



Designação do projeto | The Art of Tasting Portugal
Código do projeto | LISBOA-02-0752-FEDER-047407
Objetivo principal | REFORÇAR A COMPETITIVIDADE DAS PME
Região de intervenção | PO LISBOA
Entidade beneficiária | THE ART OF TASTING PORTUGAL, LDA

Data de aprovação | 22-09-2020
Data de início | 25-03-2020
Data de conclusão | 30-06-2023
Custo total elegível | 257.201,75
Apoio financeiro da União Europeia | 102.880,70
Apoio financeiro público nacional/regional | Não aplicável

OBJETIVOS

A The Art of Tasting Portugal tem como objetivo criar experiências gastronómicas únicas, promovendo, em simultâneo, a imagem de Portugal internacionalmente. De salientar que esta empresa é uma spin-off de uma agência de comunicação e publicidade que atua no mercado desde 2011, A Mesa do Chef, Lda./Chefs Agency. Com um vasto know-how na área, as duas sócias - Patrícia Dias e Adriana Fournier, assentam o sucesso do projeto na criação de um produto inovador e tirando partido de um network muito abrangente com os mais variados stakeholders.

ATIVIDADES

O projeto visa a criação de uma Plataforma Tecnológica que reúna em si mesma o melhor das experiências gastronómicas portuguesas: degustações, visitas aos produtores, encontros com os chefs, entre outros. Através desta Plataforma, qualquer pessoa interessada poderá reservar um dos produtos oferecidos.

RESULTADOS ESPERADOS/ATINGIDOS

O plano de investimento foi concebido de forma a dinamizar a atividade da empresa na exportação, juntamente com uma série de iniciativas para melhorar a sua competitividade. A estratégia contempla um racional de experiência assente em drivers cruciais:

- Promover Portugal enquanto destino turístico através da gastronomia
- Internacionalizar o conceito para o Reino Unido, Brasil e Estados Unidos

- Potenciar comercialmente os intervenientes nos serviços prestados (Chefs e produtores envolvidos na iniciativa)
- Colocar Portugal na rota internacional e promover a partilha de conhecimento e técnica entre os Chefs nacionais e chefes internacionais
- Aderir Marketplaces para promover a oferta criada de forma indireta

DESCRIÇÃO DO PROJETO, COM EVENTUAL MONITORIZAÇÃO DO NÍVEL DE EXECUÇÃO

O projeto tem uma fortíssima abordagem aos mercados externos, com a empresa a considerar que a médio prazo as vendas para o exterior deverão superar as vendas no mercado nacional.

Com os investimentos apresentados a empresa estará dotada de todas as ferramentas necessárias para vencer nos mercados externos.

O grande pilar da empresa será a Inovação pela oferta de soluções diferenciadas e dirigidas a um target mensurável tendo por objetivo tornar-se uma referência para um cliente exigente.

O presente projeto terminou a sua fase de investimento com uma execução de 89%.

