

A agricultura e o vinho na agenda Europeia

Conferência Comemorativa dos 70 anos da Adega Cooperativa de Borba | 36 anos de Demarcação dos Vinhos do Alentejo

Borba | 7 maio 2025

Eduardo Diniz, Diretor-Geral do GPP

1

- 1. Tendências Globais do Setor do Vinho**
- 2. A situação na Europa e em Portugal**
- 3. Períodos relevantes da PAC**
- 4. Principais alterações propostas**
 - Grupo de Alto Nível Vinho UE - 2025
- 5. O caso do Alentejo e da Adega Cooperativa de Borba**
- 6. Desafios e Questões Estratégicas para o Futuro**
- 7. Conclusão: Um Novo Ciclo para a Produção e Mercado do Vinho**



1. Tendências Globais do Setor do Vinho

❖ Tendências Globais do Setor do Vinho

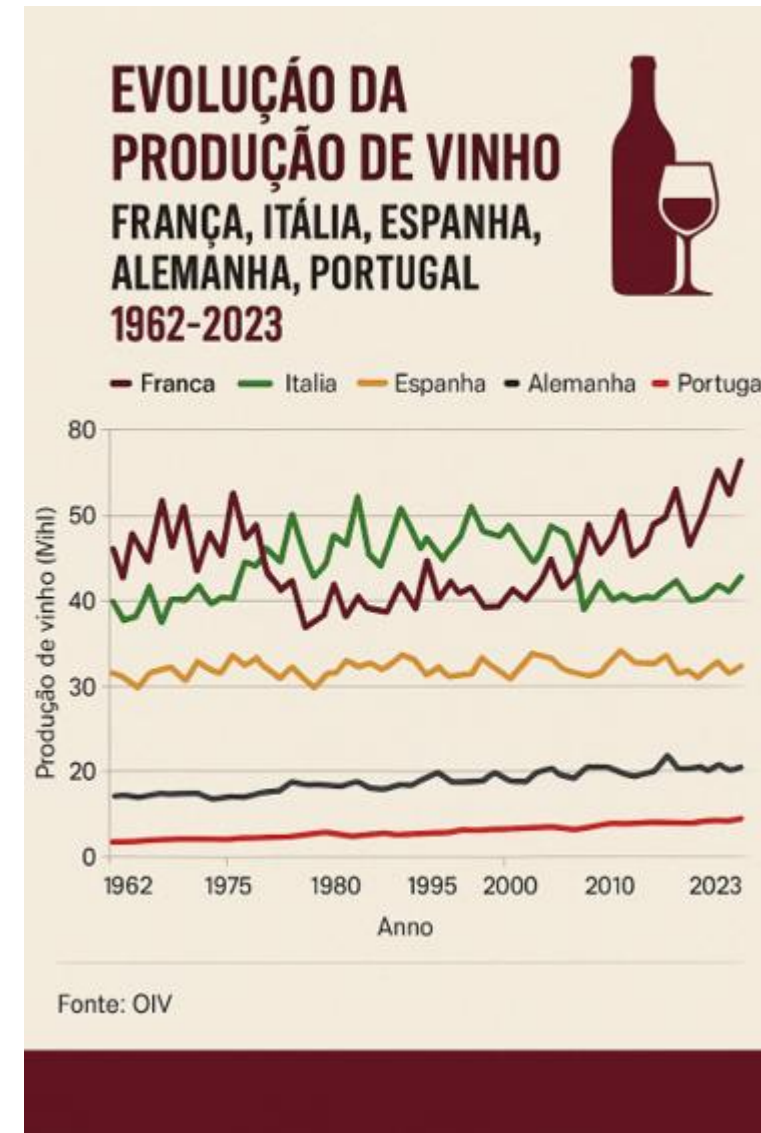
A produção mundial do vinho tem enfrentado uma série de transformações estruturais nas últimas décadas

- **Declínio da produção:** 2023 registou o volume mais baixo de produção global desde 1961, com apenas 237 milhões de hectolitros.
- **Mudanças climáticas:** eventos extremos e variações sazonais impactam diretamente as colheitas.
- **Mudança de padrões de consumo:** novas gerações (especialmente Ger. Z) têm menor interesse no vinho, optando por bebidas alternativas.
- **Saúde vs consumo álcool:** limites ao “consumo moderado” – Instituições públicas de saúde mais intransigentes.
- **Crescimento dos países do Hemisfério Sul** (Chile, Argentina, África do Sul, Austrália) na exportação e valorização de nichos (vinhos naturais, sustentáveis, etc.).
- **Digitalização e inovação:** desde a viticultura de precisão até à rotulagem inteligente (ex.: QR Codes) e ao comércio digital.

2. A Situação na Europa e em Portugal

❖ EUROPA

- França, Itália e Espanha continuam a liderar a produção, apesar das quebras severas em 2023.
- A nova PAC (Política Agrícola Comum) reforça a **orientação para a sustentabilidade**, promovendo a reestruturação e a inovação.
- A proposta COM (2025) 137 visa flexibilizar a gestão do potencial produtivo, modernizar a rotulagem e reforçar a resposta a crises.



❖ PORTUGAL

- Produção estável (cerca 6,8 milhões hectolitros), com **foco crescente na exportação e nos vinhos de qualidade**.
- Redução da área e número de explorações, mas **melhoria da estrutura empresarial e valorização média por litro**.
- A ViniPortugal e os apoios do PNASV têm contribuído para a internacionalização e modernização das adegas.
- Persistem desafios: fragilidades de **microempresas e pressão de preços no mercado interno e excesso de stocks e dependência de importações (ESP) de vinho com baixas margens**.

3. Períodos Relevantes da PAC

1962 | Criação da OCM Vitivinícola

- A produção vinícola era crucial na França e Itália com sistemas de regulação muito distintos
- O Regulamento 24/1962 criou as primeiras **bases para a organização do mercado do vinho** (cadastro vitícola, declarações de produção, regulamentação de vinhos de qualidade).
- Enquadramento necessário para o funcionamento do Mercado Comum.

1987 | Nova COM Vitivinícola e Integração de Portugal

- Regulamentos 822/87 e 823/87 reorganizam profundamente o sector, já com Portugal e Espanha como membros da CEE. Potencial produtivo / Medidas de apoio e regulação / Qualidade e rotulagem / Vinhos qualidade
- **Estruturaram regras de produção**, práticas enológicas, mercado e comércio externo.
- Portugal teve um regime de transição (1986-1992) para se adaptar.

2008 | Reforma Estratégica da OCM do Vinho

- Mudança profunda: foco na competitividade e qualidade.
- Criados os **envelopes financeiros nacionais** para medidas adaptadas a cada Estado-membro.
- Apoios dirigidos à promoção externa, inovação, reestruturação, gestão de crises e modernização.
- Gradual eliminação dos instrumentos clássicos de intervenção (como a destilação obrigatória).

2010-2021 | Consolidação

- Integração do sector na **OCM única** (2013).
- Reforço da competitividade, simplificação de regras, maior atenção à sustentabilidade ambiental.
- Introdução do sistema de autorizações de plantação (substituindo os antigos direitos).
- Incentivos a seguros agrícolas e maior apoio às Organizações de Produtores.

2021 | Nova PAC com ênfase em Sustentabilidade

- Redução financiamento (-3,9%) Integração do sector nas prioridades do **Green Deal** e da estratégia **Farm to Fork**
- Metas ambientais obrigatórias: 5% dos fundos para clima e ambiente.
- Prolongamento do sistema de autorizações de plantação até 2045.
- Novas regras sobre rotulagem nutricional, desalcoholização parcial para vinhos DOP/IGP e incentivos à internacionalização

❖ PRINCIPAIS TRANSFORMAÇÕES EM PORTUGAL

- **Diminuição da área de vinha e número de explorações** – adaptação difícil em particular com antecipação da segunda etapa 92 na adesão à CEE.
- **Abertura ao mercado** (no início anos 80, 60% da produção de vinho era para autoconsumo).
- **Modernização da estrutura produtiva e da transformação industrial** fortemente impulsionada pela PAC – Programa do Vinho e Desenvolvimento Rural.
- **Aumento da produção de vinhos de qualidade certificada (DO/IG).**
- Dinamização do sector privado, empresarialização, investimento direto estrangeiro e **internacionalização**;
- **Recomposição da estrutura institucional e socioprofissional do setor** – o papel crescente das CVRs e da ViniPortugal.
- O papel crescente da importância da **ligação produção vinícola – turismo.**
- Evolução empresarial positiva, embora persistam desafios para a valorização do produto, excessos de stocks em algumas regiões e as microempresas.

4. Principais Alterações Propostas – Grupo de Alto Nível Vinho UE - 2025

❖ Gestão do Potencial de Produção

- Prolongamento do **prazo de validade das autorizações de replantação de vinhas** para **8 anos**.
- Permissão para **limites regionais mais flexíveis** às novas plantações, inclusive limites de **0%** para proteger mercados saturados.
- **Suspensão de sanções** para autorizações de replantação não utilizadas.
- Possibilidade de **renúncia sem penalização** para autorizações não utilizadas atribuídas antes de 2025.

❖ Rotulagem e Desalcoholização

- Harmonização das expressões "**sem álcool**", "**0,0%**" e "**ligeiramente alcoólico**" para vinhos e vinhos aromatizados.
- Facilitar a produção de **vinhos espumantes** a partir de vinhos tranquilos desalcoholizados (reintrodução de CO₂).
- **Rotulagem eletrónica** (via QR Code) padronizada em toda a UE para lista de ingredientes e informação nutricional.

❖ Medidas de Apoio e Financiamento

- Alargamento de **três para cinco anos** da duração máxima de campanhas de promoção em mercados terceiros.
- Apoios reforçados:
 - **Até 80%** para investimentos que combatam alterações climáticas.
 - Estímulo ao **turismo vitivinícola** promovido por agrupamentos de produtores de DOP/IGP.

❖ Novas Medidas de Gestão de Crises

- Autorizar apoios nacionais para **colheita em verde** e **arranque voluntário** de vinhas produtivas, além da destilação.

❖ Vinhos Aromatizados

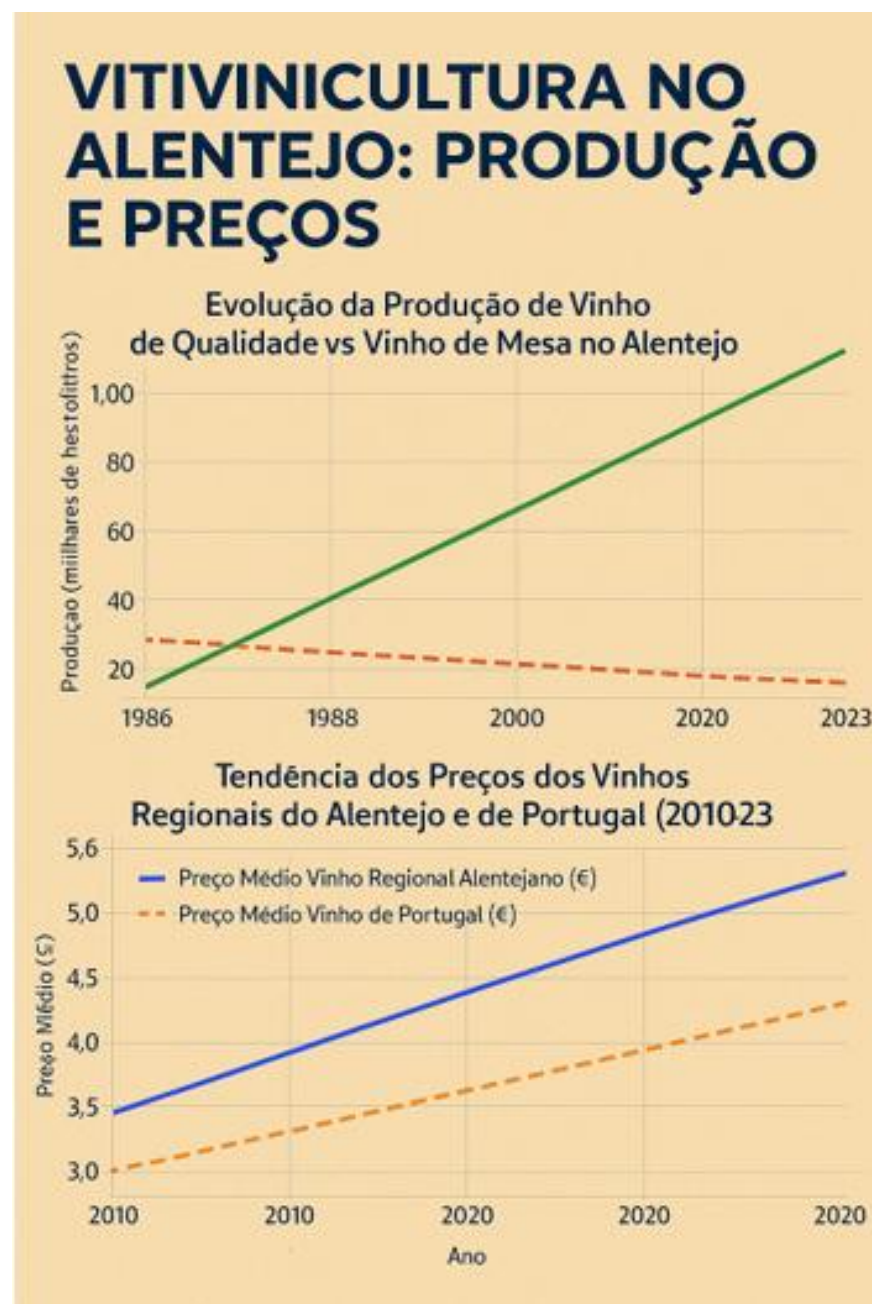
- Permitir produtos aromatizados com vinhos desalcoolizados.

Linha Estratégica

- Apoiar a modernização e a competitividade.
- Responder às mudanças no consumo e no clima.
- Evitar excesso de produção que leve à queda de preços e ao abandono das vinhas.

5. O caso do Alentejo e da Adega Cooperativa de Borba

❖ EVOLUÇÃO e DESEMPENHO REGIONAL



- A área de vinha no Alentejo ultrapassa os 21.900 hectares, representando **14% da produção nacional**.
- A região especializou-se na produção de tintos (78%), com forte componente de certificação (DO/IG).
- A **Adega Cooperativa de Borba fatura mais de 15 milhões de euro /ano** - 80% gerados no mercado nacional e 20% para exportação. É uma das entidades mais relevantes do setor cooperativo português.
- O preço médio do vinho regional tem crescido de forma diferenciada, com o crescimento de segmentos *premium*.
- Refreou, nos últimos anos, o grande impulso que nos anos 90 e início de 2000 os vinhos do Alentejo tiveram enquanto produto de referência de qualidade/preço e acréscimos contínuos de valor.

6. Desafios e questões estratégicas para o futuro

Após um **período de forte crescimento nos anos 90**, e um crescendo geral até 2017, o setor enfrenta hoje um novo ciclo. Neste contexto, colocam-se várias questões à Adega de Borba e ao setor vitivinícola alentejano:

❖ O crescimento de área é suficiente?

- Embora a expansão da área de vinha tenha sido crucial no passado, hoje o **crescimento por volume não é garantia de competitividade**. A valorização por litro, a diferenciação e o acesso a canais de exportação são mais determinantes.

❖ Como ganhar valor?

- **Segmentação e identidade regional**: reforçar a notoriedade da marca "Vinhos do Alentejo".
- **Premiumização seletiva**: investir em categorias superiores, sem descurar os vinhos de entrada.
- **Aposta em práticas sustentáveis certificadas e storytelling** associado ao território.
- **Turismo e enoturismo** como vetor de integração de valor.
- **Produtos inovadores**

❖ Qual o equilíbrio entre mercado interno e externo?

- É crucial diversificar mercados externos e reduzir dependência dos canais tradicionais.
- Reforçar a **proximidade no mercado nacional com nova comunicação dirigida à geração millennial e Gen Z**, apostando em formatos, eventos e experiências imersivas.

❖ Como inovar?

- **Abertura à ciência e tecnologia:** instalar *open-labs* em adegas onde investigadores e estudantes possam testar protótipos, recolher dados e cocriar com viticultores e enólogos.
- **Digitalização da cadeia de valor**, da vinha ao consumidor: monitorização remota, análise de dados, rastreabilidade.
- **Inovação no produto:** vinhos de baixo teor alcoólico, formatos alternativos (latas, *bag-in-box premium*), rotulagem digital (via *QR Code*).

7. Conclusão: Um Novo Ciclo para o setor do vinho

- Menor dependência do volume e maior foco na **criação de valor / “serviço vs produto”**;
- Uma estratégia clara de **modernização técnica e comercial**, aproveitando instrumentos de apoio financeiro europeus, mas basear mercado em complemento com outras atividades a criação de valor;
- Abertura a **novas formas de colaboração entre ciência, empresas e território – novos produtos**;
- Reforço da **diferenciação regional e sustentabilidade como proposta de valor**,
- Encarar as questões de saúde pública com responsabilidade, mas sem as transformar numa lógica de confronto ou de negação. **Valoriza-se o produto não pela negação dos riscos, mas pela afirmação do seu valor cultural, simbólico e sensorial**. Esse é o campo onde se constrói valor — o outro apenas o destrói.
- **Defender certificação exclusiva dos vinhos próprios** e combater a adulteração e/ou a confusão junto dos consumidores – reflexão sobre mecanismos de suspensão temporária de incorporação de matéria-prima fora da região.

A **Adega Cooperativa de Borba**, com 70 anos de história e um legado de referência por certo irá continuar a posicionar-se para um novo ciclo

A agricultura e o vinho na agenda Europeia

Conferência Comemorativa dos 70 anos da Adega Cooperativa de Borba | 36 anos de Demarcação dos Vinhos do Alentejo

13

Borba | 7 maio 2025

Eduardo Diniz, Diretor-Geral do GPP