

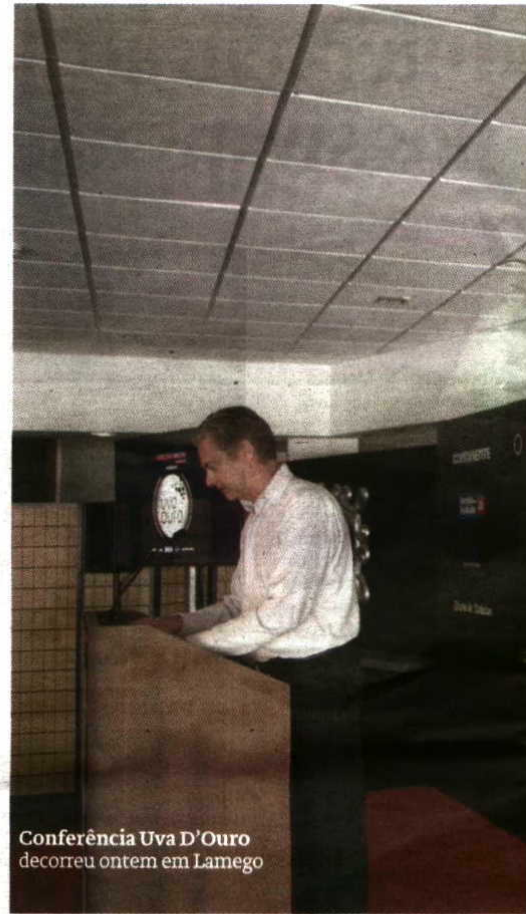


ID: 49560159

04-09-2013

É fora da União Europeia que muitos produtores nacionais estão a encontrar novos mercados para escoar as suas garrafas ● **Canadá**, Brasil, Angola, EUA e China concentram a atenção de quem quer vender

# REGIÕES DOURO, DÃO E BEIRA A EXPORTAR MAIS



Conferência Uva D'Ouro decorreu ontem em Lamego

Ana Santos Gomes  
economia@jn.pt

Depois do mercado da saúde, vincado nas comunidades de emigrantes portugueses espalhadas pela Europa, é agora em países mais distantes que se destacam as vendas de vinhos nacionais.

Esta realidade esteve espelhada ontem, em Lamego, na conferência Uva d'Ouro, a iniciativa promovida pelo 'Jornal de Notícias', 'Diário de Notícias', TSF e Continente que tem vindo a percorrer o país para promover a divulgação dos vinhos regionais portugueses.

Só da região do Douro partiram, em 2012, mais de metade das exportações de vinhos portugueses.

Grande parte deles são vinhos do Porto, cuja vocação exportadora é já de longa data, mas também os restantes vinhos da região começam a destacar-se além-fronteiras, beneficiando da crescente popularidade do país junto dos consumidores internacionais de vinho. No total, a região exporta mais de 40% da sua produção e a motivação para procurar novos

mercados tem vindo a intensificar-se, confirma Manuel Cabral, presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto.

"O futuro passa pela aposta em novos consumidores e novos mercados, mas também passa por uma aposta cada vez mais forte na diversidade de vinhos da região", assume.

O presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto revela também que o preço médio do vinho da região tem vindo a registar uma curva ascendente, situando-se atualmente nos 3,95 euros.

Só em 2012, as vendas de vinho certificado da região duromontana somaram 90,6 milhões de euros. "Digo sempre que o importante não é vender mais, é vender melhor e isso passa por valorizar a qualidade do nosso vinho atribuindo-lhe um preço mais elevado", alega Manuel Cabral.

Ter um perfil internacional pode fazer a diferença. A garantia é de Rui Madeira, enólogo e proprietário da Rui Roboredo Madeira, empresa que tem vindo a apostar na personalização do contacto com as lojas para incrementar vendas.

"Os resultados são evidentes. Onde se vende vinho é

**"O importante não é vender mais é vender melhor".**

Manuel Cabral  
I. V. do Douro e do Porto



**"Ainda faltam sinergias com outros produtos qualificados".**

Francisco Pavão  
CVR Trás-os-Montes

nas lojas, por isso temos de nos aproximar delas e conversar sobre o nosso vinho com quem o vai vender ao consumidor", defende o enólogo.

"E temos de estar atentos a mercados externos que evoluem muito rapidamente e nos permitem antecipar tendências que acabam por chegar cá mais tarde ou mais cedo. Manter um perfil internacional é, sem dúvida, muito importante nos dias que correm", afirma Rui Madeira.

Estados Unidos da América, Angola e Brasil são destinos preferenciais para os vinhos da região da Beira Interior, que exporta 18,5% da sua produção anual.

Um índice com grandes po-

DÃO  
**40**

milhões de litros produzidos na região demarcada do Dão

TRÁS-OS-MONTES

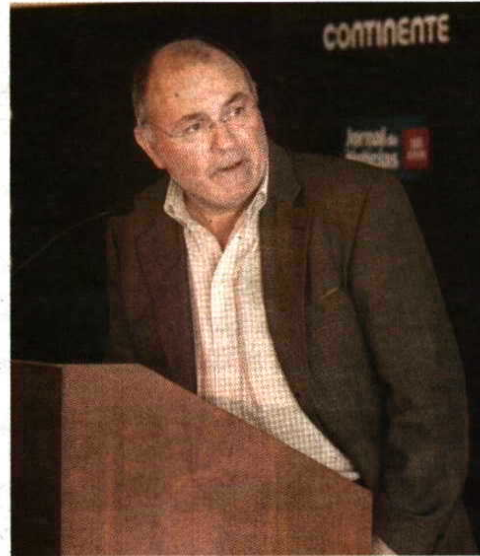
**3,4**

milhões de litros de produzidos em Trás-os-Montes



FOTOS: JÚLIO LINDO (INTELE) / GLOBAL IMAGES

**ENTREVISTA // ARLINDO CUNHA**  
Presidente da CVR Dão



**“A imagem do país ainda é uma dificuldade em alguns mercados”**

**Prémios Uva d'Ouro vão ser entregues dia 18**

**FALTAM** duas semanas para a realização da Gala Uva d'Ouro, a cerimónia que irá assinalar dia 18, no Porto, o encerramento da iniciativa com a entrega dos 75 selos aos vinhos premiados. A concurso estiveram 250 vinhos da garrafeira do Continente, submetidos durante dois dias a uma prova cega, onde um painel de reputados jurados analisou os néctares selecionados de acordo com a metodologia reconhecida pela Organização Internacional do Vinho e da Vinha para provas internacionais. Os prémios deverão distinguir não só os melhores vinhos de cada região, como também premiar alguns vinhos de excelência.

A cerimónia de encerramento da iniciativa Uva d'Ouro coloca também um ponto final no ciclo de conferências regionais que percorreu o país nos últimos três meses. Lisboa, Setúbal, Évora, Coimbra e Lamego foram os locais escolhidos para produtores e distribuidores se reunirem para analisar o presente e futuro do mercado vitivinícola de cada uma das regiões selecionadas para integrar este projeto. Uma oportunidade para debater não só a crescente vocação exportadora dos vinhos portugueses, mas também o papel que a moderna distribuição tem vindo a desempenhar na promoção e divulgação da vasta oferta de vinhos produzidos em território português.

As garrafas premiadas no âmbito da iniciativa Uva d'Ouro estarão, no final do mês, em destaque na Feira de Vinhos do Continente, cumprindo o objetivo de democratização do acesso a vinhos premiados que este projeto preconizou. Com efeito, é nas prateleiras dos hipermercados que a maior parte dos consumidores escolhe os vinhos que consome em sua casa e é lá que vão encontrar, dentro de poucas semanas, os vinhos premiados com o selo Uva d'Ouro.



*“Temos de estar preparados para vender em qualquer parte do Mundo”.*

**Há uma vocação crescente para as exportações de vinho?**

Há seguramente. Perto de 40% do vinho do Dão já é exportado a um preço bastante bom, entre os 3 e os 5 euros, dirigido a mercados como o Canadá, EUA, Brasil e Angola. Temos ainda mercados emergentes como a China, a Rússia e a Polónia e teremos sempre os mercados da União Europeia, como a Alemanha, a França, a Bélgica e a Inglaterra. Quem está no negócio do vinho tem de estar preparado para vender em qualquer parte do Mundo. Por isso é que se exige uma nova organização por parte dos produtores, sobretudo os produtores de pequena e média dimensões, e nós estamos numa região onde, infelizmente, há muitos pequenos e médios produtores.

**Que papel está reservado às adegas cooperativas?**

É um papel muito importante, enquanto centros de com-

pras e verificação de vinhos dos pequenos produtores. Quando uma cooperativa desaparece, esses produtores não têm dimensão para se legalizarem, colocarem vinho no mercado, montarem uma estrutura comercial e perante essa impossibilidade desistem, o que acontece com muita frequência, ou vendem o seu vinho na “candonga”, o que também acontece com muita frequência, penalizando os outros produtores legalizados que pagam impostos. Esta é uma situação que nos preocupa. Está a preocupar o setor do vinho em geral. É preciso que a ASAE fiscalize os restaurantes e desenvolva uma máquina mais resistente à fraude. Porque em muitos restaurantes há fraude deste tipo.

**Com esta crescente vocação exportadora, o setor corre o risco de relegar o mercado interno para segundo plano?**

Não. Habitualmente os portugueses até têm uma tendência para valorizar mais o que vem de fora, mas no caso dos vinhos isso não acontece. O mercado interno será sempre muito importante e teremos de continuar a procurar novos segmentos de mercado, como agora têm vindo a destacar-se os segmentos jovem e feminino. ●

**“É preciso que o mercado exija mais certificação”.**

**João Carvalho**  
CVR Beira Interior



mia local. “É nessa vertente que temos de apostar. Ainda faltam sinergias com outros produtos qualificados da região, tal como o azeite, o fumeiro, as carnes e os enchidos. E também faltam sinergias com o Ensino Superior para a área da investigação ligada aos vinhos”, defende o presidente da CVR de Trás-os-Montes.

Ganhar economias de escala deverá ser, com efeito, a melhor aposta que os produtores vitivinícolas deverão fazer no futuro, sugere Bruno Pereira, diretor da Unidade de Negócio de Bebidas da Sonae.

“É importante ser criativo para conseguir baixar os preços de custo. E se os produtores melhorassem a sua capacidade associativa poderiam efetivamente ganhar economias de escala e baixar custos”, alega o responsável da cadeia de hipermercados Continente. ●

BEIRA

**35**

**Milhões de litros produzidos na região da Beira Interior.**

**“Capacidade associativa poderia ajudar a baixar custos”.**

**Bruno Pereira**  
Sonae MC



“Espero que o próximo quadro de fundos comunitários permita às empresas dinamizar os seus negócios, pois isso é muito importante para a economia”, sublinha. “Esses eventuais apoios também seriam importantes para os produtores poderem fazer prospeção de mercados, pois a ausência de estudos feitos pelas entidades oficiais constitui uma grave lacuna para a atuação das empresas do setor”, reivindica Arlindo Cunha.

A predominância de pequenos produtores no tecido em-

presarial do setor coloca também em causa eventuais economias de escala, lamenta Francisco Pavão, presidente da CVR de Trás-os-Montes. “A nossa região tem apenas 10 000 hectares de vinha e conta com 62 agentes económicos. Isso diz bem da representatividade de cada operador e põe em causa a sustentabilidade da própria CVR”, aponta Francisco Pavão. A região de Trás-os-Montes tem vindo a ganhar visibilidade no mercado nacional, apostando na ligação à gastron-