

Millenium, 2(Edição Especial Nº18)



OLIVOTURISMO EM PORTUGAL UMA VISÃO GERAL DA OFERTA EXISTENTE PELAS PRINCIPAIS REGIÕES PRODUTORAS

OLIVE OIL TOURISM IN PORTUGAL AN OVERVIEW OF THE EXISTING OFFER BY THE MAIN PRODUCING REGIONS
TURISMO DEL OLIVA EN PORTUGAL UN PANORAMA DE LA OFERTA EXISTENTE DE LAS PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS

Lúcia Pato^{1,2} <https://orcid.org/0000-0002-2286-4155>

¹ Instituto Politécnico de Viseu, Viseu, Portugal

² CERNAS-IPV - Unidade de Gestão do Centro de Estudos de Recursos Naturais, Ambiente e Sociedade, Viseu, Portugal

Lúcia Pato - mljesus@esav.ipv.pt



Autor Correspondente:

Lúcia Pato

Quinta da Alagoa

3500-631 - Viseu - Portugal

mljesus@esav.ipv.pt

RECEBIDO: 24 de setembro de 2024

REVISTO: 14 de abril de 2025

ACEITE: 06 de maio de 2025

PUBLICADO: 22 de maio de 2025

RESUMO

Introdução: O olivoturismo, um produto turístico desenvolvido em áreas rurais, pode constituir-se como uma nova alavanca de desenvolvimento de áreas oleícolas, induzindo o desenvolvimento da agricultura, gastronomia e cultura local.

Objetivo: Observar a oferta atual e o grau de desenvolvimento do Olivoturismo, produto turístico em Portugal, um dos principais produtores de azeite a nível mundial.

Métodos: Numa primeira fase, observaram-se as regiões de produtos de azeite certificado com Denominação de Origem Protegida (DOP) no país, seguindo-se uma pesquisa de dados (recursos) nos sites de todos os municípios das regiões DOP referidas. Numa terceira fase, esta informação foi complementada com uma pesquisa no motor de busca Google sobre o olivoturismo nos referidos municípios.

Resultados: As experiências em unidades de alojamento e as feiras e eventos relacionados com a temática, são os recursos turísticos mais utilizados para a promoção do produto turístico. Os resultados evidenciam igualmente que as seis regiões com azeite DOP estão num processo de desenvolvimento distinto da atividade turística. A Região da Beira Interior, no Centro de Portugal, é a região de Portugal onde o olivoturismo apresenta mais oferta turística, existindo aqui duas rotas de azeite que percorrem quase toda a região.

Conclusão: Em Portugal o olivoturismo está num estado de desenvolvimento recente. Como um produto turístico rural que pode promover o desenvolvimento rural, carece de uma maior atenção, articulação e divulgação por parte de entidades privadas e públicas, a nível local e nacional.

Palavras-chave: olivoturismo; Portugal; regiões DOP; oferta turística; desenvolvimento rural

ABSTRACT

Introduction: Olive oil tourism, a tourist product developed in rural areas, can be a new tool for the development of olive-growing areas, inducing the development of agriculture, gastronomy, and local culture.

Objective: To observe the current offer and the degree of development of Olivotourism, a tourist product in Portugal, one of the world's leading olive oil producers.

Methods: In a first phase, the regions of olive oil products certified with Protected Designation of Origin (PDO) in the country were observed, followed by a search for data (resources) on the websites of all municipalities in the mentioned PDO regions. In a third phase, this information was complemented with a search on the Google search engine about olive tourism in the aforementioned municipalities.

Results: Experiences in accommodation units, fairs, and events related to the theme are the tourist resources most used to promote the tourist product. The results also show that the six regions with PDO olive oil are in a development process distinct from tourist activity. The Beira Interior Region, in Central Portugal, is the region of Portugal where olive tourism offers the most tourism, and here there are two olive oil routes that run through almost the entire region.

Conclusion: In Portugal, olive oil tourism is in a state of recent development. As a rural tourism product that can promote rural development, it requires greater attention, coordination, and dissemination by private and public entities at the local and national levels.

Keywords: olivoturism; Portugal; PDO regions; supply; rural development

RESUMEN

Introducción: El oleturismo, producto turístico desarrollado en el medio rural, puede ser una nueva palanca para el desarrollo de las zonas oleícolas, induciendo el desarrollo de la agricultura, la gastronomía y la cultura local.

Objetivo: Observar la oferta actual y el grado de desarrollo del Olivoturismo, producto turístico de Portugal, uno de los principales productores mundiales de aceite de oliva.

Métodos: En una primera fase, se observaron las regiones de productos de aceite de oliva certificados con Denominación de Origen Protegida (DOP) en el país, seguido de una búsqueda de datos (recursos) en los sitios web de todos los municipios de las regiones DOP mencionadas. En una tercera fase, esta información se complementó con una búsqueda en el buscador Google sobre oleturismo en los municipios mencionados.

Resultados: Las experiencias en unidades de alojamiento y ferias y eventos relacionados con la temática son los recursos turísticos más utilizados para promocionar el producto turístico. Los resultados también muestran que las seis regiones con aceite de oliva DOP se encuentran en un proceso de desarrollo distinto de la actividad turística. La Región de Beira Interior, en el Centro de Portugal, es la región de Portugal donde más turismo ofrece el olivoturismo, y aquí existen dos rutas del aceite de oliva que recorren casi toda la región.

Conclusión: En Portugal, el oleturismo se encuentra en un estado de desarrollo reciente. Como producto de turismo rural que puedan promover el desarrollo rural, requiere de mayor atención, coordinación y difusión por parte de entidades públicas y privadas, a nivel local y nacional.

Palabras clave: olivoturismo; Portugal; regiones DOP; oferta turística; desarrollo rural

INTRODUÇÃO

A oliveira é observada como símbolo de paz, valor, espiritualidade e sacralidade – um elemento de força e purificação, de resistência aos estragos do tempo e das guerras (Stefano, 2022). De facto, considerando a importância das oliveiras seculares não só do ponto de vista cultural, ambiental e científico, como também pelo precioso património genético de que são depositárias (Schicchi et al., 2021), alguma investigação tem já observado a relação entre esta árvore mística e o turismo.

O olivoturismo, também conhecido como turismo olivícola ou agroturismo à base da oliveira (Ferreira & Martín, 2021), é um tipo de turismo relativamente recente em áreas rurais (Murgado-Armenteros et al., 2021) que tem vindo a evoluir progressivamente há cerca de uma década, principalmente nos países mediterrânicos, em particular Espanha e Croácia (Pato, 2024). É concebida como uma atividade turística que combina desde o início a agricultura e o turismo, mas que se estende à cultura, gastronomia, bem-estar e espiritualidade. Neste sentido o olivoturismo não é apenas um veículo de diversificação das atividades agrícolas, mas também um indutor do desenvolvimento de outras atividades como a gastronomia, a cultura local, o artesanato, o bem-estar e o comércio local. Uma forma adequada de promover este tipo de turismo é organizar ofertas diversificadas relacionadas com a temática e itinerários ou percursos integrados que passem por zonas de produção de azeite e ofereçam ao visitante a possibilidade de adquirirem conhecimentos sobre o território associado ao olival. Estas rotas podem abranger várias fases da cadeia de produção do azeite, desde o cultivo da azeitona até à distribuição do produto final aos consumidores. No geral, as rotas do azeite abrangem uma rede complexa de atividades e intervenientes envolvidos na produção, distribuição e comércio do produto.

Atualmente o azeite tornou-se um produto essencial da gastronomia e da cultura portuguesa, e mais que no passado é conhecido como “ouro líquido” não só pelas suas qualidades para a saúde (Bilal et al., 2021) mas também pela sua valorização económica (Eurostat, 2024) e contribuição para o turismo (Pato, 2025).

No entanto, a investigação sobre olivoturismo em Portugal é relativamente residual (Almeida & Silveira, 2021; Pato, 2024). Conscientes da importância da atividade turística nas regiões tradicionalmente produtoras de azeite com menção “Denominação de Origem Protegida” (DOP), o objetivo deste trabalho é apresentar uma visão geral da atual oferta e do grau de desenvolvimento do produto turístico no país. Além disso, são destacadas as fragilidades e futuras linhas de ação para o desenvolvimento do produto (turístico). Para tal, numa primeira fase, são observadas as regiões DOP de produção de azeite, seguindo-se uma análise (*online*) em cada uma delas, dos recursos turísticos disponíveis.

O artigo está estruturado da seguinte forma. Após a introdução, a secção 1 contém uma análise do crescente interesse do olivoturismo. Portugal, enquanto estudo de caso e a abordagem metodológica são explicados na secção 2, enquanto a secção 3 apresenta os resultados. Na Secção 4 são discutidos esses mesmos resultados, enquanto na última secção (5), são resumidas as principais conclusões, apontadas as implicações do estudo, assim como as limitações e áreas futuras de investigação.

1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Embora a prática do olivoturismo seja recente, é uma área de gradual manifestação e investigação (Pato, 2024). Por um lado, isto revela o interesse dos diferentes intervenientes pela “nova” forma de turismo nas zonas rurais. Na verdade, o olivoturismo é um tipo de turismo desenvolvido nas zonas rurais de produção de azeite, que se cruza com outros tipos de turismo como o agroturismo ou o turismo rural (Alonso & Krajsic, 2013), turismo gastronómico (Moral-Cuadra et al., 2020; Murgado-Armenteros, 2013; Murgado-Armenteros et al., 2021), turismo cultural (Lopes et al., 2024; Pulido-Fernández et al., 2019; Şahin & Aydin, 2017) turismo de saúde e bem-estar (Bezerra & Correia, 2019; Hwang & Quadri-Felitti, 2022) e turismo religioso (Hernández-Mogollón et al., 2021; Karaman & Budak, 2023; Ünal & McKenzie, 2023). Neste sentido pode ter muitas potencialidades e implicações para o desenvolvimento destas regiões, quer a nível ambiental, económico e sociocultural (Pato, 2024). De facto, o olivoturismo envolve uma série de atividades e experiências proporcionadas em unidades de alojamento (Bezerra & Correia, 2019; Murgado-Armenteros, 2013), visitas a quintas e contemplação dos olivais e de paisagens (Bezerra & Correia, 2019), visitas a museus de azeite (Almeida & Silveira, 2021; Murgado-Armenteros, 2013), visitas a fábricas de azeite e lagares de produção de azeite (Şahin & Aydin, 2017; Vázquez de la Torre et al., 2014). Pode ainda envolver a participação em eventos e feiras relacionadas com a produção de azeite (Almeida & Silveira, 2021; Rebufa et al., 2021), a participação em rotas de azeite (Millán-Vazquez de la Torre et al., 2017), visitas a restaurantes e outros locais onde se pode apreciar o azeite (Pulido-Fernández et al., 2019) e a aquisição de azeite e produtos derivados (ex. sabonetes) em lojas especializadas (Crescimanno et al., 2002; Murgado-Armenteros, 2013; Sabbatini et al., 2016).

Todo este potencial em termos de implicações para o desenvolvimento dos territórios oleícolas, tem aliás suscitado o interesse de diversos autores para a investigação. Na verdade, com base numa pesquisa bibliométrica, Pato (2024) revelou que o aparecimento de estudos centrados no olivoturismo (embora ainda relativamente residual) começou há mais de uma década, particularmente em 2010. Após este ano o número de estudos aumentou de forma modesta, sendo que um aumento mais considerável aconteceu entre 2020 e 2023, com a percentagem de artigos publicados nestes 3 anos, sendo comparável ao da última década (Pato, 2024). Pato (2024) concluiu que há necessidade de investir em pesquisas relativas à oferta, abordando aspectos relativos ao produto em si e às características da organização relacionadas com a produção de azeite. Só tendo isto em mente, seria possível alcançar as “novas experiências turísticas criativas” referidas por Bezerra e Correia (2019). Com base no

trabalho de Murgado-Armenteros et al. (2011), conforme a Figura 1, o olivoturismo pode desencadear uma amálgama de experiências nos territórios rurais.



Figura 1 – Recursos da experiência turística do azeite

Neste sentido, torna-se importante integrar o olivoturismo com outras experiências disponíveis, seguindo uma lógica de oferta diversificada, como por exemplo a sua combinação com a rota dos vinhos e outros produtos locais.

2. METODOLOGIA

2.1 Portugal como estudo de caso

Portugal é o 4º país europeu com maior extensão de olival na União Europeia (UE), com cerca de 7% de área da UE - 28 (Eurostat, 2019). A área do olival aumentou em 2019 cerca de 41 mil hectares face a 2009, ocupando 377 234 hectares (ha) em 2019 (INE, 2021). (cf. Figura 2)

Além disso, na campanha de 2020/21, Portugal foi o sétimo país com maior produção de azeite (100 mil toneladas) (IOC, 2024) e o quarto maior exportador (6% das exportações globais) a nível mundial (Almeida & Silveira, 2021).

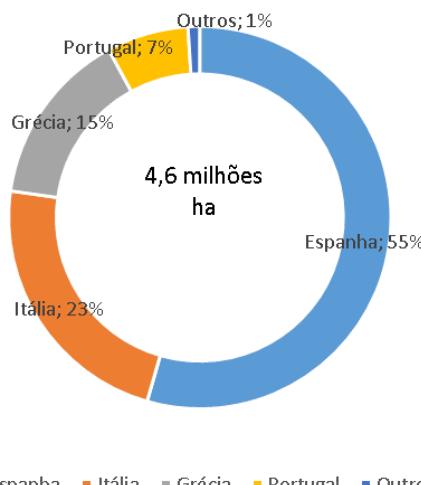


Figura 2 – Área de olival por Estados-Membros da UE

Portugal possui aliás excelentes condições edafoclimáticas para o cultivo do olival, onde as oliveiras fazem parte da paisagem portuguesa. De acordo com Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral - GPP (2020) cerca de 40% da área de olival está concentrada em cerca de 2 000 explorações, com uma área média superior a 20 ha, reflexo, entre outros fatores, do dinamismo e progresso tecnológico do sector, que beneficia de economias de escala e otimização do valor de exploração.

Dos 377 234 ha existentes em Portugal Continental, cerca de quatro quintos estão localizados no Alentejo, região que concentra a maior parte dos olivais (52,4%), seguido de Trás-os-Montes (21,7%) e Beira Interior (13,7%) (INE, 2021). A esmagadora maioria (98,9%) destina-se à produção de azeitona para azeite (INE, 2021).

Refira-se, no entanto, que a exploração do olival varia entre duas realidades distintas no país: a tradicional, localizada sobretudo em regiões para as quais é difícil encontrar atividades alternativas rentáveis e economicamente sustentáveis, a par dos olivais modernos, irrigados, intensamente explorados e com maior densidade por ha (Pinto et al., 2021).

Além disso, em Portugal o azeite produzido no país pode ser protegido em seis regiões diferentes através da menção DOP. São elas: Trás-os-Montes, Beira Interior, Ribatejo, Norte Alentejano, Moura e Alentejo Interior (DGADR, 2024). Tal como acontece com outros produtos tradicionais da UE e de Portugal, esta proteção acrescenta valor ao azeite, e também confere ao produto o reconhecimento pela sua origem aliada à tradição cultural e histórica da sua produção (Mattas et al., 2020; Pato & Duque, 2023).

Considerando a importância do azeite para a dieta mediterrânea (predominante nas regiões olívicas da região mediterrânea até à década de 1960) importa ainda referir que Portugal também integra a classificação da Dieta Mediterrânea como Património Mundial da UNESCO desde 2013 (Trichopoulou, 2021). Também Portugal integra as “Rotas da Oliveira” – itinerários interculturais de descoberta e diálogo do Conselho da Europa (CE) (criadas em 2005), baseados na oliveira, um símbolo universal de paz (CE, s.d.).

2.2 Procedimentos metodológicos

Com base na Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural do Ministério da Agricultura (DGADR, 2024), foram observadas numa primeira fase, a lista de regiões DOP de azeite em Portugal: Trás-os-Montes, Beira Interior (Beira Alta e Beira Baixa) Ribatejo, Norte Alentejano, Alentejo Interior e Moura. Em cada uma destas regiões foram identificados os municípios e/ou freguesias que as integram. Numa segunda fase, foi realizada uma pesquisa de dados nos sites de todos os municípios das regiões DOP referidas. Em cada uma destas páginas foram pesquisadas informações relacionadas com os recursos turísticos sugeridos por Čehić et al. (2020), que permite o desenvolvimento do olivoturismo. Efetivamente de acordo com os autores foram considerados os seguintes recursos turísticos: i. eventos/feiras dedicadas à azeitona e ao azeite, ii. explorações agrícolas e empresas de produção de azeite que permitiam visitas, iii. lagares e cooperativas agrícolas que permitiam visitas, iv. museus e centros de interpretação dedicados à azeitona e ao azeite, v. rotas oleícolas. Para além destes recursos observou-se ainda a existência de alojamentos relacionados com o olival e o azeite, que pudesse acrescentar valor à experiência dos turistas.

Numa terceira fase, esta informação foi complementada com uma pesquisa no motor de busca Google sobre o olivoturismo nos referidos municípios. Adaptado do trabalho de Almeida e Silveira (2021) foram utilizadas e cruzadas uma lista de palavras-chave em português: azeite, turismo oleícola, rotas do azeite, rotas gastronómicas, lagar, fábrica, cooperativa de azeite, eventos, feiras. Em cada uma das pesquisas realizadas foi adicionado o nome do município. Por exemplo: “azeite em A (A representa o município)”. O processo de pesquisa foi realizado entre 1 de abril e 31 de maio de 2024.

Com base nesta informação, numa quarta fase, os dados foram analisados com base em estatísticas exploratórias simples.

3. RESULTADOS

3.1 Breve caracterização das regiões DOP de produção de azeite

Tal como mencionado acima, em Portugal existem seis regiões DOP de produção de azeite. Todas elas estão localizadas no interior do país (cf. Figura 3).



Figura 3 – Regiões com produção de azeite DOP em Portugal

A região DOP Trás-os-Montes, localizada na região mais montanhosa do Norte de Portugal, caracteriza-se por produzir azeites mais intensos, amargos e picantes. As características da área geográfica, com 12 concelhos, ligadas a fatores naturais ou humanos, moldaram a paisagem olivícola e as especificidades do azeite de Trás-os-Montes.

A região DOP da Beira Interior (que integra as sub-regiões Beira Alta e Beira Baixa) e do Ribatejo fazem parte da região Centro de Portugal, que se caracteriza pela produção de azeites mais doces, ligeiramente amargos e mais picantes. Também aqui as características da área geográfica com 24 e 20 concelhos na Beira Interior e no Ribatejo, respetivamente, ligadas a elementos humanos e históricos, moldaram as especificidades do azeite produzido nestas duas regiões. As regiões DOP do Norte Alentejano, do Alentejo Interior e de Moura situam-se na região do Alentejo, em planícies de climas áridos, resultando em azeites suaves, mas complexos e de sabor frutado. Esta é a maior área de produção de azeite em Portugal (70%), atravessando 35 municípios.

3.2 A oferta do olivoturismo nas regiões DOP de produção de azeite

3.2.1 Região de Trás-os-Montes

Na Região de Trás-os-Montes existem diversas evidências do desenvolvimento do olivoturismo. Numa região de produção de azeite DOP, são frequentes as feiras e outro tipo de eventos na região. Com exceção de três concelhos, todos os restantes concelhos da região DOP Trás-os-Montes têm pelo menos uma feira ou evento dedicado à produção de azeite ou que esteja relacionado com a temática da produção de azeite. O ranking é, contudo, dominado pelo concelho de Mirandela, que conta com cinco eventos relacionados com a temática (Tabela 1).

Tabela 1 – Evidências do desenvolvimento do olivoturismo em Trás-os-Montes

Concelhos	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lugares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências
Valpaços	Feira nacional de Olivicultura - Olivalpaços	Não Disponível (ND)	Cooperativa de olivicultores de Valpaços	ND	Olive Nature Hotel e Spa; Pátio das Oliveiras; Quinta Rota D'Oliveira
Murça	ND	ND	Cooperativa agrícola de olivicultores de Muça	ND	ND
Carrazeda de Ansiães	Feira da maçã, vinho e azeite; Feira de produtos	ND	ND	Núcleo Museológico do Azeite – Lagar da Lavandeira	ND

Concelhos	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lugares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências
locais; Torneio e mercado mediável de Ansiães					
Vila Nova de Foz Côa	ND	ND	ND	ND	ND
Mirandela	Feira do Pão e do azeite de Suções; Festival de sabores do azeite novo; Feira Franca dos Produtos da Terra do Franco e Vila Boa; Exposição “Paisagens do azeite de Trás-os-Montes e Alto Douro”; Concurso “Paisagens do azeite de Trás-os-Montes e Alto Douro”	ND	ND	Museu da oliveira e do azeite; Lagar de Azeite Comunitário de Vale de Lobo – Núcleo Museológico de Vale de lobo	Quinta da Porta
Vila Flor	Mostra Terra/Flor/Azeite novo e artes	ND	ND	Oficina do azeite - ecomuseu	Quinta do Barracão da Vilariça
Macedo de Cavaleiros	Feira de caça e turismo; Feira agrícola de Trás-os-Montes; Feira de S. Pedro	ND	ND	Núcleo Museológico do azeite “Solar dos Cortiços”	ND
Alfândega da Fé	ND	ND	ND	ND	ND
Torre de Moncorvo	ND	ND	Cooperativa agrícola de olivicultores de Torre de Moncorvo	ND	Olhares do Douro; Quinta das Aveleiras
Bragança	Feira do folar e do azeite de Azeda	ND	Lagar cooperativo de olivicultores da região de Azeda, CRL	ND	ND
Vimioso	Feira do azeite e da oliveira de Sartulhana	ND	ND	ND	ND
Mogadouro	Feira dos Gorazes; FTT – Festival Terra Trasmontana	Quinta da Cova Pombalina; Mogadouro	ND	ND	ND

Indubitavelmente, como afirmam Blery e Sfetsiou (2008) esta é uma forma de promover o azeite da região, uma vez que para as empresas locais e regionais, os festivais podem ser uma excelente oportunidade para mostrar os seus produtos e serviços (Ásványi & Jászberényi, 2017).

Além disso, na região de Trás-os-Montes existem pelo menos quatro cooperativas ou lagares de azeite visitáveis. Tudo isto, resultou do esforço e conhecimento dos olivicultores dos respetivos concelhos. Também na região podem ser encontrados quatro museus. Dois deles de iniciativa privada (Oficina do Azeite – Ecomuseu e Núcleo Museológico de Vale de Lobo) e dois deles de iniciativa pública (Núcleo Museológico do Azeite – Moinho de Lavanda e Núcleo Museológico de Vale de Lobo). Na região de Trás-os-Montes foram ainda identificadas sete unidades de alojamento, com atividades relacionadas com o olivoturismo.

Por último, mas não menos importante, foi ainda encontrada referência à Rota de Azeite de Trás-os-Montes (RATM). A respetiva rota foi criada pela associação “Rota do Azeite de Trás-os-Montes” em 2008. Para além dos já referidos 12 concelhos da região DOP, integram também a rota, os concelhos de Alfândega da Fé, Alijó e Tabuaço. O principal objetivo deste percurso é o de “estimular o desenvolvimento do potencial turístico e comercial do setor oleícola da região de Trás-os-Montes, nas vertentes da sua cultura, produção e comercialização como produto de qualidade (RATM, s.d.). Além disso pretende promover a descoberta da paisagem e da gastronomia da região (RATM, s.d.). No entanto, parece que a oferta está num estádio precoce de desenvolvimento. Com efeito, tanto quanto é do nosso conhecimento, não está disponível informação relativa ao número de membros, às suas características e ao tipo de experiência que estes oferecem.

3.2.2 Região da Beira Interior

A Região da Beira Interior apresenta igualmente diversas evidências relacionadas com o desenvolvimento do olivoturismo. Com exceção de sete municípios, todos os restantes apresentam pelo menos uma evidência concreta do desenvolvimento do produto turístico.

No que diz respeito a feiras e eventos, foram identificados 11 eventos relacionados com o azeite (Tabela 2). Três deles, incluindo a Bienal do Azeite (o maior evento dedicado ao sector do azeite no país), foram descontinuados. Destacam-se como eventos exclusivamente dedicados ao azeite os seguintes: festival do azeite Vale da Teixeira (no concelho da Guarda), feira do azeite e da oliveira (no concelho de Castelo Branco), festival do bacalhau e do azeite e festival do Almeirão, azeite novo e pão caseiro (no concelho de Vila de Rei).

Se um dos recursos do olivoturismo é o contacto com os produtores, na região da Beira Interior foram identificados oito espaços privados para produção de azeite e nove cooperativas e/ou lagares cooperativos para a produção do azeite. Para além da receção de visitas, são igualmente locais privilegiados para a venda e prova de azeite.

Tabela 2 – Evidências do desenvolvimento do olivoturismo na Beira Interior

Concelhos	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lagares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências
Meda	ND	ND	ND	ND	Quinta da Corga; Calcaterra Agroturismo
Figueira de Castelo Rodrigo	ND	ND	Cooperativa de olivicultores do Escalhão	ND	Casa dos Poços - turismo Rural; Quinta Pêro Martins
Guarda	Festival do azeite Vale da Teixeira; Feira Farta; Festival do porco – feira do enchido, vinho e azeite	Ethos – Empresa de azeite; Lagar de Herdeiros de Manuel Aleixo da Cruz	Ramos Lagar, Lda; Lagar de azeite da Ramela	Museo Lagar Varadas Estevão Martins da Rocha	Quinta do Pinheiro; Casa dos Poços; Casa de Campo-Quinta dos Sinçais
Celorico da Beira	Festival de azeite*	ND	Lagar Municipal de Celorico da Beira; Lagar de azeite Baraçal	ND	ND
Seia	ND	ND	Lagar de Varas	ND	Quinta do Vale Sanguinho
Gouveia	ND	ND	ND	ND	Casa Grande
Trancoso	ND	ND	ND	Museu de azeite de Freches	ND
Manteigas	ND	Casa Agricola Francisco Esteves	ND	ND	ND
Fornos de Algodres	ND	Lagar de azeite "Casa do Cabo"	ND	ND	ND
Belmonte	ND	Lagar do Cadoiço; Lagar de Maçainhas	ND	Museo de azeite	ND
Castelo Branco	Bienal de azeite**; Feira da oliveira e do azeite	Centro de Apoio Tecnológico Agroalimentar	ND	Centro etnográfico da Lousã; Museo etnográfico "Ninho do Açor"	ND
Covilhã	ND	Lagar 2000 – Produção e Comercialização de azeite, Lda	ND	Lagar de Varas da Erada - Museu	ND
Fundão	Festival gastronómico “Fundão; Aqui Come-se Bem” – Festival da Tibórnia	ND	Cooperativa agrícola de olivicultores do Fundão	ND	ND
Idanha-a-Nova	Festival do azeite e ervas aromáticas***	ND	ND	Núcleo Museológico do Azeite Complexo de Lagares	ND
Sertã	ND	ND	ND	ND	Albergue do Bonjardim; O Ninho do Rei
Vila de Rei	Festival do bacalhau e do azeite; Festival do Almeirão, Azeite Novo e Pão Caseiro	ND	Lagar da Ferrugenta	ND	ND
Vila Velha de Rodão	ND	ND	Lagar de Varas	Núcleo Museológico do Azeite – Sarnadas de Ródão	Herdade da Urgueira

Notas: * A última edição deste evento ocorreu em 2019; ** A última edição deste evento ocorreu em 2016; *** A última edição deste evento ocorreu em 2021

Fonte: Elaboração própria

Museus, dedicados à promoção e educação sobre a produção de azeite, são também evidentes na região. Foram identificados oito museus públicos abertos à visitação. Ainda a respeito da existência de museus dedicados à temática aqui abordada, merece ainda destaque o museu privado do azeite, localizado próximo da região da Beira Interior, especificamente no concelho de Oliveira do Hospital. Este museu inclui ainda uma loja e um restaurante e diversos espaços dedicados ao conhecimento, permitindo ainda a realização de diversos eventos sobre a temática (museudoazeite, s.d.).

Na região da Beira Interior foram também identificadas 12 unidades de alojamento, que para além do alojamento, oferecem também aos turistas diferentes experiências relacionadas com o azeite. Tal como acima referido, podem incluir a visita aos olivais, a participação na apanha da azeitona e a observação do processo de obtenção do azeite.

No que diz respeito às rotas de azeite, foram identificadas na região da Beira Interior duas rotas de azeite: a rota de azeite da Beira Interior, que integra 15 municípios (12 da sub-região da Beira Alta e três da sub-região da Beira Baixa) e a rota de azeite da Beira Baixa, que integra seis concelhos (um concelho da sub-região da Beira Alta e cinco concelhos da sub-região da Beira Baixa). Apenas dois concelhos da região da Beira Interior não são contemplados com uma destas rotas. A rota do azeite da Beira Interior é gerida pela Comunidade Intermunicipal Portuguesa Beiras e Serra da Estrela (CIMBSE), propondo uma visita de um dia. No seu guia podem ser encontradas informações sobre o tipo de azeite da Beira Interior, espaços a visitar, atividades relacionadas com a produção e consumo de azeite, espaços para comprar e provar e a indicação de alguns produtores (CIMBSE, s.d.). Contudo, não está claro o número de aderentes da rota e o itinerário a visitar pelos turistas. A rota da Beira Baixa é gerida pela Comunidade

Intermunicipal da Beira Baixa (CIMBB), que propõe a visita durante três dias. No seu guia encontram-se informações sobre o azeite da Beira Baixa e as diferentes experiências e atividades em cada um dos três dias. O guia apresenta ainda uma lista de restaurantes e locais para comprar azeite (CIMBB, s.d.). Não obstante também aqui não ser claro o número de aderentes da rota, o guia apresenta um itinerário que pode ser percorrido pelos turistas (CIMBB, s.d.).

Por último, destaca-se na região a existência de uma rota de lagares - a PR7. Trata-se de um percurso cultural que oferece a oportunidade de visitar os antigos lagares, tradicionalmente conhecidos como Lagares de Varas, na freguesia de Almaceda, concelho de Castelo Branco (CIMBB, s.d.-b). É gerida pelo município de Castelo Branco.

3.2.3 Região do Ribatejo

Tal como nos restantes casos, na região do Ribatejo existem diversas evidências de olivoturismo. Com exceção de um município, todos os restantes apresentam pelo menos uma evidência concreta do desenvolvimento do produto turístico. Foram identificadas 10 feiras e/ou eventos relacionados com o azeite, sendo que seis deles são específicas do produto: IV Encontro Ibérico do azeite (no concelho de Abrantes), a festa do azeite e das ervas aromáticas e a oficina do azeite (no concelho de Alcanena); o concurso nacional de azeite (no concelho de Santarém), a festa da couve com azeite novo de Valhascos (no concelho do Sardoal) e o evento “À Mesa com azeite” no concelho de Vila Nova da Barquinha (cf. Tabela 3).

Tabela 3 – Recursos de olivoturismo na região do Ribatejo

Concelhos	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lagares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências
Abrantes	IV Encontro Ibérico do azeite*	Azeite Gallo; Casa Anadia; Vale Escudeiro; Sociedade Agrícola "Ouro Vegetal"	Cooperative de azeite “Casal das Sornadas”	ND	Vale de Ferreiros; Casa Anadia
Alcanena	Festival do azeite e ervas aromáticas**; Oficina do azeite	ND	ND	ND	ND
Alcobaça	Mercado do séc. XIX	ND	ND	ND	ND
Alvaiázere	ND	ND	ND	ND	Casa das Oliveiras
Azambuja	ND	ND	ND	ND	ND
Cartaxo	Feira dos Fazendeiros	ND	ND	ND	ND
Constância		Azeites Morgado	ND	ND	Quinta do Pinhal
Entroncamento	Feira dos saberes e dos sabores	ND	ND	ND	
Ferreira do Zêzere	ND	Explazeite, Lda	ND	ND	Quinta dos Carvalhais
Gavião	ND	ND	ND	ND	
Golegã	ND	ND	ND	ND	Quinta dos Álamos
Ourém	ND	ND	Cooperative de azeite de Fátima	Museo de azeite de Fátima	ND
Pombal	ND	ND	ND	ND	ND
Porto de Mós	ND	Casa Féteira	ND	ND	ND
Santarém	Concurso nacional de azeites 2024	Lagar de Manuel Almeida	ND	ND	Casa do Lagar; Quinta da Cabrita
Sardoal	Festival da Couve de Valhascos com Azeite Novo	ND	ND	ND	ND
Vila Nova da Barquinha	À mesa com azeite	Luís Filipe Gameiro dos Santos	ND	ND	ND
Torres Novas	Feira de produtos locais	ND	ND	ND	ND

Notas: * A última edição deste evento foi em 2017, ** O workshop aconteceu apenas em 2023

Fonte: Elaboração própria

Foram também identificados nove produtores ou explorações agrícolas de azeite com visitas. Particular atenção é dada a uma das maiores fábricas e referências de produção de azeite a nível nacional – azeite Gallo, no concelho de Abrantes. Em termos de cooperativas de azeite, foram identificadas apenas duas (nos concelhos de Abrantes e Ourém).

Para além desta oferta, a região do Ribatejo conta ainda com o museu de azeite de Fátima. Este museu, criado pela cooperativa de azeite de Fátima, conta a história da produção do azeite, apresentando os equipamentos antigos que foram utilizados (no passado). Segundo o Turismo Centro Portugal – TCP (s.d.) o museu também organiza provas de azeite e tem uma loja que vende produtos locais, como mel, queijo ou vinho, além de azeite. Finalmente, na região do Ribatejo foram identificados oito alojamentos que proporcionam experiências alusivas à temática.

Apesar de todas estas evidências, apenas se encontra uma referência ténue em relação à rota do azeite, que é gerida pela associação Terras de Sicó. É um percurso pedestre, sem aparentemente ligação a produtores de azeite ou outras entidades socioeconómicas da região.

3.2.4 Alentejo Norte

Numa região de excelência na produção de azeite, no Alentejo Norte, muitos municípios (13) têm ofertas relacionadas com a produção de azeite. Experiências em unidades de alojamento, relacionadas com a temática do azeite, são, contudo, as experiências mais observadas na região, observando-se 13 unidades que proporcionam diferentes experiências. Nesta região, foi identificada apenas uma feira – Comidas d’Azeite (no concelho de Marvão), que pretende homenagear os produtores de azeite e promover os produtos endógenos (CM Marvão, s.d.) (cf. Tabela 4). Foram ainda identificados sete produtores ou explorações olivícolas que rececionam visitas, uma cooperativa e três museus e/ou centros interpretativos.

Tabela 4 – Recursos de olivoturismo na região do Alentejo Norte

Concelhos	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lagares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências
Alandroal	ND	ND	ND	ND	ND
Borba	ND	ND	ND	Lagar museu de Borba	ND
Redondo	ND	Courela do Zambujeiro	ND	ND	Courela do Zambujeiro, Agroturismo
Reguengos de Monsaraz	ND	Herdade do Esporão	CARMIM - Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz	ND	Casa Saramago de Monsaraz; Horta da Moura Hotel Rural; Monte Alerta; São Lourenço do Barrocal
Alter do Chão	ND	Olimel, Azeite e mel, Lda;		ND	ND
Avis	ND	Agro-turismo Herdade da Fonte Ferreira	ND	ND	Casa da Moira; Agroturismo Herdade da Fonte Ferreira
Campo Maior	ND	ND	ND	Lagar Museu do Palácio Visconde d' Olivã	ND
Crato	ND	Lagar do Fava	ND	ND	ND
Elvas	ND	ND	ND	ND	Quinta do Veloso
Marvão	Comidas d’Azeite*	ND	ND	Lagar museu - Malara Picado Nunes	ND
Portalegre	ND	Sociedade Agro-Pecuária do Mouchão e Cavaca Dourada, S.A.	ND	ND	Almojanda Olive tree
Évora	ND	João Miguel Rego Rosado - Amor é Cego	ND	ND	Évora Olive Hotel

Notas: * Em 2024 aconteceu a 18ª edição do festival

Fonte: Elaboração própria

Apesar desta oferta, a referência à rota do azeite da região é muito modesta. A rota é desenvolvida pelo Centro Português de Estudos e Promoção do Azeite do Alentejo – CEEPAL. O circuito dedicado ao olivoturismo é adaptado aos seus participantes, não sendo, no entanto, claro, quais os municípios e agentes da oferta abrangidos pela rota e as experiências proporcionadas.

3.2.5 Alentejo Interior

No Alentejo Interior, de um total de 11 municípios, sete apresentam evidências relativas ao olivoturismo (Tabela 5). Porém, tal como no Alentejo Norte, o desenvolvimento de feiras e eventos é escasso na região. São ainda diminutas as cooperativas (ou lagares cooperativos) e museus. A presença do último recurso (museus) é efetivamente inexistente e apenas se observa uma feira relacionada com a temática do azeite e duas cooperativas. Os produtores ou explorações olivícolas com visitas parecem ser mais procurados na região, uma vez que foram observadas 12 unidades que aceitam visitas. Observam-se também na região seis unidades de alojamento com experiências na temática.

Tabela 5 – Recursos de olivoturismo na região do Alentejo Interior

Concelhos	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lagares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências
Portel	ND	Sociedade agrícola Olivas do Sul; Portugal Rural, Soc. Agr., Hotelaria e Turismo, Lda	Cooperative agrícola de Portel	ND	Portugal Rural, Soc. Agr., Hotelaria e Turismo, Lda
Vidigueira	ND	ND	Cooperativa agrícola da Vidigueira	ND	Boutique Wine Hotel
Cuba	ND	Herdade de Manantiz; Azeite Bogaris; Herdade do Rocim; Joaquim Costa Vargas	ND	ND	Monte do Mato dos Homens
Viana do Alentejo	ND	ND	ND	ND	Herdade dos Alfanges
Ferreira do Alentejo	ND	Lagar da Herdade do Marmelo (Oliveira da Serra); Lagar da Herdade do Sobrado; Sociedade Industrial e Comercial de Azeites de Alfundão, Lda	ND	ND	ND
Beja	ND	Herdade da Figueirinha; Santa Vitória	ND	ND	ND
Aljustrel	Feira do Campo Alentejano*	ND	ND	ND	Herdade da Boavista

Notas: * Em 2024 aconteceu a 22ª edição do festival

Fonte: Elaboração própria

Na região do Alentejo Interior não foi observada qualquer outra referência à dinamização do percurso, para além da já referida no ponto anterior.

3.2.6 Moura

A menor região DOP de azeite em termos de municípios abrangidos, com apenas três, apresenta também algumas evidências do desenvolvimento do olivoturismo. Em termos de feiras e eventos, destaca-se a existência de uma feira (Tabela 6), que conta já com 14 edições. A respeito de explorações agrícolas ou empresas que aceitam visitas, são observados quatro espaços. Na região de Moura existem também dois museus dedicados ao azeite e duas unidades de alojamento com experiências de azeite.

Tabela 6 – Recursos de olivoturismo na região de Moura

Concelhos	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lagares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências
Mourão	ND	ND	Cooperativa agrícola de Granja Amareleja	Museo cooperativo de Granja	ND
Moura	ND	Nesgas da Terra, Lda; SICA – Sociedade Industrial e Comercial de Azeites	Cooperativa agrícola de Moura and Barrancos	Lagar de Varas do Fojo	Ninho da Poupa
Serpa	Feira de azeite Vale de Vargo*	Monte das Louzeiras, Prod. Agrícola, LDA; Risca Grande, Lda	ND	ND	Monte das Louzeiras, Prod. Agrícola, LDA

Notas: * Em 2024 ocorreu a 14ª edição do festival

Fonte: Elaboração própria

No entanto, não foi observada nesta região qualquer referência à dinamização da rota de azeite

4. DISCUSSÃO

A integração dos resultados mencionados anteriormente, permite algumas considerações relativas quer à oferta geral de olivoturismo em Portugal, quer em relação à oferta por região DOP. A nível geral para além da existência de rotas do azeite foram observadas 165 manifestações relacionadas com a promoção do olivoturismo (cf. Tabela 7).

Tabela 7 – Visão geral de recursos de olivoturismo em Portugal

Regiões PDO	Feiras e Eventos	Explorações agrícolas ou empresas com visitas	Cooperativas e/ou lagares cooperativos com visitas	Museus e/ou centros interpretativos	Unidades de alojamento com experiências	Total
Trás os Montes	16	1	4	5	7	33
Beira Interior	11	8	9	8	12	48
Ribatejo	10	9	2	1	8	30
Alentejo Norte	1	7	1	3	10	22
Alentejo Interior	1	10	2	0	5	18
Moura	1	4	5	2	2	14
Total	40	39	23	19	44	165

Fonte: Elaboração própria

Unidades de alojamento com experiências na área do olivoturismo (44), assim como a existência de feiras e eventos (40) relacionados com a temática, são os recursos mais utilizados para a promoção do produto turístico.

A região da Beira Interior, é a região de Portugal onde o desenvolvimento do olivoturismo parece mais evidente, sendo a região com um número mais expressivo (48) de todos os recursos mencionados anteriormente – feiras e eventos, explorações agrícolas ou empresas com visitas, cooperativas ou lagares cooperativos com visitas, museus relacionados com a produção de azeite, unidades de alojamento com experiências de azeite. É também a região da Beira Interior, que contém duas das rotas de azeite do país, que estão num estádio de maior desenvolvimento.

Em termos de recursos alocados ao olivoturismo, segue-se a região de Trás-os-Montes, com 33 recursos. Na região predominam as feiras e eventos relacionados com a produção de azeite, havendo também alguma oferta de alojamento que proporciona experiências relacionadas com a temática.

Na região do Ribatejo, que surge em terceiro lugar em número de recursos alocados ao olivoturismo (30), predominam também as feiras e eventos, sendo que a oferta em termos do número de explorações/ empresas com experiências e unidades de alojamento com ofertas na área do olivoturismo é similar (nove e oito, respetivamente).

Se consideradas de forma individual, as três regiões pertencentes à região do Alentejo – Alentejo Norte, Alentejo Interior e Moura – são as regiões DOP que estão num estádio mais precoce de desenvolvimento. Surpreendentemente numa região conhecida pela produção de azeite, o desenvolvimento de feiras ou eventos é residual, assim como também a existência de museus e/ou centros interpretativos relacionados com a temática.

Esta análise permite fazer algumas considerações sobre o estado de desenvolvimento do olivoturismo em Portugal. Em primeiro lugar, o esforço e apoio das entidades públicas na dinamização da atividade, parece ser mais expressiva no norte e centro do país. Com efeito, o número de feiras e eventos (particularmente na região de Trás-os-Montes) e o maior desenvolvimento das rotas do azeite (particularmente na região da Beira Interior) é mais expressivo nestas regiões. Por sua vez o esforço das entidades privadas parece ser mais expressivo na região do Alentejo e Ribatejo, onde se concentram os maiores produtores de azeite (com referência à produção de azeite Galo na região do Ribatejo e Oliveira da Serra no Alentejo Interior).

Em segundo lugar, foi evidente alguma falta e dispersão da informação disponível relativamente à oferta atual. Isto é particularmente evidente nos casos das rotas do azeite. Com exceção das rotas do azeite da Beira Interior, a informação relativa às outras rotas do azeite é escassa ou inexistente. Parcialmente esta conclusão é coerente com Almeida e Silveira (2021).

Em terceiro lugar, foi aparentemente a falta de promoção e organização deste tipo de turismo como um tipo particular de turismo rural, que se cruza particularmente com o turismo cultural e o turismo gastronómico (Pulido-Fernández et al., 2019).

CONCLUSÃO

Dadas as condições edafoclimáticas de Portugal e os recursos turísticos relacionados com o azeite, o olivoturismo deve ser considerado como uma estratégia de desenvolvimento rural, à semelhança do que acontece já noutros países (cf. Millán-Vazquez de la Torre et al., 2017). Efetivamente Portugal possui é um dos principais países produtores de azeite a nível mundial, possui seis regiões DOP de azeite e um património cultural que permite satisfazer diversas necessidades de turistas que pretendem uma imersão mais cultural, uma experiência gastronómica e uma ligação particular com o mundo rural.

Com base numa pesquisa online e numa análise descritiva, este artigo contribui para a discussão (teórica) sobre a especialização temática no turismo rural, apontando como cadeias produtivas específicas (como a do azeite) podem ser transformadas em experiências turísticas únicas relacionadas com o terroir de azeite. Ao mesmo tempo, contribui para o enraizamento do olivoturismo como um tipo de Turismo de Interesse Especial (TIE) ligado ao ambiente rural, à cultura da oliveira, à gastronomia e às tradições da vida rural (Pulido-Fernández et al., 2019).

Adicionalmente o estudo evidencia alguns contributos sobre o estádio de desenvolvimento do olivoturismo em Portugal. Desde logo, apresenta uma visão geral dos recursos relativos ao olivoturismo que estão disponíveis no país e por regiões DOP de produção de azeite. Com base nesta análise, é possível observar quais as regiões onde essa oferta se encontra mais desenvolvida e quais os recursos mais usados. A análise efetuada permite-nos ainda observar fragilidades no desenvolvimento do produto turístico, argumentando-se aliás que em Portugal o olivoturismo está num estado recente de desenvolvimento (cf. Pato, 2024) e não tem sido alvo de atenção integrada por parte de diferentes entidades (Almeida & Silveira, 2021). Como referido acima, se é amplamente aceite que o olivoturismo é um tipo particular de turismo rural, destaca-se em Portugal uma dispersão da oferta e uma modéstia na promoção e divulgação da mesma, quer de forma individual, quer de forma coletiva.

Por estas razões, em termos de implicações práticas, sugere-se o seguinte:

- Criação de uma marca nacional de turismo do azeite (cf. Almeida & Silveira, 2021) e uma associação nacional de turismo do azeite, à semelhança do que acontece com o enoturismo.
- Maior coordenação entre os intervenientes públicos e privados e utilização dos recursos turísticos de forma mais eficiente e coordenada. Isto pode ser conseguido através do acompanhamento da atividade por parte de entidades públicas (como os municípios ou as Comunidades Intermunicipais portuguesas) na dinamização das rotas do azeite e outros recursos, mas requer o envolvimento de diferentes stakeholders.
- Mais correta promoção e divulgação da oferta disponível pelos promotores de forma individual, mas também de forma coletiva.

O estudo tem naturalmente limitações, que se prendem com a metodologia utilizada. Com efeito, poderão existir outras ofertas relacionadas com o olivoturismo, mas que mercê da défice comunicação da mesma, a pesquisa encetada não encontrou. Por esta razão seria útil no futuro aprofundar este estudo, estabelecendo contactos com os diferentes agentes de oferta no terreno. Por outro lado, à semelhança do que acontece noutras países (Pato, 2024), seria útil estender a investigação ao lado da procura.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Conceptualização, L.P.; tratamento de dados, L.P.; análise formal, L.P.; aquisição de financiamento, L.P.; investigação, L.P.; metodologia L.P.; administração do projeto, L.P.; recursos, L.P.; programas, L.P.; supervisão, L.P.; validação, L.P.; visualização, L.P.; redação – preparação do rascunho original, L.P.; redação – revisão e edição, L.P.

CONFLITO DE INTERESSES

A autora declara não existir conflito de interesses.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, I., & Silveira, L. (2021). Olive-oil tourism in Portugal. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(2), 153–165.
<https://doi.org/10.34624/rtd.v36i2.23289>
- Alonso, A. D., & Krajacic, V. (2013). Food heritage down under: Olive growers as Mediterranean ‘food ambassadors’. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2–3), 158–171. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.767807>
- Ásványi, K., & Jászberényi, M. (2017). The role of rural cities’ festivals in the development of regions. *The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 177–187. <https://doi.org/10.3727/152599515X14297053839656>
- Bezerra, R., & Correia, A. I. (2019). The potential of olive oil for creative tourism experiences in the northern region of Portugal. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 51, 55–72. <https://doi.org/10.59072/rper.vi51.512>
- Bilal, R. M., Liu, C., Zhao, H., Wang, Y., Farag, M. R., Alagawany, M., ... Lin, Q. (2021). Olive oil: Nutritional applications, beneficial health aspects and its prospective application in poultry production. *Frontiers in Pharmacology*, 12, 723040. <https://doi.org/10.3389/fphar.2021.723040>
- Câmara Municipal de Marvão. (2021). Festas. <https://www.cm-marvao.pt/concelho/festas-feiras-e-romarias/festas/>
- Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa. (2023). Rota do Azeite da Beira Baixa. Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa. https://turismodocentro.pt/wp-content/uploads/2023/03/Rota-do-Azeite_Beira-Baixa.pdf
- Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela. (s.d.). Rota do Azeite da Beira Interior. <https://www.visiteserradaestrela.pt/pt/itineraries/sensations-flavours/rota-do-azeite-da-beira-interior>

- Conselho da Europa. (s.d.). *Routes of the Olive Tree*. <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/the-routes-of-the-olive-tree>
- Crescimanno, M., Di Marco, S., & Guccione, G. (2002). Production and trade marketing policies regarding organic olive oil in Sicily. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 175–186. <https://doi.org/10.1108/00070700210425642>
- Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural. (2024). *Produtos tradicionais portugueses*. <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/cat/azeites-e-azeitonas>
- Eurostat. (2019). *Olive trees cover 4.6 million hectares in the EU*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190301-1?inheritRedirect=true>
- Eurostat. (2024). *Price of olive oil up 50% in one year*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240227-1>
- Ferreira, D. I. R., & Martín, J. M. S. (2021). O olival como oportunidade para o turismo no Parque Natural do Tejo Internacional. *Finisterra*, 56(117), 55–80. <https://doi.org/10.18055/Finis19241>
- Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral. (2020). *Análise setorial do azeite*. GPP. https://www.gpp.pt/images/PEPAC/Anexo_NDICE_ANLISE_SETORIAL__AZEITE.pdf
- Hernández-Mogollón, J. M., Di-Clemente, E., Campón-Cerro, A. M., & Folgado-Fernández, J. A. (2021). Olive oil tourism in the Euro-Mediterranean area. *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, 14(1), 85–101.
- House of Wines. (s.d.). *Azeites regiões*. <https://houseofwines.pt/regioes-azeites/>
- Hwang, Y., & Quadri-Felitti, D. (2022). A quest for the healthy lifestyle and learning experiences in olive oil tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(4), 499–515. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1917586>
- Instituto Nacional de Estatística. (2021). *Recenseamento agrícola 2019*. INE. <https://abrir.link/NYTak>
- Karaman, S., & Budak, F. (2023). Evaluation of olive plant in the context of faith tourism. *Request & Demand Adress*, 126, 126–133.
- Lopes, E. R., Peres, S., Soares, J., Duarte, E., & Martins, P. (2024). The influence of olive heritage and olive tourism on the development of rural territories. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(1), 269–279. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/556>
- Mattas, K., Baourakis, G., Tsakiridou, E., Hedoui, M. A., & Hosni, H. (2020). PDO olive oil products: A powerful tool for farmers and rural areas. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 32(4), 313–336. <https://doi.org/10.1080/08974438.2019.1599763>
- Millán-Vázquez de la Torre, M. G., Arjona-Fuentes, J. M., & Amador-Hidalgo, L. (2017). Olive oil tourism: Promoting rural development in Andalusia (Spain). *Tourism Management Perspectives*, 21, 100–108. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.12.003>
- Monteiro, B., & Salvado, J. (2024). Experiência de turismo do azeite: Uma revisão sistemática da literatura. *Via. Tourism Review*, 25. <https://journals.openedition.org/viatourism/11268>
- Moral-Cuadra, S., Acero de la Cruz, R., Rueda Lopez, R., & Salinas Cuadrado, E. (2020). Relationship between consumer motivation and the gastronomic experience of olive oil tourism in Spain. *Sustainability*, 12(10), 4178. <https://doi.org/10.3390/su12104178>
- Murgado-Armenteros, E. M. (2013). Turning food into a gastronomic experience: Olive oil tourism. *Options Méditerranéennes*, 106, 97–109. <https://om2.iamm.fr/ressources/om/pdf/a106/00006809.pdf>
- Murgado-Armenteros, E. M., Parrilla-González, J. A., & Medina-Viruel, M. J. (2021). What does the olive oil tourist value at the destination? A criterion for olive oil tourism segmentation. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 100378. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100378>
- Murgado-Armenteros, E. M., Torres, F. J., Parras, M., & Vega, M. (2011). El aceite de oliva como elemento nuclear para el desarrollo del turismo. In C. Flavián & C. Fandos (Eds.), *Turismo gastronómico. Estrategias de marketing y experiências de éxito* (pp. 191–220). Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Museu do Azeite. (s.d.). *O saber e o sabor do azeite*. <https://museudoazeite.com/>
- Pato, M. L. (2024). A decade of olive oil tourism: A bibliometric survey. *Sustainability*, 16(4), 1665. <https://doi.org/10.3390/su16041665>
- Pato, M. L. (2025). Olive oil tourism: Innovative or traditional form of rural tourism? In V. Lagouri (Ed.), *Olives and olive related products—Innovations in production and processing*. IntechOpen.
- Pato, M. L., & Duque, A. S. (2023). Traditional agri-food products and sustainability: A fruitful relationship for the development of rural areas in Portugal. *Open Agriculture*, 8(1), 20220157. <https://doi.org/10.1515/opag-2022-0157>

- Pinto, L., Cabral, R., & Gonçalves, J. M. (2021). *Olival tradicional: Situação e perspetivas*. Coimbra: Confederação Nacional da Agricultura. <https://www.inforcna.pt/post/o-olival-tradicional-situacao-e-perspectivas/1758>
- Pulido-Fernández, J. I., Casado-Montilla, J., & Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism. *Heliyon*, 5(12), e02975. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02975>
- Rebufa, C., Pinatel, C., Artaud, J., & Girard, F. (2021). A comparative study of the main international extra virgin olive oil competitions: Their impact on producers and consumers. *Trends in Food Science & Technology*, 107, 445–454. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.11.014>
- Rota do Azeite Trás-os-Montes. (s.d.). *Rota do azeite Trás-os-Montes*. <https://rotadoazeitetrasosmontes.pt/>
- Sabbatini, V., Manthoulis, G., Baourakis, G., Drakos, P., Angelakis, G., & Zopounidis, C. (2016). Tourists' behavioural analysis on olive oil consumption: Empirical results. *International Journal of Tourism Policy*, 6(2), 136–146. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2016.077968>
- Şahin, Ö., & Aydin, A. (2017). A cultural, gastronomic, and touristic asset: The Kuşadası Olearium Olive and Olive Oil History Museum case. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(4), 180–199. <http://dx.doi.org/10.21325/jotags.2017.145>
- Schicchi, R., Speciale, C., Amato, F., Bazan, G., Di Noto, G., Marino, P., Ricciardo, P., & Geraci, A. (2021). The Monumental Olive Trees as Biocultural Heritage of Mediterranean Landscapes: The Case Study of Sicily. *Sustainability*, 13(12), Artigo 12. <https://doi.org/10.3390/su13126767>
- Stefano, G. (2022). The olive tree: A symbol. In Y. Taner (Ed.), *Olive cultivation* (Ch. 2). IntechOpen.
- Trichopoulou, A. (2021). Mediterranean diet as intangible heritage of humanity: 10 years on. *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases*, 31(7), 1943–1948. <https://doi.org/10.1016/j.numecd.2021.04.011>
- Turismo Centro de Portugal. (s.d.). *Museu do azeite*. <https://turismodocentro.pt/poi/museu-do-azeite/>
- Ünal, C., McKenzie, & Çavuşoğlu, Ç. (2023). The role of geographical indications in faith tourism: The case of the route of the Seven Churches. In M. Tuna, Ö. Körögülu, G. Kaya, E. Hazarhun, H. U. Mutlu, & N. Yıldız (Eds.), *Anatolian landscape and faith tourism: Ancient times to present* (pp. 380–388). Request & Demand Adress. <https://acikerisim.antalya.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12566/1932>
- Vázquez de la Torre, G., Arjona Fuentes, J., & Hidalgo, L. (2014). A new market segment for olive oil: Olive oil tourism in the south of Spain. *Agricultural Sciences*, 5(3), 179–185. <https://doi.org/10.4236/as.2014.53022>