



**SEDES**

50 ANOS A PENSAR PORTUGAL

# POSITION PAPER

#10/24

COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE DOS  
VINHOS DO PORTO E DOURO. QUE ESTRATÉGIA?

**JOÃO REBELO, ALBERTO BAPTISTA, SOFIA GOUVEIA  
E FONTAÍNHAS FERNANDES**

SEDES VILA REAL

### **Objetivo e Responsabilidade:**

Os Position Papers da SEDES destinam-se a apresentar uma opinião fundamentada sobre um tema de desenvolvimento económico e social, em termos consentâneos com os objetivos estatutários da Associação. Os Position Papers assumem igualmente a natureza de *working papers*, isto é, não devem ser considerados produção científica acabada, mas sim textos em progresso suscetíveis de aprofundamento. A autoria pode ser coletiva ou individual, podendo parte ou a totalidade do documento ser usado em outras publicações.

Embora sujeitos a critérios editoriais, que designadamente validam a consonância do documento com os fins dos Position Papers da SEDES, a posição expressa é da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

# COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE DOS VINHOS DO PORTO E DOURO. QUE ESTRATÉGIA?

## Resumo:

O setor dos vinhos do Porto e Douro encontra-se numa encruzilhada, apelando à reflexão crítica e a uma estratégia orientada para a sua competitividade e sustentabilidade. O vinho é um bem de experiência globalizado, transacionado num mercado competitivo, em que a diferenciação tem um papel chave no preço.

Observa-se uma tendência de diminuição das vendas do produto estrela do Douro - vinho do Porto - e que melhor remunera as uvas aos viticultores, de diminuição recente das vendas com denominação de origem (DO) Douro, uma elevada proporção de DO Douro vendido sem essa certificação e a baixo preço e um mercado nacional repleto de vinho importado de baixo preço, com efeitos de contágio sobre o preço e quantidade de vinhos nacionais e do Douro em particular.

Constata-se, ainda, uma valorização genérica das uvas abaixo da linha dos custos de produção, a carência de um plano de ação coletivo para promoção e valorização dos vinhos do Porto e Douro e, por fim, uma estrutura regulatória que dá sinais de incapacidade para responder aos desafios do mundo dos vinhos.

Ancorado numa síntese sobre a indústria do vinho a nível mundial, europeu e de Portugal, e em entrevistas não estruturais a conhecedores regionais do setor, o presente trabalho inclui uma sinopse prospetiva dos principais desafios com que se deparam os vinhos do Porto e Douro.

Sugere-se, supletivamente, um conjunto de medidas de competitividade e sustentabilidade que podem ser traduzidas num plano de ação para o setor. Estas medidas, de caráter coletivo, são indutoras de melhoria da adaptação quantitativa e qualitativa do produto ao mercado, do acesso ao mercado, do processo de decisão dos agentes económicos, do reequilíbrio de mercado e de apoios específicos ao rendimento de viticultores. Para a execução deste plano de ação é determinante um organismo interprofissional eficiente e eficaz, capaz de responder às exigências atuais do mercado do vinho, com adequação do modelo de governação do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, I.P (IVDP).

**Palavras chave:** Vinhos do Porto e Douro; crise económica; desequilíbrio de mercado, modelo de governação; plano de ação; visão estratégica.

# 1. Introdução

Reconhecendo os desafios dos vinhos do Porto e do Douro, o IVDP contratualizou, em 2017, à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), o estudo “*Rumo Estratégico para o setor dos Vinhos do Porto e Douro*”<sup>1</sup> (abreviadamente denominado “*Rumo Estratégico*”), sob a coordenação científica do investigador João Rebelo. Este trabalho reúne informação de suporte à tomada de decisão e propõe medidas de caráter coletivo para suportar uma estratégia de sustentabilidade, baseada no reforço da competitividade e em mecanismos de distribuição do valor ao longo da fileira.

O estudo enuncia um conjunto de onze medidas passíveis de serem traduzidas num plano de ação, para contribuir para a inovação, competitividade e sustentabilidade do setor vitivinícola da Região Demarcada do Douro (RDD), a saber: sistema inteligente de mercado; promoção coletiva; comunicação digital; inovação, rejuvenescimento e imagem do vinho do Porto; plataforma logística no Douro; *stock* mínimo para o exercício da atividade comercial do vinho do Porto; simplex+: balcão único; sistema contínuo de I&D+I; regulação competitiva do setor vitivinícola; regulamentação dos vinhos do Douro e Porto; *governance* do IVDP.

Desde a data de realização do trabalho, ocorreram choques exógenos impactantes na fileira do vinho em geral e dos vinhos do Porto e Douro em particular, casos do Brexit, da pandemia Covid-19, do conflito na Ucrânia, da inflação e alterações das taxas de juro, de alterações geopolíticas (e.g. reposicionamento da China) e do comportamento dos consumidores, bem como do aumento do enoturismo como atividade suplementar (*add-on*) à indústria do vinho. Perante os desafios acrescidos com que o setor se depara, é essencial rever o mencionado “*Rumo Estratégico*” e proporcionar uma visão prospetiva atualizada sobre estratégias de competitividade e de sustentabilidade para os vinhos do Porto e Douro.

Efetivamente, há sinais que evidenciam desafios no setor que apelam à intervenção estratégica, refletidos na: i) tendência de decréscimo das vendas do produto estrela do Douro - vinho do Porto -, que melhor remunera as uvas aos viticultores e, em anos recentes, decréscimo das vendas de DO Douro; ii) elevada proporção de vinho com denominação DO Douro a ser vendida sem essa designação e a baixo preço, com o conseqüente reflexo na valorização das uvas; iii) dificuldade de venda de vinhos nacionais, devido a excesso de oferta no mercado nacional e importação desregulada de vinhos de baixo preço; iv) baixa valorização das uvas longe de acompanhar o acréscimo de custos de produção; v) inexistência de um plano estratégico de promoção dos vinhos do Porto e Douro, para reforço da reputação coletiva e incremento das vendas e do valor dos vinhos; vi) estrutura regulatória inadequada para os desafios comerciais do mundo atual.

Para preencher o objetivo estabelecido, utiliza-se como referencial analítico o paradigma clássico da economia industrial: estrutura, comportamento e performance, condicionados pela intervenção pública. Foram

---

<sup>1</sup> Hogg, T. e Rebelo, J., 2018. Rumo estratégico do setor dos vinhos do Douro e Porto. Estudo do IVDP efetuado pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, 311 pp.

consultadas diversas fontes de informação, nomeadamente trabalhos publicados, estatísticas e entrevistas não estruturadas a *stakeholders* do setor. Estas entrevistas tiveram como objetivo perceber o problema em análise e confirmar as conclusões apresentadas.

O estudo está estruturado em sete pontos, interrelacionando os vinhos provenientes da RDD (secção 4) com o que se passa na UE e no mundo (secção 2) e no país (secção 3). A visão prospetiva segue esta sequência, incluindo a componente de enoturismo (secção 5), e conclui com a apresentação de propostas de medidas coletivas de política pública para a competitividade e sustentabilidade (secção 6).

Inerente à evidência de políticas públicas está o facto de o vinho ser um dos setores económicos com mais regulação, em particular na UE. Trata-se de um bem alimentar de teor alcoólico e com importância económica, social e ambiental, em particular nos países tradicionalmente produtores de vinho da Europa (França, Itália, Espanha e Portugal). Para esta regulação contribuem ainda falhas de mercado relacionadas com externalidades, assimetrias de informação e o maior poder de mercado nos agentes económicos colocados a jusante na fileira.

Em termos de mercado, o vinho é um produto globalizado assente numa estrutura de forte concorrência monopolística, com uma oferta diversificada de vinhos muito diferenciados, conforme os atributos valorizados pelo consumidor, intrínsecos ao próprio vinho e extrínsecos muito associados ao *terroir*. Perante estas condições, o livre funcionamento do mercado tem dificuldade em conseguir a afetação socialmente eficiente dos recursos na fileira e eliminar comportamentos de boleia (*free-rider*).

Se para o país o setor vitivinícola tem relevância estratégica, para o Douro é vital. A economia deste território está ancorada no vinho e na estreita ligação ao turismo, fazendo parte da história social, cultural e patrimonial do Douro. A inscrição do Alto Douro Vinhateiro na Lista de Património Mundial da UNESCO como paisagem *cultural, evolutiva viva* depende da paisagem vitícola, sendo esta um ativo que urge preservar, atendendo ao valor relevante para o território e o país.

## 2. Mundo e União Europeia

O relatório *State of the World Wine and Wine Sector in 2023*<sup>2</sup>, publicado pela Organização Internacional do Vinho (OIV), proporciona uma visão global do setor do vinho a nível mundial, em termos de superfície vitícola, de produção, de consumo e do comércio externo.

A superfície mundial de vinha em 2023 situava-se em 7,2 milhões ha, registando um decréscimo de 4% face a 2016. A tendência de redução da área de vinha ocorre nos principais países produtores de vinho, com exceção de Itália e EUA, sendo mais acentuada na China, um dos principais motores do crescimento mundial da vinha

---

<sup>2</sup> Organização Internacional do Vinho, 2024. State of the world vine and wine sector in 2023 (<https://www.oiv.int/sites/default/files/2024-04f>).

no século XXI, cuja diminuição se verifica a partir de 2018.

Na UE observa-se uma ligeira redução, totalizando uma área de vinha 3,3 milhões ha. A expansão registada em Itália, Alemanha e Grécia não compensa o nível de arranque de vinha observado noutros países europeus. Esta tendência de diminuição também se regista em países do “novo mundo”, como a Argentina, Chile e África do Sul, mantendo-se estabilizada na Austrália.

A produção mundial de vinho em 2023 estima-se em 237 milhões hl, uma diminuição de cerca de 25 milhões hl (-9,6%) face ao ano anterior. Depois de manter níveis de produção consistentes com a média de 20 anos, durante quatro anos consecutivos, em 2023 registou-se o volume mais baixo desde 1961 (214 milhões hl). O declínio pode ser atribuído a uma confluência de eventos climáticos adversos, incluindo geadas precoces, chuvas fortes e seca, e doenças fúngicas.

A produção na UE estima-se em 144,5 milhões hl em 2023, o que representa uma diminuição de 10,6% (17 milhões hl) em comparação com 2022. Este valor coloca-o como o segundo volume de produção mais baixo registado desde o início do século, apenas atrás da produção de 2017 de 141 milhões hl. Alguns países beneficiaram de condições climáticas relativamente favoráveis, produzindo volumes de colheita médios ou superiores à média, caso de França. Itália, o segundo país com maior produção de vinho mundial, mostra uma diminuição de 23,2% em relação a 2022, totalizando 38,3 milhões hl.

O consumo mundial de vinho em 2023 estima-se em 221 milhões hl, uma diminuição de 2,6% em relação a 2022, o valor mais baixo desde 1996. Este declínio do consumo a nível mundial tem seguido uma trajetória relativamente constante desde 2018, para o qual contribuíram fatores como:

- A diminuição do consumo da China, com uma perda média de 2 milhões hl por ano, desde 2018;
- Efeito das medidas de confinamento da pandemia Covid-19, em 2020, nos principais mercados vinícolas mundiais; a anulação destas medidas em 2021, a reabertura do setor da hospitalidade e o retomar de reuniões sociais e festividades levou a uma recuperação do consumo;
- As tensões geopolíticas, em particular o conflito na Ucrânia e as crises energéticas, juntamente com as perturbações na cadeia de abastecimento global, resultaram num aumento dos custos de produção e de distribuição. Este facto conduziu ao aumento significativo dos preços para os consumidores, diminuindo a procura global;
- A procura de vinho foi ainda afetada pelas pressões inflacionistas globais, com a redução do rendimento real e a subida das taxas de juro.

Estes fatores tiveram consequências no comércio internacional, tendo o volume global de exportação de vinho em 2023 (99,3 milhões hl) diminuído 6,3% face a 2022. Os países que mais contribuíram para este declínio no volume do comércio mundial em relação a 2022 são o Chile (-1,5 mhl), África do Sul (-0,9 mhl), França (-0,8

mhl) e Argentina (-0,7 mhl). Excluindo o efeito da inflação<sup>3</sup>, isto é, assumindo preços constantes, apresenta-se a evolução, em valor, das exportações de vinho dos principais países produtores e exportadores (Figura 1).

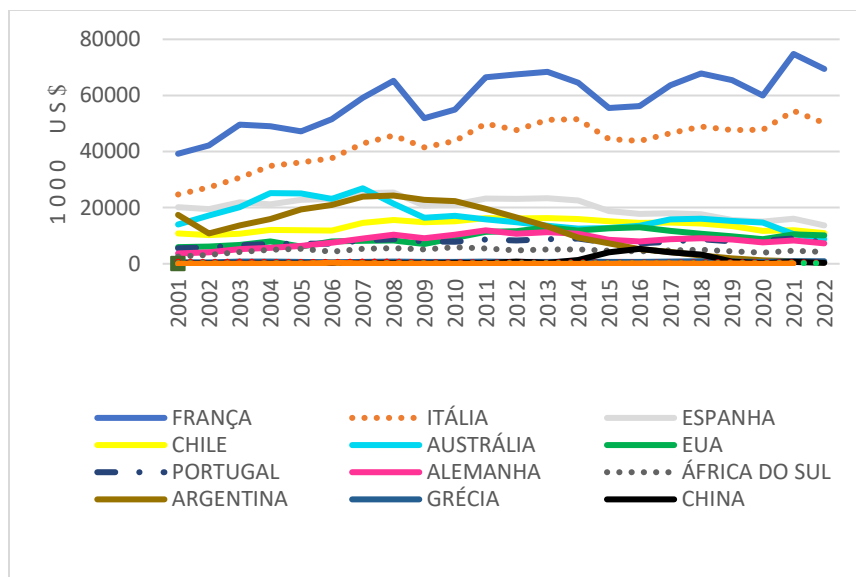


Figura 1 – Evolução das exportações de vinho dos principais países produtores e exportadores, em valor, 2001-2022. Fonte: COMTRADE

Os principais países exportadores de vinho são a França e a Itália, com tendência ascendente de 2001 a 2022, com flutuações, seguidos da Espanha e dos produtores do "novo mundo", casos do Chile, EUA e Austrália, que têm vindo a ganhar quota de exportação. O desempenho resiliente das exportações em valor registado em 2023, resulta da evolução positiva do preço médio de exportação (3,62 €/l), um aumento de 2% face a 2022. Este nível de preços está 29% acima da média de 2020 e 39% em relação a 2016, resultando da endogeneização de custos mais elevados incorridos pelos produtores, importadores e distribuidores, uma consequência direta das pressões inflacionistas globais.

A Alemanha, Reino Unido e EUA, mantêm-se como principais mercados de importação mundial em 2023, com cerca de 40% do volume total de vinho importado e 37% em termos de valor. As importações na China diminuíram pelo sexto ano consecutivo, tendo em 2023 importado 2,5 milhões hl (-26,1% face a 2022), no valor de 1,1 mil M€ (-21,7% face a 2022). Em valor e a preços constantes, os principais países importadores em

<sup>3</sup> Valores das exportações e importações a preços constantes de 2015, utilizado o deflator do PIB do Banco Mundial em *World Development Indicators*.

2022 foram os EUA, Reino Unido, Alemanha, Canadá e Países Baixos (Figura 2).

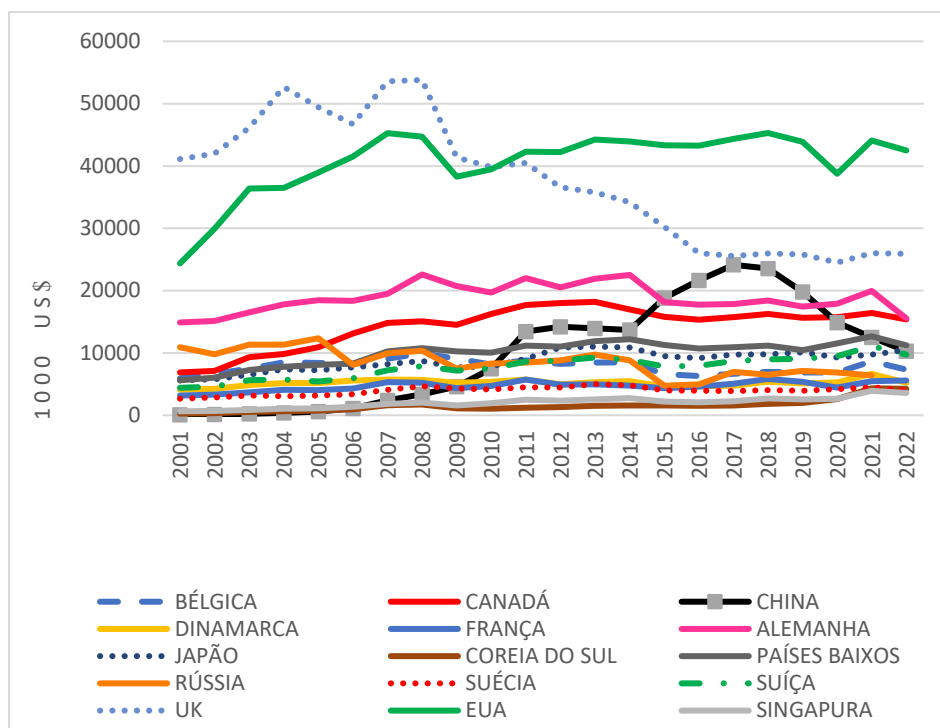


Figura 2 – Evolução das importações de vinho em valor, 2001-2022. Fonte: COMTRADE.

O aumento das importações de vinho pela China atingiu o máximo em 2017, diminuindo de forma acentuada a partir deste ano, possivelmente, devido a choques de curto prazo e mudanças estruturais de longo prazo, como a pandemia de Covid-19, a imposição de direitos aduaneiros sobre as importações e alterações das preferências dos consumidores (Anderson, 2023). O Reino Unido também revela tendência de decréscimo das importações desde a crise financeira de 2008, mostrando uma relativa estabilização desde 2016.

A evolução do comércio internacional de vinho está associada à imposição de medidas tarifárias e não tarifárias. Globalmente, a proteção tarifária é baixa em países envolvidos há longo tempo no comércio internacional de vinho (UE, EUA, Canadá, Austrália, Nova Zelândia), e elevada nos novos importadores de vinho, caso dos mercados asiáticos. Coexistindo com as tarifas, existe um conjunto de medidas não tarifárias impostas pelo país importador classificadas em dois grupos: (i) técnicas; e, (ii) não técnicas. O grupo que mais influencia o vinho (código do sistema harmonizado 220421) são as medidas técnicas, que compreendem três categorias (A, B e C), estando os fluxos de vinho mais expostos às medidas sanitárias e fitossanitárias – categoria A – e às barreiras técnicas ao comércio – categoria B (Tabela 1).



**Tabela 1 - Subcategorias de medidas sanitárias e fitossanitárias (MSF) e barreiras técnicas ao comércio internacional (BTC).**

---

<b>Subcategorias de MSF</b>
A1 - Proibições/restrições de importações por razões sanitárias e fitossanitárias
A2 – Limites de tolerância para resíduos e utilização restrita de substâncias
A3 – Requisitos de rotulagem, marcação e embalagem
A4 – Requisitos higiênicos relativos às condições sanitárias e fitossanitárias
A5 – Tratamento para eliminação de pragas vegetais e animais e de organismos causadores de doenças no produto final ou proibição no tratamento
A6 – Outras exigências relativas aos processos de produção ou pós-produção
A8 – Avaliação da conformidade relativa às condições sanitárias e fitossanitárias
A9 – Medidas sanitárias e fitossanitárias não especificadas noutras rúbricas

---

<b>Subcategorias de BTC</b>
B1 - Autorizações/licenças de importação relacionadas com obstáculos técnicos ao comércio
B2 – Limites de tolerância para resíduos e utilização restrita de substâncias
B3 - Requisitos de rotulagem, marcação e embalagem
B4 - Requisitos de produção ou pós-produção
B6 – Requisitos de identidade do produto
B7 – Requisitos de qualidade, segurança ou desempenho do produto
B8 - Avaliação da conformidade relacionada com os obstáculos técnicos ao comércio
B9 – Barreiras técnicas ao comércio não especificadas noutras rúbricas

---

Fonte: UNCTAD (2023).

As medidas aplicadas ao comércio internacional de vinho intensificaram-se entre 2007 e 2021, embora em 2020 se tenha registado um ligeiro decréscimo (Figura 3), aumentando o protecionismo no comércio internacional e a consequente “desglobalização”.

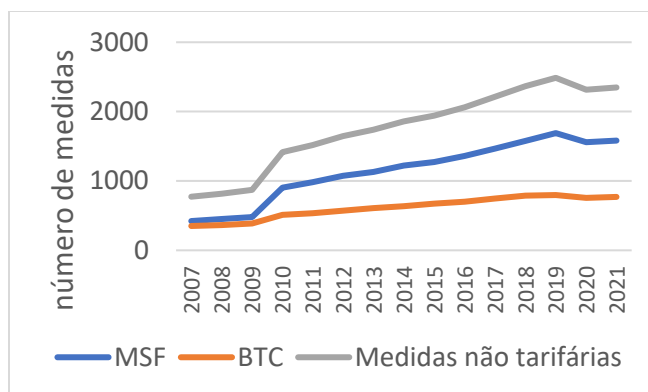


Figura 3 – Número de medidas não tarifárias, MSF e BTC aplicadas ao vinho em 179 países, 2007-2021. Fonte: *Trade Analysis Information System* das Nações Unidas e *Word Integrated Solution* do Banco Mundial.

Em síntese, registam-se as seguintes tendências mundiais no setor do vinho:

- Redução do consumo de vinho, o que implica ajustamentos da oferta, redução da produção e da área de vinha;
- A China tornou-se um país residual na produção e consumo de vinho<sup>4</sup>, o que obrigou alguns países como a Austrália a procurar mercados alternativos, como EUA, Reino Unido e Alemanha;
- Economia global em desaceleração – “desglobalização” – consequência de tensões geopolíticas e adoção de medidas proteção de mercados com barreiras tarifárias e não tarifárias e mesmo de flutuação das taxas de câmbio;
- Mudanças nos comportamentos dos consumidores, traduzidos na procura de vinhos mais leves e frescos (brancos, rosés e espumantes) e de menor teor alcoólico; procura de vinho tinto em regressão, embora as gamas premium não sejam afetadas;
- Aumento da concorrência no mercado dos vinhos, mostrando as empresas dificuldade em repercutir o aumento dos custos de produção no preço de venda;
- Alterações climáticas e fenómenos climáticos extremos, implicando a preservação da biodiversidade e maior pressão para produção e distribuição mais sustentável;
- Introdução de novas tecnologias na fileira do vinho, relevando a ciência de dados e inteligência artificial, com consequência na cadeia de valor;
- O preço como fator de mediação entre a qualidade intrínseca do vinho e os atributos extrínsecos, relevando

<sup>4</sup> Anderson, K., 2023. What’s happened to the wine market in China? *Journal of Wine Economics*, 18 (2): 173-183.

o vinho como bem associado ao ambiente, património e cultura, isto é, um fenómeno social com identidade e distinção;

- Diferenciação e distinção capazes de tornar um vinho valorizado pelo consumidor, centrado em atributos como vinhas velhas, vulcânica, paisagem natural, em complemento de designações tradicionais associados à denominação de origem;
- Crescimento do mercado dos vinhos biológicos, biodinâmicos, naturais e de baixo teor alcoólico;
- Consumidores jovens com menor literacia sobre o vinho, com o incremento e sustentação da procura a requererem medidas coletivas de educação e capacitação;
- Um mercado do vinho competitivo e heterogéneo, tanto no preço como nos atributos, em que prevalecem estratégias empresariais de diferenciação horizontal (o mesmo tipo de vinho com atributos diferentes) e vertical (e.g., grande reserva, reserva, colheita) para captar valor junto dos consumidores, a exemplo do que sucede em estruturas de mercado de concorrência monopolística acentuada;
- Enoturismo como suplemento do negócio do vinho, representando uma importante fonte de receita, em particular nas pequenas empresas.

Sendo o vinho um setor fortemente regulado, os desafios mencionados sugerem políticas públicas pró-ativas com implicações no posicionamento da oferta e da procura. Deixar o mercado funcionar livremente num mercado tão heterogéneo não parece ser a solução, até pela evidência de comportamentos de *free-rider*, nomeadamente de agentes económicos a jusante na fileira. Na linha da regulação pública, um manifesto sobre o setor do vinho na UE de 2024<sup>5</sup> identifica os principais desafios do setor:

- Declínio do consumo de vinho na UE;
- Aumento dos custos de produção e de distribuição;
- Incerteza no comércio mundial de vinho;
- Mudanças nas tendências de consumo;
- Desfasamento entre a oferta e procura de vinhos;
- Políticas de saúde valorizando os malefícios do vinho;
- Proliferação de fenómenos climáticos negativos;

---

<sup>5</sup> Comité Européen des Entreprises Vins (CEEV), 2024. Manifesto on the future of the EU wine sector – key challenges and priorities for the new EU mandate”. <https://www.ceev.eu/about-the-eu-wine-sector>. Documento divulgado pela ACIBEV.

- Ambiente regulamentar complexo.

O mesmo manifesto identifica seis prioridades estratégicas da política europeia viradas para o acesso e adaptação dos vinhos ao mercado e o processo de decisão dos agentes económicos, tendentes a gerar resiliência, inovação e crescimento sustentável:

- Reforçar a Política Agrícola Comum orientada para o mercado, visando aumentar a competitividade e reduzir a complexidade administrativa;
- Conciliar tradição e inovação na legislação europeia para adaptar os produtos vitivinícolas às novas expectativas, procura e tendências dos consumidores, preservando simultaneamente a cultura do vinho;
- Apoiar a transição climática e ecológica, definindo os princípios da produção sustentável, dando prioridade às medidas de atenuação e reconhecer os serviços de ecossistemas;
- Reforçar o mercado único da UE e reduzir os custos de comercialização, através da harmonização dos regulamentos, da promoção da digitalização e da facilitação do comércio eletrónico para as empresas vitivinícolas;
- Manter uma estratégia comercial ambiciosa da europa para expandir o acesso ao mercado, abordar as barreiras comerciais e proteger os produtos vitivinícolas de disputas comerciais não relacionadas.
- Adotar uma política de saúde da UE, coordenada e baseada na ciência, que diferencie entre consumo moderado de vinho e abuso de álcool e promova diálogos construtivos.

### 3. Portugal

Portugal é, sobretudo, um mercado de vinhos de baixo preço, tanto no consumo interno, como nas exportações<sup>6</sup>. A maioria dos vinhos tem revelado pouco potencial para gerar e transferir valor para os agentes económicos a montante na fileira, carece de reputação e a possibilidade de os consumidores pagarem mais é reduzida. Existe informação detalhada sobre produção, exportações e comércio, contudo, é limitada no consumo interno e existem falhas de mercado ao nível da informação e dos custos de transação do sistema de controlo e certificação.

A informação disponibilizada pelo Instituto da Vinha e do Vinho (IVV)<sup>7</sup> relativa a 2022 e 2023 mostra que Portugal foi o quinto produtor de vinho da UE (6,5% da produção) e ocupa o 11.º no ranking mundial. Possui

---

<sup>6</sup> Rebelo, J. e Batista, A., 2024. Potential market failures in the Portuguese wine industry. *Ciência e Técnica Vitivinícola*, 39 (1): 1-13.

<sup>7</sup> A informação quantitativa referida neste ponto foi extraída de <https://www.ivv.gov.pt/np4/estatistica>.

uma área de 180 360 ha de vinha, o que significa um decréscimo de 6,7% em relação a 2016. O Douro representa 24,5%, o Alentejo 14,7% e os Vinhos Verdes 12%. A produção de vinho está repartida por trinta DOP e catorze IGP, incluindo quase todos vinhos tranquilos (tintos, brancos e rosés) e espumantes, sendo que algumas incluem vinhos generosos, aguardentes e mesmo vinagres.

A produção em 2023 foi de cerca de 6,9 milhões hl, a que corresponde uma produtividade de 38 hl/ha (a média mundial é de 33 hl/ha e da UE de 44hl/ha), sendo 57,4% classificado como DOP vinho tranquilo e vinhos licorosos, 34,5% vinho tranquilo IGP, 0,5% com indicação do ano de colheita ou da casta e 7,6% sem certificação. As principais regiões produtoras são o Douro (21%), Alentejo (17%), Lisboa (17%) e Vinhos Verdes (15%), cujas produtividades médias são: 32,96, 42,86, 66,88 e 43,39 hl/ha, respetivamente. A produtividade no Douro é de 87% da média nacional, 75% do Alentejo e 64% de Lisboa.

Quanto ao comércio externo, em 2023, Portugal exportou cerca de 47% da produção (3,2 milhões hl), com o preço médio de 2,91 €/l, 20% inferior ao da média mundial (3,62 €/l). Comparando com 2016, regista-se uma variação de 10% no volume exportado e de 3,9% no preço. Face a 2022, as exportações diminuíram 1,8% em quantidade e 1,2% em valor, variando o preço positivamente em 0,7%.

Por categoria, foram exportados 703 mil hl de vinho tranquilo DOP (22% do total) a um preço médio de 3,49 €/l, 744 mil hl de IGP (23,3% do total) a 2,57 €/l, e 1 108 mil hl de vinho não certificado (34,7% do total) a 1,32 €/l. A elevada percentagem de vinho não IG nas exportações sugere que uma parte significativa é constituída por vinhos declarados como DOP/IGP na vindima, contudo, foram desclassificados na fase de comercialização e/ou por vinho importado.

Entre os vinhos fortificados DOP, releva o vinho do Porto (94% do total de vinhos licorosos exportados), com 561 mil hl exportados (17,6% do total de vinho exportado, com um valor de 371 M€ (33,1% do total) a um preço médio de 5,48 €/l. A pandemia Covid-19 não influenciou as exportações: em 2019, foram exportados 2 963 milhões hl e, em 2020, 3 151 milhões hl, cujo preço médio diminuiu de 2,76 para 2,72 €/l.

Para satisfazer a procura interna e externa, Portugal tem vindo a importar uma quantidade significativa de vinhos. Em 2023, as importações atingiram 2,97 milhões hl (43,8% da produção nacional), um aumento de 64% em relação a 2016. Dos vinhos importados cerca de 83% são não classificados, com um preço médio de 0,67 €/l. Em 2023, do vinho importado 96% em volume e 67% em valor tinha origem em Espanha.

Quanto ao consumo interno, a informação do IVV é menos detalhada que a da produção, exportação e importação. A informação sobre o consumo doméstico publicada pelo IVV tem como base dados recolhidos pela empresa de estudos de mercado Nielsen em diferentes pontos do circuito de distribuição no país, não abrangendo todos os agentes do mercado, o que conduz a uma subestimação do vinho consumido.

Esta situação poderá explicar, em parte<sup>8</sup>, a discrepância entre o consumo interno aparente (produção e importações-exportações), que é de cerca de 6,5 milhões hl, enquanto os dados da Nielsen referem 2,8 milhões hl.

Informação recolhida junto de conhecedores do mercado do vinho aponta para um consumo interno da ordem dos 4,7 milhões hl e o destinado a outros fins de 0,6 milhões hl, um total de consumo interno de 5,3 milhões hl. A oferta é de 9,87 milhões hl (6,9 milhões hl de produção nacional e 2,97 milhões hl de importações), enquanto a procura é de 8,5 milhões (5,3 milhões hl de procura interna e 3,2 milhões hl de exportações), resultando um excedente de 1,37 milhões hl, cerca de 20% da produção e 46% das importações.

De acordo com a fonte mencionada, os vinhos estão agregados em certificados (DOP e IGP) e não certificados e por circuito de distribuição, *on-trade* (bares, restaurantes, hotéis e clubes) e *off-trade* (supermercados, lojas, fornecedores *online* e retalhistas dedicados a bebidas). Em 2023, dos cerca de 2,8 milhões hl consumidos, cerca de 1,23 milhões hl são certificados (44%) e 1,57 milhões hl não certificados (56%). A preços no local de venda, o certificado foi vendido a 6,30 €/l, o não certificado a 2,64 €/l e no seu conjunto a 4,26 €/l. Por circuito de distribuição, o *on-trade* representa cerca de 32% com um preço médio de 7,24 €/l e o *off-trade* 68% ao preço de 2,88 €/l.

O balanço entre a oferta e a procura de vinho permite inferir que Portugal não tem excedentes de produção, mas sim um mercado distorcido em que as importações provocam excedente de oferta.

O baixo preço médio de venda dos vinhos nacionais reflete um modelo de negócio baseado na transferência de excedentes dos produtores (viticultores e adegas) para o consumidor. Adicionalmente, verifica-se que uma parte substancial da procura (interna e externa) é preenchida com importações de vinho a baixo preço, cujo circuito exclui os viticultores, exceto para os vinhos reconhecidos como distintivos pelos consumidores. A elevada elasticidade de substituição entre categorias de vinhos leva a um equilíbrio de longo prazo com maior quantidade e menor preço, reduzindo as possibilidades de transferência de valor para os viticultores.

Ilustrativo desta pressão descendente sobre os preços é o facto de os vinhos com indicação geográfica (IG), com denominação de origem protegida (DOP) ou indicação geográfica protegida (IGP), serem vendidos a retalho a cerca de 3,0 €/garrafa, o que sugere que a estratégia de marketing das empresas se baseia em popularizar os vinhos com IG e utilizar termos associados a vinhos de alta qualidade (como "reserva"), dificultando a prossecução da diferenciação e "premiumização" das DOP. Este comportamento promove a convergência entre os vinhos DOP e IGP, fazendo com que ambos sejam subvalorizados pelo mercado porque, antes da compra, o consumidor não os consegue distinguir.

Em síntese, Portugal é um país aberto ao exterior, debatendo-se com desafios semelhantes aos descritos para

---

<sup>8</sup> O consumo aparente não tem em conta os *stocks*, o que parece evidente no caso português.

o mundo, a que se junta um mercado distorcido e com excesso de oferta, que resulta, da em parte, da importação de vinho a baixo preço. Simultaneamente, é produtor e plataforma comercial, o que dificulta a articulação de interesses entre os agentes económicos envolvidos na cadeia de valor. Os baixos preços impossibilitam a transferência de valor para os viticultores, colocando em causa a sustentabilidade de territórios como o Douro. Este cenário agrava-se em situações de baixa produtividade e de viticultura difícil, traduzidas em maiores custos unitários de produção.

A correção das falhas de mercado sentidas no setor do vinho em Portugal aponta para a necessidade de regulação eficaz e eficiente. Estas medidas devem incidir sobretudo na dinamização da procura (acesso ao mercado), na adaptação do produto ao mercado e na correção de falhas de mercado. Supletivamente, às medidas referidas no contexto da UE, emergem medidas pontuais para ajustamento conjuntural da produção nacional à procura nacional e outras tendentes à correção de falhas de mercado e tendentes, sobretudo, a eliminar comportamento de boleia na venda de vinhos de baixo preço, sobretudo importados.

Entre as medidas de ajustamento conjuntural da oferta (na secção 6 constam as medidas relativas aos vinhos do Porto e Douro), mencionam-se a destilação de crise, a vindima em verde, o controlo de produtividade, o apoio à armazenagem e o reajustamento produtivo, acompanhado de medidas públicas de promoção de serviços de ecossistemas. Considerando que o país tem excesso de oferta, estas medidas não devem interferir no normal e regular funcionamento do mercado, devendo, estruturalmente e do lado da oferta, incidir no apoio reforçado ao rendimento dos viticultores, como sejam apoios específicos às vinhas velhas, ao cultivo em condições extremas e em zonas desfavorecidas. Dentro do equilíbrio ao rendimento, pode surgir como pontual o crédito à tesouraria, em condições favoráveis e, exclusivamente, destinada a pagamento de uvas.

No âmbito da correção de falhas de mercado e sem intervenção direta no mesmo, apontam-se:

- Monitorização dos vinhos sem IG, nomeadamente dos vinhos importados, de modo a controlar efeitos de contágio e de depreciação dos vinhos com IG nacionais. Estas medidas podem incidir, por exemplo, na restrição de uso de instalações de armazenagem em conjunto com IG e na informação no rótulo que evidencie a origem do vinho. A aplicação exige ações concertadas entre Comissões Vitivinícolas Regionais (CVR), Autoridade de Segurança Alimentar e Económica (ASAE) e IVV.
- Equiparação de taxas. Nos vinhos vendidos com a designação UE, equiparar as respetivas taxas de certificação e controlo para níveis idênticos aos das DO. Esta medida vai no sentido da aplicação do princípio utilizador-pagador e eliminação de “comportamentos de boleia”. As receitas devem ser utilizadas no reforço do controlo e certificação e, sobretudo na promoção dos vinhos nacionais com IG. Servirão também para reduzir a dependência de fundos comunitários para a promoção em mercados terceiros.
- Observatório de mercado para o setor do vinho. Beneficiando dos avanços da ciência de dados e da inteligência artificial criar uma plataforma digital que permita conhecer, em tempo útil, as dinâmicas dos

mercados internacional e nacional do vinho, assim como a distribuição do valor ao longo da fileira. Por delegação de competências do IVV, este observatório pode ser gerido pela ViniPortugal e financiado pelas taxas referidas no ponto anterior.

- Enoturismo. Trata-se de uma atividade suplementar ao negócio do vinho que promove a reputação e valoriza recursos endógenos, em especial, em territórios de baixa densidade. Tal como nos programas de valorização turística do interior promovidos pelo Turismo de Portugal no Portugal 2020, devem ser apoiados projetos de pequena dimensão (até 150 000 €) para capacitação de centros de provas e de visitação.

#### 4. Vinhos do Porto e Douro<sup>9</sup>

A área vitícola da RDD, em 2023, é de 43 813 ha, idêntica à de 2016, repartida por 18 655 explorações (média de 2,35 ha/exploração). Em 2023, o número de explorações decresceu 13% em relação a 2016: 76,3% com menos de 2 ha (8 671 ha); 13,9% entre 2 e 5 ha (8 028 ha); 8,3% entre 5 e 20 ha (14 253 ha); e 1,5% superior a 20 ha (12 861 ha). Estas classes representam decréscimo de área e de número de explorações até 5 ha e crescimento das explorações acima de 5 ha, em especial nas que possuem uma área superior a 20 ha (+14%).

A produção dos vários tipos de vinhos apresenta oscilações anuais significativas, sendo os vinhos DO Porto e Douro os baluartes da região. Em 2023, observaram-se as seguintes produções em hl (% do total): DO Douro – 723 352 (46,3%); vinho do Porto – 724 296 (46,5%); IG Duriense – 4 881 (0,3%); Moscatel – 41 619 (2,7%); Vinho – 65 920 (4,2%); total – 1 560 068. Considerando a regra simples de incorporação de 115 l de aguardente vínica em 435 l de mosto generoso, no vinho do Porto estão incorporados 151 280 l de aguardente. Em 2023 a produção foi de 1 408 788 hl de mosto, com uma produtividade média de 32,2 hl/ha, ou seja, para transformação uvas/mosto de 0,73 a produtividade é de 4 400 kg/ha. Comparando com 2016, em 2023 a produção de Porto diminuiu 10% e de DO Douro aumentou 69%.

As vendas em 2023 foram as seguintes (variação face a 2022): vinho do Porto – 648 568 hl (decréscimo de 7%), com preço médio de 5,62 €/l (aumento de 2,9%); vinho DO Douro – 460 485 hl (decréscimo de 2,2%) e preço médio de 5,01 €/l (aumento de 6,6%). Por cor, em 2023, o Porto 15% foi vendido como branco, 84% tinto e 1% rosado. Para a DO Douro, as mesmas categorias são 26, 63 e 11%, respetivamente. Comparando 2023 com 2016<sup>10</sup>, as vendas de Porto diminuiram 15% em volume, tendo o preço aumentado 14,7%. As vendas de DO Douro aumentaram 29% e o preço médio 26%. Esta evolução dos preços indica que os principais vinhos certificados do Douro conseguiram adotar estratégias de valorização no mercado.

---

<sup>9</sup> Informação quantitativa retirada do site do IVDP.

<sup>10</sup> Compara-se com 2016, porque é o último ano de referência do “*Rumo Estratégico*”.



No mercado nacional, em 2023 observaram-se as seguintes alterações, face a 2022: Vinho do Porto – 124 555 hl (19,2% do total; redução de 1,9%) e preço médio de 5,19 €/l (aumento de 6,7%); DO Douro – 324 980 (71% do total; aumento de 1,2%), com preço de 5,01 €/l (aumento de 6,01%); IG Duriense – 7.343 hl (diminuição de 32%) e preço de 5,49 €/l. Em comparação com 2016, em volume, as vendas diminuíram 1,6% no Porto e aumentaram 43% no DO Douro. No Porto, o preço manteve-se estável, enquanto no DO Douro aumentou 31%. Em volume, neste período a quota do mercado nacional no total vendido na DO Porto passou de 14,5 para 19,2% e do DO Douro de 63,7 para 70,5%.

Comparando a oferta (quantidades produzidas) com a procura (quantidade vendida) verifica-se, em 2023: no vinho do Porto, um saldo positivo de 75.728 hl (10,5% da quantidade produzida). Na DO Douro, o saldo foi positivo de 262 867 hl (36,3% da quantidade produzida, cerca de 48 mil pipas), cujo destino pode ser a desclassificação e venda como “vinho” (vendas não controladas pelo IVDP), IG Duriense e *stock*. Na IG Duriense o saldo foi negativo de 3 619 hl (74% da quantidade produzida).

Os valores anteriores permitem concluir: *i*) mercado do vinho do Porto em decréscimo, com necessidade, na hipótese *ceteris-paribus* (tudo o resto constante), de redução da oferta para ajustamento à procura; *ii*) transferência de produção da DO Porto para a DO Douro; *iii*) incapacidade de venda de DO Douro como tal, com a consequente transferência para vinho não certificado, concorrendo com vinhos sem reputação e de baixo preço, o que não é compatível com os elevados custos de produção.

Os custos de produção na RDD são elevados devido a grande parte da vinha estar instalada em encosta, de difícil mecanização e baixa produtividade, quando comparada com outras regiões vinhateiras internacionais. Entre os encargos de exploração sobressai o custo da mão-de-obra, cujo peso se situa entre 70,6% na vinha em patamares e 93% na vtradicional não mecanizada. Para uma produtividade de 4400 Kg/ha de uvas, estima-se que os custos variáveis diretos unitários sejam, atualmente, de 0,70 a 0,90€/kg de uva na vinha mecanizada e de 1,20 - 1,40€/kg de uva na vinha não mecanizada. A estes custos importa acrescentar os encargos indiretos (estimados em 20%) inerentes à atividade e remuneração dos ativos investidos.

Em síntese, os vinhos do Douro mostram desequilíbrios de mercado, traduzidos em potencial excesso de oferta do vinho do Porto, incapacidade de venda de vinhos tranquilos DO Douro e respetiva valorização compatível com os custos de produção. Estes desequilíbrios de mercado devem ser objeto de correção, através de medidas de regulação e fomento da procura, conforme ponto 6.

## 5. Enoturismo

O enoturismo assume relevância em diversos destinos turísticos, tendo sido incorporado no modelo de negócio das empresas vitivinícolas para valorização de atributos relacionados com ativos paisagísticos, patrimoniais e

culturais. Em Portugal, a exemplo de outros países, o enoturismo é uma atividade *add-on* do setor, assumindo em 2021, a segunda posição no Top 10 mundial, apenas ultrapassado pela Itália<sup>11</sup>.

Da informação recolhida no final de 2023<sup>12</sup>, baseada em visitas e provas em adegas nas doze regiões demarcadas, obtiveram-se dados de 176 empresas (17% das referidas pela central de balanços do Banco de Portugal). Entre estas, duas regiões demarcadas (Trás-os-Montes e Távora-Varosa) não tem a experiência de visita ao público (Figura 4).

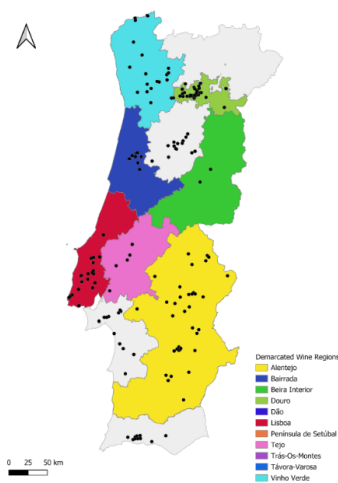


Figura 4 - Localização de empresas com enoturismo (visita a adega e prova de vinhos).

A comparação do peso relativo de área de vinha no todo nacional, o número relativo de empresas com enoturismo está abaixo na Beira Interior e no Tejo, enquanto nos Vinhos Verdes, Douro, Dão, Bairrada e Lisboa têm pesos relativos próximos da área vitivinícola. O Alentejo e, em menor grau, o Algarve estão acima desse indicador.

No Douro, o enoturismo tem vindo a ganhar relevância, principalmente, ao longo do rio Douro e seus afluentes. No eixo Régua-Pinhão aumentaram as unidades ligadas à experiência enoturística com visita e provas. No final de 2023, existiam 39 empresas nesta atividade, com um leque diversificado de experiências. Embora não exista informação publicada, o enoturismo em certas empresas, pode ter passado de atividade suplementar para principal fonte de receita.

Pelas potencialidades geradas e pelos atributos naturais, paisagísticos, culturais e históricos ligados à vitivinicultura duriense, o enoturismo pode contribuir para a competitividade e sustentabilidade dos vinhos do

<sup>11</sup> Enoturismo: Dimensão europeia e nacional de *travel*. Turismo de Portugal (<https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/enoturismo-dimensao-nacional-e-europeia-2022>).

<sup>12</sup> <https://www.portugalbywine.com>

Porto e Douro, tanto pela venda direta e fidelização de consumidores, como pela reputação individual e coletiva.

## 6. Medidas para a competitividade e sustentabilidade

O setor dos vinhos do Porto e Douro defronta-se com desafios que urge identificar para se definirem as medidas adequadas para a promoção da competitividade e sustentabilidade. Do diagnóstico efetuado realçam-se as seguintes condicionantes:

- a) Recessão na procura de vinho do Porto. Tendência decrescente da procura de vinho do Porto, em quantidade e em valor, e transferência desta para a DO Douro. Os consumidores jovens têm pouca atração por vinhos de elevado grau alcoólico e por vinhos doces;
- b) Procura não crescente de vinho DO Douro. Estabilização e mesmo tendência de ligeiro decréscimo na venda de DO Douro, bem como decrescente proporção a ser transacionado sem certificação e a baixo preço. Elevada proporção de vinho tinto em contraciclo com a procura de mercado, que tende a preferir brancos e rosados;
- c) Concorrência de vinhos de baixo preço. Entrada significativa no mercado nacional de vinhos de baixo custo, com efeitos de contágio sobre o preço e a quantidade de vinhos com origem no Douro;
- d) Desequilíbrio de mercado. A oferta excede a procura, originando venda a baixos preços ou acumulação de *stocks*, por incapacidade de concorrência de preço com os vinhos importados;
- e) Agravamento dos custos de produção. O aumento dos custos ocorre em toda a fileira, sem repercussão generalizada no preço do vinho e, como tal, na remuneração das uvas;
- f) Reconfiguração produtiva. Na linha da evolução demográfica, verifica-se a redução do número de pequenas explorações vitícolas (até 5 ha) e aumento das grandes (acima de 20 ha), muitas produtoras-engarrafadoras, bem como de explorações “profissionais” (entre 5 e 20 ha), predominantemente vocacionadas para a venda de uvas a empresas de vinificação;
- g) Concentração geográfica do enoturismo. O enoturismo como atividade suplementar de relevância económica regional está concentrado no eixo Régua-Pinhão e em áreas limítrofes;
- h) Desempenho do organismo regulador. Problemas estruturais do IVDP associados à gestão pública, especificamente: (i) reduzida flexibilidade para utilização de recursos próprios resultantes de taxas, com saldos acumulados na conta do tesouro e, dificilmente, reversíveis para benefício dos vinhos da região; (ii) recursos humanos envelhecidos e insuficientes para o cumprimento da missão de certificação, controlo e promoção; (iii) dificuldade de reconversão de instalações, equipamentos e viaturas associadas à certificação e controlo; e, (iv) dificuldades de aquisição de bens e serviços de consumo corrente e de execução de ações

de promoção.

O Douro encontra-se numa encruzilhada, sendo indispensável uma reflexão estratégica e um plano de ação com medidas que assegurem a competitividade e sustentabilidade dos vinhos do Porto e DO Douro e a valorização dos atributos paisagísticos, ambientais, culturais e históricos específicos da Região. O posicionamento estratégico deve assentar na diferenciação e não no custo, no qual não tem qualquer possibilidade de competir, face aos elevados custos unitários de produção de uvas, quando comparados com outras regiões e países.

A estratégia seguida nas últimas décadas de garantir a competitividade dos vinhos do Porto e Douro via diferenciação do produto deve concentrar-se no aumento da procura e, supletivamente, no reequilíbrio de mercado<sup>13</sup> e em fontes suplementares de rendimento para as explorações vitícolas. A diferenciação e reforço do mercado dos vinhos do Porto e Douro deve assentar em medidas coletivas que facilitem o processo regulatório e de decisão dos agentes económicos (funcionamento institucional e regulatório), sustentadas por políticas proativas de investigação, desenvolvimento e inovação (I&D+I).

#### **A) Conhecimento e acesso ao mercado**

Devem ser retomadas as medidas referenciadas no “*Rumo Estratégico*”, cuja atualidade se mantém, designadamente: *i*) Sistema inteligente de mercado; *ii*) promoção coletiva; *iii*) comunicação digital; *iv*) inovação e rejuvenescimento da imagem do vinho do Porto.

#### **B) Processo regulatório e de decisão dos agentes económicos**

Releva a revisão do modelo de governação do IVDP, nomeadamente as medidas contempladas no “*Rumo Estratégico*” expressas por regulação competitiva do setor vitivinícola da RDD; regulamentação dos vinhos do Douro e Porto; simplex e balcão único; plataforma logística no Douro.

No modelo de governação do IVDP, consideram-se as seguintes alternativas: *(i)* instituto público de características interprofissionais com autonomia na gestão de recursos, sem dependência do controlo apertado das regras da gestão orçamental pública; *(ii)* modelo interprofissional em vigor nas CVR, declaradas de utilidade pública e com poderes públicos delegados. Inseridas no modelo interprofissional e numa perspetiva de equilíbrio de poder negocial entre profissões, é relevante a clarificação da representatividade da produção e a sustentabilidade económica e financeira dessas organizações. A manter-se a rigidez do modelo de gestão pública

---

<sup>13</sup> Face à crise atual de vendas, a acumulação de *stocks* e dificuldades de sustentabilidade económico-financeira das adegas, alguns *stakeholders* entrevistados colocaram ênfase em medidas de controlo da oferta. Reconhecem o Douro como região produtora de vinhos diferenciados e não competitivos via preço, devendo ser promovida a procura.

deve avançar-se para o modelo de CVR.

No cumprimento da sua missão (certificar, controlar, defender e promover as DOP Porto e DOP Douro), o IVDP tem de ser assertivo no controlo e rastreio de vinhos de fora da região, nomeadamente importados, que beneficiem ou coloquem em causa o valor das DO. As ações de controlo devem ser concertadas com o IVV, ASAE e outras entidades, caso das CVR. Sugere-se a clara e absoluta separação entre instalações de vinificação de DO e armazenagem de vinhos de fora da região.

Na regulamentação dos vinhos do Porto e Douro deve ser perspetivada a equidade de taxas na região e a promoção do vinho do Porto em condições idênticas aos restantes vinhos portugueses.

### **C) Investigação, desenvolvimento e inovação**

Neste âmbito deve ser retomada a medida do “*Rumo Estratégico*” relativa ao sistema contínuo de I&D+I para a vinha e vinho da RDD. Deve ser prestada especial atenção aos seguintes desafios: (i) efeitos das alterações climáticas na viticultura, ao nível das castas e utilização de novas tecnologias e de ciência de dados; (ii) gestão hídrica, nomeadamente do aproveitamento da água das chuvas, de redes de distribuição dos aproveitamentos hidroagrícolas da Região, uso racional e eficiente da água de rega e sistemas de aviso à tomada de decisão; (iii) gestão do solo e do sequestro de carbono que pode passar pela criação de um observatório que monitorize os *stocks* e fluxos de carbono nos ecossistemas, em contexto de valorização da biodiversidade e de outros serviços ecológicos.

### **D) Reequilíbrio de mercado e fontes suplementares rendimento**

Na fase de audição dos *stakeholders* foram apresentadas medidas operacionais de reequilíbrio de mercado que, no essencial, visam transformar produto (vinho) em recursos financeiros para os viticultores e/ou reduzir a oferta para incrementar o preço. Relevam a destilação de crise, o apoio à armazenagem, vindima e/ou monda em verde, produção de aguardente vínica, limite de produtividade e o apoio à tesouraria. Foi ainda referida como medida estrutural a reorientação produtiva, de caráter facultativo, que deve ser acompanhada de medidas públicas de promoção de serviços de ecossistema, num cenário de resposta às alterações climáticas e de disponibilidade de água.

**Intervenção pública** - Considerando que o país tem excesso de oferta resultante, em parte, da importação excessiva de vinhos de baixo preço e que os vinhos do Porto e Douro têm como modelo de negócio a diferenciação, entende-se que a intervenção pública deve ser focada na garantia da qualidade, reputação e promoção dos vinhos e não em intervenções diretas no mercado. As medidas devem ser pontuais e em momentos de crise, com primazia para as que potenciam a procura, incluindo o enoturismo e o apoio

suplementar ao rendimento dos produtores que pratiquem viticultura que valorize ecossistemas e atributos para a sustentabilidade do setor.

**Destilação de crise** - Deve ser perspetivada como medida excepcional destinada a libertar capacidade de vinificação e armazenagem, gerando recursos financeiros a transferir para os viticultores. Deste modo, deve ser seletiva nos beneficiários, evitar práticas desviantes e de *free-rider* de empresas com ligação direta ou indireta ao comércio de vinhos de fora da região. Pode ser financiada com fundos do PEPAC e/ou por recursos próprios da Região, incluindo os saldos transitados do IVDP.

**Apoio à armazenagem** - por exemplo, através de crédito em condições favoráveis, deve ter como objetivo evitar excedentes conjunturais de oferta de vinhos de qualidade e, deste modo, salvaguardar o preço.

**Vindima e/ou monda em verde** - Atendendo a que os regulamentos comunitários preveem apoios neste domínio, o seu enquadramento deve ser avaliado no PEPAC, permitindo ser implementada em vindimas futuras como medida de carácter excepcional.

**Produção de aguardente** – A produção de aguardente vínica a partir de vinhos da Região para ser utilizada nos vinhos licorosos do Douro deve ter em atenção o modelo de negócio assumido pelos vinhos da Região (diferenciação), a estrutura de preços e custos e não capturar receitas destinadas a outros fins, caso da promoção. Num modelo de negócio assente na diferenciação, esta medida não pode gerar o sinal errado de produção generalizada para destilação em aguardente vínica. Por outro lado, não pode implicar um acréscimo do custo de produção do vinho do Porto, agravando a recessão deste produto.

**Limitação da produtividade** – Trata-se de uma medida de difícil controlo, face às especificidades intrarregionais. Atendendo aos limites já aplicados para os vinhos DO e IGP, só pode ser encarada como excepcional e com efetividade questionável.

**Apoio à tesouraria** - Linha de crédito em condições favoráveis para pagamento de uvas aos viticultores, que deve privilegiar as adegas cooperativas e excluir empresas que, direta ou indiretamente, comercializem de vinhos de fora da região.

**Arranque de vinha** - Considerando o contributo da vinha para a sustentabilidade do território, a reorientação produtiva deve ser de carácter facultativo, pontual e seletiva. Sem descurar as especificidades a região e o equilíbrio de mercado, é essencial acompanhar as práticas seguidas noutros países produtores de vinho, como é o caso de França.

O impacto das alterações climáticas e as limitações de utilização da água no Douro podem ter como consequência a reconfiguração da paisagem e a possibilidade de utilizar culturas alternativas. A ser aplicada, deve ser acompanhada de orientações de reocupação de solos apoiadas por fundos públicos, seja por florestação, plantação de oliveiras ou renaturalização.

**Enoturismo** - Endogeneizar o enoturismo na competitividade e sustentabilidade do setor, enquadrando como componente relevante nos planos de marketing, passa por disponibilizar apoios a pequenos investimentos (até 150 000 €) para oferta de provas em adegas e respetiva operacionalização.

**Apoio suplementar ao rendimento dos viticultores** - Esta medida tem como objetivo apoiar o cultivo de vinhas de baixa produtividade, com atributos para a valorização dos vinhos do Porto e Douro e que contribuam para a preservação de ecossistemas. O serviço de ecossistemas na conservação da natureza, biodiversidade e preservação da paisagem deve ser remunerado e estudado o papel do cultivo da vinha no sequestro de carbono. A medida não contempla sistemas de produção desproporcionados que tenham por objetivo obter rendimentos por hectare não compatíveis com a qualidade (CEEV, 2024).

## 7. Conclusão

O setor dos vinhos do Porto e Douro encontra-se numa encruzilhada, apelando a competitividade e sustentabilidade à adoção de uma estratégia baseada na valorização de ativos e recursos do território e na melhoria de posicionamento no mercado.

As medidas de política pública devem ser perspetivadas no quadro concorrencial da UE e da Organização Comum de Mercado do vinho. Neste contexto, as medidas propostas no presente trabalho são supletivas às tomadas pelas empresas, visando facilitar o processo de decisão, a adaptação do produto e o acesso ao mercado. Intervenções tendentes a “reequilíbrios” de mercado devem ser pontuais e no âmbito do quadro legislativo da UE.

Recomenda-se o delineamento de um plano de ação que inclua as medidas adequadas para a promoção da competitividade e sustentabilidade, devendo as de carácter regulatório e de decisão dos agentes económicos ser implementadas pelo Ministério de Agricultura e Pescas, designadamente: governação do IVDP seguindo o modelo de CVR, reforço da defesa assertiva das DO, regulação competitiva e regulamentação do setor, simplex e balcão único. Supletivamente e no contexto de reequilíbrio de mercado, deve incluir o apoio à quebra de rendimento da viticultura em condições difíceis e, em reduzido grau, as intervenções conjunturais e estruturais.

A estratégia de competitividade e sustentabilidade dos vinhos deve ser enquadrada na Visão do setor agroalimentar do Norte 2030, envolvendo o Ministério da Coesão Territorial e a CCDR-N, incluindo as medidas relacionadas com o sistema inteligente de mercado, a promoção coletiva, a comunicação digital, a inovação e rejuvenescimento da imagem do Vinho do Porto e ainda a plataforma logística. Nesta lógica, deve ser enquadrado o sistema de I&D+I, incluindo soluções e oportunidades para a valorização do capital natural, perspetivando a remuneração dos serviços de ecossistemas, a neutralidade carbónica e captura de carbono no quadro do mercado voluntário de carbono e, ainda, a adaptação climática, incluindo a monitorização científica

dos seus impactos e adaptações, bem como a eficiência hídrica.

O apoio ao enoturismo pode ser enquadrado num contexto de **desenvolvimento turístico sustentável dos territórios do interior**, que potencie novas estratégias de valorização dos respetivos recursos, ativos e agentes, gerando maiores níveis de atratividade turística e promovendo a sua dinamização social e económica. O setor do vinho e do enoturismo pode, igualmente, enquadrar-se num plano de ação para a valorização de recursos endógenos: estratégias de eficiência coletiva PROVERE.

No cumprimento da função de promoção e valorização dos vinhos do Douro, de forma suplementar, o organismo regulador - IVDP, deve estabelecer cenários alternativos, com as respetivas consequências económicas sobre o valor gerado e respetiva afetação ao longo da cadeia de valor, em consequência das alterações de mercado, perspetivando cenários de curto e médio prazo e ajustamento das estratégias ao longo do tempo, de forma a garantir a competitividade e sustentabilidade do setor.



20

Sobre

**A SEDES**

A SEDES é uma das mais antigas associações cívicas portuguesas, operando, desde 1970, como um “think tank” independente, comprometido a pensar Portugal ao centro. A sua missão é promover o desenvolvimento económico e social do país, através de contributos especializados e plurais em vários setores das políticas públicas.

24