SMARTIES for SMEs

Co-funded by the European Union

SMARTIES For PME's
Compêndio

A Dieta Mediterrânica para um Turismo Sustentável e Regenerativo

Modelos práticos e orientações para PME

CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΞΑΝΘΗΣ

LIBERTAS International University

REGIONAL CHAMBER OF CRAFT AND SMALL BUSINESS MARIBOR

ACIF

LA ROTTA DEI FENICI

PAFOS REGION Cyprus

ENIT SPA

Índice

1. Introdução 4
2. SMARTIES FOR SME'S 5
3. Do compêndio ao manual 7
4. Modelos de referência para as PME 8
4.1 O Turismo e a Cadeia Agroalimentar - a dieta mediterrânica 9
• *Experiências rurais e impacto social* 9
• *Inovação de produtos e narrativa digital* 14
4.2 Turismo regenerativo e comunidades locais 18
4.3 Cooperação e ligação em rede a nível local 22
4.4 Inovação e transição digital 24
• *Automação de serviço e o percurso do cliente* 25
4.5 Para além do horizonte - estudos de casos e inovações futuras 31
5. Roteiro estratégico: aplicar a inovação 38
5.1 Auditorias de sustentabilidade e circularidade 38
5.2 Integração digital orientada e resolução de problemas 38
5.3 Experiência de design e narração de histórias locais 39
6. Ferramentas de apoio às empresas 40
6.1 Apoio técnico, mentoria e formação 40
6.2 Redes de colaboração e agrupamentos locais 40
6.3 Plataformas de partilha e ecossistemas digitais 41
7. Análise e validação de projectos-piloto 42
7.1 Indicadores de desempenho (ICD) para as PME 42
8. Análise da criticidade e estratégias de mitigação 43
8.1 O défice de competências e a «inadequação» de competências 43
8.2 Resistência à mudança e restrições financeiras 43
9. O papel da Dieta Mediterrânica na construção de um modelo de turismo regenerativo permanente 44

1.

1. Introdução

O presente Manual é uma ferramenta concebida para as PME da indústria do turismo e da área agroalimentar, com o objetivo de converter os resultados do projeto SMARTIES FOR SME's em orientações práticas e soluções simples e imediatamente aplicáveis.

Nos últimos anos, a forma como viajamos tem sofrido uma profunda transformação, com crescente interesse em ofertas autênticas e ecológicas intimamente ligadas às identidades locais.

Paralelamente, as empresas são chamadas a integrar a inovação, a compatibilidade ambiental e o reforço das comunidades locais, desenvolvendo modelos que gerem benefícios económicos, sociais e culturais.

Neste contexto, as estratégias europeias de turismo regenerativo estão a promover modelos que integram a inovação, a resiliência do espaço local, a sustentabilidade ambiental e a participação das comunidades locais.

A Dieta Mediterrânica, reconhecida pela UNESCO como Património Cultural Imaterial da Humanidade, é mais do que um modelo nutricional, é um elemento formador de identidade e social que combina tradições, produtos locais, paisagem, bem-estar, companhia, hospitalidade e dessazonalização.

A Dieta Mediterrânica é, por conseguinte, um motor estratégico para a criação de experiências turísticas autênticas, integradas e regenerativas que mostrem a ligação entre o turismo, as zonas locais e o sistema agroalimentar, contribuindo simultaneamente para a sustentabilidade ambiental, económica e social.

O presente manual, centrado na Dieta Mediterrânica como expressão da sustentabilidade nutricional e cultural, é, por conseguinte, concebido com o objetivo de apoiar o tecido empresarial e os operadores da indústria no desenvolvimento de ofertas inovadoras e de baixo impacto, na esperança de fornecer ferramentas operacionais, abordagens e ideias aplicáveis para reforçar a adaptabilidade e a qualidade das PME.

Destina-se, em especial, às empresas interessadas em desenvolver formas de turismo mais responsáveis e inclusivas, orientadas para a promoção dos recursos locais e para a transição ecológica e digital do setor do turismo, e disponíveis para abraçar a renovação sustentável e regenerativa e promover a autenticidade, a competitividade e a ligação ao espaço local.

2. SMARTIES FOR SME'S

O projeto SMARTIES for SMEs, do qual provém o manual, é uma iniciativa cofinanciada pelo Single Market Programme 2021-2027, que apoia as PME do setor do turismo na região do Mediterrâneo na área da inovação sustentável e da dupla transição ecológica e digital, promovendo os modelos de turismo mais sustentáveis, inovadores e resilientes.

O SMARTIES FOR SME'S valoriza uma abordagem integrada que ligue o turismo, as zonas locais e o sistema agroalimentar, reconhecendo a Dieta Mediterrânica como um elemento estratégico para o desenvolvimento de experiências autênticas e sustentáveis, o reforço da competitividade das empresas e a criação de valor para as zonas e comunidades locais.

O projecto desenvolve-se em torno de três grandes linhas estratégicas:

- turismo regenerativo baseado na participação ativa das comunidades locais e na divulgação das zonas locais;
- sinergias entre o turismo e o sistema agroalimentar, com especial referência à Dieta Mediterrânica enquanto património cultural e modelo de sustentabilidade;
- a transição ecológica e digital das PME do setor do turismo, a fim de melhorar a sua inovação, qualidade e competitividade.

Para alcançar estes objetivos, o projeto criou um ecossistema mediterrânico através de uma série de ações integradas, como atividades de comunicação e partilha de informações, ferramentas operacionais e processos de apoio destinados às empresas do setor.

Este ecossistema reforçou as sinergias entre os setores do turismo e agroalimentar, promovendo a criação de redes, o intercâmbio de conhecimentos e a colaboração entre as partes interessadas em toda a região mediterrânica. Apoiou igualmente as PME do setor do turismo através da investigação, de atividades de reforço das capacidades, da promoção de boas práticas e de projetos inovadores, contribuindo para o desenvolvimento de uma oferta turística mais sustentável, inovadora e resiliente, inspirada no modelo da dieta mediterrânica.

As principais iniciativas incluem:

- eventos internacionais de ligação em rede para promover a partilha de experiências e boas práticas;
- atividades de investigação e reforço das capacidades para reforçar as competências e capacidades das PME em matéria de inovação;
- uma campanha de comunicação europeia para divulgar os resultados e os modelos desenvolvidos;
- criação do Mediterranean Diet Handbook, concebido como um instrumento prático para apoiar as empresas e uma base para futuras orientações e ações de transferibilidade.

A pedra angular do SMARTIES FOR SME's é o apoio técnico e financeiro prestado a 75 projetos inovadores, selecionados através de um convite à apresentação de propostas europeu em cinco países mediterrânicos: Chipre, Portugal, Grécia, Eslovénia e Itália.

Em cada país, 15 projetos vencedores - demonstrando criatividade excecional e potencial inovador, sustentabilidade a longo prazo e replicabilidade no setor do turismo - receberam os montantes disponibilizados pelo projeto e atribuídos à dupla transição ecológica e digital, com um apoio financeiro até 25 000 EUR por projeto.

Os projetos inovadores financiados centraram-se em três domínios principais: a transição ecológica e digital, o turismo regenerativo e a sinergia com o ecossistema agroalimentar.

Juntamente com este apoio direto, o projeto incluiu uma análise exaustiva para identificar as necessidades e a excelência na indústria.

Este trabalho de levantamento constitui a base de apuramento de factos para toda a abordagem metodológica do projeto, que naturalmente evolui da investigação do Compêndio para a aplicabilidade operacional do Manual.

3. Do compêndio ao manual

O Compêndio constitui a base analítica do projecto SMARTIES for SMEs. O presente documento recolhe, organiza e analisa um vasto conjunto de boas práticas desenvolvidas pelas PME do setor do turismo na região do Mediterrâneo, resultantes de uma investigação quantitativa que envolveu 11 grupos de reflexão com partes interessadas selecionadas e 250 entrevistas com empresas das regiões parceiras de Itália (Toscânia), Grécia (Xanthi), Portugal (Madeira), Eslovénia (Maribor) e Chipre (Pafos). O principal objetivo era identificar as necessidades, as experiências e os modelos replicáveis para apoiar a dupla transição ecológica e digital. O principal objetivo era identificar as necessidades, as experiências e os modelos replicáveis para apoiar a dupla transição ecológica e digital.

Através deste trabalho de mapeamento, o compêndio destaca soluções significativas relacionadas à sustentabilidade do modelo de negócios e à integração entre o turismo e as áreas e comunidades locais.

As práticas recolhidas refletem abordagens inovadoras que vão desde o turismo regenerativo e a promoção de cadeias de abastecimento curtas até à adoção de tecnologias digitais, a fim de otimizar a gestão empresarial e a experiência dos visitantes. Neste contexto, a Dieta Mediterrânica surge como um elemento de ligação transversal, integrando as esferas cultural, económica e ambiental do sistema agroturístico.

O Manual ganha vida como a evolução operacional do Compêndio. As boas práticas aqui analisadas são reformuladas e transformadas em instrumentos acessíveis e imediatamente aplicáveis às PME. Especificamente, o Manual inclui:

- orientações práticas sobre a adoção de modelos de turismo sustentável e regenerativo;
- exemplos concretos de soluções já testadas com êxito no Mediterrâneo;
- modelos que podem ser replicados e adaptados a uma variedade de contextos empresariais e locais.

Através desta transição, o projeto alcançou o seu objetivo de facilitar a passagem da análise para a ação, proporcionando às empresas os instrumentos operacionais necessários para gerir a mudança e apoiar os processos de inovação, em consonância com os objetivos europeus de sustentabilidade e digitalização.

4. Modelos de referência para as PME

Os modelos de referência apresentados na presente secção centram-se em cinco domínios fundamentais:

- o turismo e a cadeia agroalimentar – a dieta mediterrânica;
- turismo regenerativo e comunidades locais;
- cooperação e ligação em rede a nível local;
- inovação e transição digital;
- além do horizonte - estudos de caso e inovações futuras.

Estes modelos são instrumentos práticos para as empresas, baseados nas boas práticas do projeto SMARTIES for SMEs e convertidos em modelos aplicáveis a diferentes contextos locais.

O objetivo é converter experiências experimentadas e testadas em soluções replicáveis que gerem valor para as empresas e as áreas locais.

Cada modelo de referência é mais explorado através de perspetivas específicas, indo além das áreas temáticas originais e dos critérios de seleção utilizados para os projetos financiados.

Se for caso disso, alguns modelos de referência são ainda articulados em subcategorias, como «Experiências rurais e impacto social»,«Inovação de produtos e narrativa digital» e «A automatização dos serviços e o percurso do cliente», destacando abordagens e contextos de aplicação específicos.

4.1 O Turismo e a Cadeia Agroalimentar - a dieta mediterrânica

O primeiro modelo diz respeito à integração entre o turismo e a cadeia agroalimentar através da dieta mediterrânica, entendida não apenas como um estilo alimentar, mas como um sistema cultural, produtivo e de formação de identidade para as zonas locais.

O modelo propõe uma abordagem que permite às empresas transformar o património gastronómico e vitivinícola local numa experiência turística bem pensada, apresentando a gastronomia, a cultura e as tradições como elementos-chave da oferta. Nesse sentido, uma área não é mais simplesmente um destino a visitar, mas um sistema para descobrir, compreender e se envolver.

As empresas podem desenvolver produtos turísticos com base na Dieta Mediterrânica através de vários tipos de atividades integradas, incluindo:

- degustação de produtos locais e sazonais;
- experiências de restauração relacionadas com a cozinha tradicional;
- visitas a explorações e produtores locais;
- Excursões gastronómicas e vínicas na zona;
- atividades turísticas experienciais relacionadas com as tradições alimentares e de produção.

- ***Experiências rurais e impacto social***

Esta área específica converte os princípios da regeneração em ações do mundo real, demonstrando a inclusão social e a proteção das comunidades agrícolas como valor acrescentado para o anfitrião.

Projetos-piloto analisados na presente secção:

1. TOMATES CRISTALIZADOS (Eslovénia) - Inclusão social e reciclagem alimentar na Eslovénia.
2. À MESA COM SABORES LOCAIS – Cadeia de abastecimento e mobilidade suave na Toscânia.

1. TOMATES CRISTALIZADOS – HUDO DOBRO – PREKMURJE, ESLOVÉNIA



TOMATES CRISTALIZADOS – HUDO DOBRO = INCLUSÃO SOCIAL & RECICLAGEM DE ALIMENTOS

O Instituto HUDO DOBRO, no coração de Prekmurje, na Eslovénia, é uma organização privada que funciona como centro de emprego para pessoas com deficiência. Fiel aos valores do artesanato e da tradição, o Instituto desafia a produção em massa através do trabalho manual. Destaca-se por combinar a economia circular, a redução dos resíduos e o impacto social no cerne da produção alimentar local.

A iniciativa «Tomates cristalizados» aborda a questão do desperdício alimentar através da reciclagem dos excedentes locais de tomate produzidos na região de Pomurje através de um novo processo tecnológico de doces. Graças às parcerias com os agricultores locais e ao trabalho manual, estes produtos excedentários são transformados em snacks gourmet de elevada qualidade, tanto em variedades salgadas como doces.

A acção

- Reciclagem criativa: transformação de tomates excedentários (rejeitos estéticos ou de tamanho superior) em iguarias culinárias cristalizadas, impedindo que toneladas de produtos sejam eliminadas como resíduos agrícolas;

- Impacto social: o emprego ativo de pessoas com deficiência no processo de produção, aumentando o valor ético do produto final e promovendo o emprego inclusivo através do artesanato.

Orientações em matéria de replicabilidade

- A vida social como valor acrescentado: integrar a inclusão social não só como um ato caritativo, mas também como um elemento distintivo da narrativa da marca e da qualidade do produto;

- Simbiose com a terra: construir alianças com produtores agrícolas do mesmo município para intercetar os resíduos na fonte, convertendo-os de um custo de eliminação para uma oportunidade de receita.

2. À MESA COM SABORES LOCAIS – VIAGEM ITÁLIA GURU – PISA, ITÁLIA



VIAGEM ITÁLIA GURU

À MESA COM SABORES LOCAIS – VIAJAR ITÁLIA GURU = CADEIRA DE ABASTECIMENTO & MOBILIDADE SUAVE

Travel Italy Guru é uma empresa especializada em turismo experiencial na zona da Toscânia, em Itália, focada na criação de ligações profundas entre os viajantes e a autêntica identidade da vida rural.

À mesa com sabores locais é um projeto que desenvolve circuitos de «mobilidade suave» que ligam os visitantes aos microprodutores locais. Através de passeios de bicicleta, seminários de culinária sazonais e visitas aos mercados dos agricultores, esta empresa transforma a Dieta Mediterrânica numa experiência real, proporcionando visibilidade e rendimentos às pequenas explorações parceiras.

A acção

- Ligação rural e acessibilidade: pacotes turísticos, incluindo seminários de culinária e visitas aos mercados dos agricultores, também adequados para pessoas com deficiência ou com necessidades específicas;

- ★ Slow tourism» (Turismo lento): aproveitar o cicloturismo para reduzir o impacto ambiental e incentivar a exploração lenta.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Mediação cultural: funcionar como uma verdadeira ponte entre as comunidades locais e os visitantes;

- ★ Dessazonalisation (dessazonalização):mostrar os rituais da terra para atrair turistas durante todo o ano.

- ***Inovação de produtos e narrativa digital***

A evolução do mercado do turismo exige que as PME reinventem a sua oferta tradicional, transformando os produtos locais em verdadeiras experiências interativas.

Inovar o produto não significa alterá-lo, mas sim melhorá-lo através da narrativa digital.

A utilização estratégica de plataformas Web, códigos QR e conteúdos multimédia permite rastrear a cadeia de abastecimento, comunicar autenticidade e ligar os viajantes à verdadeira identidade da área local, mesmo antes de chegarem, transformando o consumo num ato cultural consciente.

Projetos-piloto analisados na presente secção:

1. O Projecto Hambúrguer Veggie (Portugal) - Tradição e sustentabilidade culinária na Madeira.
2. Irpinia Green Escape (Itália) - Contação de histórias profissional e conversão digital em Avellino

1. O PROJECTO VEGGIE BURGER - NATURE XTRACTS - MADEIRA, PORTUGAL



O PROJETO VEGGIE BURGUER XTRACTS NATUREZA= TRADIÇÃO CULINÁRIA & SUSTENTABILIDADE

A NatureXtracts S.A. é uma empresa de biorrefinaria dedicada à produção e comercialização de óleos essenciais, extratos naturais e suplementos alimentares.

O projeto Veggie Burger é uma colaboração entre produtores regionais e chefs com o objetivo de melhorar as leguminosas e vegetais locais. Centra-se na criação de soluções culinárias que respeitem a identidade da dieta mediterrânica, adotando simultaneamente formatos modernos.

O projeto Veggie Burger demonstra como a cozinha tradicional pode evoluir para satisfazer a procura de sustentabilidade e de novos hábitos por parte dos viajantes, sem perder o contacto com as suas raízes locais.

A acção

Esta iniciativa visa conferir aos frutos da terra um papel fundamental na oferta turística:

- Spotlight sobre ingredientes regionais - a utilização de microalgas grão-de-bico, cogumelos e leguminosas tradicionais em receitas inovadoras, como hambúrgueres vegetarianos que honram a autenticidade da cozinha portuguesa e mediterrânica, promove a biodiversidade local de uma forma criativa que apela aos turistas internacionais;

- Reduzir o impacto ambiental - a escolha de cadeias de abastecimento curtas e ingredientes à base de plantas reduz drasticamente a pegada de carbono da produção, oferecendo uma experiência culinária ética e sustentável.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Renovar a tradição com criatividade: As PME podem reinterpretar pratos tradicionais, a fim de visar novos nichos de mercado (vegetarianos e turistas ecologicamente conscientes);

- Shortening the supply chain (Encurtamento da cadeia de abastecimento): a criação de parcerias estáveis entre os restaurantes e os pequenos produtores locais, a fim de garantir a frescura, a qualidade e a autenticidade da narrativa sobre a região.

2. IRPINIA GREEN ESCAPE: O TURISMO SUSTENTÁVEL ESPERA POR SI-

VITIGNI IRPINI – AVELLINO, ITÁLIA



IRPINIA GREEN ESCAPE – VITIGNI IRPINI = STORYTELLING & CONVERSÃO DIGITAL

A empresa Vitigni Irpini, situada em Avellino, na Campânia, foi fundada para promover as grandes castas autóctones de Irpinia através do marketing digital e da narrativa profissional .

O Irpinia Green Escape é um ecossistema digital que está a transformar a narrativa de vinhos numa experiência de viagem sustentável, associando conteúdos em linha a excursões físicas às adegas e paisagens de Irpinia.

A acção

- Promover a excelência: Produção de conteúdos multimédia que ilustrem a relação entre a terra e as castas;
- Fazer a ponte entre o mundo digital e o mundo real: facilitar o contacto direto entre visitantes e produtores para aumentar as visitas às adegas.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Humanizar a marca: introduzir as pessoas e os locais por detrás do rótulo, a fim de criar confiança;
- Identidades de nicho: centrar-se nas castas autóctones como elemento único de apelo local.
-

4.2 Turismo regenerativo e comunidades locais

O segundo modelo centra-se no turismo regenerativo, uma abordagem em que o turismo não só reduz o impacto, mas contribui ativamente para melhorar a área e fortalecer as comunidades locais. Os residentes desempenham um papel fundamental na criação da oferta, através de processos de cocriação, mostrando a sua identidade e tradições. O papel das empresas é, por conseguinte, desenvolver experiências partilhadas que gerem valor generalizado e benefícios económicos, sociais e ambientais de forma equilibrada para a sustentabilidade global das zonas locais.

Os principais tipos de atividades incluem:

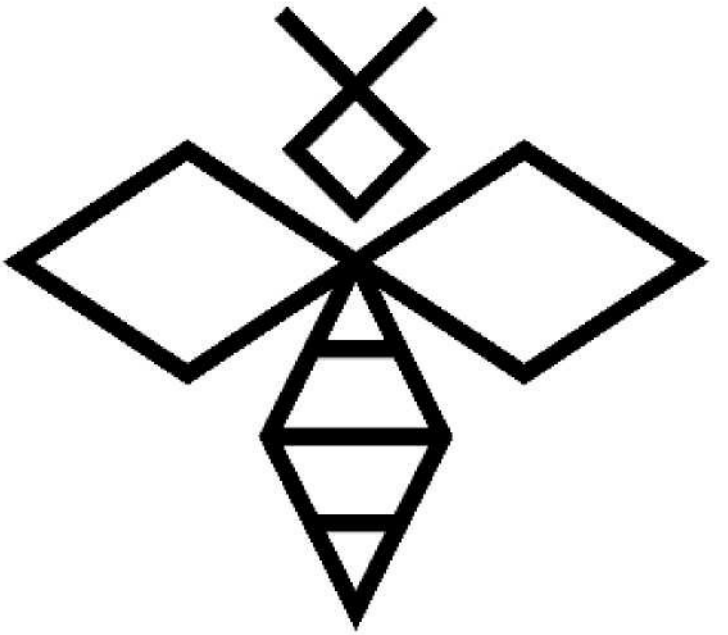
- atividades turísticas criadas em conjunto com os residentes locais e as partes interessadas;
- eventos culturais relacionados com as tradições locais;
- experiências autênticas baseadas na vida e nos costumes locais.

Projetos-piloto analisados na presente secção:

1. O Projeto BeeGreen (Eslovénia) - Circularidade, biodiversidade e cultura digital em Maribor.
2. EnterinBo (Itália) - Regeneração urbana, agricultura social e hospitalidade em Bolonha

1. O PROJECTO BEEGREEN – HOTEL ARENA (EUROTAS HOTELS) MARIBOR, ESLOVÉNIA





O PROJETO BEEGREEN – HOTEL ARENA= CIRCULARIDADE & CULTURA DIGITAL

O projeto BeeGreen, desenvolvido pela Eurotas Hotels no Hotel Arena em Maribor, na Eslovénia, representa um excelente caso de como uma cadeia hoteleira pode evoluir para um turismo regenerativo, transformando a sua área verde num laboratório ativo de biodiversidade e envolvimento da comunidade local.

A acção

Esta iniciativa é desenvolvida através de uma abordagem multidisciplinar que combina a preservação da biodiversidade com a demonstração da excelência local:

- A restauração do ecossistema local – instalação de colmeias e «hotéis de insetos»(abrigos para insetos polinizadores) nas instalações contribui diretamente para a regeneração da flora local, salientando o papel essencial dos polinizadores na agricultura e na biodiversidade;

- Educação interativa e digital - a criação de um percurso educativo integrado com recurso à tecnologia QR Code permite aos hóspedes aceder a conteúdos informativos sobre a produção biológica e a importância da sustentabilidade, para que os hóspedes possam participar no processo de regeneração;

- Integração na cadeia agroalimentar – a parceria com os apicultores locais permite incluir diretamente o mel e os produtos locais na oferta gastronómica do hotel, reduzindo as emissões dos transportes e encurtando a cadeia de abastecimento, apoiando assim a economia de proximidade.

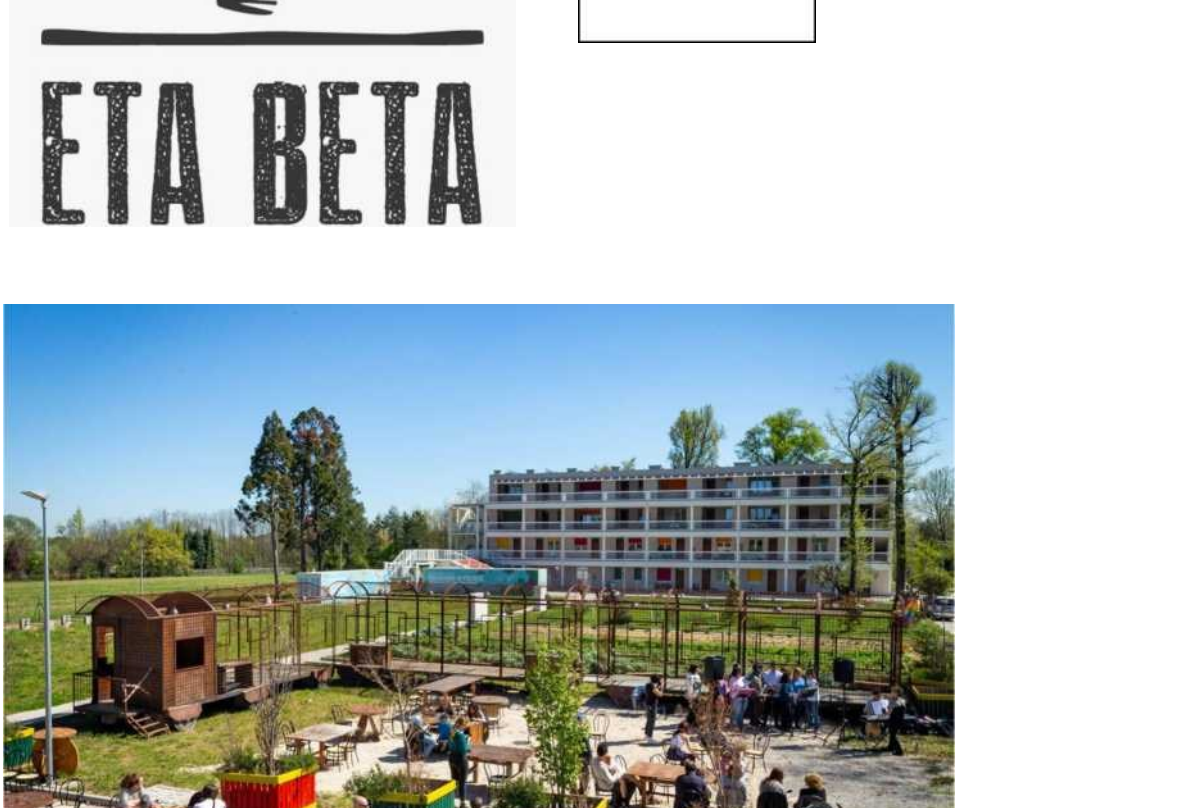
Orientações em matéria de replicabilidade

- Criação de percursos educativos experimentais: As PME podem utilizar ferramentas digitais simples (como códigos QR) para transformar os seus espaços verdes em «museus ao ar livre», sem afetar visualmente a paisagem, sensibilizando assim o público internacional para o ambiente;

- Parcerias com fabricantes especializados: a cooperação com peritos locais (como os apicultores eslovenos, neste caso) reforça a confiança dos visitantes e proporciona benefícios económicos diretos para a região;

- Um modelo replicável em grande escala: A BeeGreen demonstra que as boas práticas regenerativas podem ser normalizadas e replicadas em diferentes locais (conforme previsto na visão Eurotas), criando uma identidade de marca «verde» que seja coerente e competitiva.

2. ENTERINBO - ETA BETA COOP. SOC. ONLUS – BOLONHA, ITÁLIA



ENTERINBO – ETA BETA COOP. SOC. ONLUS = REGENERAÇÃO & HOSPITALIDADE

A Eta Beta Cooperativa Sociale é uma cooperativa histórica no município de Bolonha que há muito se empenha em combinar emprego inclusivo, artesanato e agricultura social em espaços urbanos regenerados.

O projeto ENTERINBO é um modelo de hospitalidade e agricultura social no centro multifuncional Salus Space, destinado a criar uma ligação direta entre residentes, pessoas vulneráveis e visitantes.

A acção

- Jardins comunitários: gestão de espaços verdes comuns para alimentos de quilómetro zero produção;
- Seminários inclusivos: sobre a cozinha e o artesanato, envolvendo ativamente os visitantes vida comunitária, envolvendo o desenvolvimento de pacotes turísticos novos, acessíveis e inclusivos para pessoas com deficiência ou com necessidades específicas.
- Mobilidade e digital: cicloturismo, passeios culturais e implementação de ferramentas digitais como códigos QR e plataformas em linha para melhorar a experiência global e a acessibilidade.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Co-planeamento: envolver o terceiro setor, a fim de oferecer uma experiência turística ética;
- Inclusão como condutor: colocar o valor social da empresa no centro do recurso.

4.3 Cooperação e ligação em rede a nível local

A cooperação é um instrumento que permite às pequenas empresas superar os desafios relacionados com a dimensão. Ao criarem redes, as PME podem partilhar custos e conhecimentos especializados para fazer face à dupla transição (digital e ecológica). Este modelo transforma um conjunto de empresas individuais num destino único e coeso, capaz de competir nos mercados internacionais com recurso a ferramentas tecnológicas avançadas.

Projeto-piloto analisado na presente secção:

1. SOLARE SMART OPERATIONS (Itália) — redes locais e inteligência artificial no Monte Pisano.

1. SOLARE SMART OPERATIONS

EXPERIÊNCIAS REGENERATIVAS – DMC MONTEPISANO – SAN GIULIANO TERME, ITÁLIA





SOLARE – DMC MONTEPISANO = REDE & INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

A DMC Montepisano é uma empresa de gestão de destinos em San Giuliano Terme, Itália, que coordena a rede empresarial Monte Pisano.

O SOLARE é um sistema de digitalização local que fornece às microempresas locais tecnologias avançadas de promoção conjunta.

O projeto visa reforçar a sinergia entre os CMD toscanos e as OGD, promovendo o turismo lento e sustentável através da inovação digital. Desenvolve um programa de viagens com IA e um ChatBot para criar pacotes turísticos personalizados centrados em produtos locais e experiências autênticas, apoiando as PME na melhoria da sua visibilidade em linha, das suas atividades de promoção e da transição digital.

A acção

- Governação da rede: coordenação de microempresas e parceiros (explorações agrícolas, produtores e guias) sob uma única marca local;
- Planificador de viagens com IA: assistente digital para a criação de excursões personalizadas e sustentáveis.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Unir forças: criar redes formais para aceder a tecnologias (IA) de outro modo indisponíveis para os indivíduos;
- Visão sistémica: promover o espaço local como um ecossistema único, a fim de reforçar a identidade da marca.
-

4.4 Inovação e transição digital

A digitalização não é apenas um avanço tecnológico, mas um motor estratégico fundamental para as PME no setor do turismo moderno. Este modelo explora a forma como a adoção de soluções digitais permite otimizar a gestão operacional, expandir a visibilidade nos mercados internacionais e personalizar as experiências, para uma oferta mais acessível e inclusiva.

As vantagens competitivas da transformação digital

As tecnologias digitais funcionam como ferramentas que permitem:

- visibilidade máxima - promoção da oferta através de canais diretos e direcionados;
- escalabilidade empresarial - alcançar e gerir maiores fluxos de clientes sem sobrecarregar a instalação;
- uma viagem mais rica para o cliente - melhorar a interação com os visitantes em todas as fases (inspiração, reserva, a estadia em si e pós-viagem);
- processos eficientes - automatização de tarefas repetitivas para libertar recursos humanos para uma hospitalidade de elevada qualidade.

Ferramentas-chave do modelo

A aplicação deste modelo assenta em três pilares tecnológicos principais:

- sistemas de reserva direta (motores de reserva) - para minimizar a corretagem e melhorar as margens;

- estratégias de comunicação digital - para construir uma relação de confiança e identidade com o público-alvo;

- ecossistemas e plataformas integrados - para ligar as PME aos serviços locais (destinos inteligentes).

Em suma, este modelo não só moderniza as empresas, mas também reforça a sua resiliência, permitindo-lhes adaptar-se rapidamente à evolução do mercado mundial e combinar a inovação tecnológica com os objetivos de sustentabilidade.

- ***Automação de serviço e o percurso do cliente***

Esta área específica explora a integração de soluções de inteligência artificial e gestão de dados, a fim de otimizar o atendimento aos hóspedes e tornar os processos de reserva e alojamento suaves e instantâneos.

Projeto-piloto analisado na presente secção:

1. ALIATHON TRAVEL DIGITAL TRANSFORMATION (Chipre) - Ecossistema digital e processos sem papel em Paphos.

2. AI AGENT FOR TABLE RESERVATION (Eslovénia) - Sistemas inteligentes de reserva para catering em Maribor.

1.TRANSIÇÃO DIGITAL DE VIAGEM DE ALIATHON 2.0 – ALIATHON RESORT - PAPHOS, CHIPRE

aliathon
RESORT

TRANSIÇÃO DIGITAL DE VIAGEM DE ALIATHON 2.0 –ALIATHON RESORT = ECOSSISTEMA DE 3 PILARES

Para ver como os princípios da transição digital se traduzem numa verdadeira vantagem competitiva, vejamos o projeto Aliathon Resort.

As instalações de alojamento, localizadas em Paphos (Chipre), representam um modelo de transição digital aplicado a um grande contexto operacional com elevada complexidade de gestão.

A acção

Para harmonizar os serviços e desmaterializar os processos numa perspetiva de dupla transição e elevar a satisfação dos hóspedes, o mecanismo combinou três tecnologias-chave:

- Chatbot de IA «Mila» (envolvimento dos clientes) – assistente virtual multilingue e multicanal, ativo na Internet e nas redes sociais, com mensagens 24 horas por dia, 7 dias por semana, para gerir pedidos de informação em tempo real e otimizar o envolvimento dos hóspedes;

- Registo & Passport-Scan - sistema online que digitaliza check-ins, digitalização de documentos e pagamentos. A integração com o software central (PMS) garante um processo sem papel, preciso e sem filas de espera;

- Interface de sistema de cartões - interface única que liga o quadro de distribuição (PBX), o ponto de venda (POS) e os serviços no quarto ao sistema de reservas em tempo real, otimizando as receitas e a faturação.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Interoperabilidade - o valor reside na capacidade do software de comunicar com o sistema de gestão central (SGP);
- Digitalização sustentável – a desmaterialização dos fluxos de chegada combina a eficiência operacional com um impacto ambiental reduzido;
- Automatização com identidade – a inteligência artificial deve refletir a marca e alargar o seu acolhimento, aliviando o pessoal de tarefas administrativas repetitivas;
- governação baseada em dados - a integração de sistemas e serviços de pontos de venda permite um controlo preciso e em tempo real dos fluxos financeiros do mecanismo e o planeamento de investimentos futu

2. AGENTE DA IA PARA A RESERVA DE MESA - F.R.D.

MARIBOR, ESLOVÉNIA

F.R.D.

Član skupine



AGENTE DA IA PARA A RESERVA DE MESA – F.R.D. D.O.O. = SISTEMA DE RESERVA INTELIGENTE

O projeto-piloto F.R.D. D.O.O. em Maribor, Eslovénia, centra-se na transformação digital de um processo específico, mas vital, para a restauração e a hotelaria, nomeadamente a otimização das reservas dos agentes de IA para a gestão de mesas, capaz de interagir em tempo real e de tomar decisões de gestão complexas.

A acção

- Comunicação em linguagem natural - A IA interage com os hóspedes num ambiente fluido e humano
  Modalidade, tratamento dos pedidos e consultas sem intervenção imediata do pessoal;

- Gestão dinâmica do espaço - o sistema gere calendários flexíveis e
  - combina automaticamente mesas para maximizar a capacidade do local com base na procura em tempo real;

- Integração de dados em tempo real - ao sincronizar constantemente a disponibilidade, a IA reduz drasticamente o erro humano e o risco de sobrerreserva.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Eficiência e sustentabilidade - conhecer antecipadamente os fluxos precisos dos hóspedes permite uma gestão astuta da cozinha, reduzindo o desperdício alimentar e otimizando os recursos;

- Automatização para a qualidade - a delegação de reservas na IA liberta o pessoal de tarefas burocráticas, permitindo-lhe concentrar-se exclusivamente no cuidado dos hóspedes no restaurante;

- Gestão de receitas para as PME – a otimização flexível do espaço, anteriormente acessível apenas às grandes cadeias, está a tornar-se possível para as pequenas empresas graças à inteligência artificial;

- Internacionalização – um agente multilingue de IA elimina as barreiras linguísticas, permitindo que as PME locais sejam competitivas, acolhedoras e imediatamente acessíveis a um público internacional.

4.5 Para além do horizonte - estudos de casos e inovações futuras

Esta secção apresenta outros grandes empreendedores do projeto SMARTIES for SMEs que conseguiram antecipar tendências de mercado e oferecer soluções de ponta nas áreas da eficiência de gestão e experiências imersivas.

Em vez de se centrar num único domínio temático, este modelo destaca abordagens emergentes que combinam a transição digital, a sustentabilidade e a valorização da cadeia de abastecimento local, mostrando como as PME mediterrânicas podem desenvolver soluções turísticas inovadoras e resilientes.

Benefícios e soluções práticas

- Sinergia agroalimentar **–** integração da produção agrícola local na restauração para garantir a frescura e reduzir o impacto ambiental;
- Melhoria digital – utilização de tecnologias inovadoras (realidade aumentada, hologramas e plataformas específicas) para reforçar a participação dos visitantes e a ligação com a identidade local;
- Extensão do percurso do cliente **-** ligação digital entre os hóspedes e a área local que continua após a viagem, apoiando o artesanato e a economia local.

Projetos-piloto analisados na presente secção:

1. TIS PITSAS MEZEKLIKIA (Chipre) - Dupla transição e canais integrados no Prodromi.
2. PALAIA POLIS (Grécia) - Ligação entre a indústria e a cultura do vinho & em Xanthi.
3. PARTILHAR A PAIXÃO PELO MARACUJÁ (Portugal) - Diversificação do agroturismo e preservação da biodiversidade na Madeira.

1.TIS PITSAS MEZEKLIKIA – POLILAND HOLIDAY SHOP – PRODROMI, CHIPRE



TIS PITSAS MEZEKLIKIA = TWIN TRANSITION & CÂNELOS INTEGRADOS

A TIS PITSAS MEZEKLIKIA, fundada na fusão do *meze* tradicional cipriota com a restauração contemporânea, combina uma aliança com a cadeia de abastecimento agrícola local, com um forte impulso inovador para redefinir a restauração sustentável e inclusiva na área de Prodromi, em Chipre.

A acção

- Transição ecológica – aplicação de práticas sustentáveis concretas, incluindo a utilização de medidas de eficiência energética, a reciclagem sistemática e o aprovisionamento junto de fornecedores locais, a fim de reduzir o impacto ambiental e apoiar a comunidade;
- Inovação digital – introdução de tecnologias de ponta, incluindo hologramas, códigos QR em realidade aumentada (RA) e software de gestão avançado, a fim de melhorar tanto a narrativa cultural como a eficiência operacional;
- Turismo regenerativo e agroalimentar – apresentação da cozinha cipriota através de interpretações modernas, organização de eventos culturais e parcerias estreitas com os agricultores locais, garantindo a frescura das matérias-primas e estimulando a economia regional.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Eficiência e preservação culturais – a integração de ferramentas digitais (RA e hologramas) permite uma gestão interna ótima, enriquecendo simultaneamente a experiência dos visitantes através da narração de histórias sobre a cultura local;
- Sinergia local e comunitária - a cooperação direta com a cadeia de abastecimento agrícola local demonstra como uma PME pode gerar um impacto económico e ambiental positivo para toda a comunidade.

2. PALAIA POLIS – XANTHI, GRÉCIA



PALAIA POLIS = LIGAÇÃO ENTRE A CATERAÇÃO DA INDÚSTRIA & AMP; A CULTURA DO VINHO

O projeto-piloto do restaurante PALAIA POLIS centra-se na divulgação do património gastronómico e cultural da região grega da Trácia, ligando diretamente os fluxos turísticos à produção agroalimentar local, graças a uma filosofia orientada para a sustentabilidade e a autenticidade.

A acção

- Transição ecológica – cooperação estratégica e estreita com os produtores locais e ênfase absoluta na utilização de matérias-primas frescas e sazonais, encurtando a cadeia de abastecimento e reduzindo o impacto ambiental dos transportes;
- Mostrar a identidade - criar uma experiência gastronómica que preserve as práticas tradicionais da Trácia, apoiada por uma criteriosa seleção a partir da adega do restaurante (rótulos gregos e internacionais) para combinar a arte de provar o estimado vinho local com a cozinha autóctone;
- Turismo regenerativo - posicionando a instalação como um marco cultural para os residentes e visitantes nacionais e internacionais, mantendo o valor económico dentro da comunidade e promovendo a sub-região.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Restauração a zero quilómetros – integrar estreitamente os menus com ciclos sazonais e os microprodutores locais transformam a restauração num motor económico do ecossistema agroalimentar local;
- Valorização do património histórico - combinando a excelente oferta gastronómica e vinícola com a preservação de estruturas históricas (como uma mansão bem preservada do final do século XIX) permite-lhe criar um produto turístico autêntico e não deslocalizável.

3. PARTILHAR A PAIXÃO DO MARACUJÁ- VISITUNIVERSAL - UNIPESSOAL, LDA - MADEIRA, PORTUGAL



PARTILHA A PAIXÃO DO MARACUJÁ = DIVERSIFICAÇÃO DA AGRICULTURA E GARANTIA DA BIODIVERSIDADE

A empresa Visituniversal da Madeira, Portugal, focada na produção comercial em larga escala do maracujá da Madeira, integra a agricultura original com a indústria do turismo para reforçar a sustentabilidade e a preservação da identidade rural.

A acção

- Transição ecológica – preservação ativa da agricultura tradicional através da experimentação no terreno, do desenvolvimento de novas cultivares e da salvaguarda de variedades históricas de maracujá cultivadas na Madeira há quase dois séculos;
- Turismo regenerativo e experiencial - desenvolvimento de laboratórios práticos e oficinas para turistas que cubram a história culinária, técnicas de cultivo e práticas culturais num campo experimental especialmente construído;
- Integração do ecossistema hoteleiro – desenvolvimento de parcerias com os departamentos locais de entretenimento hoteleiro e utilização das redes sociais para canalizar os fluxos turísticos para o interior agrícola, recolhendo constantemente reações através de questionários digitais para otimizar o serviço.

Orientações em matéria de replicabilidade

- Contar histórias agrícolas - transformar um produto agrícola tradicional numa atração turística através da educação prática aumenta a sensibilização dos visitantes e cria uma forte identidade de marca para as PME.

5. Roteiro estratégico: aplicar a inovação

Para uma PME do turismo mediterrânico, a transição ecológica e digital (dupla transição) não pode resultar de intervenções fragmentadas, mas exige uma abordagem sistémica e sequencial.

O roteiro estratégico é descrito a seguir através de três etapas de execução fundamentais, concebidas para transformar a teoria numa vantagem competitiva mensurável.

5.1 Auditorias de sustentabilidade e circularidade

O ponto de partida é a medição analítica do impacto ambiental da empresa, mapeando toda a cadeia de valor (energia, resíduos e abastecimento):

- diagnóstico energético e gestão de recursos – avaliação do consumo e dos resíduos, eficiência das máquinas e pegada hídrica, a fim de identificar ações imediatas, como a integração de fontes de energia renováveis (por exemplo, sistemas solares térmicos/fotovoltaicos) ou sistemas circulares de gestão de resíduos;
- outras iniciativas-piloto SMARTIES FOR SME's incluem, nomeadamente, a abordagem adotada pela Fajã dos Padres na Madeira, uma propriedade agrícola com uma história de 500 anos situada numa zona remota entre uma praia e uma falésia de 300 metros de altura, que promove o turismo sustentável, preservando simultaneamente o património natural e cultural do sítio. O projeto prevê o desenvolvimento da Casa do Museu de Cisterna como um centro de interpretação do património, juntamente com soluções de gestão da água respeitadoras do ambiente concebidas para melhorar a eficiência dos recursos neste contexto geograficamente difícil, incluindo soluções que reduzam o consumo de água e produzam fertilizantes orgânicos para utilização agrícola;
- mapeamento da cadeia de abastecimento – análise da origem da oferta, a fim de calcular o impacto logístico e promover parcerias empresariais que anulem etapas intermédias, apoiando a economia local.

5.2 Integração digital orientada e resolução de problemas

A tecnologia não deve ser adotada por estar «na moda» ou num espírito de emulação, mas sim para resolver estrangulamentos operacionais ou desbloquear novas oportunidades de mercado:

- Digitalização dos processos internos – otimização dos sistemas de gestão, automatização das reservas e perda de papel (desmaterialização). A transição para registos e sistemas de gestão totalmente digitais permite às PME reduzir significativamente o consumo de papel, reduzir o impacto ambiental e aumentar a eficiência operacional interna;
- Melhorar a experiência do cliente – utilização estratégica da inteligência artificial, da realidade aumentada (RA) ou dos hologramas não apenas como atrações, mas como canais avançados de narrativa cultural capazes de comunicar a origem dos pratos ou a riqueza biológica de um ecossistema antes da experiência física. Um exemplo é o projeto-piloto Tis Pitsas Mezeklikia (Chipre), que integra a inovação digital para contar a história da tradição culinária local, tornando a tecnologia uma ponte para a identidade cultural da região.

5.3 Experiência de design e narração de histórias locais

Os produtos de turismo regenerativo devem combinar a oferta comercial com a identidade antropológica e natural da área de origem local.

- A Dieta Mediterrânica como um bem cultural - a Dieta Mediterrânica não deve ser percebida simplesmente como uma oferta de menu (a comida no prato), mas como um estilo de vida genuíno, património da UNESCO a ser partilhado. A conceção da experiência deve ligar o setor da restauração a passeios lentos, visitas a produtores e seminários educativos práticos, como os sobre a história e o cultivo de maracujá pela Visituniversal;
- Co-planeamento com operadores locais - criação de clusters de destino em que restaurantes, hotéis boutique, guias e artesãos locais trabalham em conjunto para oferecer uma experiência integrada e valiosa, mantendo a riqueza económica na área e dessazonalizando os fluxos de visitantes.

6. Ferramentas de apoio às empresas

O presente manual funciona como uma bússola operacional, concebida para ajudar as PME a navegar no ecossistema de recursos, competências e redes gerados pelo projeto SMARTIES for SMEs.

Nenhum negócio deve ter que enfrentar a transição sozinho.

6.1 Apoio técnico, mentoria e formação

O acesso a conhecimentos especializados é o primeiro pilar para colmatar o défice/desfasamento de competências típico das microempresas.

Através da reanálise dos projetos-piloto SMARTIES FOR SME'S apresentados no presente manual, as PME do setor do turismo podem aceder a experiências práticas, abordagens replicáveis e lições aprendidas desenvolvidas no âmbito do projeto. Recursos complementares, incluindo o compêndio, materiais de webinar e outra documentação do projeto disponíveis através do sítio SMARTIES FOR SME's (https://smartiesforsmes.eu/) e canais de comunicação, apoiam ainda mais a partilha de conhecimentos e proporcionam inspiração adicional às empresas interessadas em adotar práticas mais sustentáveis e digitais.

- SMARTIES para as atividades de mentoria das PME – as atividades de mentoria e os seminários em linha apoiaram as PME participantes no reforço dos seus conhecimentos e competências relacionados com a sustentabilidade e a transição digital. A experiência adquirida através destas atividades contribuiu para as abordagens práticas apresentadas no presente manual.
- Transferência de competências práticas - o Manual, juntamente com o Compêndio e outros recursos SMARTIES FOR SME's fornece exemplos práticos e boas práticas transferíveis decorrentes dos projetos-piloto. As PME podem utilizar estes materiais como referência para desenvolver ofertas integradas com produtores locais, melhorar a utilização de ferramentas digitais e adotar práticas comerciais mais sustentáveis.

6.2 Redes de colaboração e agrupamentos locais

A ligação em rede não é apenas uma dinâmica relacional, mas um fator facilitador da eficiência económica e da redução dos custos de transição.

- Economia de escala para as PME - através da criação de redes formais ou informais, as pequenas empresas podem partilhar os custos fixos associados à adoção de novas tecnologias (por exemplo, plataformas de software partilhadas) ou à promoção internacional;
- Sinergias intersetoriais - estimular o diálogo estruturado entre o setor da hotelaria e da restauração, a indústria agroalimentar e os fornecedores de tecnologias (TIC). Uma parceria estratégica entre a restauração tradicional e os hotéis boutique locais amplifica a visibilidade e a rentabilidade de ambas as partes.

6.3 Plataformas de partilha e ecossistemas digitais

As redes digitais permitem que as empresas se projetem nos mercados globais, mantendo simultaneamente uma dimensão e uma identidade firmemente enraizadas na sua área local.

- Integração nos canais de destino – orientações metodológicas para a interação com mercados partilhados e plataformas de comércio eletrónico, integrando a oferta individual das PME em todo o percurso digital do cliente moderno, desde a pré-viagem até à pós-viagem;
- Partilha de dados para a sustentabilidade - participação em nuvens ou bases de dados abertas para agregar métricas ambientais e de satisfação (por exemplo, questionários digitais de avaliação de serviços), a fim de monitorizar o estado de saúde dos visitantes do destino global.

7. Análise e validação de projectos-piloto

O valor estratégico das SMARTIES para as PME não termina com os condicionalismos temporais do financiamento individual, mas reside na criação de uma arquitetura de modelos modulares e modernizáveis que geram um efeito multiplicador em toda a bacia mediterrânica.

Os 75 projectos-piloto apoiados pelo programa SMARTIES para as PME em vários países mediterrânicos são um seminário ao ar livre que constitui uma prova empírica irrefutável.

- Prova de conceito – estes casos reais demonstram que a inovação tecnológica e a transição ecológica não são exclusivas das grandes cadeias hoteleiras ou multinacionais, mas são também plenamente acessíveis e sustentáveis para as microempresas e as empresas em nome individual;

- Validação no terreno - cada projeto-piloto constitui um parâmetro de referência validado e concreto que reduz o risco de investimento futuro. Um desses exemplos, entre outros projetos, é a Casa das Sombras em Xanthi, na Grécia, uma oficina-museu que combina a economia circular e o turismo regenerativo através da sobreciclagem. O lixo recolhido na área local é transformado em esculturas de sombra, demonstrando que a sustentabilidade pode tornar-se uma atração turística única e educativa.

7.1 Indicadores de desempenho (ICD) para as PME

A fim de avaliar objetivamente o êxito da transição, o Manual adota um conjunto de indicadores que podem ser quantificados e acompanhados ao longo do tempo, divididos em domínios estratégicos:

Área de Impacto	Indicador de desempenho (ICD)	Objectivo prático para as PME
Ambientais Sustentabilidade	% de redução do consumo anual de energia e água	Reduzir os custos de faturação e otimizar os recursos.
	Toneladas de equivalente CO2 poupadas	Reduzir a pegada de carbono da empresa.
	% de resíduos alimentares, orgânicos e de embalagens enviados para reciclagem/reciclagem em relação ao total	Transição para um modelo de desperdício zero.
Digitalização para Eficiência	% de processos empresariais geridos digitalmente	Reduzir a utilização de papel a favor da gestão e dos registos digitais.
	Aumento em % das reservas diretas em linha	Reduzir a dependência de grandes agências de viagens online e aumentar as margens.
	Taxa de participação digital dos visitantes	Utilização eficaz de códigos QR, RA ou hologramas para contar

8. Análise da criticidade e estratégias de mitigação

A trajetória de transição ecológica e digital para as micro e pequenas empresas do setor do turismo não está isenta de obstáculos. Compreender os obstáculos operacionais, culturais e financeiros com que os operadores se deparam no terreno é o primeiro passo para definir estratégias de atenuação eficazes para transformar as fragilidades em oportunidades de crescimento e resiliência a longo prazo.

8.1 O défice de competências e a «inadequação» de competências

A adopção da inovação nas PME não depende apenas dos recursos financeiros, mas está estreitamente ligada à gestão e à formação do pessoal envolvido.

- Complexidade de gestão - ferramentas avançadas, como o software assistido por IA, exigem competências técnicas muitas vezes não possuídas pelos operadores turísticos tradicionais. O projeto CYDIVER (Paphos, Chipre), centrado no turismo de mergulho sustentável, mostra que a introdução de uma aplicação móvel avançada para cartografar os locais de mergulho e recolher dados em tempo real sobre a biodiversidade marinha exige um esforço de formação significativo e imprevisto para o pessoal dos centros de mergulho;

- Estratégia de mitigação - é crucial rejeitar soluções tecnológicas de "caixa negra" e obter interfaces de utilizador intuitivas dos fornecedores. As fases de ligação em rede e de mentoria do programa SMARTIES desempenham um papel fundamental para colmatar esta lacuna, promovendo uma cultura empresarial orientada para a inovação e a participação ativa do pessoal.

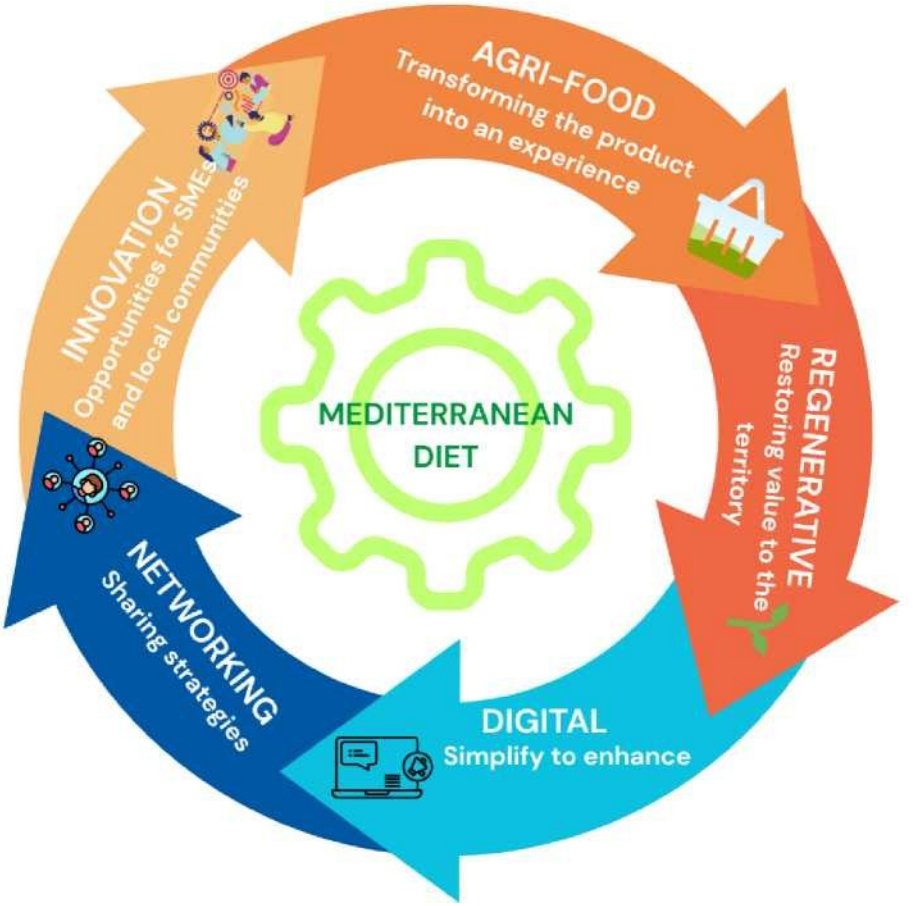
8.2 Resistência à mudança e restrições financeiras

- A armadilha da inércia – «Sempre o fizemos desta forma» – é o maior risco para a sobrevivência das PME. A inovação é frequentemente encarada como um custo ou uma complicação desnecessários e não como um investimento a longo prazo;

- Estratégia de atenuação – promover a lógica dos pequenos passos (ganhos *rápidos).* Em primeiro lugar, a aplicação de soluções de custo zero (como a desmaterialização ou a cadeia de abastecimento curta), a fim de demonstrar economias de custos imediatas, aumenta a confiança dos empresários antes de passar para investimentos mais complexos.

9. O papel da Dieta Mediterrânica na construção de um modelo de turismo regenerativo permanente

SMARTIES for SMEs identifica a Dieta Mediterrânica como o quadro estratégico para impulsionar a transição ecológica e digital, gerando um valor generalizado para as PME e as zonas e comunidades locais.



Esta infografia ilustra a circularidade do modelo SMARTIES FOR SME's. A dieta mediterrânica é vista não só como património culinário, mas também como um motor cultural que ativa sinergias profundas entre o turismo e os ecossistemas agroalimentares.

Através da inovação digital, da criação de redes e de uma abordagem regenerativa, os produtos locais são transformados numa experiência de elevada qualidade, trazendo valor económico e social às comunidades e reforçando as zonas de acolhimento.

Os resultados do programa SMARTIES FOR SME's oferecem uma visão global clara sobre o futuro da indústria do turismo na região mediterrânica.

A dupla transição deixou de ser uma opção e passou a ser um requisito essencial para a competitividade e a própria sobrevivência das pequenas e microempresas no mercado internacional.

A experiência das SMARTIES para as PME mostra que a dupla transição (ecológica e digital) é a única forma de assegurar a resiliência do turismo mediterrânico. As suas principais recomendações incluem:

- Simplificar o acesso das microempresas ao financiamento, reduzindo a burocracia para os pequenos projetos de transição;
- Incentivar modelos de economia circular e regenerativa através de benefícios fiscais ou incentivos nos concursos públicos;
- Financiar a formação contínua em competências digitais e ambientais como um objetivo estratégico permanente para a indústria.

O futuro do turismo deve ir além de «não prejudicar» o ambiente (sustentabilidade) e visar, em vez disso, a sua regeneração, melhorando ativamente o ecossistema local e o bem-estar das comunidades de acolhimento. Os 75 projetos-piloto SMARTIES FOR SME's definiram o rumo e cabe agora à indústria do turismo adotar modelos para transformar o turismo de uma indústria de consumo num motor de revitalização local.

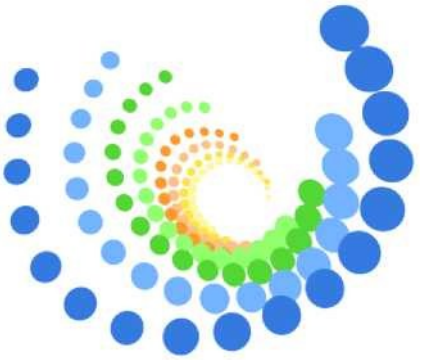
Até 2030, o sucesso dos destinos e das empresas do Mediterrâneo dependerá de três pilares interligados:

- Turismo regenerativo - O objetivo transcende a sustentabilidade passiva. Já não se trata apenas de «não poluir», mas sim de trabalhar ativamente para deixar a zona em melhores condições, gerando valor para as comunidades de acolhimento;
- Hiperpersonalização – Graças à análise de dados e à IA, as PME também podem oferecer serviços personalizados em tempo real, calibrados de acordo com os valores éticos, ambientais e de saúde dos viajantes individuais;
- Competências evoluídas - O perfil do operador tradicional é enriquecido pela capacidade de combinar a cultura da hospitalidade com a gestão estratégica de ecossistemas digitais complexos.

O conteúdo do presente manual exprime apenas os pontos de vista dos autores e não reflete necessariamente a opinião oficial da Comissão Europeia, da Agência de Execução para as Pequenas e Médias Empresas (EISMEA) ou de qualquer outro organismo da União Europeia. As instituições e agências europeias não são responsáveis por qualquer utilização feita das informações aqui contidas.

Este manual foi elaborado no âmbito do projeto SMARTIES for SMEs, que recebeu financiamento Single Market Programme 2021-2027.

Site SMARTIES FOR SME's - o portal de referência do projeto, que contém objetivos, documentação exaustiva, informações pormenorizadas e atividades de comunicação realizadas: **https://smartiesforsmes.eu/pt**



SMARTIES for SMEs

SMARTIES for SMEs

Co-funded by the European Union

CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD-OVEST

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΞΑΝΘΗΣ

LIBERTAS International University

REGIONAL CHAMBER OF CRAFT AND SMALL BUSINESS MARIBOR

ACIF

LA ROTTA DEI FENICI

PAFOS REGION Cyprus

ENIT SPA





Co-funded by
the European Union