

Guia de Boas Práticas para a promoção e comunicação das Ecopistas Europeias “Greenways4tour”



Este projeto é cofinanciado pela União Europeia no âmbito da temática "Turismo Sustentável". A responsabilidade desta publicação recai sobre o autor. A Comissão Europeia não é responsável pelo uso que possa ser feito das informações nele contidas.



Pessoal

Título: Guia de Boas Práticas para a Promoção e Comunicação das Ecopistas Europeias

Publicado por: Atividades Ambientais e Departamento de Ecopistas. Fundação Ferroviária Espanhola / Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE).

Inserido no "Projeto Greenways4Tour". Este projeto é cofinanciado pela União Europeia no âmbito da temática " Turismo Sustentável".

A responsabilidade desta publicação recai sobre o autor.

A Comissão Europeia não é responsável pelo uso das informações nela contidas.

Edição: 1ª edição. fevereiro. 2013

Autores: Atividades Ambientais e Departamento de Ecopistas (FFE): Arantxa Hernández Colorado, Carmen Aycart Luengo, com a colaboração de Iván Pastor Martínez e María Sarmiento.

Imagens: A maioria das imagens, contidas nesta publicação, são da autoria de "Atividades Ambientais, Departamento de Ecopistas, Fundação Ferroviária Espanhola", de várias Ecopistas e colaboradores que nela participaram e premiados e ou finalistas do Prémio Europeu de Vias Verdes em diferentes edições.

Agradecimentos: Gostaríamos de agradecer a todos aqueles que ajudaram a produzir este Guia providenciando informações e fotos.

Design e layout: Mercodes. www.mercodes.com



Guia de Boas Práticas para a Promoção e Comunicação das Ecopistas Europeias por "Atividades Ambientais e Departamento de Ecopistas (FFE): Arantxa Hernández Colorado, Carmen Aycart Luengo, com a colaboração de Iván Pastor Martínez e María Sarmiento."

Está licenciada sob Creative Commons reconocimiento-Licença 3.0 No Comercial Unported.

Índice

Capítulo 1 - Introdução	5
Capítulo 2 - Ecopistas Europeias para um Turismo Sustentável	7
Capítulo 3 - Boas práticas em termos de promoção e comunicação das Ecopistas	9
3.1 - Introdução	9
3.2 - Internet e redes sociais	9
3.2.1 - Internet	10
3.2.2 - Redes sociais	14
3.3 - Média audiovisual	15
3.3.1 - Série televisiva	15
3.3.2 - Recursos audiovisuais	16
3.4 - Apps para dispositivos móveis	21
3.5 - Publicações	24
3.5.1 - Publicações impressas: mapas e guias	24
3.5.2 - Downloads gratuitos de mapas e guias	27
3.6 - Iniciativas da participação de cidadãos	28
3.6.1 - Iniciativas a nível nacional ou internacional	29
3.6.2 - Iniciativas a nível local	31
3.6.3 - Celebridades, pessoas famosas e formadores de opinião que apoiam projetos	32
3.7 - Ações com jornalistas e operadores turísticos	34
3.7.1 - Boas práticas: fam-trips	34
3.7.2 - Outros exemplos interessantes	36
3.8 - À procura de sinergias com outros projetos	36
Capítulo 4. Conclusões e recomendações	41
Apêndice	43



Capítulo 1 - Introdução

Projeto Greenways4Tour

Este projeto enquadra-se no aviso de concurso para “promoção de produtos de turismo temático transnacional “ na União Europeia, por forma a desenvolver um turismo sustentável. Pela primeira vez, as Ecopistas/ Vias Verdes, foram incluídas no programa de apoios comunitários da Direção Geral de Turismo da Comissão Europeia (2011), o que indica ser uma área considerada a ter grande potencial e valor para o desenvolvimento do turismo sustentável na Europa.

O projeto procura promover as Ecopistas europeias como sendo excelentes vias para ciclistas, caminhantes e pessoas com deficiência, aumentando assim as opções de turismo sustentável na Europa.

Objetivos:

- Criar o Observatório Europeu de Vias Verdes, um site (à escala europeia) que irá fornecer informações sobre Ecopistas na Europa, as suas principais características, localização e os serviços gerais que oferecem.
- Facilitar a troca de informações, com base nas experiências previamente adquiridas entre os estados membros e organizações relevantes.
- Promover a melhoria da oferta de serviços nas Ecopistas, através de um melhor conhecimento dos serviços locais, equipamentos e provedores de Ecopistas.
- Incentivar o uso das Ecopistas, que geralmente percorrem áreas rurais, por grupos específicos de turistas, em particular ciclistas e pessoas com deficiência.

- Servir de inspiração para países, regiões e áreas que ainda não possuem Ecopistas, incentivá-los à sua construção e incluí-las na sua oferta turística.

Mais informações:

www.greenways4tour.org

"Promoção da temática transnacional produtos turísticos na UE como meio de desenvolvimento do turismo sustentável "12 / G / ENT/ TOU/11/411B no âmbito da temática "Turismo Sustentável"

Parceiros do projeto:

- Associação Europeia de Vias Verdes (EGWA), beneficiário principal e coordenador do projeto, (Espanha)
- Università degli Studi de Milano (Itália)
- EuroGites, Federação Europeia de Turismo de Rural (Espanha)
- Fundación de los Ferrocarriles Españoles (Espanha)
- Basquetour Turismoaren Euskal Agentzia (Espanha)
- Nadece Partnersvi (República Checa)
- Consorci de les Vies Verdes de Girona (Espanha)
- Comunidade Intermunicipal da Região Dão Lafões (Portugal)



Capítulo 2 - Ecopistas Europeias para um Turismo Sustentável

Ecopistas Europeias

Ecopistas

Ecopistas são caminhos/trilhos, desenvolvidos ao longo de corredores independentes e em desuso que estão disponíveis para tráfego não motorizado.

Estas vias têm uma série de características comuns:

- Facilidade de passagem: reduzido ou praticamente nenhum declive, o que permite a sua utilização por todos os tipos de utilizadores, inclusive pessoas com mobilidade condicionada.
- Segurança: devido à sua separação das estradas, bem como a adequada salvaguarda nos cruzamentos.
- Continuidade com soluções adequadas para qualquer dificuldade e rotas alternativas.
- Respeito pelo meio ambiente ao longo dos itinerários, promovendo regras de boa utilização entre os utilizadores.

As Ecopistas disponibilizam vários serviços com base em infraestruturas e equipamentos de antigos caminhos e trilhos que se encontram em de-

suso como é o caso de linhas e estações ferroviárias. Estes serviços podem ter diversos formatos: alojamento em geral, museus, aluguer de bicicletas, albergarias... e destinam-se aos utilizadores locais, bem como aos turistas.

As Ecopistas devem ter informações disponíveis, tais como mapas e folhetos do próprio percurso e de locais de interesse próximos.

Ecopistas ...

- Melhoram a comunicação de itinerários não motorizados na Europa: centenas de quilómetros para peões, ciclistas e pessoas com deficiência, estão disponíveis em vários países da Europa.
- Promovem modos de vida mais saudáveis e equilibrados reduzindo o congestionamento e a poluição das cidades.
- Promovem o desenvolvimento rural e o emprego local.
- Incentivam o relacionamento entre os cidadãos.
- Dão a conhecer melhor aos europeus o ambiente natural e cultural.

Ecopistas são vias de comunicação autónomas, reservadas às deslocações não motorizadas, realizadas num quadro de desenvolvimento integrado, que valorize o meio ambiente e a qualidade de vida, e que cumpra as suficientes condições de largura, inclinação e qualidade de pavimentação, de forma a garantir uma utilização em convivência e segurança por parte de todos os utentes, independentemente da capacidade física dos mesmos. Por conseguinte, a utilização dos caminhos, canais, e vias ferroviárias desativadas, constitui um suporte privilegiado para o desenvolvimento das Vias Verdes

(Declaração de Lille, Setembro de 2000)



Capítulo 3 - Boas práticas em termos de promoção e comunicação das Ecopistas

3.1 - Introdução

Depois de muitos anos de trabalho de várias organizações Europeias e Espanholas, o conceito “Ecopistas / Vias Verdes” passou a ser sinónimo de áreas de lazer atrativas, acessíveis, convenientes e seguras, para os habitantes da Europa. Esta imagem universal é um dos grandes feitos de muitas pessoas responsáveis pela gestão e comunicação das Ecopistas a nível europeu e é também, uma grande ajuda à sua promoção. É vital dar a conhecer aos cidadãos as Ecopistas para que possam usá-las, quer diariamente ou como recurso turístico em períodos de férias e fins-de-semana.

Muitos são os cidadãos, já conscientes destas Vias, a utilizarem as Ecopistas como rotas alternativas para o local de trabalho ou como destino turístico para as suas férias em família. A este respeito, a ligação com o utente, é um elemento essencial que todas as partes interessadas no desenvolvimento de Ecopistas, devem incluir entre as suas prioridades.

A informação tem de ser divulgada para atingir, o seu objetivo, os cidadãos. Seja através de ações diretas, ou de intermediários de informação, tais como: gabinetes de turismo, governos locais, regionais e nacionais responsáveis pelo turismo em cada território. É muito comum os esforços investidos na construção de Ecopistas ou em qualquer unidade turística não serem apoiados por uma estratégia de publicidade eficaz. Como resultado, os cidadãos não têm conhecimento da existência desses recursos e por isso não os irão usar. Um bom exemplo disso é o estudo realizado na Ciclovia do Mar do Norte, cujos 6.000 km percorrem oito países europeus, após o seu lançamento em

2001. Dos 159 gabinetes de turismo locais para os quais tinha sido enviada informação sobre a Via, apenas 13% disseram que lhes era uma rota “familiar ou muito familiar”. Hoje, depois de uma intensa campanha de publicidade destinada aos gabinetes de turismo, essa percentagem subiu para 72%.

Atualmente, existem diferentes níveis de desenvolvimento das Ecopistas europeias e é precisamente esta situação, onde algumas Ecopistas têm uma história de longa data, e outras estão apenas a começar, que forma a base para o projeto europeu Greenways4tour. A troca de experiências entre as várias Ecopistas ajuda-nos a avançar de uma forma mais eficaz. Este guia, oferece-nos a possibilidade de partilhar algumas das melhores práticas que têm sido desenvolvidas quanto à promoção e comunicação de Ecopistas Europeias.

3. 2 - Internet e redes sociais

No mundo atual, a presença na Internet e nas redes sociais é indispensável para a promoção das Ecopistas e para consciencializar as pessoas dos recursos e serviços que oferecem.

O primeiro requisito é a criação de um bom Website onde, os interessados possam encontrar informações precisas, úteis e que sejam regularmente atualizadas. Em segundo lugar, se possível, os perfis deviam ser mantidos nas redes sociais mais consultadas pelos utilizadores de Ecopistas.

3.2.1 - Internet

Um bom website é essencial para potenciais utilizadores de Ecopistas organizarem uma viagem. Deve estar disponível no idioma do lugar ou lugares por onde a Ecopista passa, com a possibilidade de escolher outros idiomas, especialmente Inglês. Também devem ser acessíveis às pessoas com deficiência e concebidos com vista a serem consultados “on the move” a partir de dispositivos móveis. É aconselhável oferecer, regularmente, um boletim informativo (normalmente mensal) para dar informações sobre os novos desenvolvimentos, atividades e eventos.

No caso de um Website geral que abrange um número de diferentes Ecopistas, também deve incluir:

- A descrição da Ecopista ou do recurso como um todo e a sua localização no mapa.
- A divisão das Ecopistas em diferentes seções: por tema, tempo estimado para percorrer a rota, graus de dificuldade, tipo de utilizadores, em particular, a adequação para utilizadores com necessidades especiais, etc
- Um motor de busca que permita aos utilizadores escolher a rota com base em critérios que eles próprios criem.

As informações que devem ser fornecidas para cada Ecopista:

Rotas

- Dados básicos de interesse (comprimento, tipo de superfície, perfil de elevação ...), incluindo o número de telefone para emergências.
- Serviço de informações meteorológicas.
- Informações sobre o transporte público e bicicletas.
- Vídeo ou excursão fotográfica da Ecopista.

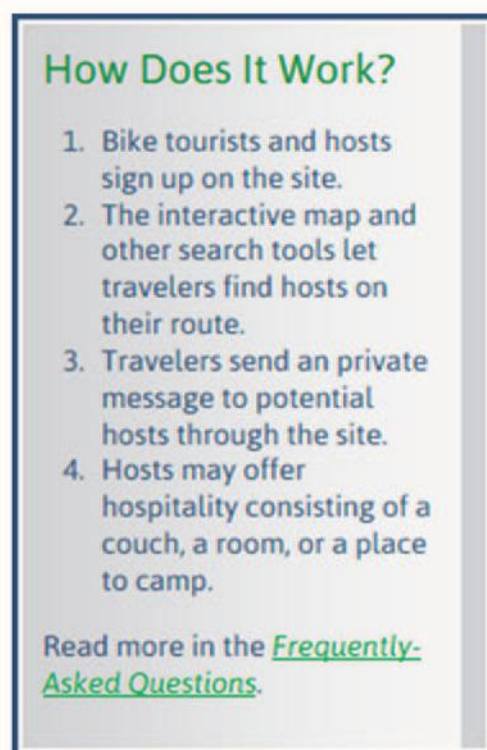
Serviços

- Mapas, guias e aplicações de IT. Que seja possível transferir (download) para dispositivos móveis.

- Serviços públicos básicos: água potável, WC, informações turísticas.
- Alojamento e restauração.
- Aluguer de bicicletas e reparação; guia local e serviços de transfer.
- Reserva online de serviços oferecidos, se possível.
- Informações ou links sobre atividades complementares: turismo ativo, atividades ao ar livre, programa cultural, gastronomia, visitas turísticas.

Ligações de interesse

- Órgãos do Governo cujos serviços ou informações podem ser de interesse, especialmente serviços de turismo.
- Outras iniciativas relacionadas com a Via, sejam



públicas ou privadas, gratuitas ou pagas (como o projeto Warmshowers, que providencia alojamento e a possibilidade de tomar banho, para ciclistas em casas particulares), websites para troca de experiências e conselhos entre os utilizadores, etc.

Redes Nacionais de rotas não motorizadas na Internet

- Um excelente exemplo de um bom website é o SwitzerlandMobility, com informações sobre mais de 300 rotas em toda a Suíça, quer sejam locais ou a nível nacional. Este website, também, inclui informações para hikers, skaters e canoístas. Para além disso, fornece links para empresas que, organizam pacotes de turismo; guias e

mapas; aplicações para dispositivos móveis; links para pontos de interesse turístico e muitas outras opções que ajudam os turistas a organizar as suas viagens não motorizadas pela Suíça.

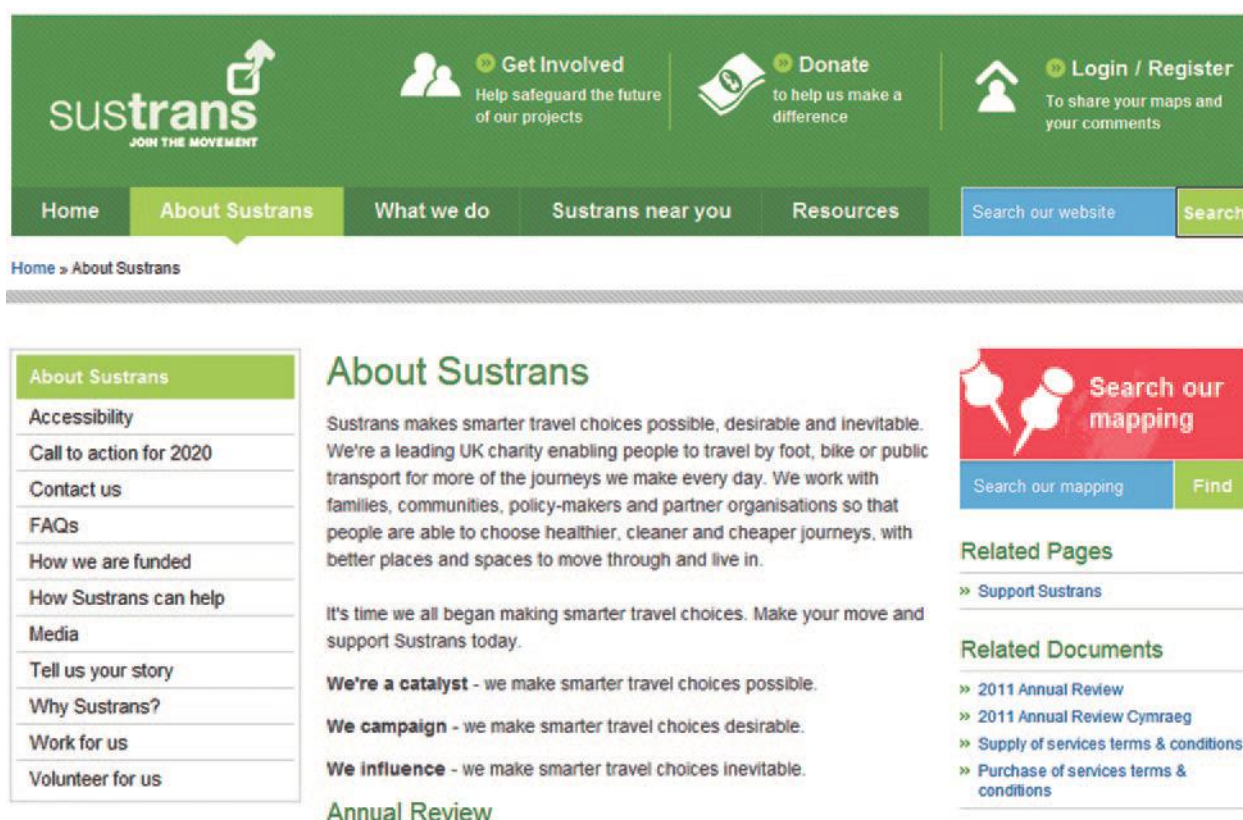
- Excelente exemplo de um website com informação a nível nacional é o www.viasverdes.com, publicado pela Fundación de los Ferrocarriles Españoles. Este website, fornece informações e mapa descritivo georreferenciado, cobrindo uma área de 2.000 quilómetros de linhas ferroviárias desativadas convertidas em Ecopistas. Para além disso, tem links diretos para perfis em redes sociais (com mais de 9.000 seguidores no Facebook), o seu próprio canal de televisão no YouTube, “Vive la Vía”, uma loja online de guias publicados, informações sobre seminários, ativi-



dades e excursões organizadas por várias Ecopistas espanholas. Através do website é enviado um boletim informativo mensal e oferecido um jogo educativo para crianças e também contém informações específicas para pessoas com deficiência.

- Vale também a pena mencionar o website britânico da organização não-governamental (sem fins lucrativos) Sustrans (www.sustrans.org.uk), cujo principal projeto é a Rede Nacional de Ciclismo, que abrange mais de 22.500 km de rotas para ciclistas e caminhantes. O website fornece mapas detalhados, guias e folhetos, informações sobre outros projetos e atividades ligados à rede (network), aplicações para equipamento móvel, etc. . Pra além disso, presta especial atenção ao envolvimento e participação dos cidadãos.

- Uma criação mais recente é o website da France Vélo Tourisme, uma associação fundada para promover o cicloturismo em França (www.francevelotourisme.com). Este website, oferece mapas interativos de diversas ciclovias e faz recomendações de rotas para ciclistas, deixa conselhos de segurança rodoviária e orientações a seguir. O website tem uma seção especial dedicada às rotas de longa distância, na França,



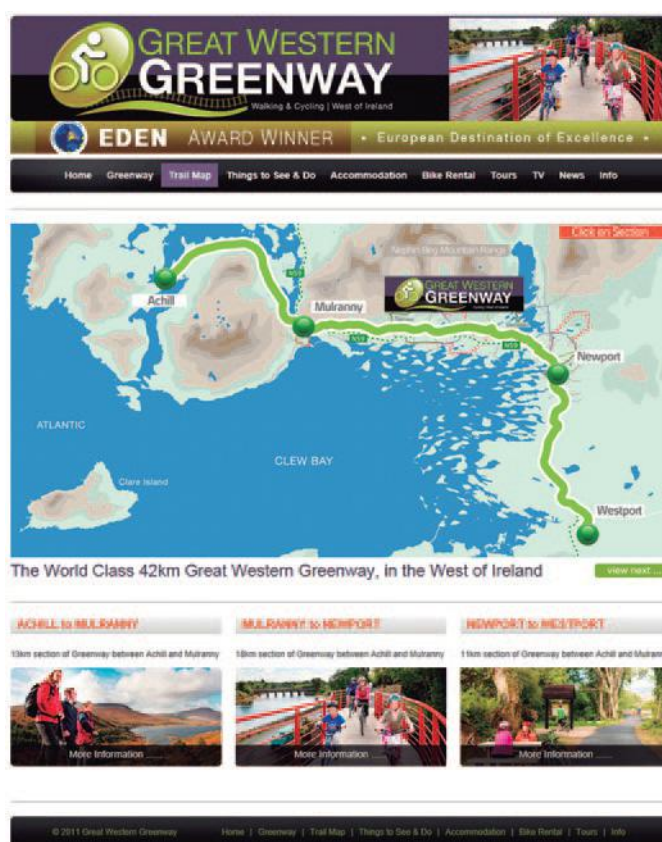
bem como a itinerários temáticos destinados a diferentes tipos de pessoas, como: “Les lacs à vélo”(conhecer lagos/rios de bicicleta), “Les itinéraires culturels” (rotas culturais) ou “Les vignobles à vélo”(conhecer as vinhas em bicicleta). Ainda em França, devemos mencionar os websites do Départements & Régions Cyclables (www.departements-regions-cyclables.org), uma associação que reúne 72 clubes e grupos de todo o país com a finalidade de promover a bicicleta como meio de transporte e também, para ajudar a desenvolver Ecopistas em França, e da Association Française de Développement des Véloroutes et Voies Vertes AF3V (www.af3v.org), onde também pode ser encontrada informação sobre rotas para ciclistas em França, juntamente com mapas das rotas, links para documentação, vídeos, centros de informação turística, conselhos para viajar de bicicleta, etc.

Ecopistas e redes na Web de áreas locais não-motorizadas

- Em relação a Ecopistas específicas, devemos mencionar o website dedicado à Great Irish Western Greenway (www.greenway.ie). Esta Ecopista, na Irlanda, vencedora do prémio EDEN em 2011(European Destination of Excellence /Des-

tino de Excelência Europeia), fornece todas as informações que um cicloturista possa precisar: mapas da rota, informações sobre alojamento e aluguer de bicicletas, acesso a guias impressos e digitais, guias para dispositivos móveis, pontos de interesse turístico perto da Via, etc

- Um excelente website que cobre as várias Ecopistas na província de Girona (Espanha) é www.viesverdes.cat, que inclui não somente ma-



pas detalhados das áreas verdes e arredores, mas também fornece informações que ligam as várias Ecopistas da província usando outros trilhos. É fornecida informação sobre incidentes ou melhorias que afetam as Ecopistas, serviços turísticos e atividades.

3.2.2 - Redes sociais

As redes sociais tornaram-se uma parte importante das nossas vidas e influenciaram a maneira como nos relacionamos com o mundo. Portanto, uma parte essencial da nossa estratégia de comunicação deve ser a criação de perfis, em re-

des sociais, da Ecopista ou do destino turístico e garantir que estão sempre atualizados. É de salientar que, a manutenção de um ou vários perfis, ativos em redes sociais, exige dedicação diária com atualizações frequentes, comentários, fotos, concursos, questões para os seguidores, etc. Os seguidores esperam este tipo de dinamismo, pois não fornecer diariamente novos “posts” pode transmitir a ideia de que o website foi abandonado o que pode dar a sensação de uma Ecopista sem manutenção.

Das redes sociais mais influentes, destacam-se cinco em particular: Facebook (com mais de 900 milhões de utilizadores), Twitter, Google +, LinkedIn e Pinterest, embora este último se concentre mais no mundo dos negócios. Vamos centrar-nos em exemplos específicos dos dois primeiros.

Facebook

- No Facebook podemos destacar o perfil de “La Loire à Vélo”, com cerca de 13 mil fãs. Fotos recentes dos trilhos, vídeos, eventos culturais e turísticos, questionários e pequenas competições fazem deste um perfil altamente ativo com feedback dos utilizadores na forma de respostas, comentários, material partilhado e “Likes”.





Twitter

- O dinamismo nas redes sociais que caracteriza a organização Sustrans, é fundamental para os seus perfis no Facebook e no Twitter (twitter.com / Sustrans), seguido por perto de 14.000 pessoas numa das redes e 20.000 pessoas na outra. São páginas muito dinâmicas, constantemente atualizadas com vários tweets por dia, e fornecem todos os tipos de links com informações de interesse para os seus seguidores. Também tem contas específicas para as diferentes regiões, embora estas atinjam menos pessoas.

3.3 - Média audiovisual

Os meios audiovisuais são uma ótima ferramenta para a promoção de Ecopistas, oferecendo uma visão geral da área, paisagem e património cultural de forma imediata e intuitiva, dando aos espectadores uma ideia da acessibilidade da Ecopista para poder ser utilizada por todos, inclusive pessoas com mobilidade reduzida.

Ao mesmo tempo, os meios audiovisuais são interessantes do ponto de vista da divulgação destes recursos. Estes vídeos, quando disponibilizados ao público em geral, podem ser facilmente partilhados nas diversas redes sociais. São também uma excelente forma de proporcionar aos meios de comunicação material promocional das Ecopistas, de uma maneira rápida e eficiente.

Por isso, a Associação Europeia de Vias Verdes, como parte do projeto Greenways4tour, decidiu produzir um vídeo para promover as Ecopistas da Europa, como sendo excelentes infraestruturas para o desenvolvimento de um turismo sustentável seja por meio de bicicleta ou a pé. O vídeo,

produzido pela Fundación de los Ferrocarriles Españoles (associação parceira do projeto), está disponível para uso de todas as entidades interessadas em promover as Ecopistas em www.aevv-egwa.org.

3.3.1 - Série televisiva

- Um magnífico exemplo da promoção de Ecopistas na Espanha e que é facilmente exportável para outras regiões ou países europeus, é a série de televisão “Vive la Vía”, produzida pela Fundación de los Ferrocarriles Españoles. Os seus 18 capítulos, cada um com duração de 30 minutos, fornecem informações, de uma maneira muito atraente, sobre Ecopistas espanholas, a riqueza do cenário, informações culturais e gastronómicas das áreas por onde as Ecopistas passam. Uma série de fatores torna esta uma boa prática:

- A intensa colaboração entre as autoridades públicas, uma vez que o financiamento para este projeto surgiu a partir de quatro patrocinadores (um deles do setor privado), juntamente com o apoio específico de outras 33 autoridades regionais e locais para a o desenvolvimento de cada capítulo.

- A transmissão da série, que foi realizada em duas fases, foi lançada no segundo canal da televisão pública espanhola (TVE), em 2005 e 2007, no horário da noite (domingo à noite). Alguns capítulos tiveram uma audiência de 1,8 milhões de telespectadores. Desde então, a TVE já voltou a exibir a série, num total de 8 vezes no segundo canal e também no seu canal internacional. A série também foi transmitida noutros canais de televisão e nos comboios RENFE.





- A série foi ainda distribuída em 50.000 DVDs, vendidos em livrarias e bancas de jornal, bem como através do website www.viasverdes.com da FFE.

3.3.2 - Recursos audiovisuais

Não pode haver dúvida de que, nos dias de hoje se queremos promover uma Ecopista, é quase indispensável ter recursos audiovisuais dando a

conhecer a Via e a sua envolvente. Os vídeos que são divulgados na Internet, redes sociais, estabelecimentos ao longo das Ecopistas, gabinetes de informação local, são extremamente úteis para apresentações em congressos, feiras e todo o tipo de eventos.

- Por esta razão, ao mesmo tempo que estava a ser produzida a série de televisão, acima men-

Porquê um vídeo?

Uma pesquisa feita pelo Google e Ipsos (The Traveler 2012), realizada em Abril-Maio de 2012, entre viajantes norte-americanos, concentrou-se na tomada de decisões das pessoas na hora de se preparar uma viagem. Concluiu-se que o vídeo online é um elemento onnipresente no sector do turismo. Este relatório reúne informações e conclusões com base em questionários a 5.000 consumidores com dados fornecidos pelo Google.

O estudo conclui que os vídeos online são usados para planear viagens por:

- 89% turistas.
- 93% pessoas de negócios.
- 80% das pessoas planeiam as suas viagens online, por isso é essencial estar presente e localizável na Internet.

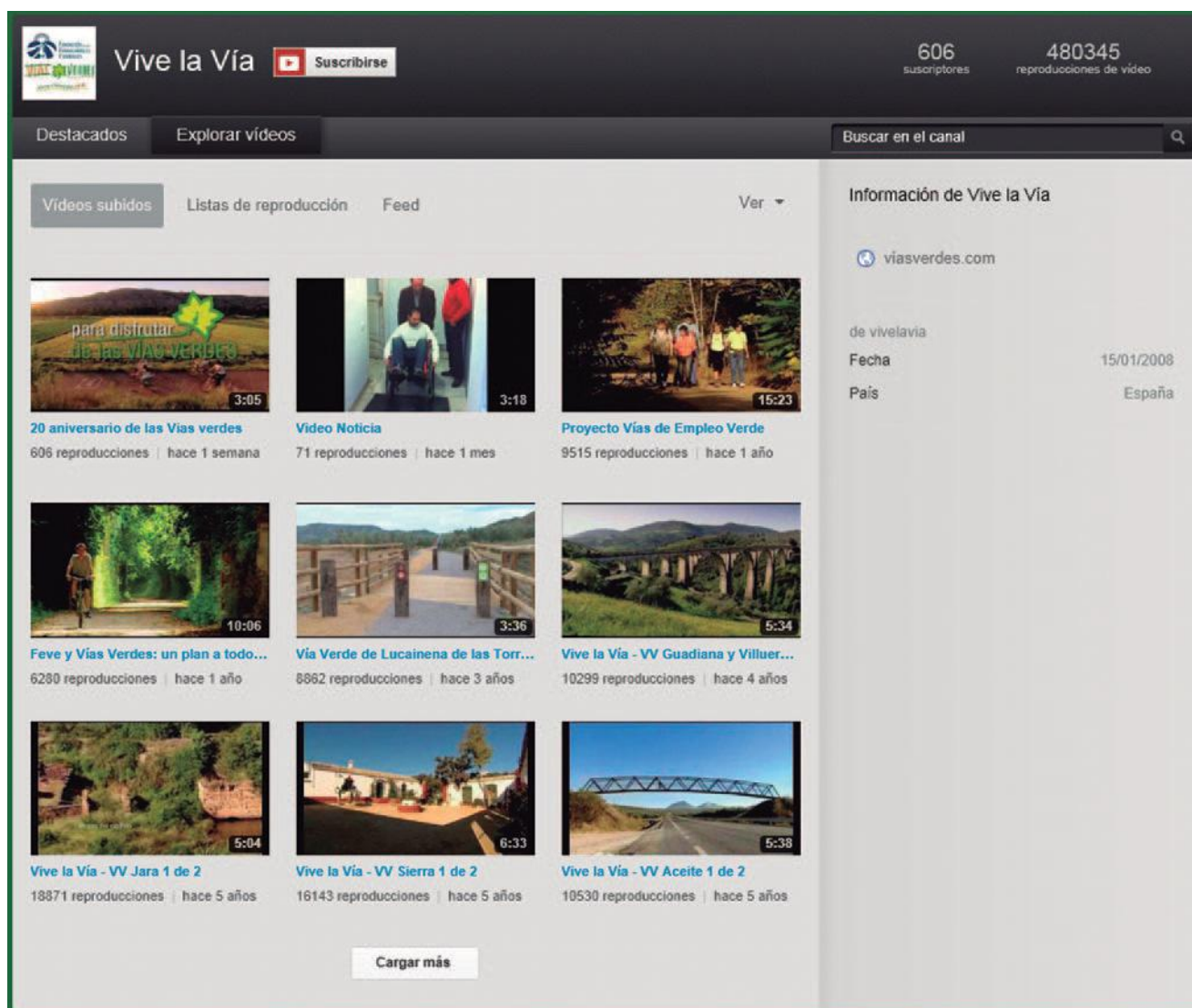
- Pessoas que consultam vídeos online em todas as fases de planeamento da sua viagem:
 - 66% consultam vídeos online quando pensam em fazer uma viagem.
 - 64% quando escolhem um destino.
 - 62% quando estão à procura de ideias/atividades para fazer no seu destino.
 - 57% quando escolhem onde ficar num determinado destino.
 - 34% quando reservam a sua viagem online.
- Pesquisas em smartphones e tablets estão gradualmente a substituir o computador tradicional. As pessoas / viajantes, começam a fazer as suas pesquisas em telemóveis em vez de utilizarem os computadores e olham para o conteúdo audiovisual com menor duração de tempo: vídeos de curta duração.
- O vídeo é uma chamada à ação. Os vídeos online incentivam as pessoas / viajantes a fazer a sua reserva. As seguintes percentagens de pessoas foram incentivadas a fazer reservas após a visualização de vídeos online, enquanto planeavam a sua viagem:
 - 45% turistas
 - 72% pessoas de negócios
 - 74% luxury travellers

Em conclusão: o vídeo gera um critério de escolha para os turistas e, como os smartphones são usados cada vez mais, os cidadãos podem viajar virtualmente através de um ecrã.

cionada, sobre as Ecopistas em Espanha, foi também produzido pela FFE um vídeo com a duração de nove minutos por capítulo. Para além disso abriu o seu próprio canal no YouTube ([www.youtube.com / user / vivelavia](http://www.youtube.com/user/vivelavia)), o qual já acumulou 500 mil downloads e no qual um grande número de vídeos sobre Ecopistas foram lançados.

Recentemente, o FFE produziu um novo vídeo promocional, apenas com 3 minutos de duração, feito a pensar no conceito de brevidade do conteúdo, predominante na comunicação audiovisual dos dias de hoje. Nas três primeiras semanas de publicação, mais de 750 downloads foram registados.





Os estabelecimentos e empresas que oferecem serviços turísticos com base em Ecopistas espanholas, podem criar links para esses vídeos a partir dos seus próprios sites, divulgando-os e, assim, atrair potenciais clientes.

- La Loire à Vélo (França) tem um anúncio audiovisual, com cerca de 5 minutos de duração, que promove não só a rota La Loire, mas também toda uma série de atividades em torno desse itinerário, tais como: visitar os castelos de La Loire e o seu património cultural; atividades desportivas ao ar livre; feiras de velharias; visitas a cidades; parques de campismo; gabinetes de turismo; passeios de barco e gastronomia.

Uma das chaves desta iniciativa é que este anún-

cio também foi exibido na televisão francesa, precisamente durante a transmissão do Tour de France 2012, o que garantiu que chegasse a um grande número de pessoas do seu público-alvo. Para além disso, o terceiro canal francês de televisão mostrou breves relatórios que duram cerca de 3 minutos cada, para explorar a rota (material também publicado na Internet). Enquanto isso, há um programa intitulado “Vues sur Loire”, transmitido pelo mesmo canal de televisão, que aos fins-de-semana aborda assuntos atuais na região francesa, para o qual o cicloturismo é uma das suas e mais importantes atrações turísticas.

- Também a France Vélo Tourisme produziu alguns vídeos atrativos para promover as ciclovias de longa distância por todo o país, como são os casos de: La Véloscénie; La Vélodyssée; Le Tour



de Manche e L'Avenue Verte Londres-Paris. Estas vídeos estão disponíveis no website da France Vélo Tourisme e no seu canal de vídeo- Vimeo (vimeo.com/user12093946).

- Como parte da iniciativa da Autoridade Nacional de Desenvolvimento do Turismo, "Discover Ireland" (www.discoverireland.ie), que visa promover a Irlanda como destino turístico, uma série de vídeos foram produzidos em colaboração com a televisão RTE. Estes vídeos, foram transmitidos na televisão e estão disponíveis no YouTube, muitos dos quais fazem a cobertura de destinos adequados para ciclismo e caminhadas pedestres pelo país. Gostaríamos de destacar o vídeo em que a personalidade de televisão, Diarmuid Gavin e sua filha Eppie, percorrem de bicicleta a Ecopis-


ta de Great Western.

- Mais uma vez, é preciso mencionar a organização Sustrans, como uma das instituições com melhores boas práticas nesta área. O seu canal de vídeo no YouTube possui inúmeros vídeos com diferentes temas: campanhas e projetos específicos Sustrans, o envolvimento da população local, educação, eventos, soluções técnicas na sua rede de rotas para ciclistas, etc. A este respeito, devemos destacar o desenvolvimento do concurso de vídeo, "A Minha Rede Nacional de ciclismo", para assinalar o 15º aniversário da organização e produção do seu vídeo promocional, "Rede Nacional de Ciclismo". Este vídeo promove o motor de busca para rotas/itinerários que fazem parte da Rede Nacional de Ciclismo no Reino Unido, o qual apresenta um novo símbolo no Google

Maps para a bicicleta, a adicionar aos já então atualmente existentes que designam o transporte motorizado privado, os transportes públicos e as viagens a pé. Esta proposta audiovisual, para promover o uso de bicicletas, tem recebido um número extraordinário de visitantes (mais de 25.000) em comparação com todas as outras campanhas já lançadas.

GREENWAY TV

EDEN 2011 The Great Western Greenway, Co Mayo (...)




Great Western Greenway-EDEN Award

European Destination of Excellence

The Great Western Greenway winner of the EDEN Award - European Destination of Excellence.

GREENWAY TV


Discover Ireland - Tracks and Trails 2 - Great ...




Diarmuid Gavin cycles the Greenway

Spectacular mountains and beautiful views across Clew Bay


TV presenter Diarmuid Gavin and his young daughter Eppie cycle from Newport to Mullaranny along the Great Western Greenway.





Sustrans  **Suscribirse**


68
suscriptores


Featured Playlists

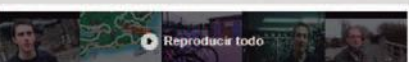
- Videos favoritos**



8 videos
- Videos subidos**



72 videos
- Campaigns & PR**
Films created in support of one of our campaigns...



9 videos
- Connect2**
Enabling millions of people to get about on foot a...



24 videos
- Community involvement**
Films about projects such as DIY Streets where S...



1 video
- Education & young people**
Movies from our projects based in education & wil...


Reproducir todo
- Events**
From cycle rides to parties


5 videos
- National Cycle Network**
Films showcasing the Network's 13,400 miles of...


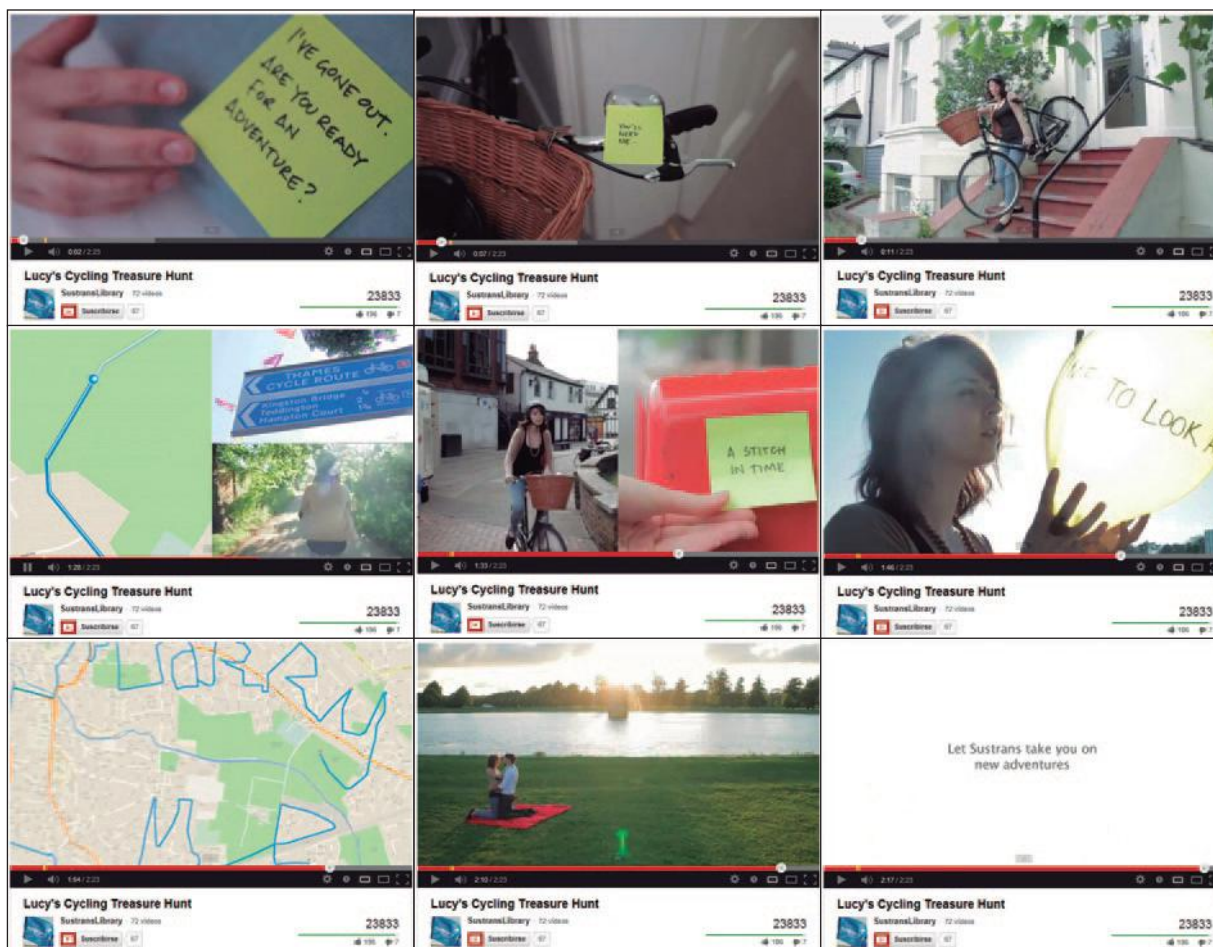
20 videos
- Technical**
For the engineer in you


5 videos
- More movies about Sustrans**
Movies that other's have produced about Sustran...


7 videos
- Watching**
Other peoples films- Sometimes about Sustrans o...


11 videos

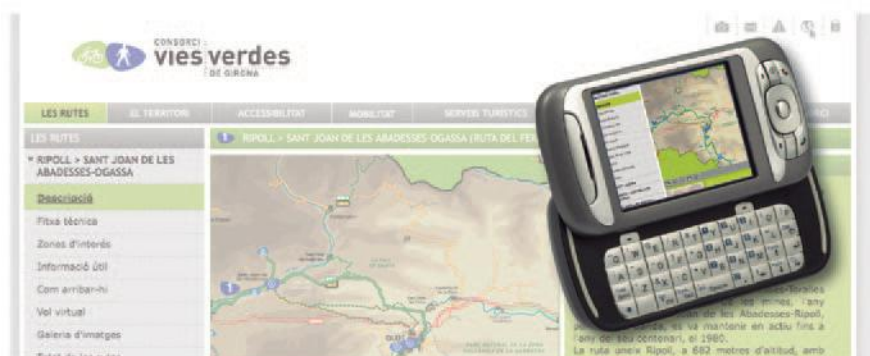
ver todas >



3.4 - Apps para dispositivos móveis

A crescente popularidade de dispositivos móveis, como smartphones e tablets, está a criar o desenvolvimento de inúmeras aplicações, algumas das quais foram especificamente desenvolvidas para facilitar o uso e desfrutar das Ecopistas. Outras, embora não tenham sido concebidas com essa finalidade, podem também ser utilizadas para esse fim.

De acordo, com os últimos dados divulgados pelo Google, um em cada quatro minutos online é feito através de telemóveis e uma em cada cinco pesquisas de destinos para viagens têm origem a partir destes dispositivos, uma percentagem que aumenta a cada ano que passa.



Hoje em dia, seis em cada dez pessoas têm um smartphone, o que significa que 24 milhões de pessoas consultam a Internet a partir do seu telefone, em comparação com 30 milhões de pessoas que utilizam o computador. Tudo indica que, num curto espaço de tempo (2 anos), o tráfego da Internet a partir de telemóveis irá ultrapassar o dos computadores de desktop.

Esta nova tendência vai dar origem a novos padrões de consumo, de maneira que as várias entidades responsáveis pela gestão de Ecopistas e percursos não motorizados se concentram cada vez mais em oferecer este tipo de recursos aos utilizadores.

- A aplicação, Girona Greenways e-routes, orienta os utilizadores ao longo das Ecopistas de Girona, utilizando mapas digitais em smartphones e mantém os utilizadores informados sobre os vários pontos de interesse próximos da rota através



de alguns vídeos divertidos.

Estas e-routes são compostas por três rotas/itinerários pertencentes às Ecopistas de Girona. O utilizador é acompanhado por Jep, um personagem agradável virtual, cuja função é guiar os visitantes através de vários ecrãs de multimédia à medida que vai interpretando os elementos naturais e culturais encontradas ao longo do caminho.

Este ecrã também fornece a descrição da rota, o tempo de duração, quaisquer mudanças de elevação e pontos de interesse.

O download desta aplicação pode ser feito através do website das Ecopistas de Girona,

www.viesverdes.cat, ou através de um dos 30 GPS equipados com dispositivos de PDA, os quais, podem ser alugados em pontos de informação ao longo da rota. No website há versões disponíveis para Windows Mobile, BlackBerry e Android. O utilizador pode optar por seguir o guia em Espanhol, Inglês, Francês ou Catalão.

- O Concelho da Região de Mayo, órgão governamental da Grande Ecopista Ocidental, desenvolveu uma aplicação gratuita, específica para esta Ecopista. Esta aplicação fornece informações sobre a rota, atividades para fazer, mapas, aluguer de bicicletas, hospedagem, táxi e serviço de transfer, trilhos e outras vias próximas e instruções para usar a aplicação.



Inclui localização GPS em tempo real para os utilizadores do mapa e a possibilidade de consultá-lo mesmo sem cobertura de Internet, algo que é realmente útil quando estamos a viajar pelo interior, onde nem sempre há uma boa cobertura.

Do ponto de vista recreativo, a aplicação mistura entradas de áudio, fotos, desenhos e textos para contar as histórias ligadas à Ecopista; contos de princesas, rainhas pirata, envenenamentos e plantas carnívoras.

- Para a rota de ciclismo francesa La Vélodyssée também foi desenvolvida uma aplicação móvel específica para dispositivos móveis dedicada ao mundo do ciclismo no "Vendée" Department.

Esta aplicação, que é gratuita (download), está disponível desde Setembro de 2012 e foi possível graças à colaboração do Departamento de Vendée e da Comissão de Turismo Departamental. Através desta aplicação são fornecidas informações sobre as ciclovias que atravessam o Departamento de Vendée. Também inclui informações sobre os serviços de aluguer de bicicletas e vários pontos de interesse turístico.



- O website da SwitzerlandMobility, dedicado ao planeamento de itinerários não motorizados na Suíça, tem duas aplicações que são facilmente acessíveis a partir da página inicial. O primeiro fornece informações sobre mais de 600 rotas nacionais, regionais e locais a serem percorridas de bicicleta, a pé, de canoa ou em patins. Informações sobre mais de 4.000 pontos de interesse podem ser encontradas, tais como: alojamento; serviços para ciclistas; monumentos; cidades; etc. Esta aplicação inclui também um motor de busca que combina mais de 24.000 paragens de transportes públicos com a rede de rotas e trilhos- informações sobre os horários.

A segunda aplicação - mais voltada para dispositivos como iPads ou tablets - permite aos utilizadores fazer download de informações, baseadas em mapas sobre a Suíça, mostrando a rede oficial de itinerários do país. A aplicação inclui a funcionalidade de planeamento da rota e um áudio guia. Uma vez feito o download pode-se ter acesso sem ser preciso ligação à Internet.

- No caso da iniciativa Nederland Fietsland, que visa promover a Holanda como destino ciclo turístico, foi desenvolvida uma série de ferramentas,

entre as quais estão uma ou duas que são um pouco mais “inovadoras”. Estas, vão desde aplicações que permitem aos utilizadores partilhar a rota escolhida na internet ou em redes sociais, até às ferramentas que mostram as rotas traçadas por utilizadores e que servem de ligação com as já existentes, ou que permitem encontrar um parque de campismo ou conselhos sobre ciclismo.

- A organização Sustrans produziu uma aplicação para a Rede Nacional de Ciclismo, que fornece informações sobre os mais de 22.500 km em mapas (de uma escala de 1:10.000), que compõem esta rede no Reino Unido. Estes mapas mostram as melhores lojas de venda de produtos locais, escolas, bibliotecas, museus, centros desportivos, lojas de bicicletas, locais de interesse turístico, etc. Esta aplicação também tem um link para o website da Sustrans onde eventos, notícias, artigos e projetos de interesse são colocados, para além de estar sincronizada com as redes de transporte público, proporcionando assim, aos utilizadores os benefícios da intermodalidade.

3.5 - Publicações.

Quando falamos de cicloturismo e caminhadas, a disponibilidade de bons mapas, guias e folhetos com informações detalhadas são fatores chave de escolha para o utilizador de Ecopistas ou rotas não-motorizadas. É, portanto, uma boa maneira de promover as Ecopistas e a sua envolvente.

Dos recursos tradicionais publicados, tais como folhetos ou livros, talvez os mais importantes sejam os mapas e guias à venda em livrarias e lojas especializadas. Hoje em dia há um número crescente de projetos, financiados com dinheiro público, que são boas ferramentas deste tipo à disposição dos cidadãos. No entanto, a cada dia que passa é mais comum encontrar uma série de links e ferramentas nos websites das Ecopistas que permitem aos cidadãos ter acesso a materiais de semelhante qualidade, em formato digital, fazendo download a partir dos respetivos websites.

Os Websites também podem facilitar o acesso a recursos inovadores, oferecer informações personalizadas, ou fazer uso de uma gama de diferentes meios de comunicação para mostrar a potenciais utilizadores as mesmas informações de uma forma atraente.

3.5.1 - Publicações impressas: mapas e guias

Embora o uso dos meios de comunicação impressos para o fornecimento de informações sobre Ecopistas esteja a tornar-se um pouco fora de moda, é interessante ter mapas, guias e folhetos em papel, itens que possam ser manipulados fisicamente e que permitem que os utilizadores os possam consultar mais tarde. Isto acontece especialmente se o material foi concebido com um público específico em mente que talvez precise de ter informações impressas neste tipo de recurso, ou nos casos em que, por razões de design ou devido a outros fatores, o material impresso tem alguma vantagem sobre outros tipos de média.

Uma dificuldade inerente às publicações impressas é o problema de garantir que chegam às partes realmente interessadas. Uma solução para garantir que isso aconteça é usar o website da Ecopista para promover a existência de material físico fornecido gratuitamente, indicando onde pode ser encontrado. Obviamente, é recomendável ter este tipo de material disponível para download no website do órgão de gestão da Ecopista.

Há inúmeros exemplos de excelente material promocional publicado. Especialmente o material publicado por organizações de âmbito nacional, tais como: Sustrans, SwitzerlandMobility, Fundación de los Ferrocarriles Españoles, France Vélo Tourisme e Association Française des Véloroutes et Voies Vertes.

Abaixo damos alguns exemplos, sendo que algum está à venda e outro pode ser obtido gratuitamente.

- A SwitzerlandMobility (Suíça) mais uma vez se destaca pelos seus excelentes guias, cada um especializado nas diversas preferências dos utilizadores (caminhadas, cicloturismo, bicicleta de montanha, skate e canoagem). Estas informações estão disponíveis na loja online do seu website, onde há um motor de busca diferente para guias ou mapas utilizando vários critérios: rotas, regiões ou palavras-chave. Por exemplo, se a palavra chave for “mapa”, depois de ser encontrada, pelo motor de busca, é fornecida uma breve descrição do material e do seu conteúdo.

- No site da Eurovelo 6, há uma boa seleção de guias e mapas de qualidade, com um link para o local onde podem ser adquiridos e uma breve descrição do conteúdo. Com este material, a organização de um passeio de bicicleta ao longo da rota de Nantes, na França, até à foz do Danúbio, na Roménia(3,500 quilómetros) torna-se muito mais simples. Este percurso tem a vantagem de seguir por duas rotas nacionais e internacionais, com uma grande tradição de cicloturismo ao longo do Vale do Loire e do Rio Danúbio.



• A Fundación de Ferrocarriles Españoles oferece um Guia de Ecopistas em 3 volumes para divulgar os 2.000 km de linhas férreas em desuso disponíveis em Espanha para caminhantes e ciclistas. O guia foi atualizado em várias ocasiões, desde a sua primeira publicação em 1997. Publicado por uma editora bem conhecida neste campo, pode ser obtido nas livrarias em todo o país. Mais de 50.000 cópias foram vendidas em livrarias ou online no website www.viasverdes.com da fundação. Com base nesses livros, o FFE também publicou uma série de guias sobre Ecopistas para serem inseridos nas edições de fim-de-semana de jornais nacionais e regionais.

• A Ecopista polaca New Amber Trail Greenways desenvolveu um guia completo com mais de 150 páginas, com mapas e informações em Polaco e Inglês, e foi financiada por um projeto europeu sobre "Turismo Sustentável nas Ecopistas". O guia impresso pode ser encomendado online e também está disponível para download e leitura online no website da Ecopista.

Há exemplos interessantes de publicações especializadas sobre o ambiente, do ponto de vista das Ecopistas utilizadas como auxiliares de educação ambiental, principalmente para crianças em idade escolar.

Um dos guias de educação ambiental mais interessantes em ecopistas, produzidos em Espanha, é o guia publicado pelos Ecologistas em Ação para a ecopista espanhola La Sierra (disponível gratuitamente na Internet). Este guia serviu como referência para a Fundación de Ferrocarriles Españoles, quando produziu o seu Guia de

Educación Ambiental para a Ecopista La Jara, com a colaboração da Fundación Biodiversidad. Foi publicado um número reduzido de exemplares, os quais foram distribuídos por escolas na Província por onde esta Ecopista passa (Toledo), uma vez que, um grande número de professores pediram para ter os guias em forma impressa, de modo a ser capaz de trabalhar com eles em sala de aula. Um DVD acompanha o guia em formato pdf. Juntamente com alguns extras, como: vídeos de educação ambiental, jogos e actividades. Tudo isto pode ser encontrado no site www.viasverdes.com.



Guía de educación ambiental - Vía Verde Jara

Febrero, 2010



Guía dirigida a grupos escolares para recorrer la Vía Verde de La Jara (Toledo).

Realizada por la Fundación de los Ferrocarriles Españoles con la colaboración de la Fundación Biodiversidad dependiente del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. (5,6Mb)



Descargar pdf

3.5.2 - Downloads gratuitos de mapas e guias

Um dos recursos que a nossa nova era tecnológica disponibilizou aos utilizadores de Ecopistas é a possibilidade de fazer download, diretamente da Internet, do material em que se está interessado. Esta opção reduz consideravelmente o custo para os utilizadores, os órgãos de gestão e para o meio ambiente, proporcionando qualidade e informação up-to-date. Abaixo destacamos alguns dos inúmeros exemplos.

A rota Iron Curtain Train (rota Eurovelo 13) oferece aos utilizadores a possibilidade de fazer o download, diretamente do seu website, de mapas, guias e folhetos oficiais sobre os 6,800 km deste percurso não-motorizado que passa por vários países da Europa, seguindo o caminho da “Iron Curtain” que dividia a Europa durante os anos da Guerra Fria. A brochura oficial é de excelente qualidade e está muito bem elaborada. Também fornece todo o tipo de informação sobre esta rota inigualável. No final da brochura é fornecida, para

cada uma das fases, uma lista de guias oficiais (que não são grátis).

Um novo recurso interessante, oferecido por alguns websites, é a possibilidade de construir ou personalizar os guias, de modo a que os utilizadores possam escolher e fazer o download apenas das informações sobre o troço ou troços que estão a planear percorrer.

Este é o caso do website francês Vélo Luberon, cujos mapas interativos permitem aos utilizadores ter acesso a uma base de dados contendo as diversas rotas e pontos de interesse, bem como, a uma série de serviços disponíveis. O recurso de zoom permite aos utilizadores ajustar a profundidade da imagem (mapas detalhados de uma escala 1/500), de modo que, a imagem final apresentada no ecrã pode ser impressa a partir de um ficheiro em pdf criado pelo programa. Também é possível ter acesso ao folheto das rotas da região,





de uma forma muito visual e atraente, através do formato de revista, graças a um tipo de ferramentas que podem ser úteis para os gestores de ecopistas (neste caso particular, o website usa a aplicação ISSUU's "digital newsstand").

Outra rota que faz parte do projeto Eurovelo, a Ciclovia do Mar do Norte, que se estende por cerca de 6,000 km em torno do Mar do Norte, permite aos utilizadores criar um guia à la carte quando fazem download em pdf com as informações que eles decidem incluir, utilizando critérios de pesquisa tais como: região, tema (incluindo informações sobre alojamento, serviços, pontos de interesse turístico, eventos, figuras históricas, notícias, etc), países ou rotas.

3.6 - Iniciativas da participação de cidadãos.

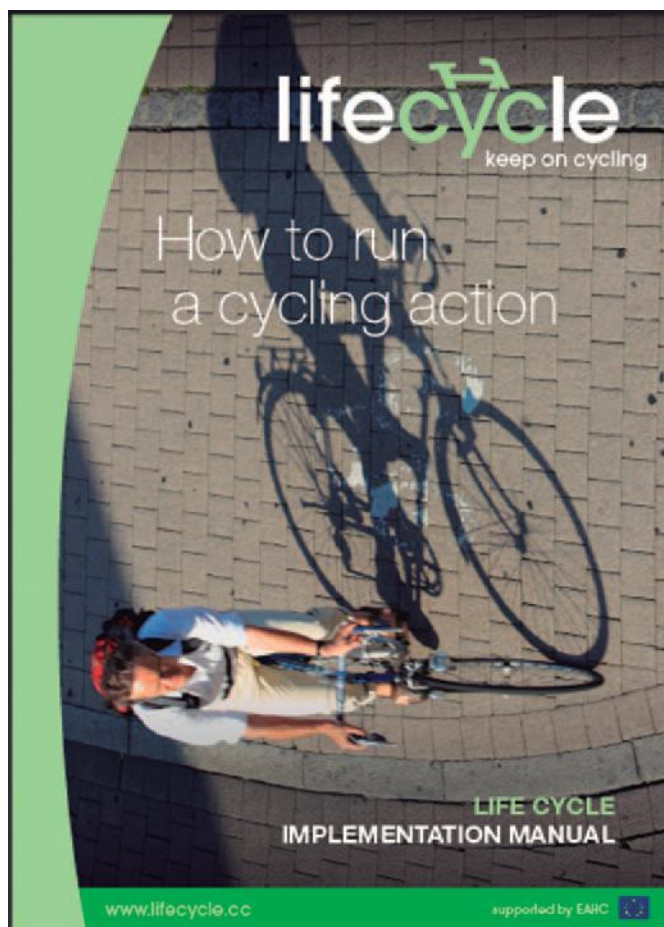
Desde o planeamento à implementação de uma ecopista é preciso desenvolver ações que envolvam os cidadãos das localidades por onde essa via irá passar. O sucesso de uma Ecopista depende em grande medida do grau de aceitação e apoio que desperta entre a população local, e na medida em que eles a usam, cuidam e promovem. Há muitas iniciativas a partir das quais podemos aprender, e cujas estratégias podemos copiar e adaptar às circunstâncias específicas de cada projeto.

Lifecycle é um projeto financiado pelo Programa de Saúde Pública da União Europeia/European Union's Public Health Programme, cujo objetivo é identificar, promover e valorizar iniciativas que estimulem todos os tipos de pessoas a criar e manter o hábito de andar de bicicleta.

Este órgão recomenda uma série de pontos-chave que qualquer gestor de ecopistas ou promotor de atividades deve ter em mente na hora de orga-

nizar eventos envolvendo a população local:

- Planear a atividade corretamente, de acordo com as circunstâncias específicas de cada caso, evitando soluções padronizadas.
- Definir critérios para a medição da mudança e da monitorização das ações.
- Observar o que está a acontecer na comunidade ou no grupo que cada ação tem como alvo, analisando a sua aceitação ou rejeição de atividades similares e reagir em conformidade.
- Obter apoio e cooperação até mesmo de en-



tidades externas à própria organização, seja ele monetário, em espécie ou em recursos humanos, e daqueles realmente alvo destas medidas, por meio de campanhas de sensibilização.

- É fundamental ter uma comunicação clara e um plano publicitário destinado a todos os participantes do projeto, incluindo os meios de comunicação, patrocinadores e autoridades locais, bem como aqueles que realmente o projeto visa atingir.

3.6.1 - Iniciativas a nível nacional ou internacional

- Quando falamos da participação dos cidadãos, pensamos automaticamente na organização Sustrans, em que todos os seus projectos se destacam pela forte componente de envolvimento dos cidadãos. No que diz respeito ao trabalho com a população local, o projeto “DIY Street” é particularmente interessante. Tem como objetivo reunir os vizinhos e as pessoas que pertencem à mesma comunidade, para que possam “redesenhar” as suas ruas, tornando-as num lugar mais seguro

e mais agradável para se viver. Uma menção especial deve ser feita ao guia Simple Guide deste projeto, que é uma leitura essencial para associações ou pessoas que pretendam desenvolver um projeto como este a nível local, com um alto grau de envolvimento dos cidadãos. O guia contém instruções para a organização de reuniões, avaliando a viabilidade dos projetos, convocando conferências de imprensa, a obtenção de fundos para o desenvolvimento de projetos, e muitas outras dicas.

Outra fórmula de sucesso para a divulgação de ecopistas e promoção da sua utilização e respeito entre a população local é fazê-lo através das crianças. Mais uma vez gostaríamos de destacar os esforços da Sustrans, no Reino Unido que, através do projeto “The Big Pedal”, fez um apelo aos pais e crianças para fazerem o percurso de casa para a escola e vice versa, de bicicleta. A fim de incentivar alunos e pais a usar este meio de transporte, foi criada uma espécie de “corrida num circuito virtual”, que inclui um determinado número de diferentes Ecopistas. Quanto mais crianças utilizarem a bicicleta no percurso escolar, mais rápido a escola dá a volta ao circuito. Como





resultado deste projeto, em 2012 mais de 300 mil alunos de cerca de 1.000 escolas pedalou para a escola.

- Outra ação que visa a divulgação da existência de ecopistas está em vigor em Espanha, desde 1999. Trata-se do Dia da Ecopista, organizado em Maio de cada ano pela Fundación de los Ferrocarriles Españoles, para incentivar as autoridades locais, gestores de ecopistas e grupos de cidadãos a organizar festas que promovam o uso de ecopistas. Mais de 20 mil cidadãos participam nas inúmeras atividades por todo o país. Aquelas organizadas pela Ecopista La Sierra são particularmente animadas: passeios de bicicleta (alguns sob a lua cheia), meias maratonas, competições fotográficas, atividades para crianças e passeios para adultos ao longo da Ecopista... Nesta ecopista foi dada uma especial ênfase ao envolvimento das mulheres de localidades próximas à via,

um grande desafio no meio rural por onde esta ecopista passa, e que resultou no envolvimento significativo da presença feminina e das suas famílias, daquela área, nestas atividades.

- Esta experiência espanhola serviu de referência para o lançamento do Dia Europeu das Ecopistas pela Associação Europeia de Vias Verdes (European Greenways Association – EGWA), que incentivou os seus membros (nacionais, regionais e gestores de ecopistas locais) a organizar atividades de participação a nível dos cidadãos, sua rotas, durante todo o mês de Setembro, para coincidir com a Semana Europeia da Mobilidade.

- A criação de Friends of Czech Greenways (República Checa), como o seu nome sugere, uma associação de amigos das Ecopistas Checas, teve claramente um impacto significativo e direto sobre a promoção de Ecopistas. Devido a esta

iniciativa, a participação dos cidadãos tem sido notável, desde 1994, foram organizados eventos e conferências em vários países. Os membros têm trabalhado com os jornalistas e operadores turísticos, fornecendo informações turísticas (através da distribuição de folhetos e guias) e organização de projetos de intercâmbio cultural.

3.6.2 - Iniciativas a nível local

- Um dos exemplos mais impressionantes da participação dos cidadãos em matéria de ecopistas é fornecido pelo Great Southern Trail da Irlanda, onde o “Grande Grupo de Ação do Trilho do Sul”, um grupo de voluntários, tem trabalhado durante os últimos 20 anos, com entusiasmo, na transformação de uma antiga linha ferroviária abandonada, numa esplêndida Ecopista que todos podem desfrutar. Esse esforço foi reconhecido pela atribuição de um dos prémios da Associação Europeia de Vias Verdes em 2011.
- A ecopista espanhola, Montes de Hierro, desenvolveu uma atividade muito original com a população local. Aproveitando-se do fato de que

a equipa de futebol, Atlético de Bilbao, a equipa mais importante da província, disputava a final de um campeonato, os órgãos de gestão da Ecopista organizaram uma marcha popular, com o slogan “En Busca del alirón”.

Foi produzido um vídeo que foi divulgado através das redes sociais e visto por mais de 100.000 pessoas, em que a origem do termo “alirón” foi explicado (do termo inglês “all iron”) e da sua relação com o passado mineiro da região bem como as vitórias da equipa de futebol local. Um número significativo de representantes da imprensa cobriu a marcha, em que os presidentes de Câmara de cidades e vilas vizinhas participaram.

- No caso da Ecopista de La Jara (Espanha), a associação de municípios que administra esta via, desenvolveu um projeto de teatro comunitário intitulado “O comboio que nunca foi”, a fim de, divulgar este troço que atravessa uma área rural muito pouco povoada. Esta iniciativa envolveu mais de 500 pessoas entre espectadores, atores e aqueles que participaram nas oficinas criativas. O projeto teve uma grande divulgação nas redes sociais, notícias na imprensa, entrevistas na rádio e na TV.



- Outro projeto que vale a pena mencionar é o Go Barrhead! Schools Cycling Initiative (Escócia). Esta iniciativa é dirigida pelas escolas secundárias da cidade de Barrhead, onde o uso da bicicleta foi incluído como mais uma disciplina no currículo escolar e os alunos foram incentivados a utilizar bicicletas fora do horário escolar. Para este fim foram criadas, para os alunos que pedalam para a escola, atividades promocionais e educativas: clubes de ciclismo, prêmios e passaportes, entre outras atividades. Um dos resultados mais notáveis foi a de que houve um aumento espetacular no número de alunos, entre os 9 e 12 anos de idade, nas escolas de Barrhead que aderiram a esta iniciativa, tendo o número subido de 0,4% para 7,75% em dois anos. Esta experiência é perfeitamente transferível para todas as Ecopistas que passam perto de escolas ou de centros para crianças e jovens.

3.6.3 - Celebidades, pessoas famosas e formadores de opinião que apoiam projetos

Outra prática para a promoção de Ecopistas digna de menção é envolver o apoio que personalidades do desporto, apresentadores de TV, atores e outras celebridades podem trazer para projetos específicos, a fim de conduzir campanhas de participação de cidadãos, ou simplesmente promover e sensibilizar para a utilização de Ecopistas.

- A organização Sustrans, em parceria com a ciclista e campeã olímpica em 2012 Dani King, lançaram uma campanha de apelo ao governo para incluir o ciclismo no currículo escolar em todo o país. Nas palavras da ciclista: “Eu falo com tantas crianças que gostariam de ir de bicicleta para a escola, mas não têm a formação adequada para fazê-lo com segurança ou não existem instalações, na escola para guardar as bicicletas. Nós sabemos que as crianças que se deslocam para a escola de bicicleta são mais saudáveis, mais confiantes e têm um melhor desempenho nas aulas.



Se queremos ver uma mudança real no número de crianças a andar de bicicleta para a escola e os benefícios que isso implica, é necessário ter um nível mínimo de educação e instalações para bicicletas em todas as escolas do Reino Unido.”

No caso das Ecopistas espanholas, dois dos ciclistas mais bem-sucedidos do país, Pedro Delgado (vencedor do Tour de France e duas vezes vencedor da Vuelta a España) e Miguel Induráin (cinco vezes vencedor do Tour de France e duas vezes vencedor do Giro d'Italia), têm desempenhado um papel ativo na sua promoção. Pedro Delgado - também muito popular como comentarista da televisão espanhola, de grandes eventos de ciclismo - promove as Ecopistas nas proximidades de lugares por onde a Vuelta a España passa, utilizando informações fornecidas pela Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE). Miguel Induráin, por sua vez, apresentou o passaporte Ecopistas, uma iniciativa promocional lançada pela FFE em que um total de 19 Ecopistas espanholas participaram.



Outra celebridade a promover Ecopistas é o ex-apresentador de notícias e veterano da televisão pública espanhola, Lorenzo Milá. Ele apareceu no primeiro capítulo da série de televisão “Vive la Vía”, assim como o ciclista Pedro Delgado, incentivando as pessoas a usar Ecopistas. Outra personalidade muito famosa da TV espanhola, Mercedes Milá, que apresentou muitos programas diferentes de TV e que admite ser



uma verdadeira fã de Ecopistas. Ela já percorreu, de bicicleta, um grande número de áreas verdes nos últimos anos e tem dado várias entrevistas na televisão vestindo a T-shirt que promove as Ecopistas espanholas, bem como incentivando todos os seguidores do seu blog a sair e a desfrutar das Ecopistas. Quando a campanha “Ecopistas, Zero CO2” foi lançada pela FFE, ela escreveu esta mensagem de apoio:

“Somos um grupo de fãs de Ecopistas. Não sou capaz de contabilizar a quantidade de CO2 que deixamos de poluir, mas posso referir-lhes as montanhas de felicidade que as [Ecopistas] nos trouxeram. Quando, primeiro as descobri eu pensei que eram uma grande invenção, que quem teve a ideia de reutilizar caminhos-de-ferro inutilizados e transformá-los em rotas para o paraíso merece os nossos sinceros agradecimentos. Agora, na Primavera, estas rotas esperam por nós em toda a Espanha e estão mais bonitas que nunca, como se soubessem que muitos de nós íamos visitá-las. O meu grupo e eu, já estamos a planear a nossa próxima visita e estamos a contar os dias ...”



3.7 - Ações com jornalistas e operadores turísticos.

As Ecopistas são muitas vezes referidas pelos meios de comunicação e operadores turísticos europeus de uma forma pouco clara. Uma grande parte de informações e ofertas de ciclismo e passeios pedestres não incluem explicitamente o termo “Ecopista”, nos critérios de pesquisa e perdem assim os benefícios desta marca, que transmite uma imagem positiva em relação à conveniência, acessibilidade e recursos que são a marca registada das Ecopistas.

Em países como a Espanha e a França, no entanto, pode-se dizer que as Ecopistas, Vías Verdes ou Voies Vertes, agora desfrutam de uma imagem de marca forte e bem posicionada no mercado. Aqui, a promoção e comercialização das Ecopistas é baseada precisamente nas vantagens inerentes a estas rotas, uma vez que, potenciais utilizadores podem diferenciá-las entre outras rotas, devido aos seus elevados padrões de segurança e acessibilidade.

A fim de, reforçar a imagem de marca das Ecopistas europeias, é essencial ter como recurso para a sua promoção todos os tipos de mídia, uma vez que, para além dos meios tradicionais impressos, revistas especializadas, televisão e redes de rádio, agora temos inúmeros outros meios (blogs, chats, redes sociais...). Estes jornalistas e ativistas de comunicação são essenciais para ajudar a divulgar a existência de Ecopistas e as suas principais características, qualidades e benefícios.

É fundamental ter um departamento ou pessoa que trabalhe na equipa de gestão das Ecopistas e que possa dedicar pelo menos uma parte do seu tempo à comunicação. Um bom investimento neste sentido, para além da publicidade nos meios de comunicação, é nomear um responsável de comunicação que se encarregue pela escrita e emissão de comunicados de imprensa, produção e envio de artigos e fotos para revistas e jornais de interesse geral ou especializados, convocar e

realizar conferências de imprensa e até mesmo a produção de revistas especializadas, bem como, material áudio ou vídeos sobre Ecopistas e arredores. Da mesma forma, vale muito a pena ter tempo para organizar atividades e eventos para as quais os meios de comunicação são convidados. Em suma, temos que manter os meios de comunicação no circuito.

Para além disso, devido ao “boom” das novas tecnologias, embora a informação impressa ou transmitida pelos meios de comunicação atinga um maior número de público quando é primeiramente lançada/transmitida, esta informação deve estar também disponível online e nas redes sociais para ser usada posteriormente.



3.7.1 - Boas práticas: fam-trips.

Viagens de familiarização (conhecidas no mercado como fam tours ou fam trips) são reconhecidas como uma das melhores formas de promover um produto turístico ou destino, em termos de custo económico. São viagens de cortesia que são geralmente oferecidas a jornalistas, operadores turísticos ou agências de viagens, para que possam visitar e conhecer um destino/local turístico em primeira mão. O objetivo dessas viagens é promover o produto e forjar uma relação mais estreita com a imprensa, melhorando assim a sua comercialização no futuro.

Assim, viagens de familiarização promocionais, organizadas para jornalistas (também conhecidas como press trips), após as quais são esperados em primeira mão relatos detalhados das suas experiências durante a viagem. Esta é uma das estratégias mais eficazes para a promoção do turismo, uma vez que, consiste em convencer potenciais turistas que vale a pena visitar um determinado destino. A ideia não é apenas investir grandes quantias de dinheiro em campanhas publicitárias, é sim investir nas pessoas que vão contar, em primeira mão, a sua experiência pessoal com e no destino, nos seus respetivos meios de comunicação (televisão, rádio, imprensa escrita, blogs, redes sociais ...). Eles compõem um dos fatores que maior impacto pode ter sobre a reputação de uma área turística, devido à sua experiência aí vivida.

Às vezes são organizadas viagens promocionais / fam trips especialmente para bloggers, imprensa online (blogger trips). Nestes casos, são convidados quando um grupo de bloggers tem um bom número de seguidores do seu blog. A principal diferença entre uma blogger trip/viagem e uma fam trip/viagem de imprensa tradicional é que, os resultados da blogger trip começam a ser vistos mesmo antes da viagem ser feita, uma vez que os bloggers usam as redes sociais para falar sobre o destino e a rota que vão visitar/percorrer e começam a interagir com os seus seguidores e os seus seguidores entre si. Em seguida, após o evento, o 'buzz' é mantido com a colocação de fotos, montagens de vídeo e comentários no blog. Hoje em dia, o mundo dos blogs está a tornar-se um grande aliado para promover o turismo.

Das viagens de imprensa, organizadas especificamente para promover Ecopistas, destaca-se a iniciativa da Fundación de los Ferrocarriles Españoles, lançada em 2000 e repetida em anos sucessivos: "A Viagem Mágica pelas Ecopistas Espanholas". Este projeto foi desenvolvido em parceria com a autoridade responsável pela promoção do país no exterior (Turespaña) e cerca de 25 patrocinadores públicos (administrações locais e regionais, operadores ferroviários) e patrocinadores privados (empresas de autocarros).

Operadores de turismo e jornalistas estrangeiros especializados em Turismo Activo, foram convidados a fazer uma viagem juntos, uma prática não muito comum, mas benéfica para todos os participantes. Cada participante teve a oportunidade de escolher uma seção das três em que o circuito, organizado pela FFE, fora dividido com a ideia de percorrer de bicicleta, aproximadamente vinte Ecopistas espanholas ao longo de um período de quase duas semanas. Em cada lugar visitado foram oferecidos os melhores produtos culturais e gastronómicos da região e alguns percursos de ciclovias urbanas foram também incluídos. A experiência foi um sucesso tão grande que foi decidido abrir o circuito aos turistas como pacote turístico.

Nos últimos anos, várias Ecopistas europeias – especialmente espanholas – têm vindo a organizar viagens de imprensa para sensibilizar os potenciais visitantes, nacionais ou estrangeiros. As entidades responsáveis pela promoção do



turismo a nível local, regional e nacional, tendem a tomar parte na sua organização e financiamento, embora o envolvimento dos gestores de Ecopistas e empresários locais seja essencial para otimizar os resultados destas visitas. A coordenação entre os vários intervenientes irá garantir que a viagem é feita na época do ano mais vantajosa para a rota, que os melhores recursos locais são exibidos, e que a Ecopista está em ótimas condições para a visita, evitando, assim, surpresas desagradáveis.



3.7.2 - Outros exemplos interessantes

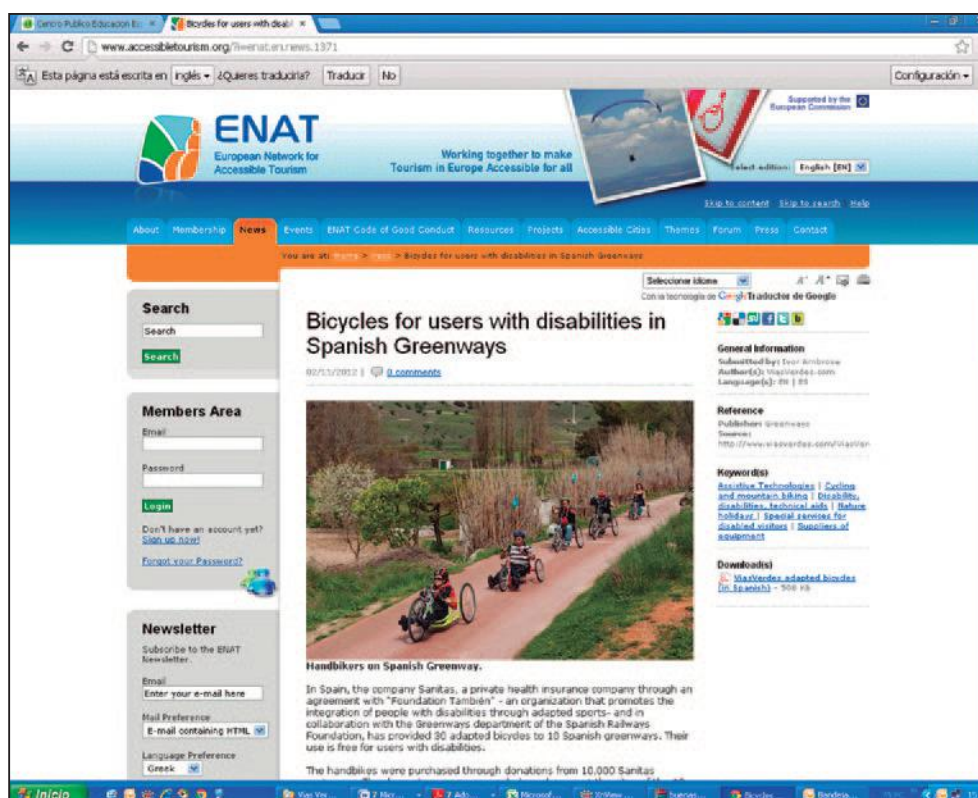
Uma excelente forma de garantir que a comunicação atinja potenciais visitantes e a população local é divulgar as atividades e a existência de Ecopistas através de publicações e material de comunicação publicado pela própria autoridade de gestão. Várias Ecopistas europeias têm o seu próprio boletim informativo onde regularmente são anunciados novos desenvolvimentos. Um bom exemplo de uma publicação do género é o Boletim de Ecopistas Espanholas, que é distribuído pela FFE mensalmente, por email entre 22 mil assinantes, dos quais 1.700 são jornalistas que, muitas vezes, publicam a mesma notícia noutros meios.

As Ecopistas também se encontram noutras publicações de âmbito territorial ou temático. Por exemplo, "Vélo et Territoires", uma iniciativa da Association Départements et des Régions Cyclables, na França. Trata-se de uma revista trimestral, distribuída entre os promotores e gestores do mundo do ciclismo, que contém informações sobre Ecopistas francesas, bem como muitas outras iniciativas relacionadas com o mundo da bicicleta. Estão disponíveis versões para impressão para o público em geral no website da associação.

Uma boa desculpa para a utilização dos meios de comunicação é a abertura oficial de uma nova Ecopista, seção ou novas instalações (em Ecopistas). A presença de membros do governo atrai a atenção dos média, como foi no caso da inauguração da Ecopista Great Western Greenway, na Irlanda, que teve uma boa cobertura por parte dos meios de comunicação, pois tanto o primeiro-ministro como o ministro do Turismo fizeram parte do pelotão de ciclistas que fez a viagem inaugural ao longo da Ecopista.

3.8 - À procura de sinergias com outros projetos

Como vimos ao longo deste guia, Ecopistas são rotas que oferecem inúmeras possibilidades para o desenvolvimento de vários tipos de atividades e campanhas de comunicação e promoção. Estas Vias também se destacam pela sua versatilidade, uma vez que são rotas que podem servir muitos propósitos, como podemos ver nesta pequena seleção de iniciativas que têm procurado sinergias entre áreas verdes e outros projetos de natureza muito diversa, a fim de divulgar e promover o seu uso.



Muitas ações têm por objetivo otimizar o grande potencial oferecido pelas ecopistas, devido aos seus altos níveis de acessibilidade e facilidade das rotas, o que torna estas vias adequadas para pessoas de diferentes níveis de habilidade.

A Fundación de los Ferrocarriles Españoles colaborou com a Fundación También (organização sem fins lucrativos dedicada à integração de pes-

soas com deficiência por meio do desporto adaptado) e com um grupo privado de especialistas na saúde, para desenvolver uma campanha que resultou na doação de 30 bicicletas adaptadas (handbikes e triciclos) a 10 Ecopistas espanholas as quais, podem ser alugadas gratuitamente por pessoas de mobilidade reduzida. Mais de 10 mil clientes da companhia de saúde estiveram envolvidos nesta campanha, votando na Ecopista espanhola para a qual queriam doar as bicicletas.



Enquanto isso, o impacto positivo comprovado que o uso de Ecopistas tem na saúde e no bem-estar das pessoas, em diversas ocasiões, originou campanhas em parceria com o sistema de saúde público. Assim, em Espanha, as Ecopistas de Girona têm feito parte de programas de apoio a sistemas de prevenção de saúde pública regional, através dos quais os médicos prescrevem hábitos saudáveis aos seus pacientes, como caminhadas e exercício físico. Este modelo também já está em vigor na Ecopista Almanzora (Almeria), onde os médicos locais de Serón, (o município através do qual esta rota passa), têm sido capazes de reduzir a prescrição de medicamentos a pacientes que fazem caminhadas na Ecopista.

Uma maneira eficaz de curar e prevenir certas doenças através da atividade física moderada.

As Ecopistas também têm um enorme potencial como recurso educativo. Em Espanha, existem uma série de Ecopistas com material em educação ambiental já publicados, como a Ecopista La Jara mencionada neste guia, a Ecopista Agost-Maigmo, e as Ecopistas da Cantábria. Um bom exemplo é o da Ecopista La Sierra Greenway, que, após um acordo entre várias partes, produziu um guia didático para a rota que, proporciona uma excelente oportunidade para alcançar as crianças em idade escolar nesta área e melhorar a sua educação ambiental com algo tão próximo deles. Mas para muitas crianças ainda se trata de um tema desconhecido, bem como a existência da própria Ecopista.

Todos os anos são oferecidas nas escolas das províncias Andaluzas de Cádiz e Sevilha a oportunidade de enviar os seus alunos em excursões escolares para a Ecopista La Sierra. Em 2010, estima-se que cerca de 3.000 alunos visitaram esta Via como resultado desta iniciativa, que serve um propósito múltiplo: sensibilização em matéria ambiental, criação de emprego e promoção da própria Ecopista, uma vez que as crianças vão para casa com informações sobre a Ecopista e incentivar os pais e irmãos a repetir a visita noutro dia.

Outro exemplo interessante deste género é o projeto desenvolvido pelas Ecopistas de Girona, intitulado “Os Segredos das Ecopistas”, cujo objetivo é transformar esses trilhos num centro de interpretação territorial, a fim de compatibilizar o uso público das Ecopistas com a conservação das áreas naturais por onde passam. Para isso foi feito um inventário do ambiente, património histórico, etnológico, etc , dos recursos tangíveis e intangíveis, que existem ao longo das Ecopistas de Girona. O resultado foi a sinalização de 25 troços adicionais para que os utilizadores pudessem encontrar o caminho e para ajudá-los a interpretar esses trilhos. Para tal, foi indispensável a ajuda das 54 fichas didáticas, que compõem o dossier pedagógico das Ecopistas de Girona, no qual os utilizadores podem obter informações sobre mui-



tas das características únicas dos trilhos, muitas vezes desconhecidas até então. Assim sendo, as Ecopistas, representam um recurso educacional interessante, uma forma de descobrir a área ao mesmo tempo que se desfruta e compreende o seu património natural e cultural.

A qualidade das muitas e variadas atividades relacionadas com as Ecopistas Europeias é evidenciada pelo número de boas práticas e projetos regularmente apresentados, em resposta ao convite para apresentação de propostas aos European Greenways Awards (EGA). Estes prémios, apresentados pela European Greenways Association - EGWA / Associação Europeia de Vias Verdes -, foram criados em 2003 e desde

então, têm vindo a ser realizados de dois em anos. A atribuição destes prémios contribui para a promoção de boas práticas em ecopistas, bem como, incentivam o desenvolvimento qualitativo dessas instalações abertas ao público em geral na Europa. Desde a primeira edição de atribuição de prémios, muitas têm sido as iniciativas das Ecopistas Europeias galardoadas com esta distinção. Para além disso, a atribuição deste tipo de prémios pode também ser feita a nível nacio-

nal. Por exemplo, a Fundación de los Ferrocarriles Españoles organizou o "I Premio Vías de Empleo Verde" / 1st Greenway Jobs Awards com base no Projeto "Vías de Empleo Verde", com o objetivo de reconhecer as melhores iniciativas de emprego relacionadas com Ecopistas, exibindo excelência ambiental e inovadora e também promovendo o desenvolvimento sustentável das áreas verdes e da sua envolvente.





Capítulo 4 - Conclusões e recomendações.

De acordo com pesquisas recentes apresentadas pela Federação Europeia de Ciclistas (ECF), o cicloturismo é um dos setores do turismo europeu que mais tem crescido. Juntamente com as caminhadas, este tipo de turismo torna-se mais sustentável em termos ambientais e socio-económicos do que praticamente qualquer outro tipo de atividade turística. O desenvolvimento de Ecopistas não provoca praticamente nenhum impacto no meio ambiente, uma vez que se faz uso da infraestrutura existente. Não é permitido o uso de veículos motorizados neste tipo de rotas/plataformas. A grande maioria de ecopistas atravessa áreas rurais, que são elementos de desenvolvimento económico local, que ajudam a evitar o êxodo rural. A sustentabilidade é, sem dúvida, uma das características que diferencia as caminhadas e o cicloturismo de outras atividades turísticas, e é uma característica que influencia as campanhas de comunicação/promoção.

Podemos resumir dizendo que é essencial ter profissionais na gestão da organização de tarefas específicas de comunicação e promoção das Ecopistas em questão. É necessário ter um website completo para fornecer informações que os utilizadores necessitem. É preciso oferecer material impresso selecionado, muito voltado para o visitante/turista, e também é muito interessante ter um boletim digital ou revista regular para manter os utilizadores/visitantes informados sobre as atividades e projetos relacionados com a Ecopista.

Como vimos neste guia, Como vimos neste guia, também é importante fazer uso dos novos meios que podem promover o turismo, tais como redes sociais, aplicações para telemóveis, ou canais de vídeo online. Hoje em dia, cada vez mais turistas preparam as suas viagens utilizando dispositivos móveis e ferramentas associadas, ao invés



dos computadores tradicionais. Portanto, para uma ecopista se tornar num destino turístico é necessário oferecer informações e conteúdos interessantes para ambos: utilizadores regulares e potenciais, utilizando diferentes canais de comunicação, tanto online como offline, há que incentivá-los a visitar e voltar às Ecopistas. Em suma, precisamos de ganhar a fidelidade dos turistas para o destino.

Naturalmente isto não é apenas da responsabilidade das entidades gestoras das ecopistas, muitas vezes é das agências de viagens ou empresas de serviços turísticos que colocam utilizadores e Ecopista em contato um com o outro. Portanto, adicionalmente, as empresas que prestam este tipo de serviços para áreas verdes devem, em primeiro lugar, ter um conhecimento profundo das Vias e, por outro, dedicar-se aos novos canais de comunicação. Além disso, as empresas locais, tais como aquelas que oferecem alojamento, restaurantes, lojas de venda de produtos locais, serviços de aluguer de bicicletas, etc.. precisam colaborar com as entidades gestoras na promoção do destino e prestar serviços de qualidade para os visitantes. Desta forma, eles vão ajudar a dar às ecopistas uma imagem de qualidade que pode ser transmitida por meio desses novos canais, de modo a que os turistas escolham e voltem a um destino desse tipo nas suas próximas férias.

Como já foi mencionado antes, a natureza das Ecopistas faz destas Vias um destino turístico com uma enorme gama de potenciais utilizadores/visitantes. Se considerarmos o fato de que 70% de todos os turistas começam a olhar para um destino turístico na Internet, sem ter um destino específico em mente, mas sim na forma de brainstorming, podemos ver o quão importante estas novas tecnologias são. Por isso, é relevante desenvolver atividades que destaquem os benefí-

cios das ecopistas, com a colaboração e participação de ambos a população local e os turistas, enquanto se concentram esforços para organizar atividades com operadores de turismo e jornalistas.

Finalmente, há um número crescente de pessoas que decidem passar parte das suas férias a viajarem a pé ou de bicicleta. Isso significa que existe um crescente número de serviços turísticos em parceria, e por isso, o futuro, e cada vez mais, o presente do turismo baseado nestas vias depende da possibilidade de oferecer pacotes organizados para potenciais utilizadores. E não apenas isso, já que os turistas estão cada vez mais focados no “Turismo Experiencial “ e não apenas num pacote de turismo. Neste sentido, os agentes económicos associados às ecopistas e outros itinerários não-motorizados precisam de se concentrar não só na criação e venda de pacotes de turismo, mas também em proporcionar experiências turísticas únicas.



Apêndice



Associação Europeia de Vias Verdes

Em maio de 1997, decidiu-se, dentro do âmbito da Primeira Conferência Europeia de circulação em antigos caminhos ferroviários (Val- Dieu, Bélgica) a criação de uma Associação Europeia de Vias Verdes.

A Assembleia constituinte da associação foi realizada em Namur, na Bélgica, a 8 de janeiro de 1998. Os estatutos foram assinados por 17 representantes de instituições e associações de vários países europeus.

Associação Europeia de Vias Verdes (EGWA), é uma associação sem fins lucrativos criada com o objetivo de difundir e promover Ecopistas na Europa. Desde 2009 a Secretaria e Gabinete Executivo situam-se em Madrid, na sede da empresa de Caminhos-de-ferro espanhola. Atualmente 44 organizações membro, oriundas de 11 países, apoiam a EGWA.

Desde a sua fundação em 1998, a Associação Europeia de Vias Verdes...

- Contribui para a preservação de infraestruturas, do domínio público tais como antigas linhas ferroviárias, caminhos de sirga, canais e rotas históricas (estradas romanas, rotas de peregrinação, trilhos de gado,...) através do desenvolvimento de itinerários não-motorizados.
- Incentiva o uso de transportes não-motorizados, elabora possíveis itinerários, e escreve relatórios técnicos.
- Promove e coordena a troca de conhecimentos e informações entre várias associações e órgãos nacionais e locais que atualmente desenvolvem estas iniciativas na Europa.
- Informa e aconselha os órgãos locais e nacionais sobre como desenvolver rotas não motorizadas.
- Colabora com os organismos europeus para apoiar as suas políticas em termos de desenvolvimento sustentável, ambiente, equilíbrio regional e emprego.

Junte-se a nós: A EGWA incentiva todos os promotores de Ecopistas a fazer parte desta Associação ativa, para difundir na Europa o conceito de ecopista de modo a que, possam ser reconhecidas como infraestruturas indispensáveis para uma Europa mais sustentável, com uma melhor qualidade de vida para todos os seus cidadãos.

Associação Europeia de Vias Verdes

info@aevv-egwa.org

www.aevv-egwa.org





Coordenação:

Associação Europeia de Vias Verdes (EGWA)

info@aevv-egwa.org

www.aevv-egwa.org

www.greenways4tour.org

parceiros:

Università degli Studi di Milano (Itália); EuroGites, Federação Europeia de Turismo Rural (Espanha); Fundación de los Ferrocarriles Españoles (Espanha); Basquetour Turismoaren Euskal Agentzia (Espanha); Nadace Partnerství (República Checa); Consorci de les Vies Verdes de Girona (Espanha), Comunidade Intermunicipal da Região Dão Lafões (Portugal).



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO



BASQUETOUR

BASQUE TOURISM AGENCY
AGENCIA VASCA DE TURISMO



COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DA
REGIÃO DÃO LAFÕES