

'I Love Douro' promove e divulga o melhor da região do Douro

FERNANDA SILVA TEIXEIRA

Surgiu em 2013 como uma simples página de comunicação do Douro nas redes sociais. Mas foi, sobretudo, a partir de 2018, após a aquisição de 50% da empresa pela Mainlink, que a 'I Love Douro' assume uma nova visão e um sentido de crescimento que ainda não tinha até então. Hoje, a marca é já a maior plataforma digital de comunicação da região (redes sociais/site).

"Divulgamos o património material e imaterial do Douro, promovemos e divulgamos tudo o que a região duriense tem de melhor para oferecer a quem a visita, procura investir e reside", explica José Vieira Lopes. Nesse sentido, reconhece o CEO da empresa, "65% do nosso público não é nacional, sendo os mercados de maior relevo na nossa comunicação o brasileiro e o americano, com 40% de share". Ainda assim, acrescenta, também "nos realiza muito ver portuguesas a participar nas nossas iniciativas e procurar mais informações sobre a região". Assumindo o compromisso de trabalhar "por um Douro cada vez mais D'ouro", o responsável afiança que a 'I Love Douro' é já uma "marca forte e de elevado reconhecimento. Sem falsa modéstia, conseguimos através da nossa marca passar a nossa



mensagem com clareza: Amor pelo Douro, pelos seus produtos, pelas paisagens e suas gentes".

Quanto à concorrência, José Vieira Lopes refere que nestas áreas de atividade de comunicação e marketing territorial "é sempre importante que esta exista, sobretudo numa lógica de cooperação e colaboração cooperativa. Sem necessidade de andarmos todos a fazer exatamente o mesmo". Nesse sentido, "o nosso desafio está na criatividade e inovação que o mundo da comunicação nos lança todos os dias".

Contudo, o responsável não esquece a relevância do setor para a economia local. Na procura de todos os dias se comunicar mais e melhor há um objetivo claro: "trazer mais pessoas à região e, consequentemente, trazer mais dinamismo à economia local. Comunicar a região além-fronteiras tem como consequência imediata a captação de mais turistas e é já com orgulho que recebemos inúmeros e-mails de turistas estrangeiros que visitaram a região seguindo as nossas recomendações". Não obstante, José Vieira Lopes admite que "os desafios existem e têm de ser enfrentados" e, por isso, a aposta passa pelo "desenvolvimento de tecnologia que simplifique a vida do consumidor, facilidade na procura de informação e, de preferência, preços competitivos e acessíveis". Numa outra vertente, a marca presta ainda

apoio aos municípios locais no desenvolvimento de uma política eficaz e eficiente na comunicação territorial do Douro. "A região tem que se assumir como um todo, apesar de a diversidade de oferta se encontrar em cada um dos municípios que a integram. Uma marca forte para um desenvolvimento territorial sustentável e inteligente rumo a uma Europa 20-30".

Para este ano, o objetivo da 'I Love Douro' passa pela "afirmação da marca, através da diferenciação e comunicação de alguns produtos, como o vinho", mas sobretudo por reforçar "o trabalho e a colaboração com os municípios que integram o Douro na promoção de todos e de cada um deles". Traduzindo estes objetivos em números, o responsável assume que a meta passa por "continuar a crescer com taxas acima dos 30%". Para tal, a empresa "está já a trabalhar na criação e desenvolvimento de dois produtos de valor acrescentado e uma oferta própria da nossa marca". Para além disso, está ainda previsto o lançamento de uma aplicação sobre a região do Douro no decorrer do segundo trimestre deste ano. Atualmente, a comunidade 'I Love Douro' é superior a 250 mil seguidores. Em <https://www.ilovedouro.pt/pt/i-love-douro> poderemos descobrir onde ficar, o que visitar, o que conhecer, o que fazer e o que provar nesta região única do nosso país. ■