Feira Medieval o valor médio apontado chegou a atingir os 50 clientes (gráfico 24). Esta informação é indicativa da importância que iniciativas deste tipo,

que integram a estratégia de desenvolvimento do Município de Idanha-Nova, podem ter para a dinamização da economia local.

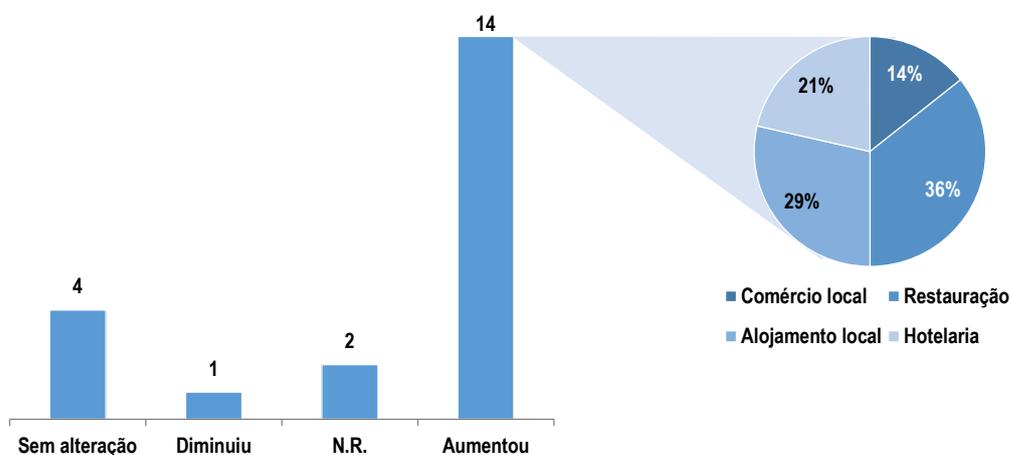
Analisando o comportamento do número de clientes no fim-de-semana da Feira Medieval de Monsanto (Gráfico 25), observa-se que um número significativo de empresas referiu um aumento no número de clientes, tendo esse aumento sido mais visível ao nível da restauração e do alojamento local

Gráfico 24 - Número médio de clientes (antes e durante a Feira)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Gráfico 25 - Comportamento do número de clientes no fim-de-semana da Feira

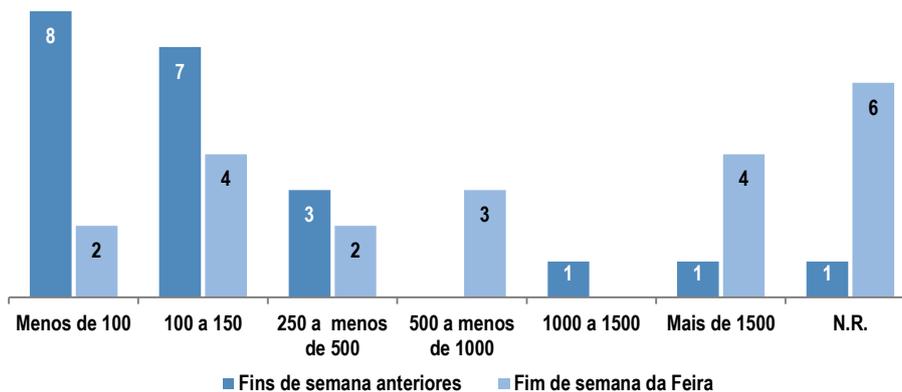


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Ao nível das receitas (gráfico 26), e apesar de quase 30% das empresas locais terem optado por não responder às questões do inquérito, o cenário é em todo semelhante ao que se acaba de referir relativamente ao número de clientes, observando-se um aumento de respostas para

receitas médias com valores compreendidos entre 500 e 1.000 € (14% dos inquiridos) e valores superiores a 1.500 € (19% dos inquiridos). Nos fins-de-semana anteriores, a maioria das respostas situou-se em valores a não ultrapassar os 150 € de receita média (71% dos inquiridos).

Gráfico 26 - Receitas médias (antes e durante a Feira), €

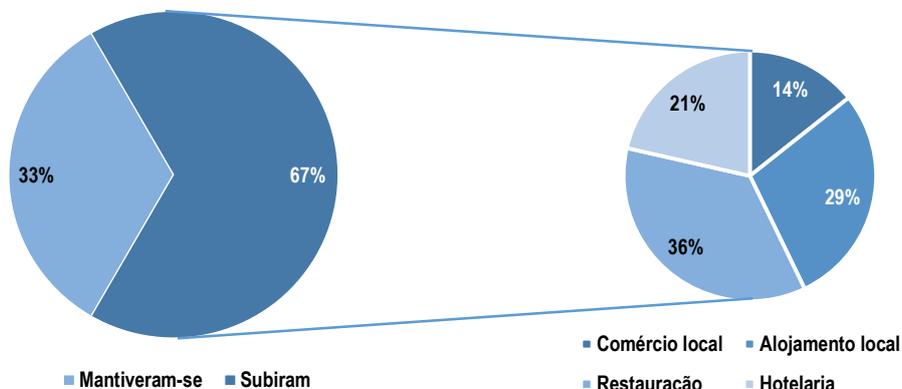


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Analisando o comportamento das receitas no fim-de-semana da Feira Medieval, mais de três terços das empresas locais referiram terem registado um maior volume de receitas, igualmente evidente ao

nível dos vários sectores de actividade representados (gráfico 27), nomeadamente no que se refere à restauração e ao alojamento local.

Gráfico 27 - Comportamento das receitas no fim-de-semana da Feira

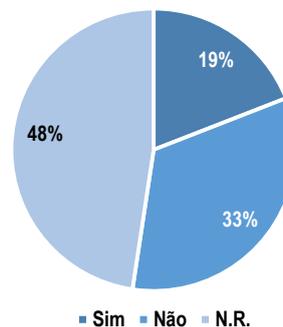


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Relativamente ao reforço do pessoal durante o fim-de-semana da Feira Medieval, apenas 19% das empresas referiram ter contratado pessoal para este efeito (gráfico 28), recorrendo unicamente a pessoas residentes no concelho.

O que tem vindo a ser referido até ao momento confirma o impacto social e, também económico, que a realização de pequenos temáticos podem ter numa dada região, contribuindo para o aumento da visibilidade do território no qual se inserem. Este tipo de iniciativa não deve ser descurado dado o papel que representam na notoriedade dos municípios.

Gráfico 28 - Contratação de mais pessoal no fim-de-semana da Feira



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida



3.4 FEIRA RAIANA - IDANHA-A-NOVA

Não mais importante mas, seguramente, o evento com maior visibilidade no calendário de festividades organizadas pelo Município de Idanha-a-Nova, a **Feira Raiana**, com uma periodicidade anual, realizou este ano a sua XIXª edição¹³. Este evento temático resulta de uma parceria

entre o Município de Idanha-a-Nova (Portugal, Distrito de Castelo Branco) e o Ayuntamiento de Moraleja (Espanha, Comarca Sierra de Gata), ambos pertencentes ao território de actuação da Associação La Raya-A Raia (Figura 9)¹⁴.

Figura 9 - Território de actuação da Associação La Raya-A Raia



Fonte: adaptado de www.laraya-araia.org

¹³ A primeira edição teve lugar em 1994 e durante 3 anos a feira não se realizou (2005-2007) celebrando-se, por isso, em 2015 a sua XIXª edição. Enquanto do lado luso a organização esteve sempre a cargo do Município de Idanha-a-Nova, antes da co-organização espanhola passar a ser da exclusiva responsabilidade do Ayuntamiento de Moraleja, o evento foi sendo organizado por várias Associações de Desenvolvimento Local (ADL) tendo, por isso, decorrido sempre em municípios distintos. Estes dois municípios acabaram por se converter nas sedes fixas da Beira Interior Sul e da Comunidad Autónoma de Extremadura.

¹⁴ La Raya-A Raia: associação internacional de cooperação luso-estremenha que tem como finalidade desenvolver a cooperação transfronteiriça enquanto condição fundamental para o desenvolvimento rural das zonas de intervenção dos seus associados. Esta associação integra Grupos de Acção Local (GAL) e entidades municipais cujas áreas de intervenção têm um carácter transfronteiriço, independentemente do seu histórico de relações de cooperação no território raiano ibérico. Território de actuação: Extremadura (Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón, Tajo-Salor-Almonte, Sierra San Pedro-Los Baldíos, Lácara, Olivença, Sierra Suroeste); Portugal (Beira Interior Sul, mais concretamente o concelho de Idanha-a-Nova). Actualmente a parte lusa também engloba a ANIMAR-Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local.

Exemplo de uma verdadeira cooperação transfronteiriça entre Portugal e Espanha, nomeadamente em termos da estratégia conjunta destes territórios no âmbito do Parque Natural do Tejo Internacional¹⁵, a Feira Raiana desempenha um papel importante na criação de oportunidades em ambos lados da fronteira, ao fomentar o estreitamento de relações comerciais e culturais contribuindo, desta forma, para a promoção e divulgação das mais-valias do território raiano. A reforçar a relevância desta cooperação transfronteiriça, a edição de 2013 da Feira Raiana permitiu impulsionar projectos como o Observatório Territorial e Ambiental do Alentejo, Centro e Extremadura (OTALEX), A Rede Transfronteiriça de Autoridades Locais em Energias Renováveis (RETALER II) e o acima mencionado Taejo Internacional, todos financiados pelo POCTEP.

Este tipo de cooperação transparece inclusivamente ao nível da sua organização, uma vez que este evento decorre alternadamente entre Portugal (Idanha-a-Nova) e Espanha (Moraleja) promovendo, assim, um conjunto vasto de actividades – desde gastronomia, artesanato, música, dança, animação e divulgação cultural popular – de um lado e doutro da fronteira.

Mais do que um simbolismo de união entre estes dois países, esta feira não deve ser reduzida apenas a uma montra de produtos locais. De facto, a Feira Raiana pretende ser um local onde o *networking* entre empresas lusas e espanholas seja

potenciado, nomeadamente em sectores de actividade como a agro-indústria e o turismo – reconhecidamente indispensáveis para o desenvolvimento rural dos territórios com menos visibilidade do interior, tal como a Raia Ibérica –, possibilitando o estreitamento de relações entre as populações e onde possam nascer ideias de projectos futuros de cooperação transfronteiriça.

Com uma duração de 5 dias, a edição de 2015 teve lugar no Município de Idanha-a-Nova entre finais de Julho e início de Agosto repetindo a mesma temática que a da edição de 2013, “Produtos da Terra” (Ver programa do evento em anexo). Esta XIXª edição da feira permitiu destacar os produtos da terra, bem como o potencial gastronómico e turístico de ambas as zonas raianas e a qualidade das produções locais daquele território marcadamente rural.

O objectivo é estender esta actividade conjunta para além da feira propriamente dita, mediante uma colaboração efectiva em áreas diversas, que vão desde a economia, a cultura, a educação e o turismo, passando pela inovação e pelo empreendedorismo.

Em linha com a estratégia que o Município de Idanha-a-Nova tem vindo a desenhar nestes últimos anos – e que se traduz por impulsionar uma nova dinâmica social e económica territorial –, a Feira Raiana tem desempenhado, cada vez mais, um papel preponderante no que concerne a dinamização do mundo rural.

¹⁵ O Parque Natural do Tejo Internacional (Parque Natural del Tajo Internacional) abrange o vale do troço fronteiro do rio Tejo, estendendo-se no território português pelos concelhos de Castelo Branco, Idanha-a-Nova e Vila Velha de Ródão e por 11 municípios do território espanhol. O principal objectivo deste projecto conjunto prende-se com a promoção daquela região transfronteiriça bem como das estratégias desenhadas no âmbito de um desenvolvimento rural sustentável.

Efectivamente, o esforço que tem sido levado a cabo no fomento das relações económicas transfronteiriças tem contribuído para o desenvolvimento sustentável da região, nomeadamente através da promoção do sector agrícola e da actividade turística. Neste sentido, e através dos projectos que tem vindo a desenvolver, esta organização conjunta tem trabalhado de forma continuada num programa de promoção dos recursos naturais, turísticos, culturais e gastronómicos.

Ano após ano a feira tem apresentado uma programação rica e variada e tem procurado sempre destacar a qualidade dos produtos regionais da Beira Baixa e da Estremadura Espanhola. Para além disso, em cada edição a organização tem tido igualmente a preocupação de promover o património cultural, gastronómico e musical dos dois territórios vizinhos, tal como comprova a qualidade da sua programação. O que, dada a dimensão do território, representa em termos financeiros, por um lado, um investimento considerável¹⁶ e em termos de trabalho, por outro, grande dedicação, numa ordem de grandeza outra quando comparada com os restantes eventos temáticos do município, nomeadamente a Feira da Caça e da Gastronomia, a Feira Medieval e o

Festival do Casqueiro, entre outros. Tal como referido anteriormente, a Feira Raiana co-financia-se no âmbito do projecto Taejo Internacional, apoiado pelo Programa de Cooperação Transfronteiriça Espanha-Portugal (POCTEP 2007-2013).

Em concordância com a referida estratégia do Município de Idanha-a-Nova, de valorização do mundo rural como espaço de oportunidades¹⁷, a edição de 2015 da Feira Raiana enriqueceu o seu programa com a realização do Fórum de Inovação Rural, no qual foram apresentados projectos empresariais de base rural, nacionais e internacionais, considerados inovadores¹⁸. Encontros de reflexão como este, em que se abordam inúmeros aspectos, revelam-se de extrema importância no que se refere à partilha de experiências e boas práticas, neste caso concreto ligadas ao empreendedorismo em meio rural. Cada vez mais o empreendedorismo em meio rural, ao contribuir para travar o êxodo da população, e dos jovens em particular para os centros urbanos, é encarado como a melhor via para a dinamização da economia local e, em consequência, para o desenvolvimento local de uma dada região.

¹⁶ Segundo informação divulgada pelo jornal Público, a organização da XIXª edição da Feira Raiana previu um investimento na ordem dos 400 mil euros. (notícia de 29 de Julho de 2015, retirada de: www.publico.pt/local/noticia/arranca-amanha-a-xix-edicao-da-feira-raiana-em-idanhaa-nova-1703399).

¹⁷ A este propósito refere-se aqui a estratégia do município para o período 2015-2025 “Recomeçar em Idanha” no âmbito do Programa RECOMEÇAR.

¹⁸ O evento, que teve por objectivo debater e premiar práticas inovadoras ligadas ao mundo rural, atribuiu o Prémio Inovação Rural à Rede Europeia de Geoparques e Rede Global de Geoparques (ver Geopark Naturtejo da Meseta Meridional, em www.naturtejo.com) sob os auspícios da UNESCO (à data do presente relatório, a Rede Global de Geoparques passou a fazer parte dos programas oficiais da UNESCO).

Figura 10 - Abertura da Feira Raiana com o Fórum Inovação Rural



Fonte: www.grada.es/web/

Esta iniciativa do Município de Idanha-a-Nova veio ainda reforçar a importância da Feira Raiana, vista como uma excelente oportunidade para a divulgação dos produtos locais e, por conseguinte, para a economia daquele território raiano, um território envelhecido e de baixa densidade¹⁹. O que, aliado à aposta do municí-

pio em fomentar uma “mentalidade empreendedora” nos seus habitantes, levou Idanha-a-Nova a definir-se como um espaço cada vez mais dinâmico, onde novas oportunidades de negócio são acolhidas contribuindo, assim, para a dinamização do comércio local e do turismo e, consequentemente, para uma maior notoriedade do território.

Figura 11 - XIXª edição da Feira Raiana



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Nesta edição de 2015 estiveram presentes cerca de duzentos expositores ligados

a sectores diversos, estando a larga maioria destes relacionados com a gastrono-

¹⁹ Segundo informação do Instituto Nacional de Estatística (INE), em 2014 a densidade populacional para Município de Idanha-a-Nova estimava-se em 6,3 hab./km², tendo a sua população residente vindo a decrescer de forma continuada nos últimos anos.

mia – pão, fumeiro, queijo, doces, bebidas, azeite, mel, etc. –, a agricultura, com a feira do Mundo Rural²⁰, e o artesanato, desde o mais tradicional ao artesanato contemporâneo. Para além de um leque alargado de expositores a representar o que de melhor se faz na região, à semelhança das edições anteriores, este evento soube entreter devidamente os

seus visitantes presenteando-os com um programa cultural rico e variado. Dirigido para um público diferenciado, aqueles que passaram pela Feira Raiana puderam, assim, ao longo de cinco dias, beneficiar de espectáculos musicais, dança, entre outros, e provar os melhores produtos que se produzem a nível local, dum lado e doutro da fronteira.

Figura 12 - Produtos da Feira Raiana 2015



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

No que se refere à comunicação, na qual a organização desta edição apostou seriamente, na linha do que tem sucedido, aliás, em edições anteriores, foram vários os canais utilizados. Para além dos canais habituais empregues na divulgação a nível nacional do evento – internet, *outdoors*, imprensa, rádio e televisão locais, sobretudo – a XIXª edição da Festa Raiana

beneficiou da cobertura de dois canais televisivos nacionais levando, assim, este evento luso-espanhol aos quatro cantos do mundo. Para além da emissão do programa televisivo “Somos Portugal” da TVI – programa em directo que integra a programação de domingo daquele canal –, que decorreu no próprio recinto da festa, também a RTP transmitiu em directo

²⁰ Esta feira, mostra de produtos ligados à agricultura e ao mundo rural, insere-se na programação da Feira Raiana.

desde a praça de toiros de Idanha-a-Nova a corrida de toiros em honra à Nossa Senhora do Almortão, a padroeira daquele

município. Da mesma forma, do outro lado da fronteira também houve o cuidado em promover devidamente este evento²¹.

Figura 13 - Material promocional da Feira Raiana 2015



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Idanha-a-Nova transformou-se, assim, durante os cinco dias em que decorreu a Festa Raiana, num autêntico palco de variedades, cultura, gastronomia e turismo,

promovendo um conjunto de empresas diversificadas e artesãos locais e conferindo notoriedade ao território da raia ibérica.

²¹ Para além da promoção institucional dos respectivos municípios (site oficial do Município de Idanha-a-Nova/Ayuntamiento de Moraleja, Facebook, Youtube, etc.) este evento foi divulgado em jornais/revistas nacionais e regionais/locais – Público, Sol, Destak, Agronegócios, Diário Digital de Castelo Branco, Gazeta do Interior, Jornal de Oleiros, Beira, *Region Digital*, *El Diário*, *El Periodico Extremadura*, etc.; rádios – Rádio Cova da Beira, Voz da Planície, *Rádio Interior*; Sites – DRAP Centro (www.drapc.min-agricultura.pt/), Turismo Tejo Internacional (www.turismotajointernacional.com/); e televisões – RTP, TVI, Beira Baixa TV, etc..

Avaliação da edição de 2015

A Festa Raiana, dado o seu carácter transnacional e em razão da sua dimensão, ocorre geralmente por um período de cinco dias, tendo esta última edição decorrido entre os dias 29 de Julho e 2 de Agosto 2015. Tal como se pode acompanhar pelo programa do evento (ver Anexo) e como já referido anteriormente, a oferta para o público que, durante aquele período visitou a Feira Raiana e teve oportunidade de usufruir de forma totalmente gratuita daquele evento²², foi, como já tem sido habitual, bastante rica e variada.

Com um número de expositores que tem vindo a aumentar de edição em edição, prova do sucesso e da importância deste

tipo de iniciativa, este ano não foi excepção, tendo-se atingido o número mais elevado de expositores presentes desde sempre.

À semelhança do que se pôde observar ao nível dos expositores, também o valor estimado para o total de visitantes durante os cinco dias em que durou esta feira alcançou o seu valor máximo. Segundo a organização deste evento, estima-se ter havido um aumento de cerca de 10.000 visitantes entre as duas últimas edições (2014: 70.000; 2015: 80.000) e o número de expositores participantes passou de 162 para 200, o que representa um crescimento de, aproximadamente, 23%.

Figura 14 - XIXª edição da Feira Raiana 2015



Fonte: www.extremadura.com/agenda/xix-feria-rayana-idanha-a-nova/cartel

²² O carácter gratuito a que aqui se refere prende-se com a entrada livre no recinto da festa e o livre acesso a toda a programação do evento.

O que se acaba de referir é, indiscutivelmente, reflexo do investimento e de todo o esforço e empenho por parte da organização, confirmando, mais uma vez, a

importância e a dimensão da Feira Raiana como instrumento para o desenvolvimento local da Raia Ibérica e, em particular, Idanha-a-Nova e Moraleja.

Visitantes

Mesmo tratando-se de um evento de pequena dimensão quando comparado com outros de âmbito nacional, a Feira Raiana é seguramente um dos eventos mais importantes do interior do país, destacando-se de tantos outros pequenos eventos temáticos, não só pelo seu carácter transfronteiriço mas, também, pelo número de visitantes que consegue atrair até ao Município de Idanha-a-Nova. A sua relevância no que se refere à promoção da gastronomia e produtos da região e à divulgação do saber-fazer tradicional – pela mão de produtores e artesãos locais –, associada à qualidade da sua programação, traduzem-se pelo crescente número de visitantes, portugueses e espanhóis, ao longo das últimas edições. Apesar do acesso à feira ser livre e, como tal, sem receitas a esse nível para a organização, esta não deixa de ser uma aposta importante para a dinamização e desenvolvimento de toda uma região, a Raia Ibérica.

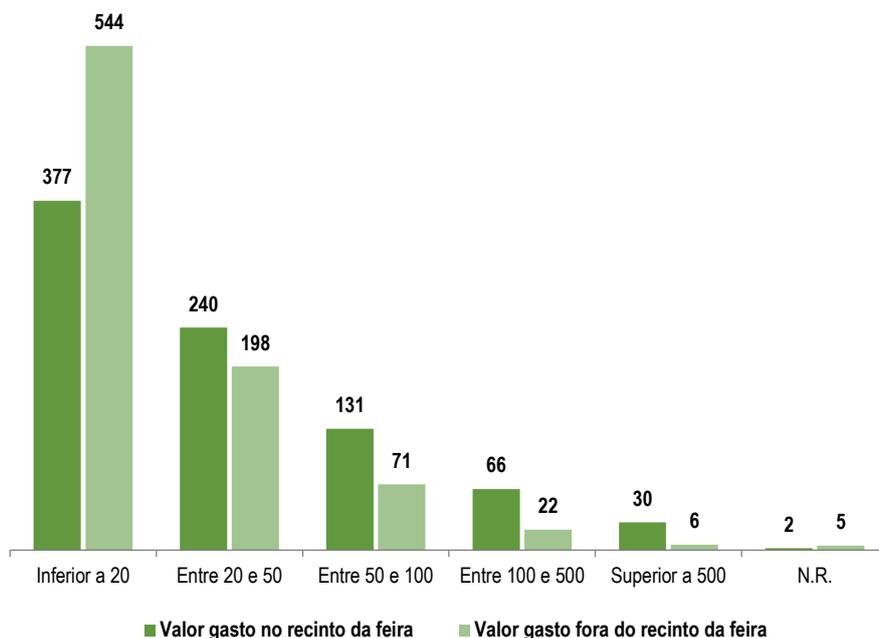
Tal como se acaba de referir, e como tem sido habitual, a entrada das pessoas que visitaram a Feira Raiana foi totalmente gratuita, podendo estas usufruir ao longo de cinco dias de uma série de actividades capazes de satisfazer os gostos mais variados. Não obstante o período de grande contenção orçamental que o país atravessa, as respostas dadas nos 846 inquéritos realizados evidenciam alguns gastos

efectuados pelas pessoas que visitaram a Feira Raiana, quer dentro quer fora do recinto da feira (Gráfico 29).

Uma proporção considerável de pessoas referiu ter gasto menos de 20 €, quer dentro da feira quer no exterior (45% e 64%, respectivamente) podendo até, note-se, ter havido casos em que os visitantes tenham optado por não efectuar qualquer tipo de despesa. Poucos foram aqueles que mencionaram ter despendido mais de 500 € (Dentro: 4%: Fora: 1%) mas, ainda assim, a informação recolhida revela alguma intenção de compra por parte das pessoas. De facto, mais de 50% dos visitantes referem ter gasto entre 20 e 500 € na feira, e fora, cerca de um terço da amostra.

A leitura do gráfico 29, que se pode acompanhar na página seguinte, permite ainda concluir que, tendencialmente, as pessoas procuraram, em razão da grande variedade de produtos postos à sua disposição, gastar os seus recursos dentro da própria feira, beneficiando os artesãos e produtores locais, entre outros, ali representados. Tal afirmação não se reflecte para valores abaixo dos 20 € mas recorde-se, mais uma vez, que tal situação poderá ter-se ficado a dever ao facto das pessoas não terem gasto nada fora da feira.

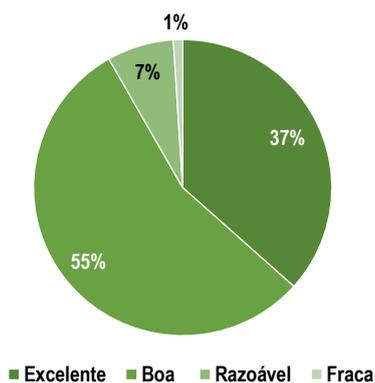
Gráfico 29 - Valor gasto pelos visitantes da Feira (€)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

A compra de produtos na Feira Raiana comprova a opinião dos visitantes acerca da qualidade do que ali é vendido.

Gráfico 30 - Qualidade dos produtos comercializados



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

rada bastante positiva uma vez que apenas 8% dos inquiridos manifestaram uma opinião menos favorável (*Razoável: 7%; Fraca: 1%*), repartindo-se as restantes opiniões entre os que consideraram ter havido uma oferta de produtos de boa qualidade (55%) e aqueles que os classificaram de excelentes (37%).

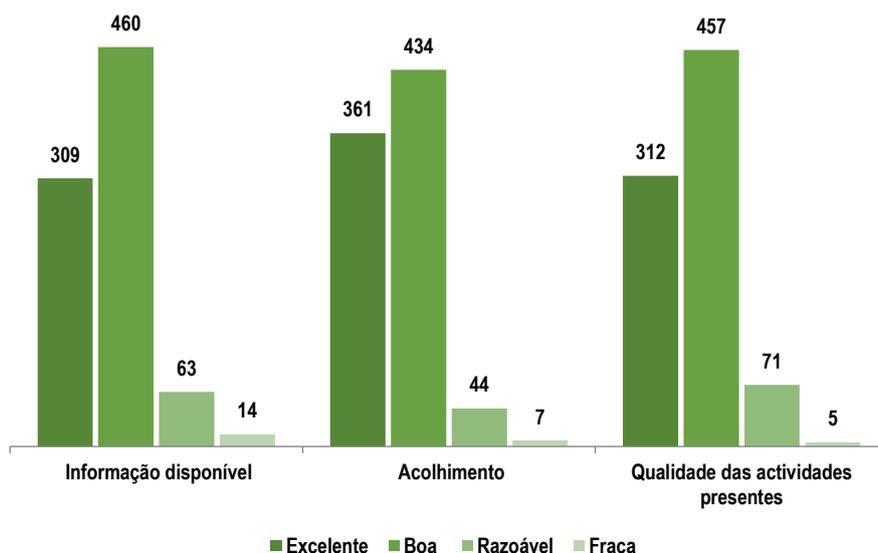
Questionaram-se igualmente as pessoas que estiveram presentes na Feira Raiana relativamente à organização deste evento no que se refere à informação disponibilizada, ao acolhimento, bem como à qualidade das actividades presentes. A informação recolhida, que se pode acompanhar no gráfico que se segue (Gráfico 31), evidencia uma avaliação bastante positiva por parte dos visitantes.

Tal como o gráfico que acima indica, a opinião das pessoas pode ser conside-

Para cada uma das categorias acima mencionadas, mais de 50% das pessoas inquiridas mostraram ter uma opinião favorável (*Boa*: 54%; 51% e 54%, respecti-

vamente) e outra parte considerável atribuiu pontuação máxima à organização da feira (*Excelente*: 37%; 43% e 37%, respectivamente).

Gráfico 31 – Classificação da organização da Feira



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Expositores

A informação recolhida para a elaboração do presente relatório, permitiu identificar a presença de um total de 150 expositores que, ao longo dos dias em que durou a feira, puderam dar a conhecer os seus produtos/serviços a quem por lá tenha passado. Estes podem ser acompanhados no gráfico 32 da página seguinte. Os sectores mais representados nesta XIXª edição da Feira Raiana são, por ordem

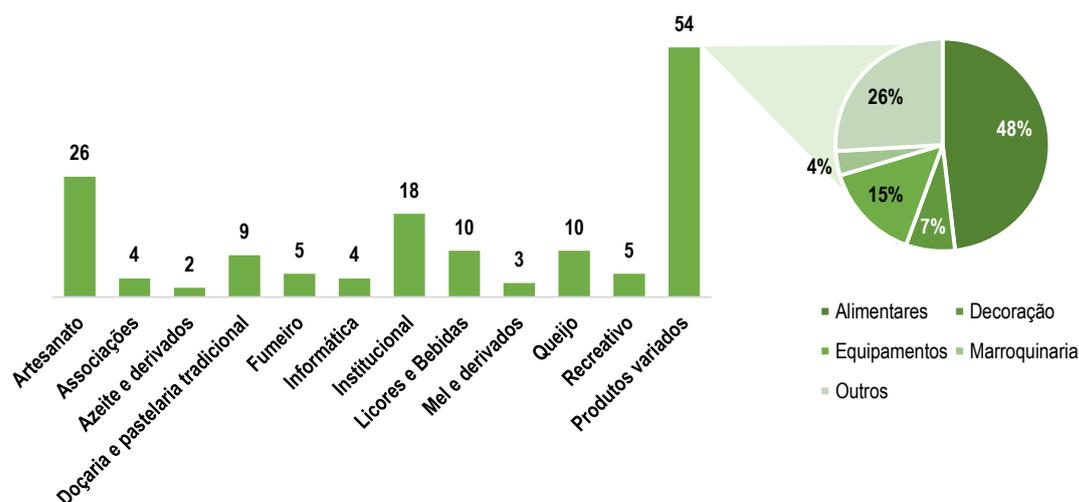
decrecente, as categorias *Produtos variados* (36%); *Artesanato* (17%) e *Institucional* (12%)²³. Dentro da categoria *Produtos variados*, destaque para os produtos relacionados com a alimentação, a representar quase 50% dos expositores²⁴. Se se agruparem todos os sectores ligados à gastronomia, obtêm-se 65 expositores, 43% em relação ao número total de participantes²⁵

²³ Institucional: Juntas de Freguesia, Câmaras Municipais, Ensino; etc..

²⁴ Alimentares – inclui produtos que não os identificados em sectores específicos ou combinações de vários produtos, podendo ser de âmbito regional ou não (desde pão, doces, licores/bebidas, gelados, comida, frutas/legumes, etc.); Decoração – tapetes/tecelagem, móveis, quadros; Equipamentos – material de jardim; agrícola, etc.; Marroquinaria – artigos em pele; Outros – cosmética, limpeza, etc..

²⁵ Para além dos Produtos variados (alimentares), incluem-se os seguintes: “Azeite e derivados”; “Mel e derivados”; “Doçaria e pastelaria tradicional”; “Fumeiro”; “Licores e Bebidas” e “Queijo”.

Gráfico 32 - Expositores por sector de actividade presentes na Feira (2015)



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Na linha do que tem sido a própria essência desta feira, a maior parte dos expositores presentes nesta feira estão muito ligados quer à gastronomia quer ao artesanato (91 expositores, 61%).

Relativamente à origem geográfica dos que participaram nesta edição (Tabela 3), dos 150 expositores para os quais foi possível obter informação, apenas 3 provêm de Espanha (2%), mais concretamente da Província de Cáceres.

Tabela 3 - Origem geográfica dos expositores presentes na Feira (2015)

| Concelho / Diputación | Expositores (Nº) | Concelho / Diputación | Expositores (Nº) | Concelho / Diputación | Expositores (Nº) |
|----------------------------------|------------------|-----------------------|------------------|-----------------------|------------------|
| Portugal: 147 | | | | | |
| Portugal continental: 146 | | | | | |
| Alcains | 2 | Gondomar | 1 | Penamacor | 2 |
| Amadora | 1 | Guarda | 1 | Portalegre | 2 |
| Arraiolos | 1 | Idanha-a-Nova | 50 | Porto | 1 |
| Benavente | 1 | Lousã | 1 | Proença-a-Nova | 1 |
| Bombarral | 1 | Mafra | 1 | Santa Maria da Feira | 1 |
| Bragança | 1 | Maia | 1 | Sertã | 2 |
| Carregal do Sal | 1 | Manteigas | 1 | Sintra | 1 |
| Castelo Branco | 30 | Nelas | 1 | Tomar | 2 |
| Covilhã | 2 | Nisa | 1 | Vila Velha de Ródão | 2 |
| Estremoz | 2 | Odemira | 1 | Viseu | 1 |
| Fundão | 3 | Odivelas | 2 | Sem informação | 25 |
| Ilhas: 1 | | | | | |
| Açores | 1 | | | | |
| Espanha: 3 | | | | | |
| Barcelona | 1 | Cáceres | 2 | | |

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada pelo Município de Idanha-a-Nova

Cerca de 64% dos expositores pertencem ao Distrito de Castelo Branco (94 expositores) – distribuídos essencialmente entre os concelhos de Idanha-a-Nova e Castelo Branco, com 50 e 30 expositores, respectivamente –, seguindo-se o distrito de Lisboa (5 expositores) e, com uma representação de 3 expositores, os seguintes concelhos: Évora, Portalegre, Porto, Santarém e Viseu.

A avaliação de pequenos eventos temáticos objecto do presente relatório baseou-se em informação considerada relevante no que se refere aos quatro eventos aqui analisados, tendo-se, para o efeito, cruzado a informação a que se teve acesso a partir de um certo número de fontes. No que se refere à Feira Raiana em particular, com recurso a informação secundária disponível, ou seja, para além dos dados e elementos cedidos pela entidade organizadora desta edição, o Município de Idanha-a-Nova, também a informação divulgada quer pelos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio e imprensa – quer pelas redes sociais.

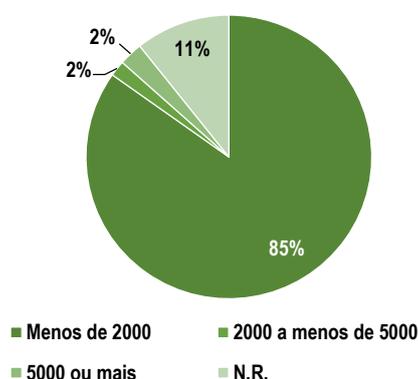
Complementarmente foi utilizada toda a informação primária recolhida localmente para o efeito, mediante a realização de um conjunto de inquéritos.

Com o intuito de se medir o alcance que iniciativas como a Feira Raiana possam ter a vários níveis – desde a pessoa que visita a feira até ao impacto que esta possa ter na região, nomeadamente ao nível dos seus participantes e das empresas do concelho que, directa ou indirectamente, beneficiam com o evento – foram elaborados e realizados quatro modelos de inquérito (Ver Anexo). Nesse sentido,

e de forma a garantir uma amostra representativa daquele universo, foram aplicados 846 inquéritos aos visitantes da feira e 112 aos expositores.

Relativamente aos expositores, a quase totalidade de origem nacional, dos 112 inquéritos realizados, a grande maioria (85%) referiu ter obtido um total de receitas com a sua participação na Feira Raiana num valor abaixo dos 2.000 € (gráfico 33). Um total de 12 inquiridos (10%) não soube ou não se disponibilizou a revelar o total de receitas decorrentes da sua participação nesta feira e apenas 5 inquiridos afirmaram ter alcançado um volume de receitas acima dos 2.000 €.

Gráfico 33 - Receitas obtidas com a Feira (€)

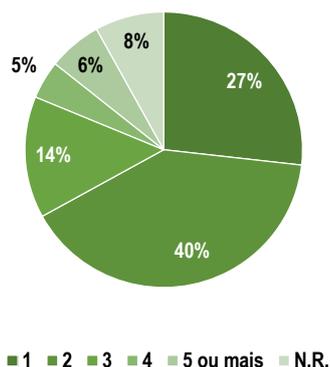


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Em termos da mão-de-obra que as empresas tiveram que alocar em razão da sua representação na Feira Raiana, decisão da qual decorrem necessariamente custos, tal como o gráfico 34 indica, consoante a sua dimensão e face ao tipo de actividade a que se dedicam, o pessoal afecto à feira variou essencialmente entre 1 e 3 pessoas (1: 27%, 2: 40%; 3: 14%),

o que corresponde a cerca de 80% dos expositores presentes. Ainda assim, 11% dos inquiridos referiram ter disponibilizado pelo menos 4 pessoas para o evento em questão.

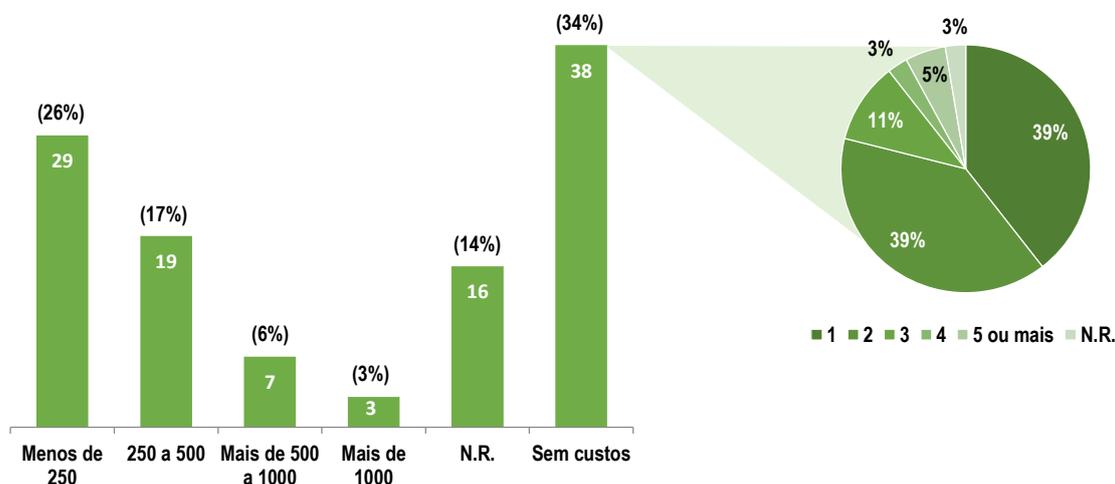
Gráfico 34 - Pessoal afecto à Feira (Nº)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

A presença na Feira e, por conseguinte, a necessidade de se ter pessoal disponível durante o período em que esta decorre, não se concretiza, à partida, sem custos associados. Face à situação actual de grande restrição para as empresas nacionais, maioritariamente microempresas, um investimento desta natureza, quer em termos de tempo quer em termos monetários, deve ser sempre bem ponderado. O gráfico que se segue (Gráfico 35) revela que 34 % dos inquiridos optaram por não incorrer em custos e destes, mais de dois terços (78%) alocaram apenas uma pessoa (15 inquiridos; 39%) ou duas (15 inquiridos; 39%). Esta opção sugere que nestes casos terão estado presentes o(s) proprietários(s) das empresas e/ou funcionários(s) seu(s).

Gráfico 35 - Custos com o pessoal afecto à Feira (€)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

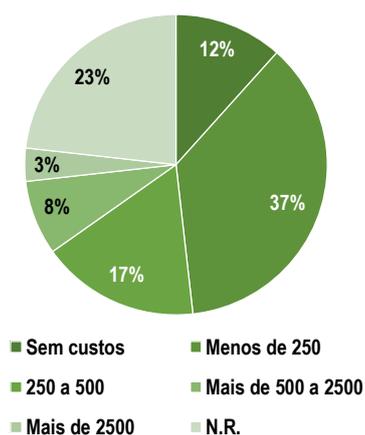
Daqueles que referiram ter tido algum tipo de despesa com o pessoal (58 inquiridos; 52%), metade mencionou despesas inferiores a 100 € e 83% um total de despesa com pessoal a não ultrapassar os 250 €.

Pouco significativos foram aqueles que referiram ter gasto com recursos humanos mais de 1.000 €, o que representa

apenas 3% do total de respostas e corresponde a inquiridos que afirmaram ter alocado 3 pessoas ou mais para este evento.

Quando questionados sobre a existência de outros custos relacionados com a participação na Feira Raiana, nomeadamente para a aquisição de bens e serviços intermédios (Gráfico 36), mais de metade dos inquiridos (54%) respondeu ter tido custos até 500 €. Aqueles que referiram não ter tido qualquer tipo de despesa ou terem gasto menos de 250 € representam, em grande parte, expositores que afectaram no máximo duas pessoas em representação do seu negócio na feira (77% e 88%, respectivamente). Analogamente, gastos com bens e serviços intermédios num montante superior a 2.500 € correspondem apenas a expositores com pelo menos três pessoas no(s) respectivo(s) *stand(s)*.

Gráfico 36 - Aquisição de bens e serviços intermédios (€)

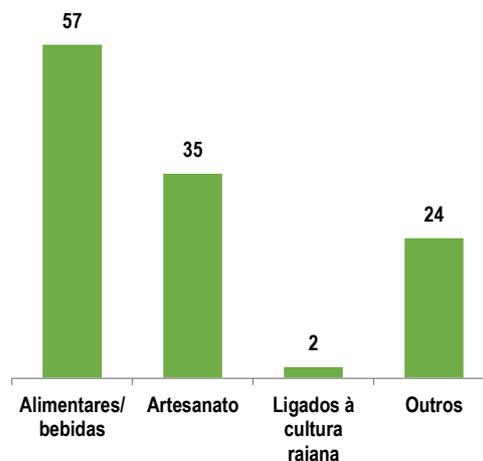


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

parte das pessoas inquiridas em revelar os ganhos que possam ter tido com a sua participação na Feira Raiana, as respostas obtidas apontam para gastos na mesma ordem de valores das receitas, em 93% dos casos em que foi possível fazer tal comparação, ainda que pouco exacta como já se referiu.

No que aos produtos expostos/comercializados diz respeito, as respostas dadas confirmam o que se tem vindo a referir até ao momento a propósito da Feira Raiana, ou seja, grande parte dos produtos ali comercializados são do tipo *Alimentares/bebidas* (51%) e/ou *Artesanato* (31%). Quanto à sua origem, que não tinha que ser forçosamente única, 99 inquiridos (88%) referiram comercializarem produtos de origem nacional (em 3 casos juntamente com produtos espanhóis; em 2 casos com produtos de outra proveniência). Dois expositores venderam apenas produtos de origem espanhola e quatro exclusivamente produtos oriundos de outros locais que não a Raia Ibérica.

Gráfico 37 - Tipo de produtos comercializados

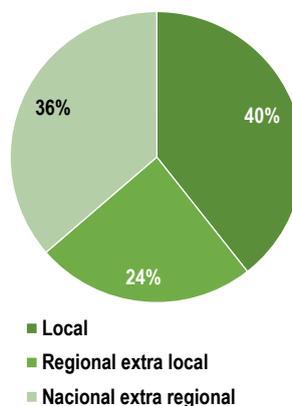


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Sem grande rigor, dada a estrutura do próprio inquérito e possível reserva por

Relativamente aos produtos comercializados de origem nacional (Gráfico 38), em que se procurou aferir a comercialização de produtos locais e regionais, e tendo em conta que os pequenos eventos temáticos, como é o caso da Feira Raiana, servem muitas vezes de montra para os produtos locais, foi possível apurar que em 40% dos casos os produtos ali comercializados eram produtos locais e, para além destes, 24% dos expositores referiram vender produtos regionais, da Beira Baixa em particular.

Gráfico 38 - Origem dos produtos comercializados



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Empresas locais

Para este evento em particular não foi possível obter informação referente às empresas locais ligadas ao ramo hoteleiro, à restauração e ao comércio, uma

vez que a realização dos inquéritos elaborados para medir o impacto da Feira Raiana na economia local não se concretizou.

Apesar dos esforços que a organização conjunta da Feira Raiana tem vindo a desenvolver para melhorar, em cada edição, esta cooperação transfronteiriça, ao que tudo indica estes não se revelam ainda suficientes. Nomeadamente no que se refere ao aumento da presença de expositores no país de co-organização, uma das principais dificuldades apontadas pela organização portuguesa. Algo que exige um esforço financeiro considerável aos empresários locais que não têm estrutura para o fazer, sendo necessário criar incentivos para tal.

Nesta feira, espaço de promoção do mundo rural, a gastronomia regional assume o reconhecido lugar de destaque, onde se oferecem os mais representativos pratos tradicionais da Beira Baixa aos milhares de visitantes vindos de todo o País e de Espanha.

Com mais de 80 mil visitantes e cerca de 200 expositores nesta XIXª edição, a Feira Raiana assume, assim, um papel central no que se refere à progressiva integração das realidades socioeconómicas das duas regiões da fronteira de Portugal e Espanha, a Beira Baixa e a Extremadura.



3.5 FESTIVAL DO CASQUEIRO - IDANHA-A-VELHA

O **Festival do Casqueiro** é um dos eventos que o Município de Idanha-a-Nova realiza no âmbito da sua estratégia de escolha e conjugação de eventos temáticos para o seu território, cumprindo os objetivos dos festivais temáticos apoiados pelo município: reforçar os mercados de proximidade, dinamizar a economia local

e impulsionar os sectores do turismo e hotelaria.

Iniciado em 2009, o Festival do Casqueiro tem uma periodicidade anual, tendo-se já realizado 7 edições (incluindo a de 2015), sempre em Idanha-a-Velha, aldeia histórica do concelho que recebe este evento.

Figura 15 - Calendário das várias edições do Festival do Casqueiro



Fonte: Elaboração própria

Nesta 7ª edição, o Casqueiro – Festival do Pão, Bolos e Tradições decorreu, como habitualmente, no início do mês de Outubro passado, entre os dias 9 e 11, na localidade de Idanha-a-Velha²⁶ (Ver programa em anexo). A avaliação feita ao evento permite considerar a edição deste ano, uma vez mais, um enorme sucesso.

O Festival do Casqueiro é uma organização conjunta do Município de Idanha-a-

Nova, União de Freguesias de Monsanto e Idanha-a-Velha e Liga dos Amigos da Freguesia de Idanha-a-Velha (LAFIV), promovida pela Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa e pelo PROVERE Beira Baixa, e co-financiada pelo QREN, no âmbito do Programa Mais Centro e da União Europeia através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional.

²⁶ Idanha-a-Velha é uma freguesia do concelho de Idanha-a-Nova (União de Freguesias Idanha-a-Velha e Monsanto) e é uma das **Aldeias Históricas de Portugal**. Toponimicamente, Idanha-a-Velha poderá derivar da denominação romana "Cidade dos Igeditanos" (*Civitas Igaedinorum*), terminologia que viria a tornar-se Igeditânia. O nome Egitânia só surge em documento do século VI e dele derivam a forma visigótica Egitânia e a forma árabe Idânia.

Figura 16 - Material promocional Festival do Casqueiro 2015



Fonte: Município de Idanha-a-Nova.

Em Idanha-a-Velha, durante o período do Festival, existem 6 fornos comunitários a cozer pão quase que ininterruptamente durante dois dias. Estes fornos eram tradicionalmente utilizados pelos habitantes da aldeia que, em contrapartida da sua utilização, contribuíam com a *poia*, a qual consistia na paga com parte do pão cozido em cada fornada.

Hoje, estes fornos cozem primordialmente pão de trigo, sendo que antigamente a produção principal era pão de centeio. Com a organização do Festival do Casqueiro há a tentativa efectiva de manter viva a tradição, actualmente sobretudo, pelas gerações mais velhas, fazendo com que as novas gerações aprendam e experimentem o processo de fabrico do pão tradicional.

O afamado e genuíno casqueiro da região é o ingrediente principal de uma ementa diversificada e enriquecida pelo deslumbrante património cultural de Idanha-a-Velha. Mas muitos outros pães são cozidos durante o Festival, como o “bica de azeite”, pão tradicional desta região.

O tempo passou mas a receita do casqueiro mantém-se inalterada. Em Idanha-a-Velha, à semelhança do que acontece em praticamente toda a Beira Baixa, o fermento chama-se "crescente" e resulta de uma porção de massa que a padeira guarda da cozedura anterior. O crescente fica no congelador e é retirado na véspera de fazer o pão, cumprindo assim a sua função.

Figura 17 - Forno comunitário em Idanha-a-Velha



Fonte: Município de Idanha-a-Nova.

A técnica de amassar é muito importante, mas não é única determinante. Também conta o forno, porque a massa pode estar muito bem amassada mas se o forno estiver frio o pão não sai bem. A lenha utilizada no aquecimento dos fornos é de azinho.

Mais de uma centena de expositores de pão, artesanato e produtos regionais marcaram presença no Festival do Casqueiro. O pão e os bolos dividiram o protagonismo com outros produtos regionais, como os enchidos, os queijos e o artesanato.

No recinto do festival puderam ser encontrados vários restaurantes e tasquinhas com petiscos tradicionais. Os sabores e as tradições da aldeia histórica, situada onde outrora foi edificada a gloriosa cidade de Egitânia, atraíram milhares de visitantes. Estes chegaram à aldeia de Idanha-a-Velha em busca do pão, bolos e outros sabores da região, mas desfrutaram também de um território cheio de história e muita animação. De facto, os visitantes puderam contar com animação de

rua, jogos tradicionais, *live cooking*, oficinas do pão para crianças, restaurantes, tasquinhas, música ao vivo e espectáculos de teatro, entre outras actividades.

A comunicação deste evento tem sido bastante diversa e eficaz, demonstrada pelo número sempre crescente de visitantes, que se estima terem atingido os 4 mil na edição de 2015.

Ao longo das sete edições o município promoveu o evento de diversas formas. Privilegiando a comunicação social, sobretudo local, tanto escrita (e.g. Jornal de Oleiros, Jornal de Aveiro, Diário Digital de Castelo Branco) como rádio (e.g. Rádio Monsanto, Rádio Cova da Beira, Rádio Interior), recorreu-se a outros meios como sendo os *outdoors* e a presença na televisão. Em referência à televisão, registese, por exemplo, a presença do programa “Portugal em Festa” da SIC que emitiu seis horas de televisão a partir de Idanha-a-Velha (em 2014), ou, ainda, a participação em programas da CMTV²⁷, em 2015.

²⁷ Correio da Manhã TV.

Figura 18 - Imagens alusivas ao Festival do Casqueiro



Fonte: Município de Idanha-a-Nova.

Esta estratégia permitiu ampliar a promoção dos melhores produtos do concelho de Idanha-a-Nova, do património histórico e cultural do território, suas tradições e suas gentes, para um universo potencial de mais de 100 milhões de pessoas (segundo estimativas do município, em Portugal e no estrangeiro).

À programação do Festival têm sido sempre adicionadas algumas peças culturais de música, dança ou teatro, normalmente

realizadas na Sé Catedral de Idanha-a-Velha.

Os eventos gastronómicos, na opinião da comunidade local, são o meio ideal para dinamizar a economia local – desde produtores, à hotelaria ou à restauração –, valorizar o património cultural e estimular a ligação da diáspora ao concelho, dando-lhe motivos para regressar temporária ou definitivamente.

Avaliação da edição de 2015

A edição de 2015 do Festival do Casqueiro realizou-se entre os dias 9 e 11 de Outubro passado, em Idanha-a-Velha, com o programa que abaixo se apresenta.

O Festival do Casqueiro, também designado por Festival do Pão, Bolos e Tradições, teve como principal objectivo divulgar o património cultural da Aldeia Histórica de Idanha-a-Velha, mostrando a to-

dos os visitantes o modo tradicional do fabrico de pão, desde o amassar até à cozedura, para que possam provar o resultado final.

Figura 19 - Programa do Festival do Casqueiro 2015

Casqueiro
festival do pão, bolos e tradições
2015
Idanha-a-Velha

Sexta - 9
22h00 Peça de teatro "OPUS" (Ajdamha) - St. Catedral

Sábado - 10
11h30 - Arruada Bombos Erada
12h00 - Abertura dos fornos de rua, expositores de pão, bolos, artesanato, produtos regionais e taquinhos e do forno comunitário - durante todo o festival, poderão os que nos visitam, acompanhar o processo de fabrico do pão de forma artesanal, desde o amassar até à cozedura. **Idade da fofa franca** em que os cerca de 100 vendedores e compradores não têm de pagar portagem e impostos. As feiras francas foram criadas para incentivar o comércio em algumas zonas.
14h00 - Animação de rua - Marafona encantada - **Pantelhal**
Concertinas e degustar ralas com o grupo **(Alegres das Concertinas)**
15h00 - Inauguração oficial do Festival com provas de pão nos seis fornos a lenha das várias aldeias do concelho:
Use cooking - "Pão com produtos silvestres"
Animação de rua - Grupo "Tok Ankailha"
16h00 - Atuação na St. Catedral do Grupo "Danças com História"
17h30 - **Oficina do Pão** - As crianças são convidadas a fazer pão no forno a lenha. Juntos, irão misturar os ingredientes, amassar, moldar e cozer com uma pitada de histórias delectáveis - Secção de Feiras
Animação de Rua com o Grupo "Danças com História"
18h30 - Teatro em caba, "TRUPE MANDUCARE"
23h00 - Espectáculo "Tributo Aos Ratos"

Domingo - 11
11h00 - Arruada com o grupo de bombos (**Rala dos Sonhos**)
Jogos tradicionais - "Rala gerações"
Fredrick Alves (concertinas em Movimento)
Teatro de rua, Marafona encantada - "A Banda do Pão"
Elaboração do "Maior Borrachão de Portugal", (bolo de aguardente tradicional do concelho de Idanha)
11h30 - Abertura dos fornos de rua, expositores de pão, bolos, artesanato, produtos regionais e taquinhos de comes e bebes - **Atuação do grupo de lenha de Serra**
16h00 - **Oficina do Pão** (2ª sessão) - As crianças são convidadas a fazer pão no forno a lenha. Juntos, irão misturar os ingredientes, amassar, moldar e cozer com uma pitada de histórias delectáveis - Secção de Feiras
17h00 - Concerto de **Rapsódias e música tradicional** - Banda Filarmónica Manhem
18h30 - Grupo de música popular "GERAÇÃO PLUS" (2ª Geração)

MAIS DE 100 EXPOSITORES, PÃO, ARTESÃOS, TABERNAS E PRODUTOS REGIONAIS MERENDAS TRADICIONAIS OFICINA DO PÃO AS CRIANÇAS APRENDEM A FAZER PÃO ANIMAÇÃO DE RUA, MÚSICA AO VIVO, TEATRO

Idanha foi a grande vencedora de uma competição nacional de cozimento de pão

Organização: [Logos de parceiros]

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

A avaliação dos eventos que neste relatório se apresenta é sustentada por informação relevante no que se refere a cada evento, coligida das mais variadas formas e fazendo uso de fontes distintas – o município, imprensa escrita e rádio, redes sociais, reuniões com os organizadores, etc..

Baseou-se em informação secundária disponível sobre as várias edições de cada evento, bem como em informação primária recolhida localmente para o efeito, nomeadamente através da realização de um conjunto de inquéritos. Foram aplicados inquéritos tanto aos visitantes como aos expositores e ainda às empresas do concelho beneficiárias deste evento, com o objectivo de analisar e avaliar as expectativas e impactos que o evento gera nos diferentes intervenientes.

Nesse sentido, e no caso do Festival do Casqueiro, foram realizados 105 inquéritos aos visitantes, 55 inquéritos aos expositores e 7 inquéritos a unidades hoteleiras de Idanha-a-Nova e arredores, formando este conjunto uma amostra representativa do universo total.

Visitantes

Estima-se que o Festival do Casqueiro 2015 tenha tido aproximadamente 4 mil visitantes, número ligeiramente superior ao de edições anteriores. De entre este universo foi conduzido um inquérito a 105 visitantes, apresentando-se de seguida os principais resultados. Como se pode ver no gráfico 39, a grande maioria dos visitantes inquiridos, 70%, terão gasto menos de 20 € dentro do Festival. Apenas

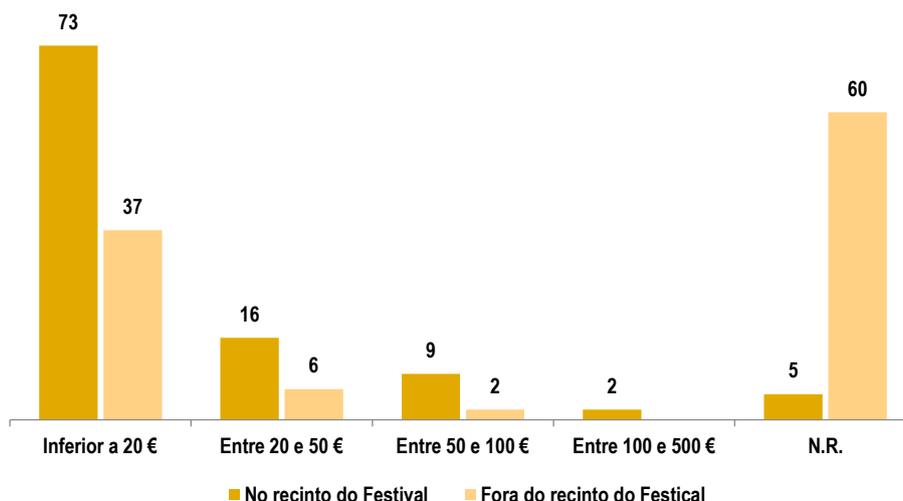
15% dos inquiridos afirmaram ter gasto entre 20 e 50 €.

Na perspectiva de avaliar os gastos dos visitantes fora do recinto do Festival, obtiveram-se como resultado que 35% dos inquiridos gastaram menos de 20 €, sendo que a maioria não respondeu a esta pergunta.

Dada a estrutura do próprio inquérito, como já referido anteriormente e dada, também, localização deste evento²⁸, a probabilidade das pessoas que se deslocaram até Idanha-a-Velha durante o fim-de-semana do Festival do Casqueiro não

terem tido qualquer tipo de despesa fora do local do evento, ao que tudo indica, terá sido elevada. O que se acaba de referir poderá facilmente explicar o elevado número de não respostas obtidas.

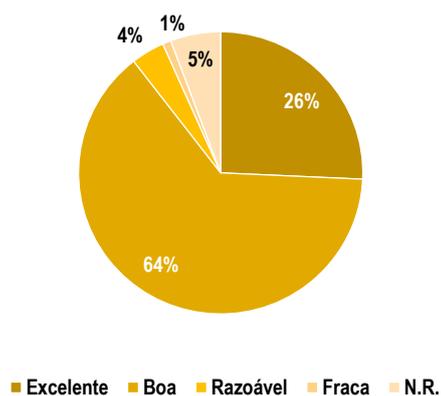
Gráfico 39 - Valor gasto pelos visitantes no Festival (€)



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Uma vez que este evento tem como objectivo a promoção da tradição de fazer pão no território de Idanha-a-Nova e dado que existe a convicção de que os produtos locais e a incorporação do saber fazer tradicional contribuem positivamente para a qualidade do produto final, avaliou-se a percepção dos visitantes quanto à qualidade dos produtos vendidos durante o Festival. Como mostra o gráfico 40 a qualidade dos produtos comercializados durante o Festival é avaliada de forma globalmente positiva.

Gráfico 40 - Qualidade dos produtos comercializados



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

²⁸ Segundo o último Censo da População (INE), em 2011 residiam apenas 63 habitantes em Idanha-a-Velha, sendo praticamente inexistente o comércio local.

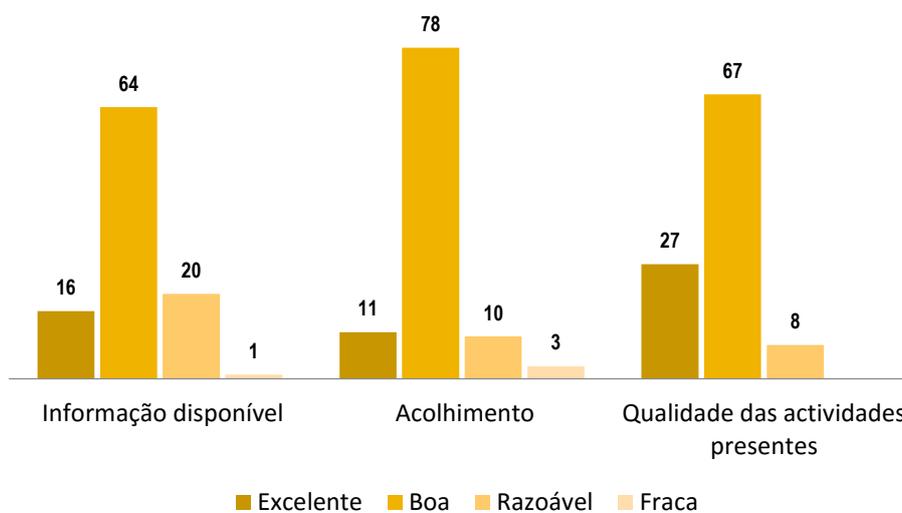
De facto, 90% dos inquiridos referiram estarem totalmente satisfeitos com os produtos presentes relativamente à sua qualidade (*Excelente*: 26%; *Boa*: 64%).

Finalmente, avaliou-se a organização do Festival por parte do município, questionando os visitantes quanto a algumas dimensões, nomeadamente a informação disponível sobre o evento, o acolhimento e as actividades presentes no recinto do Festival. O gráfico 41 mostra os resultados obtidos.

A avaliação feita pelos visitantes à organização do Festival foi bastante positiva.

Nas três categorias avaliadas temos que 84% dos inquiridos consideraram o acolhimento de forma positiva – excelente (10%) e bom (74%); a quase totalidade, 90%, avaliou positivamente as actividades existentes no recinto do Festival – como sendo excelentes 26% e como boas 64% e, por último, quanto à informação disponível. A esse respeito mais de três quartos dos inquiridos avaliaram positivamente o evento ainda que 20% tenham sido da opinião que neste ponto concreto a organização poderia melhorar (*Razoável*: 20 respostas; *Fraca*: 1 resposta).

Gráfico 41 – Classificação da organização do Festival



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Em conclusão, pode afirmar-se que os visitantes se mostraram satisfeitos com as diferentes dimensões do Festival do Casqueiro, sendo que esta evidência reforça a estratégia do Município de Idanha-a-

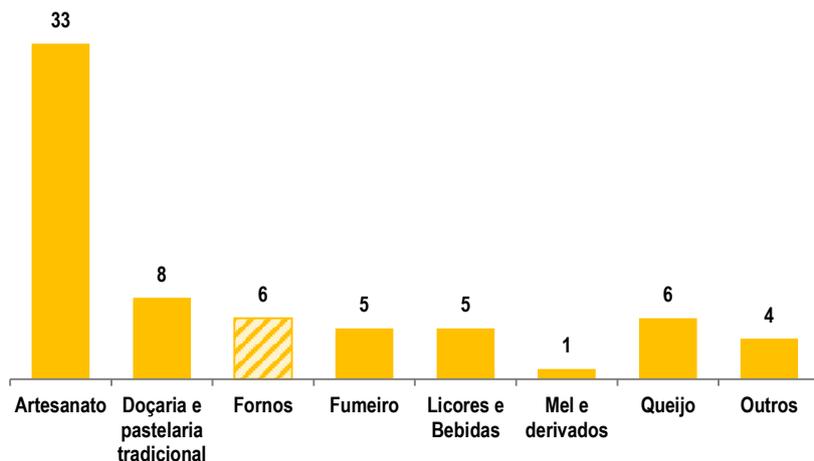
Nova na escolha e organização de um calendário anual de eventos com aderência ao seu território e às características endógenas deste.

Expositores

Estiveram presentes na edição de 2015 do Festival do Casqueiro cerca de 68 expositores com as suas bancas abertas ao público nos dias 10 e 11 de Outubro –

sábado das 11h00 às 23h00; domingo das 11h00 às 19h30. O gráfico abaixo mostra os vários sectores representados.

Gráfico 42 - Expositores por sector de actividade presentes no Festival (2015)



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

O sector mais representado foi o *Artesanato*, com 33 expositores presentes, 49% do total. Cerca de um terço dos expositores de artesanato requisitaram duas bancas para a sua actividade, facto demonstrativo do interesse do sector pelo Festival do Casqueiro, e outros 6 estiveram presentes com bancas próprias.

A *Doçaria e pastelaria tradicional* foi o segundo sector mais representado, com 8 expositores, a que correspondem 12% do total. Seguem-se, ambos com 6 expositores (9% do total), o sector dos *Queijos* e os *Fornos*, tendo estes últimos estado em funcionamento durante todo o Festival, todos em Idanha-a-Velha.

Na categoria *Outros* englobam-se sectores muito variados, como as Flores e Hortícolas e o próprio Município de Idanha-a-Nova.

Analisada a origem geográfica destes 68 expositores, conclui-se que estiveram presentes na 7ª edição do Festival do Casqueiro expositores de 10 concelhos distintos, a larga maioria das proximidades de Idanha-a-Nova. De facto, mais de metade dos expositores ali presentes pertence ao concelho de Idanha-a-Nova, representando várias freguesias (e.g. S. Miguel de Acha, Monfortinho, Idanha-a-Velha, Penha Garcia, Aldeia de Santa Margarida). Castelo Branco foi o segundo

concelho mais representado (17 expositores), seguido do Fundão e de Penamacor, com 5 e 2 expositores respectivamente.

Tabela 4 - Origem geográfica dos expositores no Festival (2015)

| Concelho | Expositores (Nº) |
|----------------------|------------------|
| Total: 68 | |
| Alcains | 1 |
| Castelo Branco | 17 |
| Celorico | 1 |
| Constância | 1 |
| Fundão | 5 |
| Idanha-a-Nova | 38 |
| Nelas | 1 |
| Odivelas | 1 |
| Penamacor | 2 |
| Vila Velha de Rodão | 1 |

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Dos 55 expositores inquiridos, de um total de 68, apenas 3% referiram não ter qualquer receita com a sua presença no Festival, tal como se pode ver no gráfico 43.

Gráfico 43 - Receitas com o Festival (€)

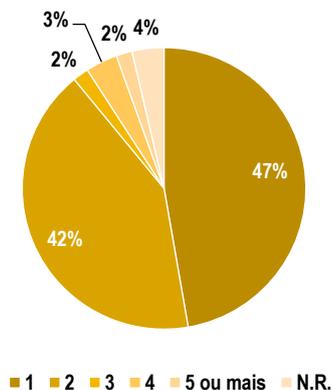


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

As respostas obtidas parecem sugerir que a grande maioria dos expositores presentes (86%) atingiram ao longo dos dois dias de festival um volume de receitas inferior a 250 €, e que apenas 9% atingiram valores compreendidos entre 250 e 500 € com a comercialização dos seus produtos.

Analisando o esforço feito pelos expositores para garantir a sua presença no Festival, nomeadamente ao nível da alocação de pessoas nos *stands* e respectivos custos, o gráfico 44 abaixo mostra que apenas 7 % dos expositores fizeram deslocar, para o atendimento aos visitantes nos stands existentes no Festival, 3 pessoas ou mais. A larga maioria dos expositores alocou o mínimo de pessoal para o evento (1 pessoa: 47,%; 2 pessoas: 42%).

Gráfico 44 - Pessoal afecto ao Festival



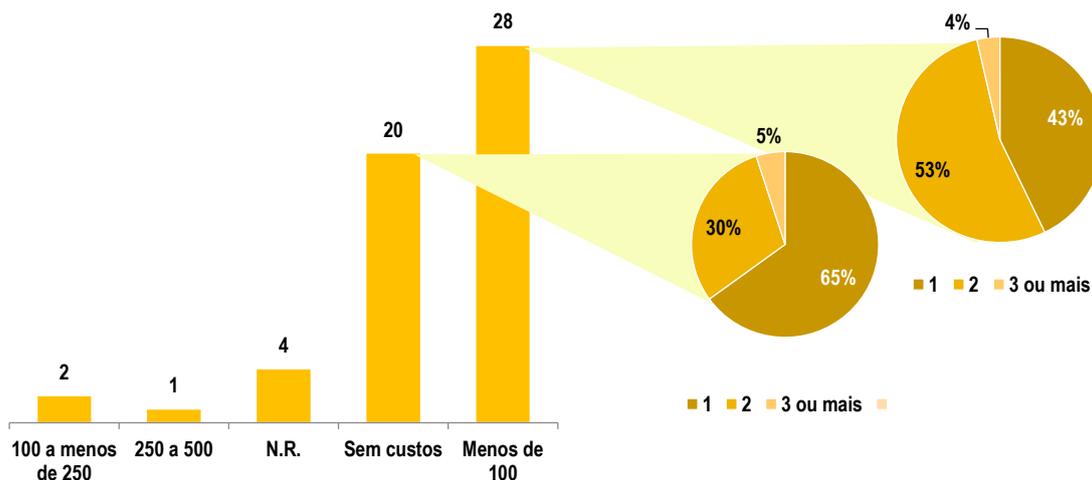
Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Analisando os custos de pessoal em que os expositores incorreram durante o Festival, conclui-se que 36% do total de ex-

positores afirmaram não ter qualquer custo e mais de metade referiu custos a não ultrapassar os 100 €, facto justificado com a presença dos proprietários das em-

presas nos *stands*. Uma pequena percentagem apenas mencionou ter tido uma despesa superior a 100 € para a remuneração dos recursos humanos afectos a este evento (5% das respostas).

Gráfico 45 - Custos com o pessoal afecto ao Festival

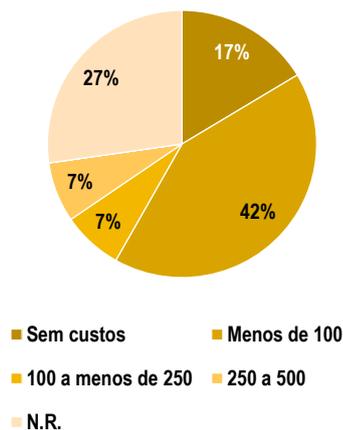


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Relativamente à aquisição de bens e serviços levada a cabo pelos expositores, a informação patente no gráfico 46 abaixo mostra que 17% dos expositores não efectuaram qualquer aquisição para estarem presentes no Festival.

Apesar de mais de um quarto dos inquiridos não ter respondido à questão, cuja interpretação possível, entre outras, pode ser a não ocorrência de gastos, tal como referiram 17%, uma boa parte dos expositores (42%) adquiriu bens e serviços num valor inferior a 100 €, e poucos foram aqueles que gastaram mais de 100 € em compras.

Gráfico 46 - Aquisição de bens e serviços intermédios (€)

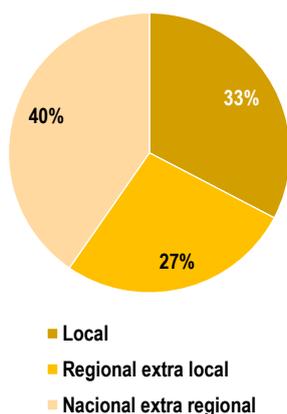


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Quando feita a comparação entre as receitas obtidas e os gastos incorridos com a representação no Festival do Casqueiro, a análise da informação permite concluir (ainda que sem rigor absoluto pelas razões já referidas anteriormente), para os casos em que tal comparação foi possível (39 inquiridos), que cerca de metade dos expositores presentes (49%) tiveram custos na mesa ordem de grandeza do valor obtido com a venda dos seus produtos. Já 28% dos inquiridos referiram ter lucrado com a sua presença naquele evento.

Relativamente à origem e tipo de produtos comercializados no Festival do Casqueiro, cujos resultados se podem acompanhar nos gráficos que se seguem, as conclusões que se tiram são, em tudo, semelhantes ao que se pôde observar para os outros três eventos em análise.

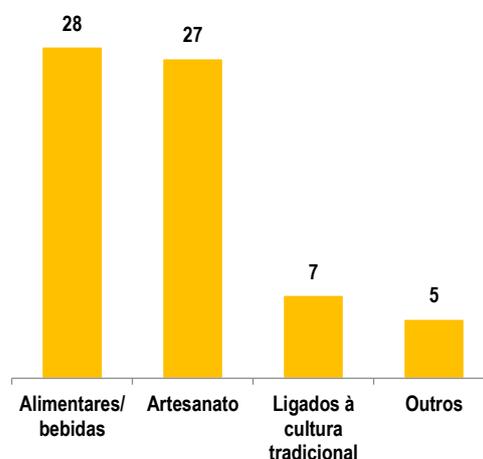
Gráfico 47 - Origem dos produtos comercializados



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Destaque para os produtos locais e regionais (60% das respostas) ligados ao saber fazer tradicional. O Festival do Casqueiro não foi exceção, servindo de montra para o que de melhor se faz na Beira Baixa, e especialmente no município de Idanha-a-Nova, onde a gastronomia e a cultura tradicional assumem marcadamente um papel preponderante.

Gráfico 48 - Tipo de produtos comercializados



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Empresas locais

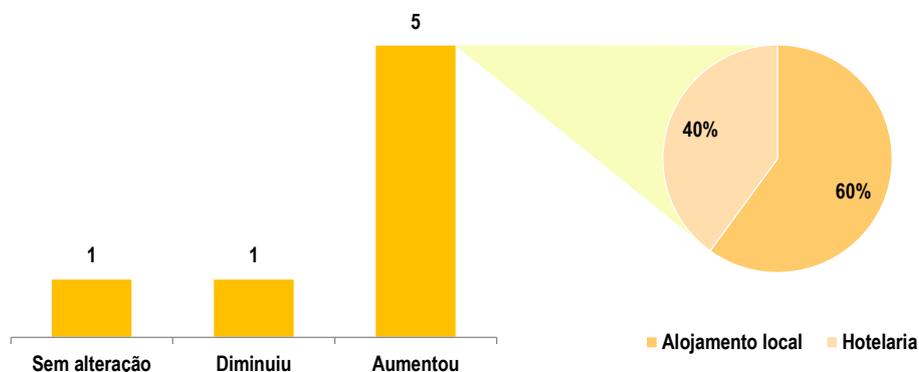
Actualmente a captação e organização de eventos é uma estratégia utilizada quer pelo sector público quer pelo privado, para a atracção de visitantes com a perspectiva do desenvolvimento local.

No caso específico do Festival do Casqueiro, procurou-se avaliar em que medida o afluxo de visitantes durante os dias em que decorre o evento gerou dinâmica económica no sector do alojamento, quer sejam unidades de alojamento local ou unidades hoteleiras tradicionais. Para este efeito, conduziu-se um conjunto di-

minuto de inquéritos a estes estabelecimentos existentes no concelho de Idanha-a-Nova, designadamente em Monsanto, Monfortinho, Salvaterra do Extremo e Idanha-a-Nova.

As respostas obtidas em relação ao comportamento do número de clientes por fim-de-semana mostram que a realização do Festival do Casqueiro teve algum impacto ao nível do afluxo de turistas em Idanha-Nova. De facto, das 7 empresas locais inquiridas, 5 assinalaram um aumento, sobretudo ao nível do alojamento local (60% das respostas).

Gráfico 49 - Comportamento do número de clientes no fim-de-semana do Festival do Casqueiro – alojamento local e hotelaria

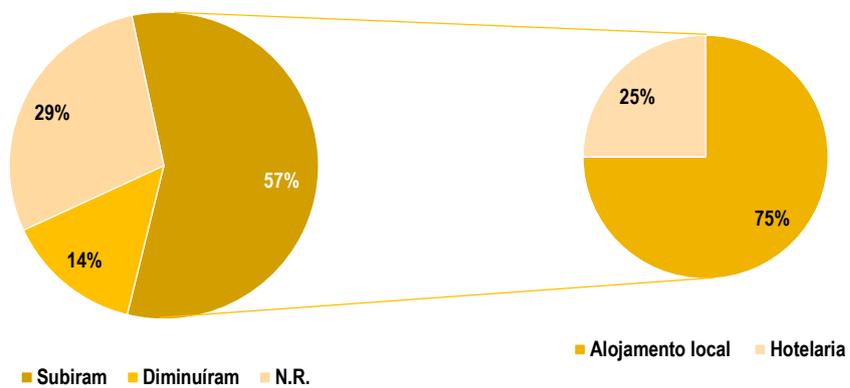


Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Avaliou-se, ainda, o comportamento das receitas destas unidades no fim-de-semana do evento (gráfico 48). As respostas obtidas não são conclusivas, havendo muitas não respostas (categoria N.R – não sabe ou não responde), mas, ainda assim, pode afirmar-se que o aumento de visitantes no concelho de Idanha-a-Nova

durante o fim-de-semana do Festival do Casqueiro induz aumentos na receita das unidades hoteleiras e de alojamento local, efeito que se estima também acontecer nas unidades de restauração.

Gráfico 50 - Comportamento das receitas no fim-de-semana do Festival



Fonte: Elaboração própria a partir da informação recolhida

Idanha-a-Nova

O CONCELHO MAIS SABOROSO DE PORTUGAL



TERRAS
D'IDANHA
Sabores de Tempo

EQUIPA VENCEDORA
DA 1ª EDIÇÃO DO
CONCURSO RTP



EM REPRESENTAÇÃO
DA REGIÃO DAS BEIRAS



4. IMPACTO ECONÓMICO DOS EVENTOS TEMÁTICOS SELECIONADOS

A captação e organização de eventos é uma estratégia utilizada pelo sector público, em todo o mundo, para a atracção de visitantes, com o objectivo de promover o desenvolvimento local.

De facto, os eventos, independentemente da sua dimensão e escala, têm um peso

significativo no impacto económico de um dado território, contribuindo para um conjunto de benefícios em termos comerciais e promocionais, que podem ser medidos através de um conjunto de elementos, tais como: entradas, saídas, impactos e resultados, tal como preconizado por Richards e Palmer (2010)²⁹.

Entradas

Por entradas entendem-se todos os recursos necessários à organização do evento.

A realização de um evento com a natureza dos que o presente relatório avalia (Feira Raiana, Feira da Caça e Gastronomia, Festival do Casqueiro e Feira Medieval) desencadeia um conjunto de processos que exigem investimento ao nível da equipa organizadora, do *marketing* e publicidade (promoção nacional e internacional do evento, anúncios, conferências e *workshops*), sistemas de informação e comunicação, instalações e equipamentos, dos expositores e sua decoração, e outros investimentos em infra-estruturas de apoio e logística

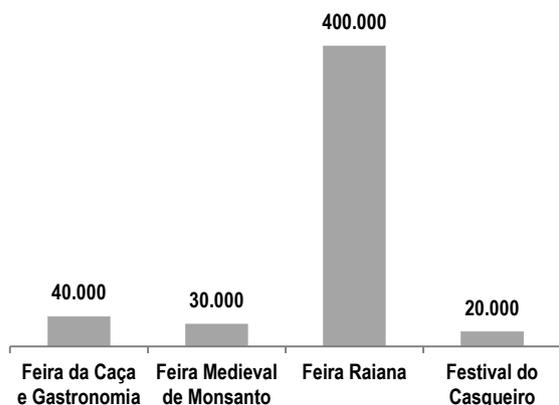
A afectação dos recursos tem um custo associado e podem identificar-se três fases distintas de organização dos eventos que geram despesas efectivas. Nomea-

damente, os custos na fase do planeamento e preparação; os custos na fase de realização do evento e, por último, os custos na fase de avaliação dos eventos.

A informação disponível para a elaboração desta avaliação é limitada. Assim sendo, na análise de custos optou-se por analisar o custo total de cada evento em 2015 e a distribuição do valor total por tipologia de custos, ainda que não tenhamos informação que permita saber o valor por cada tipo de custos. Ainda assim, esta análise permite, à partida, referir que a Feira Raiana foi o evento que mais custos teve para o município, tal como se pode ver no gráfico 51 abaixo, com um orçamento que superou os 400 mil euros, a que não será alheio o facto de se tratar de uma iniciativa transfronteiriça, alternando a realização em Idanha-a-Nova e no Ayuntamiento de Moraleja.

²⁹ Segundo Richards and Palmer, grande parte dos modelos de medição de impactos dos eventos é composta por quatro elementos básicos: entradas, saídas, impactos e resultados.

Gráfico 51 - Orçamento por evento (2015), €



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

A Feira da Caça e Gastronomia teve ao seu dispor um orçamento de cerca de 40 mil euros, a Feira Medieval de Monsanto cerca de 30 mil euros e o Festival do Casqueiro utilizou 20 mil euros. Estes valores foram utilizados numa enorme panóplia de custos para os quais não é possível, com a informação disponibilizada, atribuir valores. Contudo, a tabela 5 mostra os tipos de custos que os eventos originam.

A concretização de eventos desta natureza origina diversas transacções directas e indirectas que geram impacto económico na região de Idanha-a-Nova, quer seja através das remunerações pagas a colaboradores da câmara responsáveis pelos eventos e sua organização, montagem, desmontagem e logística, quer seja através da criação de empregos ou do consumo de bens e serviços efectuados nas fases de planeamento e realização dos eventos ou, ainda, do acréscimo dos gastos dos turistas e visitantes.

Tabela 5 - Tipologia de custos dos eventos seleccionados

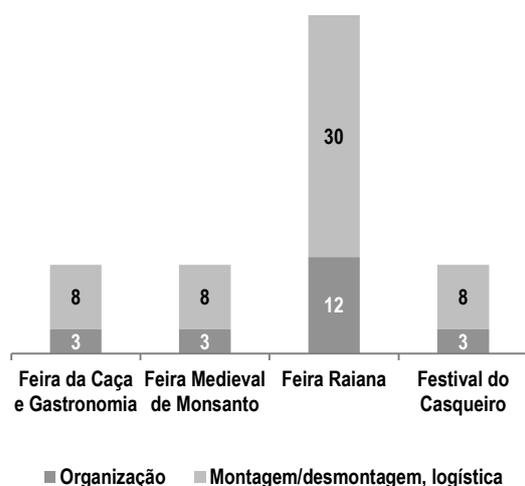
| Tipologia de Custos |
|------------------------------------|
| Promoção e publicidade |
| Prestação de serviços |
| Aluguer de equipamento |
| Despesas de logísticas (Refeições) |
| Animação |
| Alojamento |
| Ofertas |
| Vigilância e segurança |
| Reportagem fotográfica / Vídeo |
| Cachet de artistas |
| Géneros alimentícios |
| Aluguer de transportes |
| Bens diversos |
| Trabalhos especializados |
| Taxas e licenças |
| Comunicações |
| Fogo-de-artifício |
| Material de apoio logístico |

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Para a implementação dos eventos em análise, a Câmara Municipal alocou equipas de trabalho de dimensão variável para dois grandes momentos: a organização dos eventos e a montagem/desmontagem e logística, como mostra o gráfico 52 abaixo.

O Festival do Casqueiro, a Feira Medieval de Monsanto e a Feira da Caça e Gastronomia tiveram equipas mais reduzidas, justificado pela sua reduzida dimensão – 3 pessoas na organização e 6 a 8 na montagem/desmontagem e logística.

Gráfico 52 - Equipas por evento (2015)



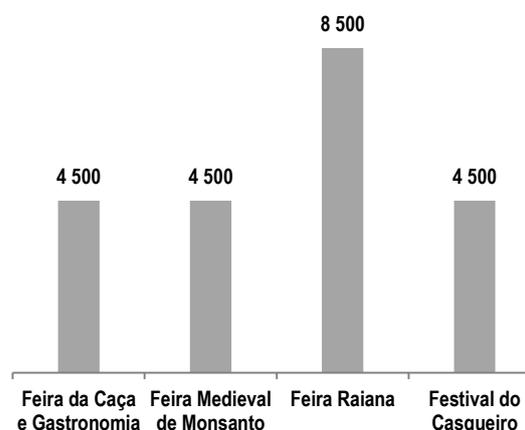
Fonte: Município de Idanha-a-Nova

A Feira Raiana, em razão da sua maior dimensão, teve 12 pessoas responsáveis pela organização e aproximadamente 30 pessoas para a fase da montagem/desmontagem e logística. Estas pessoas, sendo colaboradoras da Câmara, foram remuneradas por esta no âmbito do seu próprio orçamento.

Cada um dos eventos teve a si alocado um orçamento específico para a comunicação. O orçamento mais elevado foi o da Feira Raiana, que teve disponível para a sua comunicação 8.500 €, como se pode acompanhar no gráfico 53 abaixo.

Os restantes três eventos registaram 4.500 € de orçamento de comunicação. Estes valores fizeram face a despesas tão distintas como os *posters*, *outdoors*, campanhas na rádio, na TV, na imprensa escrita, entre outros.

Gráfico 53 - Orçamento de comunicação por evento (2015), €



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Quanto às receitas geradas pelos eventos estas podem ter origem directa, indirecta ou institucional, designadamente em receitas de bilheteira, receitas de venda de espaço aos expositores, receitas de patrocínios ou apoio de financiamento por parte de programas de financiamento público.

No caso dos eventos em análise, e como já se referiu, as entradas foram gratuitas em todos os eventos bem como o espaço concedido aos expositores.

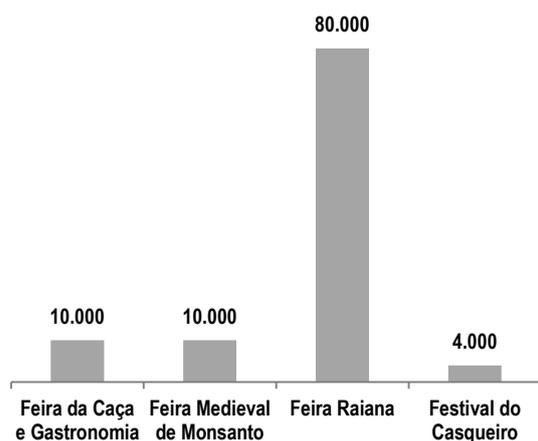
O orçamento de cada evento foi totalmente disponibilizado pela Câmara Municipal de Idanha-a-Nova, que tem conseguido sempre suportar este esforço financeiro, em parte com recurso a programas de financiamento público que têm como objectivo o apoio a estratégias de desenvolvimento local baseadas na promoção dos activos endógenos de cada território³⁰.

³⁰ Nomeadamente as Estratégias de Eficiência Colectiva de tipologia PROVERE – Programas de Valorização Económica de Recursos Endógenos e o POCTEP – Programa de Cooperação Transfronteiriça Espanha Portugal.

As saídas envolvem os serviços e experiências que o programa do evento produziu, geralmente descritos em termos quantitativos, como bilhetes vendidos, número de visitantes, número de actuações e número de intervenientes.

O gráfico 54 mostra o número estimado de visitantes em cada evento nas suas edições de 2015.

Gráfico 54 - Número de visitantes (estimado) por evento, 2015



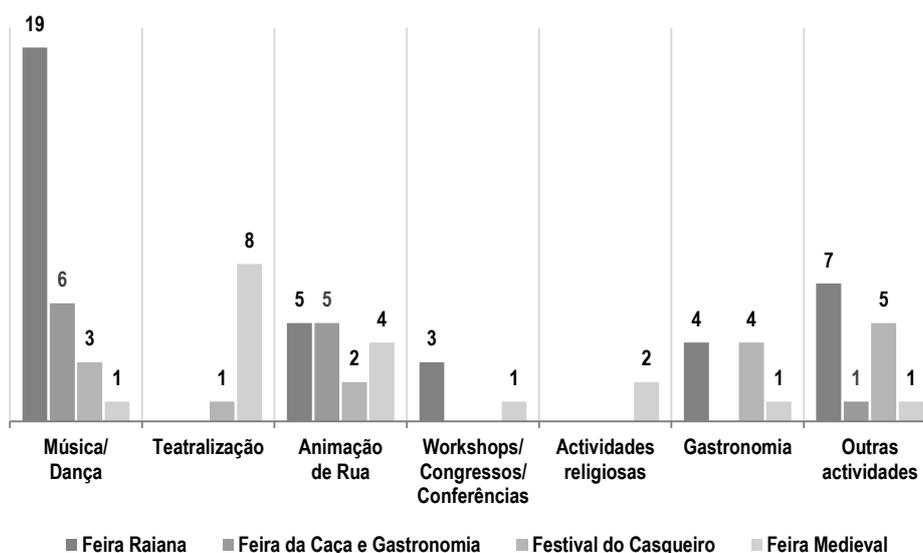
Fonte: Município de Idanha-a-Nova

A Feira Raiana teve cerca de 80 mil visitantes, a Feira Medieval de Monsanto e a Feira da Caça e Gastronomia aproximadamente 10 mil visitantes cada e, por fim, o Festival do Casqueiro que levou ao conselho de Idanha-a-Nova 4 mil pessoas.

Como já se afirmou, estes eventos, para além das temáticas específicas sobre as quais cada um incide, teve associado um conjunto vasto de outras intervenções e manifestações culturais, como são os casos dos *workshops*, animações de rua, concertos de música ao vivo, peças de teatro, entre outros (gráfico 55).

Realizaram-se uma grande multiplicidade de actividades de naturezas muito distintas, mas todas elas destinadas a enriquecer o conteúdo temático do evento e melhorar a experiência do visitante no decurso da sua passagem pelo mesmo. Registam-se algumas diferenças conforme a natureza específica do evento, como sendo, por exemplo, a particularidade dos 6 fornos comunitários a funcionar 24 horas por dia e a serem o centro das atenções dos visitantes no Festival do Casqueiro; as actividades teatrais de rua da Feira Medieval ou as touradas na Feira Raiana. No entanto, todos os eventos registam uma forte orientação para a satisfação dos visitantes, entidades envolvidas, feirantes ou expositores, na procura de um nível de notoriedade que reforce edições posteriores e faça aumentar o número de visitantes satisfeitos com a sua escolha de preenchimento do seu tempo alocado ao lazer.

Gráfico 55 - Número de actuações nos eventos, edição 2015



Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Impactos e resultados

Os impactos e os resultados são as consequências das saídas dos eventos, ou seja, alterações na imagem, comportamento ou atitude, estando usualmente ligados à missão do evento.

De acordo com Sharpley e Stone (2011) os eventos não são sempre promovidos com o objectivo dos benefícios económicos que eles possam gerar, e os impactos de eventos não são nem discretos nem necessariamente hierárquicos.

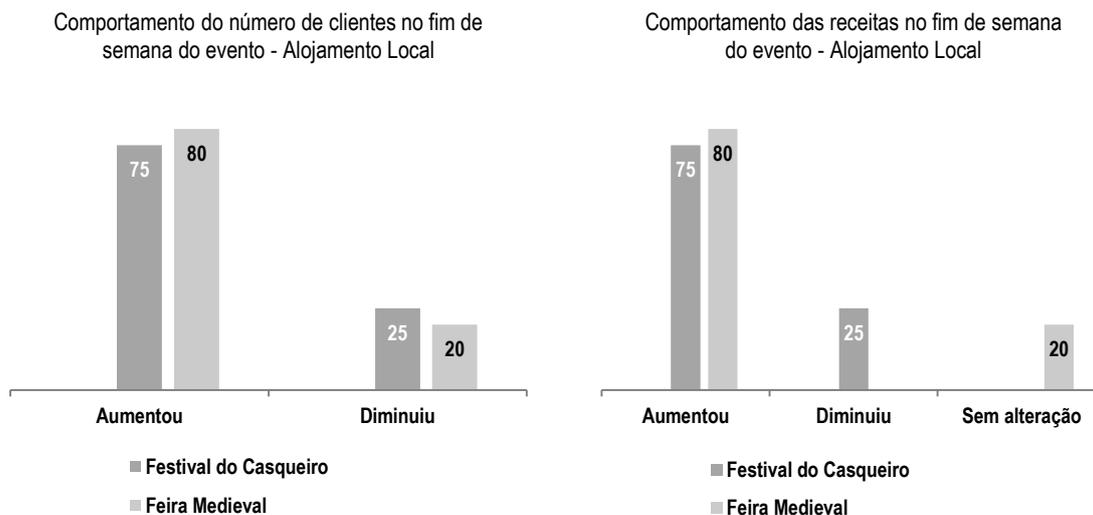
Os efeitos podem fazer sentir-se ao nível das mudanças na qualidade de vida das comunidades locais, participantes e outras partes interessadas que surgem a partir da realização de um evento de qualquer espécie.

Para todos os eventos foi desenhado um inquérito dirigido às empresas de hotelaria, alojamento local, restauração e comércio local com o objectivo de aferir o impacto dos eventos realizados no concelho na actividade destas empresas.

Os resultados indicam, de forma geral, que as empresas de alojamento, hotelaria e restauração beneficiam directamente com a realização destes eventos, tendo a maioria das empresas inquiridas referido que o número de clientes aumenta durante os dias em que os eventos se realizam, aumentando, igualmente, as receitas.

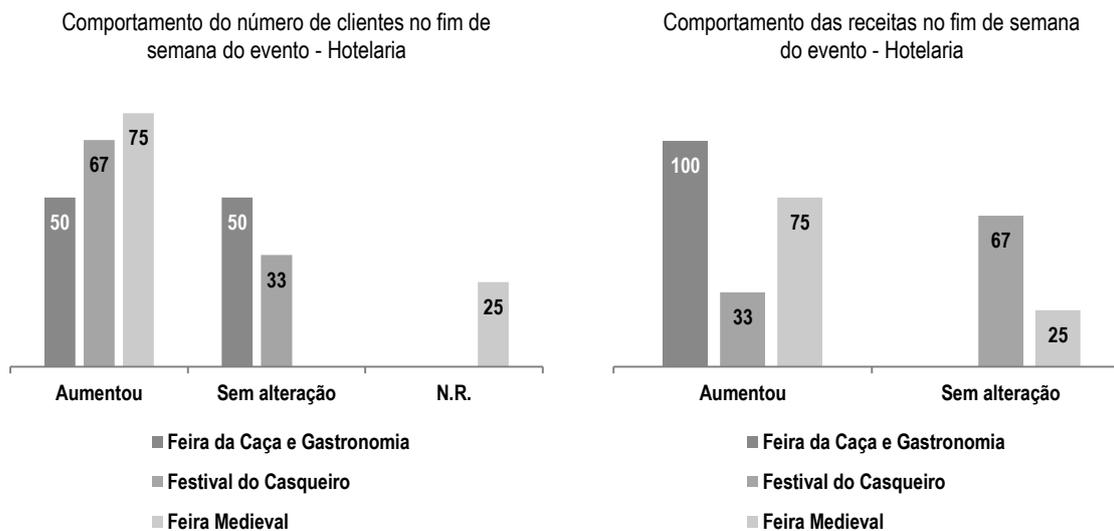
O número de visitantes em cada evento é suficientemente significativo para induzir efeitos neste tipo de empresas locais.

**Gráfico 56 - Impacto dos eventos nas actividades de empresas locais
Alojamento Local (clientes e receitas)**



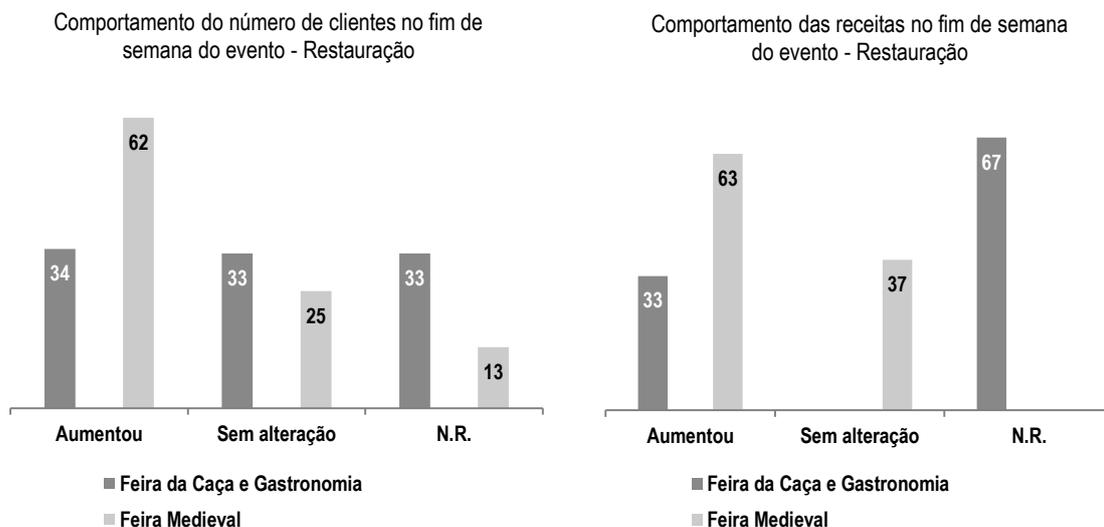
Fonte: Elaboração própria a partir de informação recolhida

**Gráfico 57 - Impacto dos eventos nas actividades de empresas locais
Hotelaria (clientes e receitas)**



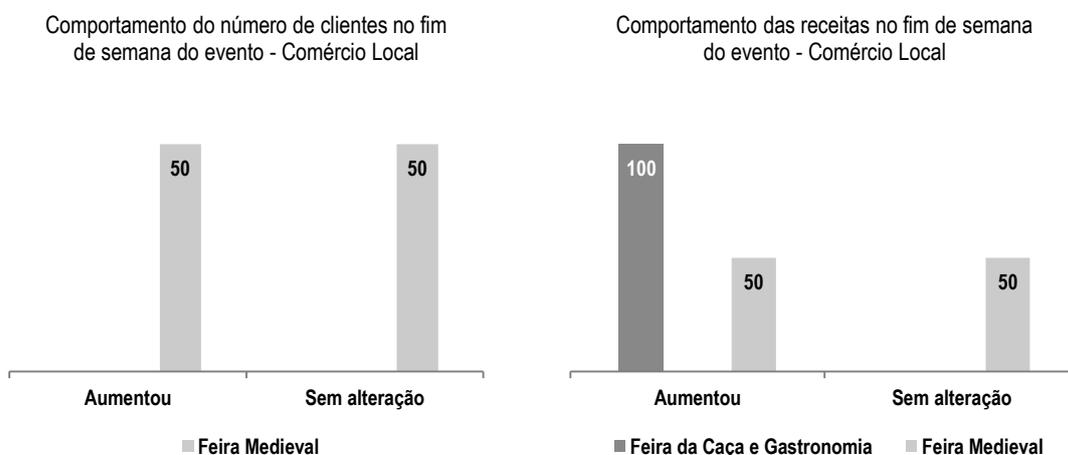
Fonte: Elaboração própria a partir de informação recolhida

**Gráfico 58 - Impacto dos eventos nas actividades de empresas locais
Restauração (clientes e receitas)**



Fonte: Elaboração própria a partir de informação recolhida

**Gráfico 59 - Impacto dos eventos nas actividades de empresas locais
Comércio Local (clientes e receitas)**



Fonte: Elaboração própria a partir de informação recolhida

No geral, estes resultados, obtidos a partir dos inquéritos realizados, evidenciam um nível de sucesso bastante satisfatório, estendendo-se os efeitos induzidos pelos eventos à totalidade dos que se envolveram na sua realização – organizadores, expositores, prestadores de serviços, artistas, visitantes, entre outros.

Os visitantes geram uma série de impactos muito relevantes para a economia local e regional. O apuramento dos inquéritos conduzidos aos visitantes dos eventos aqui analisados, mostra que o primeiro impacto é **directo** e prende-se com o dinheiro gasto no evento.

Neste domínio, a larga maioria dos visitantes inquiridos gastou dentro do evento alguma quantia de dinheiro – a categoria mais respondida foi inferior a 20 euros. Este valor, projectado por escalões de visitantes, indica que este impacto directo é imediato e com magnitude distinta dependendo do evento. Os visitantes gastaram dinheiro também fora do recinto do evento, numa vasta variedade de produtos e serviços possíveis no sector do turismo como seja a hotelaria, a alimentação e as bebidas, as comunicações, os serviços de entretenimento, serviços de viagens e turismo, entre muitos outros. É, assim, notória a injeção monetária na economia receptora, que gera um efeito cascata em toda a economia.

Os efeitos **indirectos** também são patentes na implementação dos quatro eventos em análise organizados pelo município de Idanha-a-Nova. A participação das empresas locais/regionais/nacionais enquanto expositoras lançam, também, um efeito na economia – os estabelecimentos necessitam de adquirir produtos e serviços a outros sectores da economia local para oferecerem aos visitantes, registando-se dinamização da economia local de forma indirecta. Finalmente, registam-se efeitos **induzidos** na medida em que parte dos proveitos recaem sobre os residentes locais, através dos salários, outros ganhos, distribuição de lucros, juros, entre outras formas de rendimento. Estes rendimentos serão despendidos novamente na economia local, em produtos e

serviços, que por sua vez gerarão novo ciclo económico.

Genericamente, a avaliação do impacto de **notoriedade e projecção** abarca não só o impacto obtido para a região e para as partes envolvidas, mas também aspectos como a constituição ou reforço de redes nacionais e internacionais, o aumento da carteira de contactos, em particular em termos de negócios concretizados ou em vias de concretização e, ainda, os novos investimentos proporcionados pelo evento, directa ou indirectamente.

A notoriedade e a projecção de marcas e de territórios têm tido um alcance crescente quando se aposta nos meios presentes na internet. Têm um carácter universal e são muito menos onerosos do que os meios tradicionais. De facto, a internet permite-nos estar em todo o lado, a toda a hora, ou seja, ao alcance de todos os seus utilizadores. A informação circula independentemente das fronteiras, dos canais e dos equipamentos utilizados.

Assim, para a notoriedade e projecção dos municípios, a sua presença nas redes sociais torna-se cada vez mais relevante. E para estes municípios, como é o caso de Idanha-a-Nova, importa saber para os canais mais utilizados, quais os indicadores mais relevantes. Um estudo sobre a presença do Município de Idanha-a-Nova nas redes sociais destaca claramente, entre os seus vários canais oficiais³¹, a rede social Facebook, com 99% dos seguidores acumulados pelos vários canais.

³¹ Canais Oficiais do Município de Idanha-a-Nova: <http://www.facebook.com/MunicipioidanhaNova>; <http://issuu.com/municipiodeidanhaanova>; <https://www.youtube.com/channel/UCmFqbXpcCG73BeLKFESo4g>; <https://plus.google.com/u/0/102623138874351214166>; <https://twitter.com/idanhanova>.

Estes, em que as mulheres superam ligeiramente em número os homens, são maioritariamente pessoas residentes no país, um pouco repartidas por todo o território nacional.

Relativamente à publicação dos conteúdos criados, nomeadamente a anunciar os eventos que vão ocorrendo ao longo do ano no município, Idanha-a-Nova tem

vindo a atingir um alcance médio mensal de utilizadores únicos cada vez maior. Entre Maio e Agosto 2015, Idanha-a-Nova passou dos 100 mil para os 200 mil). Tal facto deve-se à partilha de conteúdos de outras entidades e páginas e, sobretudo, aos vários eventos que decorreram durante aquele período, nomeadamente: o Salta Terra, o Festival da Melancia, a Feira Raiana, entre outros.

5. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

A organização e realização de pequenos eventos temáticos locais tem sido uma ferramenta de desenvolvimento local e de promoção dos activos endógenos de cada região, muito utilizada, um pouco por todo o mundo, por governantes aos mais variados níveis, incluindo o autárquico.

Actualmente, os eventos tornaram-se numa vertente relevante da cultura. O aumento dos tempos livres e do rendimento disponível da maioria das populações conduziram a uma proliferação de actividades de eventos, de celebrações e de entretenimento. Para além disso, os decisores têm vindo a apoiar e a promover eventos por considerá-los uma estratégia para o desenvolvimento económico pois, para além de ajudarem a construir a imagem de marca do país ou região, também são uma forma de promoção de *marketing* do destino e das suas características distintivas.

Tendo este racional como pano de fundo, também o município de Idanha-a-Nova tem organizado, ao longo dos últimos anos, um conjunto alargado de eventos temáticos no seu território, desde o Festival do Casqueiro à Feira Raiana, passando pela Feira da Caça e Gastronomia ou pela Feira Medieval de Monsanto. Estes eventos, escolhidos pela sua íntima relação ao património natural, cultural ou social do concelho, têm visto as suas pretensões serem acolhidas pelos programas de financia-

mento público, face visível da sua importância, ao fomentarem, de forma sustentável, a competitividade dos denominados territórios de baixa densidade, dos quais Idanha-a-Nova faz parte, dinamizando actividades económicas muito distintas mas ainda assim assentes na utilização e valorização dos recursos endógenos da região – recursos naturais, património histórico, saberes tradicionais ou modos de fazer.

Foram aqueles quatro eventos que se analisaram no presente relatório. Esta avaliação foi feita, como se referiu ao longo do relatório, recorrendo a variadas fontes de informação, de onde se destaca a realização de um conjunto alargado de inquéritos a visitantes, expositores e empresas de alojamento, restauração e comércio locais. A avaliação do seu impacto na região de Idanha-a-Nova tem contornos muito positivos.

De facto, resulta evidente que qualquer um dos eventos analisados, e mesmo o seu conjunto global, gera mais-valias muito relevantes para os visitantes, para os expositores, para as empresas mais directamente relacionadas com o turismo, como sejam as empresas de alojamento e restauração da região e, por último, mas não menos relevante, para as populações locais. O município beneficia, ainda, da projecção da sua imagem, melhorada pela realização do evento, de forma mais alargada e ampla.

A experiência vivenciada pelos visitantes foi amplamente positiva nos quatro eventos analisados, quer em termos da avaliação da qualidade dos produtos regionais comercializados nos eventos, quer no acolhimento prestado, na informação disponível sobre cada evento ou, ainda, na qualidade das actividades presentes no evento em questão. Todos os visitantes acabam por despender, inevitavelmente, recursos monetários aquando de uma deslocação a um evento. A larga maioria dos visitantes inquiridos afirmou ter gasto dinheiro dentro e fora do recinto do evento. Dada a conjuntura económica que Portugal atravessa, não é de estranhar que a maioria das respostas fosse no sentido de terem gasto menos de 20 euros em cada situação. Não obstante, o facto de terem existido outras categorias de gastos (mais elevadas) deixa clara a existência de um impacto económico óbvio para a economia local, impacto esse mais relacionado com o sector do turismo – restauração e alojamento.

O que, de alguma maneira, torna os eventos especiais prende-se com o facto de se tratar de algo que não está disponível no quotidiano dos indivíduos. Estes oferecem experiências únicas e têm uma duração limitada, o que torna um evento algo que apenas está disponível por um período de tempo circunscrito, ou será até mesmo único numa ci-

dade. É esta característica que mais diferencia os eventos de outras atracções turísticas – fixas, e que estão disponíveis ao longo de todo o ano. Uma vez que ocorrem com pouca frequência, a experiência de participar num evento especial torna-se única.

As empresas locais entrevistadas, de alojamento e restauração sobretudo, foram todas unânimes quanto ao facto de terem mais clientes durante os dias em que decorre cada evento. Mais difícil de harmonizar é a determinação de quanta receita extra é gerada pelo afluxo acrescido de visitantes. Contudo, muitos autores referem que os eventos têm sempre uma componente de introdução de dinheiro na economia local, de difícil mensuração, mas real³².

Também os expositores nos eventos têm ganhos com a sua presença, não só em termos monetários. Estes são óbvios – a maior parte dos expositores inquiridos afirmou ter tido receitas no decurso do evento em causa. Ainda que alguns tenham incorrido em custos extraordinários como sendo os recursos humanos contratados para os dias do evento, o balanço final é de ganho com a sua presença, facto reforçado pela sua repetida presença ao longo dos anos, pela procura por parte das empresas que querem ser expositores e, ainda, porque a

³² Ferreira e Martins (2007) referem que os eventos, a sua promoção e progresso, encontram-se associados ao turismo e ao desenvolvimento económico de um local. As autoras mencionam que segundo Stiernstrand, o impacto económico do turismo resulta do efeito gerado pelo consumo de produtos turísticos, numa determinada área geográfica, sendo identificados como principais beneficiários os serviços relacionados com o comércio e com o turismo (alojamento, transportes e a restauração).

Segundo Matias (2004) o Turismo de Eventos é o conjunto de actividades exercidas por pessoas que viajam com finalidade de participarem em diversos tipos de eventos que visam o estudo de alternativas, de dimensão ou interesse profissional, associativo, religioso, científico, tecnológico de modo a atingir metas de aperfeiçoamento ou actualização sectorial.

sua própria promoção da actividade desenvolvida sai reforçada por via de acções junto do público consumidor.

O papel dos festivais e eventos como motores económicos e sociais positivos é, em conclusão, cada vez mais reconhecido internacionalmente. Os festivais e eventos são capazes de apresentar a diversidade e património culturais das comunidades da região; destacar a inovação, paixão e criatividade das pessoas na região; estimular a coesão comunitária e desenvolver aspirações; aumentar a participação cultural e o desenvolvimento do público; contribuir para o orgulho e entusiasmo regional; fornecer

oportunidades de aprendizagem e desenvolvimento de aptidões; atrair visitantes para a região e gerar despesa significativa associada; criar e destacar uma imagem e reputação regional positiva nacional e internacionalmente; promover uma actividade de negócios regional acrescentada dentro do sector privado e da comunidade – particularmente, mas não limitado, ao turismo e hospitalidade ou às indústrias criativas; apresentar a região como um óptimo lugar para viver, trabalhar, estudar e visitar – apoiando o investimento na área e em estratégias de atracção de talentos.

6. BIBLIOGRAFIA

AGHA, N. (2015), *A Theoretical Comparison of the Economic Impact of Large and Small Events*, University of San Francisco, College of Arts and Sciences;

ALVES, D. (2013), *A Avaliação do Impacto Económico do Evento “Óbidos Vila Natal” na Ocupação e Consumo na Vila de Óbidos*, Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Direcção e Gestão Hoteleira;

BLOOM CONSULTING (2014), *Idanha-a-Nova - Estratégia 2015 | 2025*;

BULL MARKET (2015), *Estatísticas das redes sociais do Município de Idanha-a-Nova*;

CÂMARA MUNICIPAL DE IDANHA-A-NOVA (2012), *Plano de Desenvolvimento Integrado - Município de Idanha-a-Nova*;

CARDOSO, M. (2013), *A Importância da Organização de Eventos no Turismo*, Dissertação elaborada para obter o Grau de Mestre em Turismo da Faculdade de Letras da Universidade do Porto;

CORDEIRO, P. (2013), *Trabalho de Projecto para a criação de uma empresa na área do Turismo Musical - Viagens pela Música: A ideia*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa;

FERREIRA, A., MARTINS, A. *et al.* (2007), *O Evento FCNC 2005 e o Turismo*, Centro de Estudos da Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve;

JANECZKO, B., MULES, T. and RITCHIE B. (2002), *Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide*, CRC Sustainable Tourism Australia;

MACIEL, B. (2011), *Festivais de Música e Turismo dois estudos de caso: Les Aralunaires e Milhões de Festa*, Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Turismo da Faculdade de Letras da Universidade do Porto;

MATIAS, M. (2004), *Organização de eventos*, 3ª edição, São Paulo;

PINTO, A. (2015), *Produtos Turísticos - Instrumentos de Desenvolvimento Local, Caso de Estudo – Sardoal*, Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural, Escola Superior de Gestão de Tomar do Instituto Politécnico de Tomar;

RICHARDS, G., PALMER, R. (2010), *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalization*;

SHARPLEY, R., STONE P. (2011), *Tourist experience: Contemporary perspectives*.

7. SIGLAS

ADL - Associações de Desenvolvimento Local

GAL - Grupos de Acção Local

INE - Instituto Nacional de Estatística

INTERREG - Programa de Cooperação Inter-regional da UE

LAFIV - Liga dos Amigos da Freguesia de Idanha-a-Velha

NUT - Nomenclatura de Unidades Territoriais

OTALEX - Observatório Territorial e Ambiental do Alentejo, Centro e Extremadura

POCTEP - Programa de Cooperação Transfronteiriça Espanha-Portugal

PROVERE - Programas de Valorização Económica de Recursos Endógenos

QREN - Quadro de Referência Estratégico Nacional

RETALER - Rede Transfronteiriça de Autoridades Locais em Energias Renováveis

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

8. ANEXOS

Figura A – Cartaz / Programa da Feira de Caça e Gastronomia, edição 2015

3.^a FEIRA DE CAÇA & GASTRONOMIA

17 e 18 JANEIRO 2015

TERMAS DE MONFORTINHO (IDANHA-A-NOVA)



Sábado 17

10h30h - 1ª Missão da Feira de Gastronomia (Jardins de Monforte Novo)
 Bolo de cacau, Alcapate e Vinho Verde, Ovelha Caça e Peixe do Rio
11h30h - Colunabilidade - A qualidade da carne com o corte perfeito, a temperatura da carne e os cuidados a ter antes de cozinhar

12h30h - Abertura do Pólo
 - Apresentação do corte de caça, o modo de temperar e a técnica de assar, cozedura e frito
 - Apresentação de produtos de caça e montado de caça e de produtos de caça e de caça
 João Gonçalves e do "Lugar do Vinho"
 - Demonstração de tacho com arroz e semelhana
 - As vilas do caço e o papel do empreiteiro do corte de caça
 Vila Foga - Vila das Casais - Vila de
 - Apresentação de
 - Grupo de bombas "Bolo do Sol" - Lido de
 - Associação "Fundo da Alca" -
 - Associação "Associação de caçadores de Idanha-a-Nova" - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova

Exposição de cortes de caça portuguesa e pratos de caça
 Museu do Montado - Vila de

13h30h - Início da Feira de Gastronomia (Jardins de Monforte Novo)
15h30h - Demonstração de cortes de caça - "Cavalinho Feito"
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
17h30h - Demonstração de pratos de caça em tacho (Montado e Cozinha)
18h30h - Apresentação do Grupo de Caça de Sogora
19h30h - Apresentação do Grupo "Vila do Vinho"
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
20h30h - Início do 3º Momento, com o grande show de música "Música do Montado"
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova

Domingo 18

09h30h - 2ª Missão da Feira de Gastronomia (Jardins de Monforte Novo)
 Bolo de cacau e Bolo de Vinho Verde, Ovelha Caça e Peixe do Rio
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
 Cozinha de "Bolo do Sol" - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
10h30h - A qualidade da carne com o corte perfeito, a temperatura da carne e os cuidados a ter antes de cozinhar, cozedura e frito
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
12h30h - Demonstração de cortes de caça - "Cavalinho Feito"
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
Demonstração de cortes de caça portuguesa e pratos de caça
 Museu do Montado - Vila de

13h30h - Início da Feira de Gastronomia (Jardins de Monforte Novo)
15h30h - Demonstração de pratos de caça em tacho (Montado e Cozinha)
17h30h - Apresentação do Grupo de Caça de Sogora
18h30h - Apresentação do Grupo "Vila do Vinho"
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
20h30h - Início do 3º Momento, com o grande show de música "Música do Montado"
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova
 - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova - Associação de caçadores de Idanha-a-Nova

DIA 18 - DOMINGO 

EMISSÃO EM DIRETO COM A PRESENÇA DE ARTISTAS CONCRETUADOS DURANTE TODA A TARDE



Figura B – Cartaz / Programa da Feira Medieval, edição 2015

Festa da Divina Santa Cruz

2 e 3 de MAIO de 2015



02/05 – Sábado

- 14h00 | Abertura da Mercade - Mercado de Produtos MIEEM atuada por Associação de Comércio
- 15h00 | Arraiolos pelas ruas e praças do tempo - Sal. L. e com. de Sal. e Alentejano - 14h00
- 16h00 | O Castelo de D. Afonso Henriques (1143-1188) | Castelo por um dia - 16h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 17h00 | Lançamento do livro "Os antigos Capela de Nossa Senhora do Socorro (Ordem de São)" do autor de Maria Adelaide Nogueira - 17h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 18h00 | Danças e Bailão no Terreiro do Mercado | Teatro Italo
- 19h00 | Camadas o beirão com sabores da antanho - Tematização
- 20h00 | Casa Medieval com D. Afonso Henriques | Sónus de medievos - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 21h00 | Arraiolos do comércio de Sal. L. e com. de Sal. e Alentejano - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 22h00 | Disposição da cidade pelo bando de homens de armas do Castelo - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 23h00 | Música Medieval | 23h00 - 24h00
- 24h00 | Encerramento da feira

03/05 – Domingo

- 09h00 | Passeio das Antas Históricas "Monte à Volta - Monsanto" - Largo do Castelo - 09h00 - 10h00 - 11h00 - 12h00 - 13h00 - 14h00 - 15h00 - 16h00 - 17h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 10h00 | Arraiolos pelas ruas e praças do tempo | 10h00 - 11h00 - 12h00 - 13h00 - 14h00 - 15h00 - 16h00 - 17h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 11h00 | Sinalização à Rua do Castelo pela Ordem de São - 11h00 - 12h00 - 13h00 - 14h00 - 15h00 - 16h00 - 17h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 12h00 | Lazer na Igreja Matriz com participação do grupo coral polifónico "Canto e Encontro", seguida do almoço
- 13h00 | Corridão pelas ruas de Largo do Castelo - 13h00 - 14h00 - 15h00 - 16h00 - 17h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 14h00 | Atividade do Bando Polifónico de Monsanto, no Castelo
- 15h00 | Lançamento da pele
- 16h00 | Início do desfile a cavalo, de 16h00 a 17h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 17h00 | Venda de livros | 17h00 - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 18h00 | Jantar em Monsanto de Refeição Portuguesa - 18h00 - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00
- 19h00 | Concerto de Música e Danças medievais - 19h00 - 20h00 - 21h00 - 22h00 - 23h00 - 24h00

A fim de recuperar a salubridade das montanhas micasclíticas após a chuva, serão realizados os trabalhos de limpeza das montanhas, em alguns locais da feira serão realizados mercados para os visitantes, incluindo no domingo.

Atividade Cultural organizada em parceria com o Município de Monsanto.

Vila Templária MONSANTO

Castelo, Mercado, Feiras, Arraiolos no Castelo, Mercês, Brancos, Salfimbancos, Folhas, Jogos e Cursos de Canto e de Beber

IDANHA-A-NOVA

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Figura D – Cartaz / Programa do Festival do Casqueiro, edição 2015

Casqueiro

Festival do pão, bolos e tradições

2015

Idanha-a-Velha

9, 10 e 11 de Outubro

MAIS DE 100 EXPOSITORES, PÃO, ARTESÃOS, TABERNAS E PRODUTOS REGIONAIS MERENDAS TRADICIONAIS OFICINA DO PÃO AS CRIANÇAS APRENDEM A FAZER PÃO ANIMAÇÃO DE RUA, MÚSICA AO VIVO, TEATRO

Sexta - 9

20h00 - Noiva de ouro "OPUS" (Agulharia) - M. Cavaleiro

Sábado - 10

11h00 - Arraial dos bolos tradicionais

12h00 - Abertura dos barracas de rua, exposições de pão, bolos, artesanato, produtos regionais e tradicionais e de livros relacionados - Casqueiro leva a festa, depois das 14h00h, 15h00h, apresentação e presença de Fernando Pão de Oliveira, autor do livro "O pão em Idanha-a-Velha" e o livro "O pão em Idanha-a-Velha" de Maria João de Jesus, com a presença de 100 expositores e participantes do Município pagar partilhas e legendas. A festa é feita de pão e bolos para a comunidade e com a presença de todos.

14h00 - Animação de rua - Marcha infantil - Pasticaria

- Concerto de música tradicional em grupo (Algarves das Comarcas)

15h00 - Inauguração oficial do festival com grande de pão em vários locais a nível da cidade e áreas de comércio.

- Concerto - "Pão com produtos artesanais"

- Desfilado de rua - Grupo "Os Açucareiros"

16h00 - Atividade de M. Cavaleiro do Grupo "Danças com História"

17h00 - Oficina do Pão - As crianças são convidadas a fazer pão no forno aberto. Depois, vão conhecer os ingredientes, sabores, misturar tudo com uma pitada de história de Idanha. - Teatro de rua - Animação de rua com o Grupo "Danças com História"

18h00 - Teatro de rua - "TRUPE MAJOUKARE"

21h00 - Concerto "O Bata do Bata"

Domingo - 11

11h00 - Arraial de rua e grupo de bolos (Bolo dos Sábios)

Agulharia de ouro - "Bela geração"

Federico Alves (concerto em movimento)

Teatro de rua - Marcha infantil - "Atitude do Pão"

Liturgia do "Nó do Doméstico de Portugal" - Bolo de casamento

12h00 - Abertura dos barracas de rua, exposições de pão, bolos, artesanato, produtos regionais e tradicionais de comarcas e bairros

- Inauguração do grupo Sopa de Terra

14h00 - Oficina do Pão (2ª edição) - As crianças são convidadas a fazer pão no forno aberto. Depois, vão conhecer os ingredientes, sabores, misturar e fazer com uma pitada de história de Idanha. - Teatro de rua

17h00 - Concerto de Rapódia e música tradicional - Banda Filarmónica Idanha-a-Velha

18h00 - Grupo de música popular "CORÇÃO PLUS" (2ª edição)

Idanha
A grande cidade do pão regional
Cidade Europeia do Pão
Cidade Europeia da Pastry
Cidade Europeia da Pastry
Portugal

Organizações:

Idanha-a-Velha
Município de Idanha-a-Velha
Associação de Municípios do Alentejo
Associação de Municípios do Centro
Associação de Municípios do Norte
Associação de Municípios do Oeste
Associação de Municípios do Sul
Associação de Municípios do Litoral
Associação de Municípios do Interior
Associação de Municípios do Alentejo
Associação de Municípios do Centro
Associação de Municípios do Norte
Associação de Municípios do Oeste
Associação de Municípios do Sul
Associação de Municípios do Litoral
Associação de Municípios do Interior

Fonte: Município de Idanha-a-Nova

Questionário A – Análise do Impacte Económico da “Feira de Caça e Gastronomia” de Monfortinho
(Visitantes da Feira)

1. Qual o valor gasto no recinto da feira: (assinalar com x)

- a. Inferior a 20 €
- b. Entre 20 e 50 €
- c. Entre 50 e 100 €
- d. Entre 100 e 500 €
- e. Superior a 500 €

2. Qual o valor gasto fora do recinto da feira: (assinalar com x)

- a. Inferior a 20 €
- b. Entre 20 e 50 €
- c. Entre 50 e 100 €
- d. Entre 100 e 500 €
- e. Superior a 500 €

3. Como classifica a qualidade dos produtos comercializados na feira: (assinalar com x)

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

4. Como classifica a organização da feira: (assinalar com x)

4.1. Quanto à informação disponível:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

4.2. Quanto ao acolhimento:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

4.3. Quanto à qualidade das actividades presentes:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

Questionário B – Análise do Impacte Económico da “Feira de Caça e Gastronomia” de Monfortinho
(Expositores presentes na Feira / Expositores)

1. Receitas com a feira: (assinalar com x)

- a. Inferior a 2 mil €
- b. Entre 2 e 5 mil €
- c. Entre 5 e 10 mil €
- d. Entre 10 e 50 mil €
- e. Superior a 50 mil €

2. Pessoal afecto à feira: _____ (nº)

3. Custos com pessoal afecto à feira: _____ (€)

4. Aquisição de bens e serviços intermédios para a feira: _____ (€)

5. Origem dos produtos comercializados na feira: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Local ____ (%)
- b. Regional ____ (%)
- c. Nacional ____ (%)
- d. Espanha ____ (%)
- e. Outra ____ (%)

6. Tipo de produtos comercializados na feira: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Alimentares / bebidas ____ (%)
- b. Artesanato ____ (%)
- c. Ligados à caça ____ (%)
- e. Outros ____ (%)

Questionário C – Análise do Impacte Económico da “Feira de Caça e Gastronomia” de Monfortinho
(Empresas locais, beneficiárias com a Feira)

Todas as questões têm por termo de comparação o fim-de-semana referente ao evento “Feira de Caça e Gastronomia” e os 2 fins-de-semana anteriores ao mesmo.

Empresa _____

Sector de actividade _____ Povoação _____

Fins-de-semana anteriores ao fim de semana da Feira de Caça e Gastronomia:

1. Número de clientes médio (por fim de semana)? _____
2. Receita média por fim-de-semana _____

Fim-de-semana da Feira de Caça e Gastronomia:

1. Número de clientes? _____ Quantos ligados ao evento? _____
2. As receitas geradas subiram, desceram ou mantiveram-se? _____
3. Receitas (valor) _____ ou em diferença de % em comparação com os fins-de-semana anteriores _____
4. Houve aumento de pessoal contratado no período de realização da feira? _____

Se sim:

5. Qual o aumento _____ (número de colaboradores). Destes, quantos são residentes no concelho: _____ (%).

Responder apenas pelos restaurantes aderentes ao programa de ementa especiais durante a semana da Feira de Caça e Gastronomia de Monfortinho.

Comparação entre o período em que tiveram as ementas especiais (semana do evento da caça e gastronomia) e semanas anteriores:

1. Tiveram aumento de receitas? _____ Se sim, qual o aumento dessas receitas(%): _____
2. Houve aumento de clientes? _____ Se sim, de quantos (números) _____
3. Quantos clientes pediram o menu especial do evento? _____
4. Estaria disposto a aderir novamente a um programa semelhante (voltaria a ser um dos restaurantes aderentes)? _____

Observações: _____

Questionário D – Análise do Impacte Económico da “Feira de Caça e Gastronomia” de Monfortinho
(Câmara Municipal, enquanto organizador da Feira)

1. Receitas com a feira, por tipo de receita:

Valor _____ (€) Taxas e licenças ____ (%) Bilhetes ____ (%) Outros ____ (%)

Especificar, se existirem, as outras receitas: _____

2. Nº de colaboradores afectos à feira: _____ (nº)

3. Custos com colaboradores afectos à feira: _____ (€)

4. Aquisição de bens e serviços intermédios para a feira: _____ (€)

Questionário E – Análise do Impacte Económico da “Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz”

(Entidades presentes na Feira / Expositores)

1. Receitas com a feira: (assinalar com x)

- a. Inferior a 2 mil €
- b. Entre 2 e 5 mil €
- c. Entre 5 e 10 mil €
- d. Entre 10 e 50 mil €
- e. Superior a 50 mil €

2. Pessoal afecto à feira: _____ (nº)

3. Custos com pessoal afecto à feira: _____ (€)

4. Aquisição de bens e serviços intermédios para a feira: _____ (€)

5. Origem dos produtos comercializados na feira: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Local ____ (%)
- b. Regional ____ (%)
- c. Nacional ____ (%)
- d. Espanha ____ (%)
- e. Outra ____ (%)

6. Tipo de produtos comercializados na feira: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Alimentares / bebidas ____ (%)
- b. Artesanato contemporâneo ____ (%)
- c. Ligados à época medieval ____ (%)
- e. Outros ____ (%)

Questionário F – Análise do Impacte Económico da “Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz”
(Empresas locais, beneficiárias com a Feira)

Todas as questões têm por termo de comparação o fim-de-semana referente ao evento “Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz” e os 2 fins-de-semana anteriores ao mesmo.

Empresa _____

Sector de actividade _____ Povoação _____

Fins-de-semana anteriores ao da Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz:

1. Número de clientes médio (por fim de semana)? _____ (nº)
2. Receita média por fim-de-semana _____ (€)

Fim-de-semana da Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz:

1. Número de clientes? _____ (nº) Quantos ligados ao evento? _____ (nº)
2. As receitas geradas subiram, desceram ou mantiveram-se? _____
3. Receitas _____ (€) ou em diferença de % em comparação com os fins-de-semana anteriores _____ (%)
4. Houve aumento de pessoal contratado no período de realização da feira? _____

Se sim:

5. Qual o aumento _____ (número de colaboradores). Destes, quantos são residentes no concelho? _____ (%).

As questões abaixo são para responder apenas pelos restaurantes que tenham adoptado uma ementa especial durante a semana da Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz.

Comparação entre o período em que tiveram as ementas especiais (semana da Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz) e semanas anteriores:

1. Tiveram aumento de receitas? _____ Se sim, qual o aumento dessas receitas? _____ (%)
2. Houve aumento de clientes? _____ Se sim, de quantos _____ (nº)
3. Quantos clientes pediram a ementa especial? _____ (%)
4. Estaria disposto a aderir novamente a um programa semelhante? _____

Observações:

Questionário G – Análise do Impacte Económico da “Feira Medieval de Monsanto - Festa da Divina Santa Cruz”
(Câmara Municipal, enquanto organizador da Feira)

1. Receitas com a feira, por tipo de receita:

Valor _____ (€) Taxas e licenças ____ (%) Bilhetes ____ (%) Outros ____ (%)

Especificar, se existirem, as outras receitas: _____

2. Nº de colaboradores afectos à feira: _____ (nº)

3. Custos com colaboradores afectos à feira: _____ (€)

4. Aquisição de bens e serviços intermédios para a feira: _____ (€)

Questionário – Análise do Impacte Económico da “Feira Raiana de Idanha-a-Nova”

(Visitantes da Feira)

1. Qual o valor gasto no recinto da feira: (assinalar com x)

- a. Inferior a 20 €
- b. Entre 20 e 50 €
- c. Entre 50 e 100 €
- d. Entre 100 e 500 €
- e. Superior a 500 €

2. Qual o valor gasto fora do recinto da feira: (assinalar com x)

- a. Inferior a 20 €
- b. Entre 20 e 50 €
- c. Entre 50 e 100 €
- d. Entre 100 e 500 €
- e. Superior a 500 €

3. Como classifica a qualidade dos produtos comercializados na feira: (assinalar com x)

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

4. Como classifica a organização da feira: (assinalar com x)

4.1. Quanto à informação disponível:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

4.2. Quanto ao acolhimento:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

4.3. Quanto à qualidade das actividades presentes:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca

Questionário H – Análise do Impacte Económico da “Feira Raiana de Idanha-a-Nova”

(Entidades presentes na Feira / Expositores)

1. Origem da empresa:

- a. Portugal
- b. Espanha
- c. Outra Qual? _____

2. Receitas com a feira: (assinalar com x)

- a. Inferior a 2 mil €
- b. Entre 2 e 5 mil €
- c. Entre 5 e 10 mil €
- d. Entre 10 e 50 mil €
- e. Superior a 50 mil €

3. Pessoal afecto à feira: _____ (nº)

4. Custos com pessoal afecto à feira: _____ (€)

5. Aquisição de bens e serviços intermédios para a feira: _____ (€)

6. Origem dos produtos comercializados na feira: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Local ____ (%)
- b. Regional ____ (%)
- c. Nacional ____ (%)
- d. Espanha ____ (%)
- e. Outra ____ (%)

7. Tipo de produtos comercializados na feira: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Alimentares / bebidas ____ (%)
- b. Artesanato ____ (%)
- c. Ligados à cultura raiana ____ (%)
- e. Outros ____ (%)

Questionário I – Análise do Impacte Económico da “Feira Raiana de Idanha-a-Nova”
(Empresas locais, beneficiárias com a Feira)

Todas as questões têm por termo de comparação o fim-de-semana referente ao evento “Feira Raiana de Idanha-a-Nova” e os 2 fins-de-semana anteriores ao mesmo.

Empresa _____

Sector de actividade _____ Povoação _____

Fins-de-semana anteriores ao da Feira Raiana de Idanha-a-Nova:

1. Número de clientes médio (por fim de semana)? _____ (nº)
2. Receita média por fim-de-semana _____ (€)

Fim-de-semana da Feira Raiana de Idanha-a-Nova:

1. Número de clientes? _____ (nº) Quantos ligados ao evento? _____ (nº)
2. As receitas geradas subiram, desceram ou mantiveram-se? _____
3. Receitas _____ (€) ou em diferença de % em comparação com os fins-de-semana anteriores _____ (%)
4. Houve aumento de pessoal contratado no período de realização da feira? _____

Se sim:

5. Qual o aumento _____ (número de colaboradores). Destes, quantos são residentes no concelho? _____ (%).

As questões abaixo são para responder apenas pelos restaurantes que tenham adoptado uma ementa especial durante a semana da Feira Raiana de Idanha-a-Nova.

Comparação entre o período em que tiveram as ementas especiais (semana da Feira Raiana de Idanha-a-Nova) e semanas anteriores:

1. Tiveram aumento de receitas? _____ Se sim, qual o aumento dessas receitas? _____ (%)
2. Houve aumento de clientes? _____ Se sim, de quantos _____ (nº)
3. Quantos clientes pediram a ementa especial? _____ (%)
4. Estaria disposto a aderir novamente a um programa semelhante? _____

Observações:

Questionário J – Análise do Impacte Económico da “Feira Raiana de Idanha-a-Nova”
(Câmara Municipal, enquanto organizador da Feira)

1. Receitas com a feira, por tipo de receita:

Valor _____ (€) Taxas e licenças ____ (%) Bilhetes ____ (%) Outros ____ (%)

Especificar, se existirem, as outras receitas: _____

2. Nº de colaboradores afectos à feira: _____ (nº)

3. Custos com colaboradores afectos à feira: _____ (€)

4. Aquisição de bens e serviços intermédios para a feira: _____ (€)

Questionário K – Análise do Impacte Económico do “Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha”

(Visitantes do Festival)

1. Qual o valor gasto no espaço do festival: (assinalar com x)

- a. Inferior a 20 €
- b. Entre 20 e 50 €
- c. Entre 50 e 100 €
- d. Entre 100 e 500 €
- e. Superior a 500 €
- f. NS/NR

2. Qual o valor gasto fora do espaço do festival: (assinalar com x)

- a. Inferior a 20 €
- b. Entre 20 e 50 €
- c. Entre 50 e 100 €
- d. Entre 100 e 500 €
- e. Superior a 500 €
- f. NS/NR

3. Como classifica a qualidade dos produtos comercializados no festival: (assinalar com x)

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca
- e. NS/NR

4. Como classifica a organização do festival: (assinalar com x)

4.1. Quanto à informação disponível:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca
- e. NS/NR

4.2. Quanto ao acolhimento:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca
- e. NS/NR

4.3. Quanto à qualidade das actividades presentes:

- a. Excelente
- b. Boa
- c. Razoável
- d. Fraca
- e. NS/NR

Questionário L – Análise do Impacte Económico do “Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha”

(Entidades presentes no Festival / Expositores)

1. Receitas com o festival: (assinalar com x)

- a. Inferior a 2 mil €
- b. Entre 2 e 5 mil €
- c. Entre 5 e 10 mil €
- d. Entre 10 e 50 mil €
- e. Superior a 50 mil €
- f. NS/NR

2. Pessoal afecto ao festival: _____ (nº)

3. Custos com pessoal afecto ao festival: _____ (€)

4. Aquisição de bens e serviços intermédios para o festival: _____ (€)

5. Origem dos produtos comercializados no festival: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Local ____ (%)
- b. Regional ____ (%)
- c. Nacional ____ (%)
- d. Espanha ____ (%)
- e. Outra ____ (%)

6. Tipo de produtos comercializados no festival: (assinalar com x. Se assinalar mais do que 1, por favor indique as respectivas percentagens à frente)

- a. Alimentares / bebidas ____ (%)
- b. Artesanato ____ (%)
- c. Ligados à cultura tradicional ____ (%)
- e. Outros ____ (%)

Questionário M – Análise do Impacte Económico do “Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha”
(Empresas locais, beneficiárias com o Festival)

Todas as questões têm por termo de comparação o fim-de-semana referente ao evento “Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha” e os 2 fins-de-semana anteriores ao mesmo.

Empresa _____

Sector de actividade _____ Povoação _____

Fins-de-semana anteriores ao do Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha:

1. Número de clientes médio (por fim de semana)? _____ (nº)
2. Receita média por fim-de-semana _____ (€)

Fim-de-semana do Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha:

1. Número de clientes? _____ (nº) Quantos ligados ao evento? _____ (nº)
2. As receitas geradas subiram, desceram ou mantiveram-se? _____
3. Receitas _____ (€) ou em diferença de % em comparação com os fins-de-semana anteriores _____ (%)
4. Houve aumento de pessoal contratado no período de realização da feira? _____

Se sim:

5. Qual o aumento _____ (número de colaboradores). Destes, quantos são residentes no concelho? _____ (%).

As questões abaixo são para responder apenas pelos restaurantes que tenham adoptado uma ementa especial durante a semana do Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha.

Comparação entre o período em que tiveram as ementas especiais (semana do Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha) e semanas anteriores:

1. Tiveram aumento de receitas? _____ Se sim, qual o aumento dessas receitas? _____ (%)
2. Houve aumento de clientes? _____ Se sim, de quantos _____ (nº)
3. Quantos clientes pediram a ementa especial? _____ (%)
4. Estaria disposto a aderir novamente a um programa semelhante? _____

Observações:

Questionário N – Análise do Impacte Económico do “Festival do Casqueiro de Idanha-a-Velha”
(Câmara Municipal, enquanto organizador do Festival)

1. Receitas com o festival, por tipo de receita:

Valor _____ (€) Taxas e licenças ____ (%) Bilhetes ____ (%) Outros ____ (%)

Especificar, se existirem, as outras receitas: _____

2. Nº de colaboradores afectos ao festival: _____ (nº)

3. Custos com colaboradores afectos ao festival: _____ (€)

4. Aquisição de bens e serviços intermédios para o festival: _____ (€)



MUNICÍPIO DE
IDANHA-A-NOVA

Laranjo
Medeiros



União Europeia
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional
Investimos no seu futuro