


Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 22424
Título: Douro e Duero, irmãos e rivais					Temática: Gestão/Economia/Negócios	
2006/07/21	VIDA ECONOMICA – PRINCIPAL	Pág.11	Imagem: 1/1		Periodicidade: Semanal	Inv.: 3193.00

II Festival Vinus Durii mostra ao mundo os vinhos feitos nas duas regiões

Douro e Duero, irmãos e rivais

As regiões vinícolas do Douro português e espanhol têm apresentado uma crescente associação e conjugação de esforços que teve como ponto alto a segunda edição do Vinus Durii. Numa altura em que os mercados internos de vinho tradicionais estão em regressão, a palavra de ordem é a conquista do exterior. Irmãos e rivais, Douro e Duero mostram querer partir para uma nova etapa da sua já longa história. O II Festival Vinus Durii trouxe às regiões portuguesa e espanhola do Douro um vasto conjunto de jornalistas, importadores e especialistas internacionais para conhecerem um pouco melhor os vinhos produzidos em ambos os lados daquela euro-região. Numa organização conjunta de várias entidades dos dois países, como a CCDR-N, o IVDP, a Junta de Castela e Leão e o Instituto Tecnológico Agrário de Castela e Leão, os visitantes puderam tomar contacto com a realidade das empresas e produtores dos dois Douros. Desta forma, ficámos a saber que se aquelas regiões são irmãs pelo mesmo rio, podem considerar-se rivais no cada vez mais competitivo mundo vinícola mundial, terçando cada qual as suas armas.

Assim, se o Duero ganha peso e valor acrescentado pelo lado da produção em grande quantidade e com uma relação qualidade/preço imbatível, goza ainda, nos mercados internacionais, de outros dois factores positivos: uma capacidade comercial agressiva, que leva os seus vinhos a crescerem exponencialmente no exterior, e a harmonização de produto que torna facilmente reconhecíveis os seus vinhos, graças à omnipresente casta Tempranillo, a sua principal matéria-prima, equivalente à portuguesa Tinta Roriz.

Este pormenor não é desprecioso: é opinião cada vez mais unânime que o Douro português deve aproveitar a diversidade de espécies que o caracteriza para marcar a diferença nos mercados exteriores. Ao mesmo tempo, é exigida aos produtores maior agressividade comercial, bem como a capacidade de imprimir maior dinâmica às marcas de vinhos de mesa do Douro, aliada ao reconhecimento internacional que os vinhos do Porto já gozam.

Douro vende 140 milhões de garrafas em 2005

O Douro vinícola estende-se



por uma área com 110 km de comprimento e 30 km de largura, nas quatro províncias de Castela e Leão. Divide-se em cinco regiões demarcadas (Denominações de Origem), algumas de criação bastante recente. São elas Ribera del Duero, Rueda, Cigales, Toro e El Bierzo, que no seu conjunto possuem cerca de 75 mil hectares de vinha. Ribera del Duero é a maior de todas estas regiões, com cerca de 25 mil hectares de vinha, sendo Rueda a mais pequena, com apenas 6000 hectares, mas que no entanto tem revelado um crescimento acumulado acentuado nos últimos cinco anos, fruto da experimentação nas vinhas e da aposta conseguida na produção de vinhos brancos de elevada qualidade.

No seu conjunto, a região do Duero foi responsável pela "venda de 140 milhões de garrafas em 2005, registando níveis de crescimento assinaláveis: Ribera del Duero, a mais importante região vinícola espanhola, cresceu 14%, seguida de Rueda, a terceira mais importante de Espanha, logo a seguir a Rioja, com um crescimento de 17%", explicou António Ribera, do Instituto Tecnológico Agrário de Castela e Leão.

Contudo, foi a região de Toro aquela que maior crescimento registou em 2005, com 23%. "Esta experimenta uma forte pujança, sendo actualmente sede de várias empresas espanholas e francesas", disse o mesmo responsável. "Em seis anos o número de empresas vinícolas a operar em Toro passou de 8 para 40 e em 2004 e 2005 teve um crescimento acumulado de 60%". Em 2005 saíram daquela região 9,5 milhões de garrafas, das quais 50% para os mercados externos.

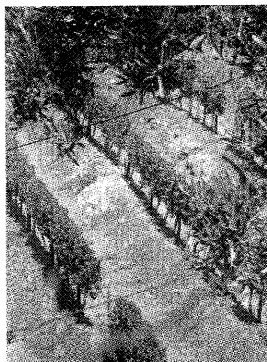
As opções estratégicas dos seus responsáveis apontam para um crescimento no segmento da exportação, por razões de saturação interna: de 2004 para 2005 o consumo de vinhos em Espanha decaiu de 28 para 26 litros por pessoa, fenómeno esse idêntico ao que se verifica em Portugal, Itália ou França. Assim se compreende

a crescente competição nos mercados externos dos vinhos.

Os números revelam o crescimento de vendas desta região: em 2003 foram vendidas 3,9 milhões de garrafas de DO Cigales, contra 4,2 milhões em 2004; de 2003 para 2004 DO Rueda cresceu de 25 para 27 milhões de garrafas vendidas; nos mesmos anos o crescimento foi de 42 para 49 milhões de garrafas de DO Ribera del Duero; já DO Toro vendeu 7,1 milhões em 2003 e cerca de 8 milhões em 2004.

Os mercados norte-americano e suíço são os mais importantes para aquelas denominações de origem: em 2003/2004 DO Rueda exportou 4878 hectolitros para os EUA e 2805 hectolitros para a Suíça; DO Toro vendeu 5884 hectolitros para os EUA e 3496 para a Suíça; Ribera del Duero vendeu 3173 hectolitros para os EUA, 3000 para o México e 2394 para a Suíça; por último, DO Cigales transaccionou 199 hectolitros nos EUA e 132 na Suíça.

As empresas de Douro e Duero



No decurso do evento os participantes tiveram oportunidade de visitar duas empresas, ambas com vinhos premiados internacionalmente e que, pela sua dimensão e características, revelam bem a especificidade de cada uma das regiões. Em Peñafiel, Valladolid, no coração de Ribera del Duero, a comitiva visitou as Bodegas Protos, empresa criada como cooperativa há cerca de um século e que hoje detém cerca de 100 hectares de vinha com apenas uma variedade de uva plantada, a que se juntam 500 hectares de associados e outros 300 hectares de fornecedores habituais de uva, toda ela monocasta Tempranillo.



Em 2005 a empresa registou um volume de vendas de "18 milhões de euros: no mercado interno facturou 15 milhões de euros, aos quais se somam os 2,5 milhões resultantes de vendas nos mercados exteriores", disse Rebeca Martín, do departamento de exportação da empresa. A Protos exporta "cerca de 40% da sua produção para cerca de 60 países". No total, a empresa comercializou 2,8 milhões de garrafas em 2004 contra 3,1 milhões em 2005, nas várias categorias produzidas. Os seus responsáveis afirmam que a sua produção, que ronda 5 ton.uva/ano/hectare, não é suficiente para satisfazer a procura. Os vinhos que constituem o seu portfólio (Jovem, Crinza, Reserva e Gran Reserva) são todos eles monovarietais.

Também com cerca de um século nas mãos da mesma família, a Quinta do Crasto está localizada em Cima Corgo, entre a Régua e Pinhão, estando a propriedade totalmente classificada como letra A para benefício de produção de vinho do Porto. Com 130 hectares de vinha onde estão plantadas várias das mais representativas castas da região (Tinta Roriz, Toriga Nacional, Touriga Franca, Tinta Barroca e Tinto Cão), esta quinta produz vinhos de mesa desde 1994. Assim, para além dos vinhos do Porto, a Quinta do Crasto produz e comercializa diversos vinhos e marcas, desde brancos a tintos, monovarietais e varietais – um dos seus vinhos, o Quinta do Crasto Douro Reserva, é elaborado a partir de 30 diferentes tipos de uva.

Para a Quinta do Crasto o mercado nacional representa 30% das vendas totais, tendo sido responsável por um volume de vendas de 400 mil euros em 2005. No entanto, considera Pedro Almeida, director comercial para o mercado interno, o mercado português

"está ao nível dos nossos maiores mercados e tem potencial para crescer em nichos de qualidade".

A maior fatia das vendas da Quinta do Crasto pertence aos EUA, seguindo-se Portugal e Brasil. Este último país tem crescido muito nos últimos anos, com 2005 a fechar com "um crescimento de 140%". Outros países como Canadá e Reino Unido são igualmente fundamentais para as exportações desta empresa familiar.

Vinus Durii quer estimular turismo

O Festival Vinus Durii, orçado em 700 mil euros, teve lugar em várias localidades em torno da bacia hidrográfica do Douro, como Peñafiel, Valladolid, Zamora, Toro, Vila Real, Peso da Régua, Lamego e Porto, e serviu igualmente para lançar um "conjunto de projectos que possam dinamizar as duas regiões, não só em termos vinícolas mas também turísticos", disse Carlos Lage, presidente da CCDR-N. Entre os projectos de cooperação contam-se a reconstrução da linha de comboio do Douro até Espanha – linha essa já em funcionamento do lado espanhol – e a criação de uma estrutura de coordenação política e económica entre as 21 autarquias da região.

Paralelamente, o Vinus Durii pretende dinamizar a imagem internacional do Douro Património da Humanidade, "criando oportunidades de investimento na região". Um dos projectos mais relevantes passa pela elaboração de planos de pormenor para as margens do Douro, e o intuito de qualificar as margens do rio, tornar o Douro mais navegável e estabelecer parcerias de âmbito turístico entre agentes económicos dos dois lados da fronteira.

Marc Barros