

Porto & Douro magazine



Junho 2011
Nº 7

Revista do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto

A Construção do Vinho Uma Conspiração de Saber e de Arte

Vinho do Douro e do Porto
O que precisa o "País da Uva"
para conquistar a Grande China?

MUDA DE CENÁRIO COM PORTO ROSÉ

VINHO DO PORTO ROSÉ + LARANJA + HORTELÃ + GELO





PORTO ROSÉ

 Yes, we mix!

SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO.

Um Porto para o Mundo

Embora a crise financeira que o país atravessa esteja a impor a todos novas regras e procedimentos, não podemos baixar os braços, nem deixar de encarar as dificuldades. Deveremos olhar para os momentos complicados como oportunidades e procurar dar resposta de forma criativa aos desafios que agora temos à nossa frente. A Região do Douro não poderá ficar alheia a este facto. Investimentos recentes em infra-estruturas no Douro demonstram, de facto, estarem a ser determinantes para o desenvolvimento desta região. Localidades onde, há décadas, se demorava um dia inteiro a chegar, estão hoje a meras horas de distância por estradas mais modernas.

Trata-se de um desenvolvimento que não veio afectar a individualidade tão característica do Douro. A região mantém-se imperturbada, convidando ainda mais à descoberta e ao prazer de a visitar. E o trabalho árduo e cuidado das gentes desta região, que também muito tem contribuído para o crescimento da região, é igualmente reconhecido.

No entanto, a região do Douro apresenta, actualmente, uma dualidade que a todos preocupa. Se por um lado, os dados estatísticos sobre a região demonstram uma evolução muito positiva da qualidade dos seus vinhos, da qualidade da viticultura e da qualidade do ordenamento do território e das infra-estruturas, por outro lado, há uma tomada de consciência aguda, pelos mais diversos agentes, do empobrecimento gradual desta região. Há de facto uma mudança sócio-económica em curso que se tem revelado algo dramática. Que fazer, então, perante a ameaça à subsistência de muitas explorações?

Se a cultura da vinha hoje é melhor do que há 30 anos, se agora se fazem melhores vinhos, então porque é que uns têm sucesso e outros não? Quais têm sido os erros? Quais são as apostas mais



Luciano Vilhena Pereira
Presidente do IVDP IP

adequadas? Este é o momento para todos reflectirmos perante este cenário.

O IVDP quer também dar o seu contributo para contrariar esta ameaça que paira sobre muitas explorações no Douro e reforçar o que de bom se tem feito. Pelo que lhe diz respeito, continuará a promover o controlo da qualidade dos vinhos do Porto e Douro, regulamentando o processo produtivo, bem como a protecção e defesa das denominações de origem Douro e Porto e indicação geográfica Duriense.

O IVDP procurará continuar a promoção de medidas que assegurem a sustentabilidade do sector vitícola da Região Demarcada do Douro; inovar, simplificar e assegurar a eficácia e a qualidade dos processos; bem como potenciar o saber, gerir a motivação e aumentar a eficácia na gestão dos recursos.

A dimensão internacional das denominações de origem Porto e Douro tem exigido do IVDP o acompanhamento da regulamentação internacional e da União Europeia, incluindo a participação em reuniões da Comissão Europeia, da European Federation of Origin Wines e da Organização Internacional do Vinho. A negociação e celebração de acordos de comércio livre, abrangendo as denominações de origem e indicações geográficas, a regulamentação da União Europeia sobre o sector vitivinícola e a política da qualidade e as recomendações da OIV (Organização Internacional da Vinha e do Vinho), com directa implicação na regulamentação da União Europeia, impõem ao IVDP uma especial atenção na defesa e protecção dos interesses das denominações de origem Porto e Douro. A associação "Um Porto para o Mundo – Associação para o Congresso OIV 2011" está a organizar o XXXIV Congresso Mundial da Vinha e do Vinho que decorrerá em simultâneo com a 9.ª Assembleia Geral da OIV a ter lugar em Junho 2011, no Porto.

Pretendemos, com este evento de alcance internacional, ser o ponto de encontro de especialistas mundiais na Cidade do Porto, berço de um dos mais famosos vinhos licorosos de sempre e posicionar esta Cidade como pólo de convergência do Saber ligado aos vinhos com os Saberes que se cruzam no seu negócio, nas cidades, nas suas construções, nos seus mercados.

Mostraremos que no enalço deste evento será possível criar uma plataforma de Saber, geradora de Progresso, que certamente acrescentará valor ao Produto de forma permanente e progressiva. Este é o nosso propósito. Sempre a pensar na melhoria de vida dos viticultores, das empresas e de todos aqueles que fazem do Douro e Porto o centro da sua vida económica, social e familiar.

Douro, 3 de Junho de 2011

ficha técnica

Revista do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto

Ano VI | Número 7

Junho 2011

Publicação Quadrimestral

Edição Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto

Director Paulo Osório (posorio@ivdp.pt)

Director-adjunto Eliana Torres,

Paulo Russell Pinto (russellp@ivdp.pt)

Conselho Editorial Ana Paula Janeiro (ajaneiro@ivdp.pt)

Eliana Torres (etorres@ivdp.pt)

Francisca Carvalho (fcavalho@ivdp.pt)

Paulo Russell Pinto (russellp@ivdp.pt)

Susana Monteiro (susana.monteiro@mediana.pt)

Número 7 - II Quadrimestre - 2011

Ano 2011

Colaboram neste número

Textos Alberto Ribeiro de Almeida (ralmeida@ivdp.pt), Alfredo José Silva (ajsilva@ivdp.pt), Ana Cristina Melo (acmelo@ivdp.pt), Associação Um Porto para o Mundo (ov2011@gmail.com), Bento Amaral (bamaral@ivdp.pt), Eliana Torres (etorres@ivdp.pt), Isabel Lucena Valle (ivalle@ivdp.pt), Louisa Fry (lfry@ivdp.pt), Margarida Roseira (mroseira@ivdp.pt), Miguel Crespo (miguel.crespo@portugalglobal.pt), PORVID: Antero Martins (anteromart@isa.utl.pt), António Graça (antonio.graca@sogrape.pt)

Fotografias Arquivo IVDP, Eliana Torres, João Paulo Sotto Mayor, Sérgio Jacques, Shutterstock Images, Victor Ribeiro

Produção BeWidyou

Projecto Gráfico Pedro Cunha/BeWidyou

Os direitos sobre todos os textos e imagens publicados, pertencem aos respectivos autores

Os Artigos assinados são da exclusiva responsabilidade dos seus autores

Proibida a reprodução não devidamente autorizada

Impressão Tipografia Priscos

ISSN nº 1646-3307

Depósito Legal 321373/10

Tiragem 1000 exemplares

Propriedade Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto

Sede Rua dos Camilos, 90 | 5050-272 Régua

Contactos T. 254 320 130 | F. 254 320 149

Delegação Rua Ferreira Borges, 27 | 4050-253 Porto

Contactos T. 22 207 16 00 | F. 22 207 16 99

www.ivdp.pt | e-mail: ivdp@ivdp.pt

índice

Editorial
3

Economia
5

Portugal. O que precisa "O País da Uva" para conquistar a Grande China?

11
Vinhos da Região Demarcada do Douro. Vendas em 2010

Marketing
13

Missão DVD. Vídeo institucional e promocional dos vinhos do Douro e do Porto

16
Solar do Vinho do Porto em Lisboa. Comemorar 65 anos com nova imagem

Destaque
18

A construção do Vinho. Uma conspiração de Saber e de Arte

Enoturismo
22

I Show Taste Vinhos Velhos e Azeites Novos do Douro e Trás-os-Montes

Técnica
23

Calendário de Vindima de 2011

24

Associação Portuguesa para a Diversidade da Videira

27

O caso dos Fenóis Voláteis nos Vinhos Tintos da Região Demarcada do Douro

30

Norma NP EN 45011:2001. IVDP acreditado para certificação de produtos

Informação Jurídica
32

As Indicações Geográficas e os Acordos de Comércio Livre

Agenda
34

Harmonias
35

Porto & Douro magazine

A Porto & Douro Magazine encontra-se disponível para download através do site www.ivdp.pt ou do Facebook ([vinhos do douro e do porto](https://www.facebook.com/vinhos.douro))

Os interessados em obter a Porto & Douro Magazine na versão impressa devem dirigir um email para marketing@ivdp.pt

contactos

Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto

Serviço de Comunicação e Marketing
Rua Ferreira Borges, 27
4050 – 253 Porto

www.ivdp.pt ou facebook
(vinhos do douro e do porto)

Portugal

O que precisa "O País da Uva" para conquistar a Grande China?

Em Mandarim o nome Portugal diz-se "Putaoya", o que significa "País da Uva". Mesmo que os nossos especialistas em marketing ainda não tenham despertado para esta valiosa coincidência, apropriando-a para uma estratégia de promoção da origem, as taxas de crescimento das nossas exportações para a Grande China são francamente encorajadoras.



Uma acção de promoção de vinho português na R.P.China (Zhuhai)

Miguel Crespo

Delegado AICEP para o Sul da China, Honk Kong e Macau até Outubro 2010
miguel.crespo@portugalglobal.pt

As nossas relações comerciais com a China passam por um excelente momento, e não apenas nos vinhos. Nos vinhos, em 2010 as vendas para a R.P.China cresceram 154%, tendo atingido USD 7.4mn (EUR 5.6mn), a que se somaram USD 2.6mn (EUR 2.0mn) para Hong Kong (+111%), USD 0.45mn (EUR 0.34mn) para Taiwan (+98%), ao mesmo tempo que se mantêm em recuo em Macau [USD 6.0mn (EUR 4.5mn), -5.6%]. Não, Macau não é decididamente a única "Porta de Entrada" de Portugal na China. (Quadro 1)

TENDÊNCIA CONFIRMADA COM OS DADOS A JANEIRO DE 2011:

- as exportações para a China disparam 94% homólogos, atingindo USD 1.26mn (EUR 0.94mn) apenas no que respeita a vinhos de mesa...
- ...mais entusiasmante ainda, os vinhos fortificados, começam por fim a despontar: +826% para USD 0.235 (EUR 0.176mn), demonstrando cabalmente que o mercado respondeu aos primeiros esforços de promoção desencadeados no final de 2010;
- para Hong Kong as exportações tiveram variação homóloga de 95%, para USD 0.253mn (EUR 0.189mn);
- e para Macau, com a volatilidade

costumeira, sobem 88% para USD 1.1mn (EUR 0.8mn)

Como nota de enquadramento, as exportações totais de Portugal para a Grande China (incluindo Hong Kong, Taiwan e Macau), atingiram USD 925mn (EUR 698mn) em 2010, reflectindo um crescimento de 47.9%. A contribuição dos vinhos pesou em 2010 os mesmos 1.7% de 2009, bem longe da percepção de quem lê a China a partir de Macau ou de Portugal. (Gráfico 1)

Aterrei em Hong Kong em Outubro de 2007, como responsável pelos escritórios da AICEP para o Sul da China, Hong Kong e Macau. Instantânea, intuitiva e imediatamente tive a convicção do imenso potencial económico da região para os produtos portugueses, sendo o vinho o Embaixador legítimo do "País da Uva".

Entendi que o vinho português escondia um potencial próprio e de arrastamento muito maior do que o seu reduzido peso nas nossas exportações:

- pela promoção da imagem de Portugal, ligada à *Green Economy* e *Healthy Living*, conceitos em franca adesão numa China com grandes preocupações de saúde e apreço pelos produtos naturais;
- pela obsessão pelo luxo, compatível com os nossos vinhos de maior prestígio;
- pelo reforço do volume em *shipping*,

EXPORTAÇÕES TOTAIS PARA A CHINA 2010

[USD mn] [EUR mn]	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011F
Macau	3.490	4.099	4.606	6.262	6.463	6.088	6.697
Hong Kong*	2.805	3.265	3.361	4.258	4.634	4.592	5.052
R.P.China	0.349	0.524	0.915	1.319	0.962	2.141	4.068
Taiwan	0.281	0.417	0.668	0.897	0.690	1.615	3.069
Total				2.579	2.914	7.419	14.837
				1.753	2.089	5.596	11.192
				0.205	0.219	0.435	0.870
				0.139	0.157	0.328	0.656
Total	10.365	10.558	16.083	26.472	7.047	7.570	12.132
							19.968

Exportações de Vinhos Portugueses para a Grande China

Fonte: Autoridades estatísticas locais, estimativa do autor para 2011

* HK registou em 2010 USD 191mn (EUR 144mn) de importações do Reino Unido, Suíça, Bélgica, Holanda e Singapura, através de marchands, sendo de admitir que também de vinho português. A dimensão das exportações portuguesas deverá já ser similar à de Macau.

capaz de fomentar mais ligações marítimas directas;

- pelo arrastamento ao sector agroalimentar, já patente no azeite, conservas, enchidos e produtos lácteos;
- pelo estímulo que o mercado chinês poderá dar à consolidação da produção e construção de marcas mais fortes à exportação.

Estudei o mercado para lá de Macau, analisando-o sob ângulos diversos: mercado consumidor e seus hábitos culturais, organização da oferta, retalho e cadeias de distribuição, concorrência e melhores práticas. Seguidamente comecei a abordar o mundo virgem de agentes, distribuidores e pontos de venda. E ao longo dos três anos, entre *newsletters* de improviso, organização de seminários, provas de vinho e até negociações, fui procurando colocar conhecimento do mercado junto dos produtores nacionais, apoiando iniciativas no mercado, e encorajando os produtores a dedicarem atenção às oportunidades no mercado. Regressei a Portugal em Outubro de 2010, com a satisfação de ver uma “bola de neve” formada, e em plena aceleração, saibamos nós aproveitar a catálise que o mercado de maior potencial mundial pode exercer sobre a oferta portuguesa. No meu entender, a China pode ultrapassar a 2 ou 3 anos de vista as

nossas exportações para os Estados Unidos.

I ENQUADRAMENTO EXÓGENO E MACRO – UMA PERSPECTIVA

1 - Consumo interno toma a dianteira como motor de crescimento na China

O consumo interno e a terciarização da economia chinesa serão os motores económicos desta potência, assegurando taxas de crescimento do PIB superiores a 7%, em substituição das exportações e do investimento produtivo. Dezenas de milhões de asiáticos ascendem anualmente à classe-média, com um *feelgood factor* que se traduz numa vontade de consumo e avidez por novos hábitos.

2 - Valorização das moedas asiáticas e das economias produtoras de “commodities”

O Euro encontra-se a níveis máximos face ao dólar, mas em conjunto deverão desvalorizar face às moedas asiáticas, fortalecidas por maiores taxas de crescimento e aumento sustentado do rating. O bloco europeu e norte-americano ganharão competitividade cambial face produtores do Novo Mundo, ricos em *commodities*, tais como a Austrália, Chile, Argentina e África do Sul.

3 - Consumo concentrado em Mega-urbes

A população chinesa que vive em grandes cidades, deverá passar de 46% para 70% em 2025. É neste conjunto limitado de mega-urbes, que se concentra o poder de compra, cada uma delas com dimensão relevante (acima de 10 milhões de habitantes).

4 - Diminuição das barreiras de entrada

Hong Kong aboliu em 2009 as suas taxas alfandegárias ao vinho, logo seguido por Macau. Na China perduram taxas de 48% para vinhos europeus, que deverão esbater-se, reequilibrando a nossa competitividade face ao Chile ou Austrália, ou a grandes produtores, inclusive domésticos (que compram mosto ou vinho a granel).

5 - Melhoria das cadeias logísticas

Diminui a compartimentação geográfica, numa China que se assemelha ainda à União Europeia de há duas décadas atrás. Melhoram as redes logísticas e de distribuição, sofisticadas à exportação, mas rudimentares no interior dos países.

6 - Trade Finance e convertibilidade da moeda

Com a sofisticação e credibilização dos agentes, e a convertibilidade gradual do Renminbi, o *Trade Finance* ganhará expressão importação, caindo também a exigência dum operador com licença de importação.

7 - 3 x faster / 100 x bigger

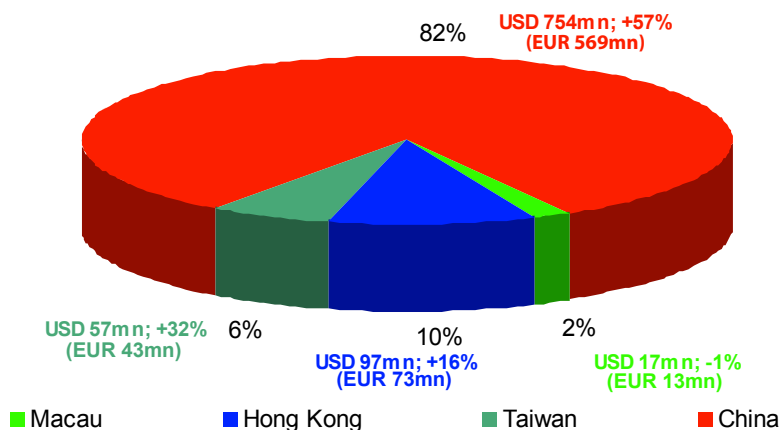
Para uma empresa portuguesa, o ritmo económico dos mercados asiáticos pode empiricamente ser resumido em 3 vezes mais rápido (O médio-prazo são 18 meses, um email responde-se no próprio dia). A dimensão humana, física e financeira em eventos promocionais ou em pontos de venda não andarão longe de 100 vezes maior do que a realidade a que estamos acostumados.

II O CONSUMIDOR CHINÊS

1 - Está possuído dum sentimento de confiança, e optimismo sem reservas;

Total de Exportações Portuguesas para a China

2010



Fonte: Autoridades estatísticas locais

Entrada da Feira de Chengdu, Março de 2009



Pavilhão da Viniportugal na HK Wine Fair, Novembro de 2009



Acção de promoção de vinhos portugueses por distribuidor em Zhuhai



2 - No reino do "Ar-Condicionado". O consumidor raramente consome ao ar livre, pelo que nem sazonalmente os vinhos brancos têm plena expressão;

3 - Vive em casas pequenas, não recebe em casa. Consome em público, em grandes grupos (banquetes): as Jeroboams foram talhadas para a China;

4 - "I am what I have!" Há que mostrar que se pode, perante quem não sabe. Marcas e regiões consagradas, vinhos premiados, têm na China margens ainda maiores;

5 - Altamente supersticioso: número "8" é mágico e "4" é aziago; "dourado" e "vermelho" são nobres e "verde" é infeliz; beber vinho é salutar e viril; investir em vinho é rentável;

6 - Duas classes em destaque: (1) Novorrico, ostentatório, perante o qual nenhum vinho é caro demais, (2) classe média muito jovem, centrada em marcas;

7 - Jovem, curioso, e com imensa vontade de aprender. Os cursos de aprendizagem estão cheios. (Há 70 academias a ministrar o WSET na Ásia, face a menos de 10 na América Latina.)

8 - Segue fórmulas, adora chavões, e inclina-se para vinhos/castas que sejam identificados em "wine-pairings" com a culinária local. Distinções internacionais são um "must".

9 - Cultiva relações – Guanxi – troca presentes. Presentes que figuram em lugar de destaque nas estantes de qualquer grande executivo na China. Daí que *decanters*, e "magnums" sejam cartas de trunfo;

10 - Diferença ténue entre homem e mulher; sociedade pouco sexista. Há inclusive mais mulheres a degustar vinho, dado que os homens estão em processo de migração de álcoois fortes (vinho de arroz) para bebidas de menor grau alcoólico.

III A CHINA É UM GRANDE PRODUTOR DE VINHO. QUE IMPLICAÇÕES?

Facto frequentemente ignorado, a China produz mais de 12 milhões de hectolitros, ocupando a 6ª posição mundial, e possui aproximadamente 600,000 ha de vinha plantada, ocupando a 5ª posição mundial.

(Fontes: OIV e Wine Institute). Valores irrisórios, dado que correspondem a 0.9 litros/habitante, mas relevantes na hora de entender que o negócio é dominado por três grandes grupos económicos, da dimensão de grandes cervejeiras mundiais.

Por outro lado, a China é dos países mais assolados por alterações climáticas. Os fenómenos de seca extrema são cada vez mais recorrentes. Um país de economia planificada, com 20% da população mundial, 7% dos solos aráveis e 5% dos recursos hídricos, dificilmente tolera que a expansão dum cultura dum bem “não-essencial” sacrifique as culturas de base.

QUE IMPLICAÇÕES?

1 - Os 3 maiores operadores locais (Great Wall, Changyu, Dynasty) são gigantes económicos, com facturação anual superior Eur 200mn, e margens líquidas acima de 10%;

2 - Com um sector produtivo altamente consolidado e verticalizado, o valor da marca sobressai, e a gestão da qualidade ressentente-se;

3 - O governo chinês está a fomentar a substituição de álcoois fortes, que consomem cereais, por vinho, sem no entanto fomentar o aumento da área plantada;

4 - O vinho importado requer diferenciação pela qualidade face ao vinho doméstico, pelo que a promoção do país de origem assume grande importância;

5 - A importação de mosto e vinho a granel manterá uma tónica crescente, dada a previsível inelasticidade e imprevisibilidade da produção local;

6 - As aquisições de vinhas nos principais países produtores tenderão a acentuar-se, privilegiando propriedades de grande dimensão. Portugal já entrou na mira destes grupos;

7 - Ao contrário do Brasil, são limitadas as oportunidades para produção e investimento na China, pela envergadura da concorrência. Mas existirão ao nível da transferência de tecnologia e venda de serviços, nomeadamente com a introdução de castas portuguesas.

IV AS DINÂMICAS INTERNAS DE UM MERCADO NASCENTE

Apesar da falibilidade das estatísticas, a dimensão actual do mercado de retalho estará próximo de USD 7000mn (EUR 5280mn), ou USD 2000mn (EUR 1509mn) à produção, sobre os tais 12 milhões de hectolitros.

De acordo com estatísticas oficiais de 2010, as importações atingiram USD 800mn/EUR 603mn (+74%), e 2.86 milhões de hectolitros (+65%), acelerando sobre anos anteriores. Importações que pesam próximo de 20% do volume consumido, e certamente mais de 30% das vendas.

Como importa, o granel vem em recuo, quer em valor quer em volume. E o valor médio por litro engarrafado, ao contrário do que frequentemente se afirma, não só não é baixo, como tem tendência a aumentar.

Pela própria dimensão e organização do mercado, o domínio da França é baseado na conotação directa que os chineses fazem do trinómio Luxo-Vinho-França. Tem uma quota de valor acima dos 45%. Será

o único país com notoriedade por região, e aceitação generalizada de pequenos produtores.

Surgem em seguida Austrália e Chile, claramente talhados para o mercado chinês, pela dimensão do seu sector exportador, concentrado em poucas marcas, com consistência no marketing. Merece ainda destaque a Alemanha, com uma daríssima opção estratégica sobre este mercado, provando que também os brancos podem ter êxito.

4.1. PROSPECTIVA

O espaço de progressão das importações é ilimitado, liderando a China o bloco regional que mais irá compensar as quebras de consumo na Velha Europa. Não olhemos para a métrica de consumo de 0.9l/hab, dado que o consumo assentará sempre e apenas na classe média urbana, que rondará os 200-300 milhões de habitantes. Ora, é justamente essa classe média, engrossada anualmente em dezenas de milhões, e com a progressão dos rendimentos disponíveis a taxas superiores a 10%,

Volumes na oferta e tendências

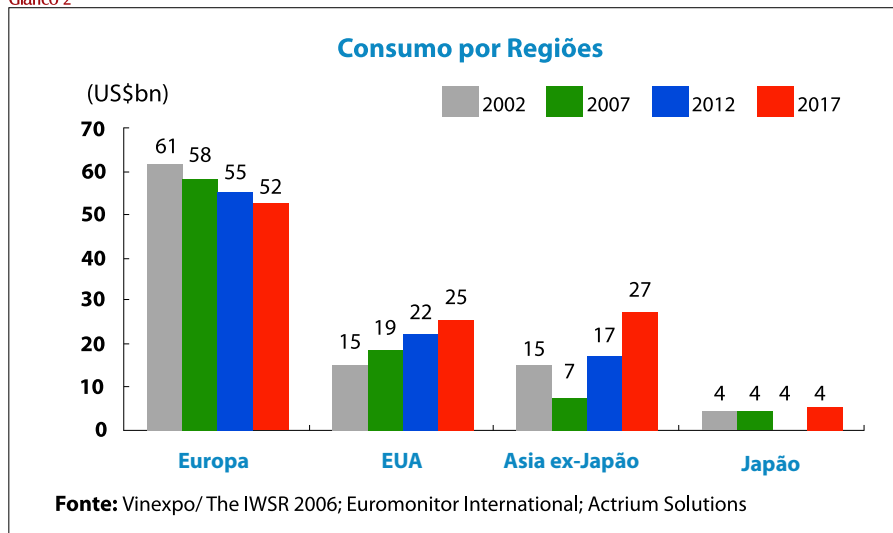
		2008	2009	2010
Valor das importações	[USD mn]	380.8	457.6	799.5
	[EUR mn]	258.9	328.1	603.1
	% a granel	22.1%	14.1%	14.3%
Volume das importações	[M hl]	1.65	1.73	2.86
	% a granel	64.1%	46.4%	47.9%
Preço médio engarrafado	[USD/l]	4.8	4.1	4.49
	[EUR/l]	3.26	2.94	3.39

Quotas de mercado à importação [valor]

França	39.26	43.13	46.10
Austrália	15.61	21.25	18.58
Chile	14.98	12.03	9.65
Itália	7.07	5.49	6.10
Espanha	5.05	3.55	5.96
EUA	5.07	5.63	4.65
Alemanha	2.27	1.75	1.74
Nova Zelândia	1.15	1.75	1.40
África do Sul	1.45	1.56	1.28
Argentina	5.00	1.41	1.19
Portugal	0.68	0.64	0.93
Outros	2.42	1.80	2.42

Fonte: China Customs

Gráfico 2



que irá propulsionar o consumo de vinho importado.

Até 2020, dificilmente veremos uma quebra na taxa anual superior a 30% entre 2002 e 2010. Ou seja, o valor das exportações poderá atingir USD 11,000mn (EUR 8,298mn) em 2020. E, sem querer ser nem visionário nem irresponsável, a manutenção da nossa quota em níveis de 2010 aponta para USD 100mn (EUR 75mn) só para a República Popular da China. Perspectiva aliás pouco ambiciosa. Que outro país destino das nossas exportações de vinho poderá rivalizar com a China?

V COMO POTENCIAR A NOSSA PENETRAÇÃO?

5.1. GLOCALIZAÇÃO

Em 2010 o mercado é já de Oriental para Oriental, com excepção de algum segmento Premium, convidando à "glocalização". Embora nomes como a ASC, Summergate ou Montrose ainda habitem nas mentes dos nossos produtores, ou feiras tais como Vinexpo HK ou Sial Shanghai, os players ou certames relevantes passaram a ser chineses: Jointek, Aussino ou Silverbase como distribuidores, ou HK Wine Fair, Feira de Chengdu, FHC Shanghai ou China International Wine Exhibition.

Os alemães perceberam já que a China é o maior mercado de futuro, colocando aí a prioridade em matéria de promoção. A Espanha, que também detectou

essa oportunidade, posicionando-se em antecipação, procura emendar a trajectória, combatendo agora a conotação de vinho barato. Portugal, como país e não como região, tem argumentos fortes, como alguns produtores estão a confirmar. Bastaram as primeiras iniciativas consistentes de promoção de Vinho do Porto, ocorridas em finais de 2010, para imediatamente ocorrer um salto de 835% nas nossas exportações de vinho fortificado em Janeiro de 2011.

Os centros de decisão mundial migraram para a Ásia. Hong Kong, em menos de dois anos, tornou-se na maior praça de leilões de vinhos, destronando de forma irreversível Londres e Nova Iorque. Oportunidade imperdível para os mais veneráveis Vintage!

Uma abordagem consistente e prudente

ao mercado chinês implica visitas regulares, primeiro na procura duma rede de distribuidores, e depois nas sucessivas acções de promoção a que o mercado obriga. Feitas as contas ao custo financeiro da ponte aérea, e custo de oportunidade da intermitente presença, a presença local torna-se uma exigência, mesmo que em consórcio.

5.2. CONSISTÊNCIA NO MARKETING: PAÍS, CATEGORIA E MARCA

Com 0.93% de quota de mercado, nenhum produtor português tem concorrentes nacionais na China. Tem sim, toda a vantagem de trabalhar em coopetição: relação de cooperação entre concorrentes para atingir um objectivo comum.

As estratégias triunfantes no mercado chinês assentam numa aposta em País, e nunca a dez anos de vista em impronunciáveis Regiões. Como subcategorias, poderá haver acolhimento para a Touriga Nacional, o Vinho do Porto ou o Vinho Verde, por terem referências internacionalmente reconhecidas.

Já no tocante às marcas, não existirá mercado no mundo onde a profusão que caracteriza o mercado português seja mais contra-producente.

Compreenda-se que o consumidor chinês é inseguro quanto as escolhas próprias, e seguidor de marcas. Compreenda-se que o valor das marcas locais dominantes rende margens comerciais impensáveis noutros mercados, e compreenda-se

Viniportugal, Seminário para profissionais, em Maio de 2010, em Guangzhou



Quadro 3

A CONSTRUÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING PARA A CHINA PODE SER RESUMIDA NO SEGUINTE DIAGRAMA.

Versão asiática do website: Quem somos e onde encontrar-nos?
Em inglês e mandarim

Vinhos premium > Eur 10fob premiados, destinando lotes à Ásia

Vinhos qualidade: Eur 2-10 com marca consistente, e grande capacidade em volume

Corrente & Granel: < 2 Eur, sem limites

Conteúdos preparados para Blogs, websites de wine societies, leiloeiras, promoções supermercados, e-newsletters

Presença Online adaptada

Ontrade, grandes capitais, garrafeiras, com jantares de promoção, cobertura media, feiras e concursos internacionais, ainda ocidentalizado. Subir preços?

Offtrade, agente+distribuidor, racionalização de marcas, missões de compradores, feiras e concursos asiáticos, presença local?

Portais de compra: i.e. www.alibaba.com

daí o sucesso claro de marcas como a Penfolds, Torres ou Santa Rita. A ausência de marca com notoriedade, dum país com escassa visibilidade, só é compensada com prémios internacionais ou, crescentemente, prémios locais, frequentemente associados a wine-pairings com a culinária chinesa.

5.3. SUGESTÕES PRÁTICAS

Questões Go – No Go

- Sou perseverante perante mercado culturalmente oposto?
 - *Metade do tempo atrás dos bons clientes, metade a fugir dos maus!*
- Vinhos premiados que me diferenciem?
- Escala de produção capaz de dar resposta a grandes encomendas?
- Estrutura comercial capaz de dar resposta em 24h e a 15000km de distância?
- Capacidade de investimento a 3 anos, prevendo visitas regulares?
- Na ausência: Escolher marchands europeus ou agentes localizados na Ásia especializados em vinhos portugueses

Para quem agora começa...

- Estudar primeiro: Aicep + Informação online da Austrade, NewZealand Trade, ICEX, BuyUSA; YouTube!!!

- **Como?** Feira mais périplo asiático, 15 dias. Agenda construída com 3 meses.
- **Quando?** Maio ou Novembro.
- **Onde?** Hong Kong(+Macau), Guangzhou/Shenzhen, Beijing/Shanghai, Chendgu, Hainan.
- **Âmbito:** Medir pulso ao mercado; on- e offtrade, benchmark concorrência em ambiente competitivo, networking com

- agentes e multipliers.
- **Apoios:** aicep, embaixadas, startracker, wine societies, blogs.
- **Sugestões:** capitalizando sobre imagem de Portugal, material promocional traduzido, trabalhar em consórcio, procurar apoio de rede de portugueses no mercado.

6. CONCLUSÃO

A dinâmica ímpar do mercado chinês e o êxito alcançado pelos nossos produtores com abordagem mais consistente, indicam que a China poderá vir a tornar-se no principal destino para as nossas exportações de vinho no espaço de 10 anos. Temos fortes argumentos técnicos e qualitativos para o êxito, que nem mesmo a nossa proverbial desorganização ou “*think small attitude*” podem refrear. Se não aproveitarmos a oportunidade - suficientemente forte para reorganizar o nosso sector produtivo e lançar grupos de dimensão internacional - outros o farão por nós. Num mercado da dimensão do mercado chinês, os problemáticos stocks da Casa do Douro voariam numa simples Passagem de Ano.

Porto, 26 de Março de 2011





Vinhos da Região Demarcada do Douro

Vendas em 2010

Em 2010, as vendas de vinhos da Região Demarcada do Douro com Denominação de Origem (Vinho do Porto, DOC Douro e Moscatel Douro) e com Indicação Geográfica (Duriense) atingiram 12,9 milhões de caixas (+1,9%), no valor de 473 milhões de euros (+6,0%).

Ana Cristina Melo

A evolução de 2009 para 2010 foi, assim, muito positiva, registando-se acréscimos quer na quantidade (+234 mil caixas), como no volume de negócios (+27 milhões de euros) e no preço médio (+4,1%).

Com excepção do vinho regional Duriense, todos os outros vinhos da Região Demarcada do Douro contribuíram para essa evolução positiva, com particular destaque para o Vinho do Porto e para o DOC Douro.

Com efeito, a quantidade vendida de DOC Douro tem registado crescimentos sucessivos nos últimos anos (aumentando mais de 26% de 2006 para 2010), tendo o ano de 2010 correspondido a vendas de mais 93 mil caixas do que o anterior. De notar que este acréscimo foi conseguido a par de uma significativa subida do preço médio (+6,6%), levando a um aumento do volume de negócios de mais 8 milhões de euros.

Embora as vendas de DOC Douro no mercado nacional também tenham crescido (+3,1%), foi o aumento da quantidade expedida/exportada (+6,1%) que mereceu mais realce. Assim, e tal como nos anos anteriores, Portugal transferiu quota de mercado (de 67,3% baixou para 66,7%) para o exterior, o qual representa actualmente cerca de um terço das vendas de DOC Douro, mantendo-se Portugal como o principal mercado deste vinho. (Gráfico 1)

No grupo dos 5 principais mercados para este vinho seguem-se Canadá (quota de 5,5% em quantidade), Brasil (4,3%), Angola (3,4%) e EUA (2,8%), sendo de destacar em 2010 o significativo crescimento na quantidade de DOC Douro exportada para o Brasil (+14,1%). No que respeita ao Vinho do Porto, depois de dois anos de quebra acentuada, em 2010 registou-se uma inflexão nas vendas, com um aumento de 293 mil caixas. Esta inversão na tendência dos últimos anos para a diminuição nas vendas de Vinho do Porto é tanto mais de realçar por ser acompanhada por uma subida de 2,1% no preço médio resultando, assim, num acréscimo de 19 milhões de euros (+5,3%) no volume de negócios.

A evolução em relação ao ano anterior foi positiva ao nível da quantidade expedida/exportada (+2,2%), e ainda de uma forma mais acentuada nas vendas no mercado nacional (+9,8%), o que permitiu a Portugal recuperar quota de mercado (de 13,2% para 14,0%),

PORTO

109 mercados

9,6 milhões de caixas

▲ 3,2%

370,7 milhões de euros

▲ 5,3%

4,30 euros/litro

▲ 2,1%

DOC Douro

91 mercados

2,4 milhões de caixas

▲ 4,1%

85,2 milhões de euros

▲ 11,0%

3,99 euros/litro

▲ 6,6%

MOSCATEL

37 mercados

0,4 milhões de caixas

▲ 8,1%

11,6 milhões de euros

▲ 9,7%

3,08 euros/litro

▲ 1,4%

DURIENSE

38 mercados

0,5 milhões de caixas

▼ 26,9%

5,6 milhões de euros

▼ 21,4%

1,24 euros/litro

▲ 7,5%

mantendo as suas posições no ranking dos principais mercados para o vinho do Porto (2º em valor e 3º em volume).

Os dez principais mercados (Gráfico 2) para o Vinho do Porto (em termos de quantidade) mantêm-se em relação ao ano anterior, com destaque para os acréscimos registados no caso da Holanda (+9,0%), EUA (+6,8%) e Dinamarca (+49,0%), com esta última a ultrapassar a Espanha e a recuperar o 9º lugar perdido em 2007.

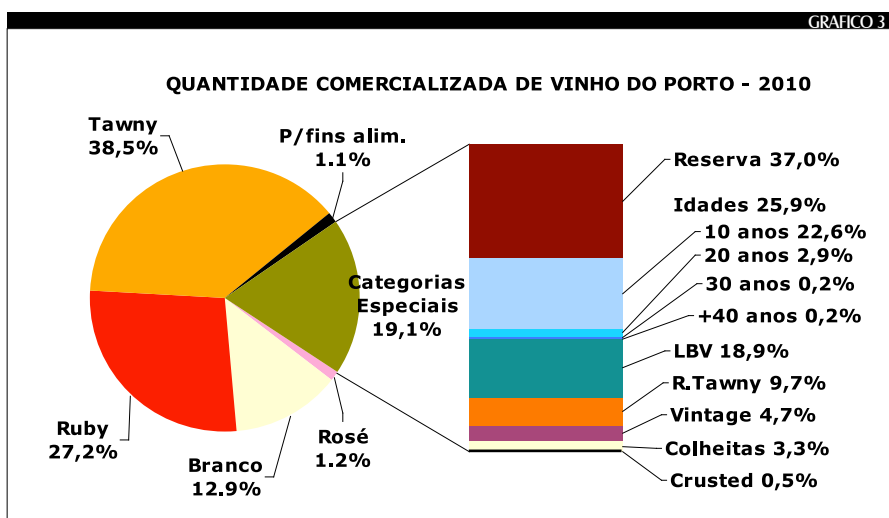
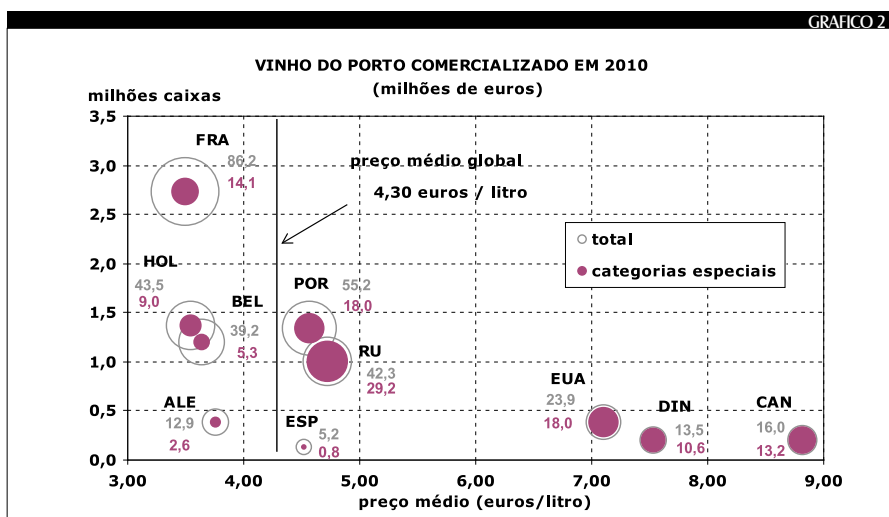
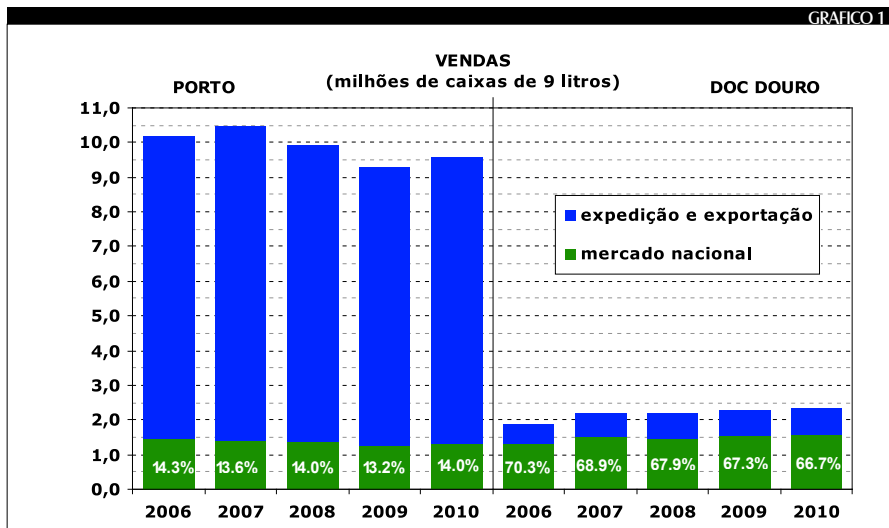
Também em termos de tipos de vinho, 2010 constituiu uma viragem na tendência dos dois últimos anos para a quebra da representatividade das categorias especiais.

categorias especiais
 22,0 milhões de garrafas
 ▲ 11,8%
 132,9 milhões de euros
 ▲ 13,5%
 8,07 euros/litro
 ▲ 1,6%

sem designação especial
 93,0 milhões de garrafas
 ▲ 1,3%
 237,8 milhões de euros
 ▲ 1,2%
 3,41 euros/litro
 ▼ 0,1%

Com efeito, embora ao nível dos vinhos Standard também se tenha verificado um acréscimo na quantidade vendida, essa evolução foi mais acentuada para os Porto Premium que, assim, viram a sua quota de mercado em quantidade (Gráfico 3) aumentar para 19,1% (17,6% em 2009) e em volume de negócios para 35,9% (33,3% em 2009).

A representatividade dos Porto Premium voltou, assim, a ultrapassar a fasquia dos 19% (anteriormente tal só tinha acontecido em 2006 e 2007). Esse facto resultou do crescimento verificado nas vendas de todas as categorias especiais, com particular destaque para os Reserva (+662 mil garrafas), os 10 anos (+470 mil garrafas) e os Colheitas (+416 mil garrafas). Entre os vinhos sem designação especial, relevo para o aumento das vendas de Tawny (+1,4 milhões de garrafas) e de Rosé (+429 mil garrafas),



sendo de destacar que este último, desde o seu surgimento no mercado no final

de 2007, registou acréscimos sucessivos e significativos (2065%, 177% e 45%).

Vídeo institucional e promocional dos vinhos do Douro e do Porto

Missão DVD



São oito horas da manhã do dia 28 de Agosto de 2010. Estamos seis pessoas reunidas à volta de um café bem quente e despertador, numa estação de serviço na estrada principal 4 (IP4). Objectivo: Fazer um reconhecimento prévio de locais para filmagem do DVD institucional.

Louisa Maria Fry | Eliana Torres

Com vista a dotar o seu Serviço de Comunicação e Marketing de um novo instrumento de apoio às suas actividades, a Presidência do IVDP incumbiu esse departamento, a agência de publicidade Opal e a produtora audiovisual Cimbalino de produzir um vídeo institucional e promocional dos vinhos da Região Demarcada do Douro (RDD). Com esta nova e importante ferramenta, colocou-se o seguinte desafio: como alcançar um público de perfil tão heterogéneo (o profissional do vinho, o amador, o consumidor final), dando-lhe a conhecer o que confere aos vinhos do Douro e do Porto as suas características tão diferentes, genuínas e únicas. Mais ainda, educar esses mesmos públicos sobre os vinhos em si e desafiá-los a descobrir as múltiplas propostas de harmonização gastronómica proporcionadas por estes vinhos ímpares. Transversalmente a estes objectivos ou premissas colocadas, pretendeu-se colocar em relevo a ligação da Região do Douro com as cidades do Porto e de Gaia e respectivas Caves de Vinho do Porto, dando enfoque às suas potencialidades enquanto destinos turísticos a descobrir. Tudo isto em apenas dezasseis minutos



de película! Uma missão nada fácil. Identificados os temas a versar, elaborar o guião pormenorizadamente concebido e feito o reconhecimento visual e técnico dos locais a eles associados, foi chegado o momento de passar às filmagens e da escolha de um locutor. Foi escolhido o arqueólogo Joel Cleto que, detentor de uma larga experiência televisiva, aceitou de bom grado o desafio e encarou de corpo e alma a personagem de um apaixonado pelo Douro e seus vinhos, que guia o espectador por uma viagem mágica de descoberta e encantamento. "Para alguém que faz da História e do Património a sua profissão e uma das suas paixões de vida, é óbvio que o apelo era fortíssimo", refere o portuense que é também autor e apresentador de um programa televisivo dedicado à temática da História e Património.

"Contribuir para a sua divulgação e valorização, nomeadamente através de um produto tão importante quanto é um filme institucional" fora também um fortíssimo aliciante, acrescenta Joel Cleto. A equipa da jovem produtora Cimbalino encarou a produção deste filme como um grande desafio, pois conjugar toda a logística que envolvia uma vasta equipa de filmagens de exterior e interior seria algo um tanto ou quanto complexo: "As condições climáticas nem sempre favoráveis, as distâncias a percorrer e as dificuldades de acesso a alguns locais de filmagem, transportando todo o equipamento foram alguns dos obstáculos a transpor, mas para obterem um bom resultado todos deram o seu melhor", recorda João Brochado, um dos elementos da equipa de filmagem. Assim, passando à primeira etapa, filmar as





vindimas, tarefa esta sempre condicionada pela disponibilidade dos engenheiros agrónomos e outro pessoal técnico e às vicissitudes do clima, que definiram os timings. Todavia, graças ao enorme interesse e empenho demonstrados pelos intervenientes, foi possível conciliar tudo com as exigências e múltiplos aspectos do projecto, tendo sido captadas imagens únicas que ilustram a simbiose entre a força humana e a beleza rara das paisagens do Douro. Seguiu-se a segunda fase das filmagens,



a transposição das várias regiões do Douro: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior. "Trata-se de uma vasta área com paisagens deslumbrantes e marcadamente contrastantes", adianta Ricardo Sá, director de produção da OPAL. Joel Cleto vai ainda mais longe, explanando que "percorrer

o Douro é um constante "tropeçar" na História e no Património". O arqueólogo e historiador confessa que o que mais o surpreendeu nesta "viagem" foi o património contemporâneo – "as belíssimas intervenções arquitetónicas que se vêm registando nestes últimos anos em múltiplas quintas e adegas. Intervenções que vêm permitindo um belíssimo diálogo entre as mais modernas tecnologias vinícolas e inovadores materiais de construção com a arquitectura tradicional e a paisagem envolvente. Tal vem possibilitando o emergir de estruturas muito convidativas e, por vezes, mesmo deslumbrantes, potenciando e qualificando a oferta a uma procura turística que, incontornavelmente, vem registando nestes últimos anos um crescimento significativo.

No Douro "contamos com a preciosa ajuda do IMDP que conseguiu com que os produtores abrissem as portas das suas quintas, que já por si contam histórias centenárias", adianta Ricardo Sá que recorda algumas conversas que teve com um produtor duriense "que nos recebeu a numa das suas quintas e nos deu a conhecer toda a sua sabedoria e repartiu connosco algumas histórias maravilhosas sobre esta região".

João Brochado, da Cimbalino, revive um dos



pontos altos da filmagem: "uma das cenas mais complicadas que nos deu mais gozo preparar e filmar foi a pisa a pé, embora seja já considerada apenas uma tradição, pois existem já vários lagares robóticos. No entanto, não deixou de ser um momento cultural e representativo do cunho humano presente na região" refere o próprio, acrescentado que "sentiu-se aqui toda a essência, garra e orgulho que as gentes do Douro sentem em produzir tão famoso néctar".

Mais tarde entra em cena o nosso narrador, Joel Cleto, que se juntou à equipa na

nossa base, a Vila do Pinhão e que lembra alguns dos momentos mais memoráveis para o próprio: "Destaco a viagem de jipe entre as vinhas, o passeio de barco Rabelo, a viagem no comboio no Peso da Régua, o magnífico jantar harmonizado no restaurante DOC, a visita às Caves em Vila Nova de Gaia e o passeio de autocarro turístico na cidade do Porto e na zona Ribeirinha de Gaia".



Quando lhe colocamos o desafio de partilhar connosco algumas das situações mais caricatas que vivenciou durante a produção do filme, Joel, entre muitas outras, recordou a cena do jantar, cujas filmagens se iniciaram ao início da noite e se prolongaram pelas primeiras horas da madrugada. Joel Cleto descreve que "foi confeccionado, para acompanhar os diversos tipos de vinho do Douro e do Porto, um conjunto muito significativo de pratos, cada um deles mais apetecível do que o anterior. E eu, à mesa, lá ia apresentando cada um deles e explicava qual o melhor vinho para o acompanhar." E a situação, um tanto ou quanto anedótica, residia no preciso momento em que o personagem "mal metia a primeira

garfada ou colherada à boca lá vinha, do realizador o frustrante “Corta!!”. E a iguaria era-me rapidamente retirada da frente e passávamos para a cena seguinte. Acho que nunca me passaram debaixo do nariz tantos pratos apetecíveis, mas, ao fim de muitas horas de filmagens, limitaram-me a provar apenas um bocadinho de cada um deles e estava cheio de fome!!”.



Filipa Rocha, da agência OPAL recorda, com um sorriso, a cena da viagem de comboio no Douro: “na Estação de Comboio da Régua, onde filmámos o comboio antigo a vapor, foi muito engraçado. A estação estava cheia de gente que parou a olhar para tudo o que estávamos a montar. Câmara, luzes, maquilhagem. O interesse

QUE CONSELHOS É QUE O NARRADOR DÁ AO NOVO CONSUMIDOR?

Joel Cleto | O filme está, com efeito, muito pensado para potenciais e novos consumidores. Depois de ver o filme eles sabem, definitivamente, que não se limitarão a beber mais um vinho. Na verdade estarão a sorver um néctar só possível graças à conjugação de uma série de factores para os quais, de resto, os consumidores estão hoje muito atentos e receptivos. O “Porto” e os vinhos do Douro, não são “anónimos”: há uma paisagem e condições naturais e ambientais únicas que o tornam possível. Mas há também um “saber fazer” e um conjunto de “segredos” historicamente enraizados na comunidade que o produz que o tornam único. Há um “peso” histórico e patrimonial que o torna distinto de todos os restantes vinhos. Beber um Porto é uma experiência singular, quase personalizada... Ora, os novos consumidores procuram também isso. Algo de diferente, único, distintivo... Mas é claro que o filme, para lá de atrair potenciais e novos consumidores, lhes dá também múltiplos e úteis conselhos. Como distinguir os vários tipos de vinhos, o que se deve comer e degustar com cada um deles, e até novas e “radicais” utilizações do Porto, nomeadamente nas designadas “culturas urbanas”.

era muito. Como estávamos a simular o comboio antigo a andar, foi necessário colocar lenha nas caldeiras para pôr o comboio em marcha. E depois estávamos sempre a arrancar e a parar porque filmávamos um pouco e depois tínhamos de voltar ao início para filmar de novo. Foi muito engraçado”, confessa Filipa Rocha.



Abandonando já com saudade a região do Douro, passou-se de seguida à filmagem das cidades do Porto e de Vila Nova de Gaia, concluindo as filmagens nas características caves e garrafeiras e, ainda, no Solar do Vinho do Porto, num fim de tarde em que o pôr-do-sol parecia dar o mote para as filmagens seguintes.

Estes são apenas alguns dos aspectos mais marcantes, de entre muitos que caracterizaram a produção do DVD institucional, uma viagem que pretende conduzir o espectador ao saber e à essência dos vinhos do Douro e do Porto!

Para mais informações, os interessados em obter o DVD devem dirigir-se ao Serviço de Comunicação e Marketing do IVP.



Solar do Vinho do Porto em Lisboa Comemorar 65 anos com nova imagem

Localizado no Bairro Alto, uma das zonas de Lisboa mais cativante pela sua animação e beleza, mesmo em frente ao elevador da Glória, o Solar do Vinho do Porto em Lisboa comemorou 65 anos de idade. Renovou-se, modernizou-se, para ... (re)conquistar a capital!

Eliana Torres

O desafio do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP) é aproximar o Solar da cidade e dos portugueses e torná-lo um dos locais de referência de lazer na capital. Inaugurado a 19 de Fevereiro de 1946, o espaço situado nas instalações do Palácio de Ludovice apresenta-se aos visitantes com uma nova decoração que procura recriar uma atmosfera de charme,

arrojada e provocante, da autoria do designer portuense Paulo Lobo. O charme associado ao design, através da criação de um ambiente cool e de bem-estar, é o conceito principal da nova imagem do Solar do Vinho do Porto em Lisboa. Paulo Lobo direccionou a intervenção para aspectos simples mas fundamentais como a iluminação – pontual e teatral – e a recuperação de mobiliário antigo e a criação de uma nova garrafeira que vai permitir manter no mesmo local espólio antigo e as garrafas actuais. Esta “biblioteca” de vinhos é um dos traços mais marcantes da nova decoração, com mais de 2.000 garrafas dispostas nas prateleiras. “O brilho das garrafas dá-

“Ihe um ar moderno”, refere o designer portuense.

Na sala de provas existem azulejos do edifício original do Palácio, uma azulejaria muito rica do século XVIII, em tons de azul, decorativa e não figurativa. E é esta cor que se recupera agora para marcar toda a sala, desde a alcatifa às paredes. No salão principal, a cor dominante passa a ser o verde-ínglês, recuperando assim uma das tonalidades que marcou o espaço durante a década de 60.

Num ambiente que agora se renova, mantendo a sobriedade e o conforto, no Solar do Vinho do Porto é possível provar as diferentes categorias e tipos de Vinho do Porto e do Douro. São mais de 300 referências de vinhos da Região Demarcada do Douro que representam mais de 60 empresas do sector. Para além dos vinhos, a oferta de acompanhamentos é também bastante diversificada como os queijos, enchidos e fumados, todos com DOP, assim como algumas propostas de pasteleria tradicional, como o pastel de nata e – como não poderia faltar – os chocolates.

Segundo Luciano Vilhena Pereira, Presidente do IVDP, “os solares são espaços privilegiados de promoção do Vinho do Porto, permitindo ao turista ter contacto com uma gama alargada de marcas e desfrutar de informação prestada por uma equipa de profissionais habilitados”. Promoção sempre foi, e será, palavra-chave da marca Solar do Vinho do Porto. Ponto de encontro para enófilos, turistas e profissionais, o Solar organiza, com marcação prévia, “Portos de Honra”, provas



BREVE APONTAMENTO HISTÓRICO

O Palácio de S. Pedro de Alcântara, em cujo andar térreo está instalado o Solar do Vinho do Porto, tem na sua nobre fachada a data de 1747, ano da sua conclusão sob o plano do arquitecto Ludovice, que concebeu e construiu para a sua residência em Lisboa.

João Frederico Ludwig nasceu na Baviera e chegou a Portugal no dealbar do século XVIII pela mão de algumas ordens religiosas que o encarregaram de vários trabalhos de arquitectura. Naturaliza-se português e é logo chamado para realizar outras obras de arquitectura. A de maior nomeada foi, sem dúvida, o projecto da Basílica e Convento de Mafra, a grande obra real de D. João V. Em 1750 é nomeado arquitecto-mor do Reino por D. José I que reconhece assim a sua extraordinária influência na arquitectura da época.

Morre em 1752, octogenário, no palácio que construiu, não tendo assim tido muito tempo para desfrutar do imponente edifício que deixou como legado e que o Vinho do Porto adoptou há 65 anos para seu Solar na capital portuguesa. Este espaço converteu-se numas das mais prestigiadas imagens do Bairro Alto e da cidade de Lisboa.



técnicas, harmonizações com chefes e reuniões de empresas.

“É um wine bar onde oitenta por cento dos vinhos são de categorias especiais”, sublinha Carlos Soares, responsável dos solares, no que constitui uma “oferta ímpar de Vinho do Porto”. “Temos vindo ainda a reforçar as nossas parcerias com entidades que promovem os denominados produtos-experiências, como a Smartbox, Wonderbox, Odisseias, entre outras, e que nos permitem impactar com um perfil de público mais exigente”, afirma.

“A aposta em trazer novos públicos, novos consumidores assenta na melhoria das condições de acolhimento, despertando a curiosidade em conhecer um espaço que agora se renova”, adianta Luciano Vilhena Pereira. Numa altura em que cada vez mais pessoas bebem o vinho português mais famoso do mundo, o presidente do IVDP refere que “passámos de 4º consumidor mundial para 3º, no momento em que o Vinho do Porto subiu o seu consumo no estrangeiro também em percentagens significativas”.

Quando desafiado a comentar o que uma pessoa que pela primeira vez pretenda provar Vinho do Porto, por qual deveria começar, Vilhena Pereira considera que “uma excelente opção seria começar pelo LBV, que é um vinho que satisfaz plenamente e que tem uma excelente relação qualidade/preço”.

Localizado no epicentro da vida nocturna lisboeta, refira-se que o Solar funciona de segunda à sexta das 11:00 às 24:00. Aos sábados abre mais tarde (14:00) e está encerrado aos domingos e feriados.

XXXIV Congresso
Mundial da Vinha
e do Vinho
9ª Assembleia
Geral da OIV

A Construção do Vinho Uma Conspiração

20 a 27 de Junho de 2011 | Edifício da Alfândega, Porto

Associação Um Porto para o Mundo

Portugal vai acolher a realização do XXXIV Congresso Mundial da Vinha e do Vinho e a Assembleia Geral da OIV – Organização Internacional da Vinha e do Vinho) a ter lugar em Junho 2011, no Porto.

A OIV é uma Organização Intergovernamental Internacional de âmbito científico e técnico, com sede em Paris, de competência reconhecida no domínio da vinha, dos vinhos e dos demais produtos vitivinícolas, a qual congrega actualmente cerca de meia centena de Estados Membros e Observadores.

Esta iniciativa de alcance internacional, pretende ser o ponto de encontro de especialistas mundiais na Cidade do Porto, berço de um dos mais famosos vinhos licorosos de sempre e posicionar esta Cidade como pólo de convergência do Saber ligado aos vinhos com os Saberes que se cruzam no seu negócio, nas cidades, nas suas construções, nos seus mercados.

No Porto, em parceria com a Universidade do Porto e com algumas das mais representativas instituições do sector vitivinícola e da Cidade do Porto, mostraremos que no encaço deste evento será possível criar uma plataforma de Saber, geradora de Progresso, que certamente acrescentará valor ao Produto de forma permanente e progressiva.

O Congresso reunirá no Porto numerosos especialistas de

elevado reconhecimento internacional, abordando temáticas da maior actualidade e pertinência.

Numa altura em que a OIV se assume como uma entidade de referência no panorama vitivinícola internacional, a realização de um Congresso Mundial desta natureza em Portugal fomentará a internacionalização dos vinhos nacionais e reforçará a imagem e o prestígio do país vitivinícola.

O XXXIV Congresso Mundial da Vinha e do Vinho da OIV e a 9ª Assembleia Geral da OIV são organizados em Portugal sob a égide do Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, pela Um Porto para o Mundo - Associação para o Congresso OIV 2011, associação sem fins lucrativos e de natureza privada, constituída propositadamente para este evento.

O Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, I.P., o Instituto da Vinha e do Vinho, I.P., a Associação das Empresas do Vinho do Porto, a Universidade do Porto, a Ordem dos Arquitectos – Secção Regional Norte, a Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações, a ALABE – Associação dos Laboratórios de Enologia e a Associação de Turismo do Porto decidiram associar-se tendo em vista a elaboração e a realização do XXXIV Congresso Mundial da Vinha e do Vinho e a Assembleia Geral da Organização Internacional da Vinha e do Vinho, OIV*, a decorrer de 20 a 27 de Junho de 2011 na cidade do Porto.



de Saber e de Arte

O TEMA GERAL DO CONGRESSO É "A CONSTRUÇÃO DO VINHO – UMA CONSPIRAÇÃO DE SABER E DE ARTE", COMPREENDENDO OS SEGUINTE SUBTEMAS:

- A construção de um vinho
- As construções para o vinho
- A construção das cidades do vinho
- A construção dos mercados do vinho

O CONGRESSO CONSTITUI-SE COM AS SEGUINTE SECÇÕES E CATEGORIAS:

SECÇÃO I - VITICULTURA

- A. A Vinha enquanto Alicerce dos Novos Vinhos
- B. Gestão de Informações Vinícolas
- C. A Construção de Vinhas Sustentáveis

SECÇÃO II - ENOLOGIA

- D. Vinho: uma Construção Molecular
- E. Tecnologia de Fabrico do Vinho
- F. Regulamentação sobre Análise e Comércio do Vinho
- G. Métrica e Sensores do Vinho

SECÇÃO III – ECONOMIA E DIREITO

- H. A Construção de Novos Mercados / Novos Produtos
- I. A Monitorização dos Mercados e Consumidores
- J. A Adaptação dos Vinhos aos Novos Mercados

SECÇÃO IV – SAÚDE E VINHO

- K. A Construção de Vinhos Mais Saudáveis
- L. Gestão de Informações sobre a Saúde e o Vinho
- M. Ecotoxicologia no Solo e na Vinha
- N. Percepção do Consumidor da Saúde e do Vinho

SECÇÃO V – ARQUITECTURA/PAISAGEM E VINHO

- O. Comércio Vinícola, Desenvolvimento Urbano e Planeamento das Cidades
- P. Concepção das Adeegas
- Q. Projecto na Indústria Vinícola
- R. Vinho e Turismo
- S. Aparelhos e Acessórios Vinícolas



PROGRAMA CIENTÍFICO:

NÚMERO RECORDE DE SUBMISSÕES DE RESUMOS

A organização do OIV em Portugal recebeu 462 submissões de resumos de 416 autores para participação nos dois dias de trabalhos técnicos previstos, 21 e 22 de Junho, previstos no congresso; 212 pedidos de comunicação oral e 250 para comunicação sob a forma de poster. O prazo de entrega de candidaturas terminou a 15 de Fevereiro de 2011. A grelha do congresso apenas permitirá alojar 88 comunicações orais de 15 minutos, havendo ainda espaço para 72 comunicações curtas (5 minutos), as quais serão constituídas essencialmente por posters para os quais foi reconhecida elevada qualidade pelo Comité de Leitura e Selecção CLS. Todas as comunicações restantes serão apresentadas sob a forma de poster.

Pela primeira vez nos Congressos da OIV, será atribuído um prémio para a melhor comunicação oral e para o melhor poster, como forma de estimular a qualidade dos trabalhos apresentados.

O CSL é composto por 22 especialistas internacionais que integram a OIV e por 30 personalidades nacionais ligadas aos mais variados temas do congresso, essencialmente oriundos das Universidades portuguesas com ligações ao Vinho (Universidades do Porto, Católica Portuguesa, Minho, Aveiro, Évora, Trás-os-Montes e Alto-Douro - UTAD, Madeira, Técnica de Lisboa – ISA, Instituto Superior Agrário de Beja, entre outras) e ainda por representantes da Ordem dos Arquitectos, que analisarão a valia dos trabalhos para a secção de Arquitectura e Vinho, que constitui uma novidade neste tipo de congressos.

Salienta-se ainda que entre os autores de resumos ao OIV, estão representados também os melhores centros de investigação mundiais, para além de muitos outros de reconhecida notoriedade, tais como: o Australian Wine Research Institute e a Winemakers' Federation of Australia (Austrália), Forschungsanstalt Geisenheim



CONFERÊNCIAS INAUGURAIS

As três Conferências inaugurais previstas versarão os seguintes temas:

- O Vinho na Construção das Cidades,
- O Vinho na Construção das Sociedades
- A Ciência na Construção do Vinho

CONFERÊNCIAS PLENÁRIAS

O programa científico do Congresso contemplará, ainda, a realização de Conferências plenárias, introdutórias ao Congresso e aos trabalhos das Secções proferidas por personalidades reconhecidas de elevado mérito científico.

CONFERÊNCIAS TEMÁTICAS

No início da abordagem de cada temática do Congresso, e de forma a se assegurar um elevado nível científico ao Congresso, a anteceder as comunicações orais livres, haverá lugar a Conferências temáticas enquadradoras de cada um dos temas.

VISITAS TÉCNICAS

Como complemento ao programa científico do Congresso, está prevista a realização de visitas técnicas com o intuito de permitir aos visitantes um contacto directo com algumas das regiões vitivinícolas portuguesas, de acordo com programa específico a ser detalhado posteriormente. Alternativamente, um dos circuitos será especialmente dedicado a mostrar iniciativas de turismo em torno do vinho e visitas "obra aberta" a instalações ligadas ao vinho com projectos de arquitectura de referência, guiadas pelos seus autores.

VISITAS PÓS-CONGRESSO

No seguimento do Congresso, prevê-se a realização das seguintes visitas, as quais terão uma significativa componente enoturística, incluindo a visita a obras de arquitectura de referência.

- Douro Vinhateiro
- Entre-Douro-e-Minho
- Região do Alentejo
- Setúbal e Carcavelos
- Madeira
- Açores (Pico)

PROGRAMA SOCIAL

Está prevista a realização de um conjunto de actividades de âmbito social nas quais se destacam a Recepção "Vinhos de Portugal" em Serralves, Jantar nas Caves do Vinho do Porto e o Art City Tour.

PROGRAMA DE ACOMPANHANTES DO CONGRESSO

Para além das actividades de âmbito social referidas no ponto anterior, estão previstas as seguintes actividades de âmbito social para acompanhantes: Viagem ao Minho, "Walking city tour" e visita a monumentos do Porto e acompanhamento da Regata do Vinho do Porto.

e o Kompetenzzentrum Weinforschung (Alemanha), Stellenbosch University (África do Sul), Instituto Nacional de Recursos Biológicos (Portugal), Universidade de Montpellier (França), Institut Français de la Vigne et du Vin (IFV) França, CRA - Centro Ricerca Per La Viticoltura (Itália), Instituto Agrônômico de Campinas (IAC), Brasil, Food and Environment Research Agency (UK), Universidade de Bordeaux (França), Southern Oregon University (EUA) and ADVID (Portugal), Biocant, (Portugal), e muitos outros.

Apresentação internacional na Embaixada de Portugal em França A Associação Um Porto para o Mundo (1), entidade constituída para organizar o 34º Congresso Mundial da Vinha e do Vinho e da 9ª Assembleia Geral da OIV (2), que decorrerão de 20 a 27 de Junho no Edifício da Alfândega, no Porto, promoveu a 18 de Março às 19h00, na Embaixada de Portugal em França, uma recepção destinada a promover estes eventos junto do Corpo Diplomático sediado em Paris.

Para além dos Embaixadores dos países signatários da Organização Internacional da Vinha e do Vinho, marcaram presença os representantes dos Estados Membros que participam no Comité Executivo (COMEX) da OIV, assim como os membros do Comité Científico e Técnico dessa Organização e outras individualidades de reconhecido prestígio mundial no sector vitivinícola.

Mais informações em www.oi2011.pt





Testemunho

A Construção do Vinho por Yves Bénard, Presidente da OIV

A associação dos dois termos “Vinho” e “Construção” pode começar por surpreender. Se, para a OIV, a palavra “Vinho” é bastante conhecida e objecto da nossa atenção há mais de 85 anos, o vocábulo “Construção” remete de imediato para noções de arquitectura, geometria e matemática. Porém, a “construção” é também “a operação que consiste em montar, dispor materiais ou diferentes elementos para formar um todo complexo”. É também “a acção de compor uma obra de acordo com um plano ordenado”.

Ora, é esta associação entre a ciência, o conhecimento e a arte que os nossos amigos portugueses qualificaram de “conspiração” que nos levou à Vinha e ao Vinho. O XXXIV Congresso Mundial da Vinha e do Vinho vai tentar revelar os segredos dessa conspiração, abordando a construção de um vinho, as construções para o vinho, a construção das cidades do vinho e a construção dos mercados do vinho. Por outras palavras, a enologia, a arquitectura, o ambiente e a economia estarão no centro das nossas preocupações para este Vinho do Terceiro Milénio que estamos a construir.

Pela 6.ª vez, Portugal vai ser o anfitrião de uma manifestação internacional da OIV. Depois de Lisboa, que já acolheu o

V Congresso em 1938, a 31.ª Assembleia em 1951, o XI Congresso em 1965 e o XXIII Congresso em 1998, cabe agora a vez ao Porto, que recebeu a 64.ª Assembleia em 1984, de acolher o XXXIV Congresso Mundial da Vinha e do Vinho, de 20 a 27 de Junho de 2011.

Estou convencido de que a fama mundial do Porto e dos seus vinhos, a hospitalidades dos Portugueses e a originalidade da temática que nos é proposta acabarão por convencer um vastíssimo número de participantes a contribuir para a “construção” de um novo ponto de encontro incontornável para o mundo da vinha e do vinho.



XXXIV WORLD CONGRESS
OF VINE AND WINE

PROGRAMA

SEGUNDA-FEIRA, 20 DE JUNHO

09:00 – 18:00
Registo dos participantes e afixação dos posters no Centro de Congressos

15:00 – 17:00
Cerimónia Oficial de Abertura
Coffee Break

17:30 – 19:00
Conferências inaugurais
O Vinho na Construção das Cidades,
O Vinho na Construção das Sociedades
A Ciência na Construção do Vinho

20:00 – 22:30
Cocktail de boas-vindas

TERÇA-FEIRA, 21 DE JUNHO

09:00 – 18:00
Registo dos participantes no Centro de Congressos

09:00 – 10:30
Sessões conjuntas
Coffee Break

11:00 – 12:30
Sessões técnicas
Almoço

14:00 – 16:00
Sessões técnicas
Coffee Break

16:20 – 18:00
Reuniões das Comissões OIV

16:20 – 18:00
Sessão de Posters

19:30 – 21:30
Recepção “Vinhos de Portugal”

21:30 – 23:00
Noite Cultural

QUARTA-FEIRA, 22 DE JUNHO

08:00 – 09:00
Comité de redacção OIV

09:00 – 18:00
Registo dos participantes no Centro de Congressos

09:00 – 10:30
Sessões técnicas
Coffee Break

11:00 – 12:30
Sessões técnicas
Almoço

14:00 – 16:00
Sessões técnicas
Coffee Break

16:20 – 18:00
Sessões técnicas

19:30 – 23:00
Jantar nas Caves do Vinho do Porto

QUINTA-FEIRA, 23 DE JUNHO

09:00 – 18:00
Visitas técnicas ao Douro ou Vinhos Verdes

20:00 - ...
Noite livre “dine around” (S. João)

24:00 - ...
Noite livre S. João – Fogo de artifício

SEXTA-FEIRA, 24 DE JUNHO

08:00 – 09:30
Registo dos participantes no Centro de Congressos

10:00 – 11:30
9ª Assembleia Geral da OIV
Coffee Break

12:00 – 14:00
9ª Assembleia Geral da OIV
Almoço

15:00 – 17:00
9ª Assembleia Geral da OIV

15:00 – 17:00
Art City Tour (Opcional)

20:00 – 23:00
Jantar de Gala no Palácio da Bolsa

SÁBADO, 25 DE JUNHO A SEGUNDA-FEIRA, 27 DE JUNHO
Viagens Pós-Congresso

Programa sujeito a alterações, sem aviso prévio.

Em Tabuaço, juntos à mesma mesa, vinhos com anos de história e os mais conceituados azeites da região



I Show Taste

Vinhos Velhos e Azeites Novos do Douro e Trás-os-Montes

Eliana Torres

Há certames que conseguem marcar a diferença com pequenos pormenores. Desde logo o nome, Show Taste de Vinhos Velhos e Azeites Novos, facilmente resumido em WeAN. Depois, locais como o Centro Histórico de Tabuaço, as quintas viradas para o Douro e o seu Museu do Imaginário Duriense, também conhecido por MIDU. Finalmente, o programa, inédito do início ao fim, com cinco dias dedicados à prova de azeites e vinhos que fazem história. Verdadeiras relíquias engarrafadas que estiveram em foco entre os dias 9 a 13 de Março, em Tabuaço, território de paladares vincados pelo vinho e pelo azeite. Durante os cinco dias do certame decorreram provas de degustação de vinhos velhos, azeites novos e espumantes, num evento marcado também pela gastronomia regional. Cada dia do certame foi uma porta aberta para participar em Workshops com

enólogos e sommeliers de referência, como Emanuel Delmas ou Txema Garcia Diaz, ou em Jantares Temáticos com as criações dos reputados chefes de cozinha, nomeadamente Rui Paula (DOC), Filipe Moreira (Cais da Villa) e Rogério Bento (Flor de Sal), que assinaram os pratos que foram servidos em várias quintas do concelho. WeAN significou também uma combinação perfeita entre Cursos de Iniciação à Prova de Espumantes, de Vinhos Velhos e Azeites Novos, alguns deles conduzidos por Marco Oreggia, enólogo italiano, que, além de provador de vinhos, também é especializado na apreciação de Azeites. A par disso, o certame contou ainda com seminários sobre “Novos Mercados para Velhos Produtos”, “Novos Produtos para Velhos Mercados” e “DOP Douro: Ameaças e Oportunidades”, orientados com o objectivo de debater as estratégias de promoção dos dois produtos nos mercados nacional e internacional, potenciando a actividade turística na região produtora.

OS PROMOTORES

Organizado pela Rota do Azeite de Trás-os-Montes, em parceria com a Rota do Vinho do Porto, Rota das Vinhas de Cister, Turismo do Douro, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Norte e Estrutura de Missão do Douro, o I Show Taste de Vinhos Velhos e Azeites Novos teve ainda o apoio do Município de Tabuaço e de empresas privadas. Tratou-se, de facto, de um cenário de verdadeira cooperação que muito contribuiu para o sucesso deste certame. Pela primeira vez, as Rotas do Azeite, do Vinho do Porto e das Vinhas de Cister uniram-se para promover em Tabuaço produtos que muito caracterizam a região, os “WeAN” do Douro e Trás-os-Montes. Iniciativa que, para António José Teixeira, que preside a Rota do Vinho do Porto constituiu “uma forma que procuramos que fosse inovadora em termos de promoção, não só do território, mas das actividades das três rotas que estão na origem deste projecto”.



Calendário

Vindima de 2011

Conteúdo da Obrigação	Data Limite	Base Legal
ALTERAÇÃO CADASTRAL		
Tendo em conta a legislação em vigor os viticultores comunicam as alterações relativas à situação cadastral das parcelas por si exploradas.	31 JANEIRO	
ARRANQUES E PLANTAÇÕES		
Os viticultores comunicam à Direcção Regional de Agricultura e Pescas do Norte (Centro de Estudos – Régua)		
1) Novas plantações 2) Intenção de arranque 3) Arranque 4) Replantações	30 dias após a sua conclusão 60 dias antes do seu início Na data do arranque 30 dias após a sua conclusão	Portaria n.º 416/98, art. 8.º
CIRCULAR DE CEPAS		
Emissão pelo IVDP da Circular de Cepas e publicitação das classificações atribuídas.	Até 15 de Maio	Portaria n.º 413/2001, art. 4.º, n.ºs 2 e 3.
Reclamação dos viticultores, junto do IVDP, sobre a informação cadastral constante da Circular de Cepas.	15 dias após a recepção	Portaria n.º 413/2001, art. 4.º, n.º 4.
Comunicado de Vindima e Autorização de Produção de Mosto Generoso (APMG)		
Aprovação, pelo Conselho Interprofissional do IVDP, do Comunicado de Vindima.	Até 31 de Julho	Lei Orgânica do IVDP aprovada pelo DL n.º 47/2007, arts. 5.º, n.º 2, al. a), e 7.º, n.º 1, al. d).
Emissão, pelo IVDP, das Autorizações de Produção de Mosto Generoso (APMG) aos Viticultores.	Até 19 de Agosto	Lei Orgânica do IVDP, aprovada pelo DL n.º 47/2007, art. 5.º, n.º 2, al. g).
Reclamação dos viticultores junto do IVDP da não recepção ou incorrecções das APMG. <i>NOTA: as reclamações que, neste período, incidam sobre a informação cadastral constante na Circular de Cepas só serão consideradas para a vindima seguinte.</i>	16 de Setembro	Lei Orgânica do IVDP, aprovada pelo DL n.º 47/2007, art. 5.º, n.º 2, als. f) e g). CPA, arts. 161.º e ss.
Apreciação pelo IVDP das reclamações e respostas aos Viticultores.	16 de Outubro	Lei Orgânica do IVDP, aprovada pelo DL n.º 47/2007, art. 5.º, n.º 2, als. f) e g). CPA, arts. 161.º e ss.
Entrega no IVDP, pelo Viticultor e/ou Adega, das Declarações de Colheita e Produção	15 de Novembro	Regulamento (CE) n.º 558/2008



Valorização das castas

Associação Portuguesa para a Diversidade da Videira

Antero Martins

PORVID/ISA

António Graça

PORVID/ADVID/Sogrape

O CONTEXTO ANTERIOR À EROSÃO

Portugal distingue-se positivamente dentro do mundo vitivinícola por ter herdado do passado uma grande riqueza comparada em diversidade genética da videira. Desde logo, dispõe de grande diversidade de castas, aquele compartimento da diversidade mais facilmente percebido por todos quantos se relacionam com o mundo do vinho.

A abordagem
necessária
para a
contenção
da erosão
genética

As castas autóctones portuguesas são, em número absoluto, tanto ou mais numerosas do que as dos maiores países vitivinícolas europeus, mas com uma densidade territorial claramente superior. Além de numerosas, várias castas são reconhecidamente de muito alta qualidade e quase todas são exclusivas, condições que muito concorrem para a competitividade e para a identidade do vinho português. Não menos importante do que a diversidade das castas é a diversidade existente dentro de cada casta. A consciência da existência e da importância deste compartimento da diversidade não é em geral tão viva, mas é aí que se encontra realmente a matéria genética essencial para tirar partido das castas, através da selecção e de outras diversas abordagens. De facto, ao contrário do que muitos ainda pensarão, a população-casta não é uma entidade homogénea, mas antes um conjunto de génotipos distintos relativamente à generalidade das chamadas características quantitativas, incluindo rendimento, teor de açúcar, acidez, antocianinas e muitas outras. E não se pense que se trata de pequenas

diferenças, só com eventual interesse teórico e sem qualquer expressão prática. Bem ao contrário, na verdade, o rendimento de uma casta (enquanto determinado geneticamente) pode variar do simples ao décuplo e diversas características de qualidade do simples ao dobro! Isto é o que nós já sabemos em concreto, mas o conhecimento relativo a estas características autoriza a perspectiva de que ampla variabilidade existia também relativamente a muitas outras. Ora, é esta variabilidade que permitirá adaptar cada casta a novas exigências dos consumidores e da indústria e a futuras mudanças ambientais.

Também nesta área Portugal e o Douro estão em vantagem face a outros países ou regiões, pois dispomos de castas com muito elevada variabilidade intravarietal, (casos das Negra Mole, Sercial, Rabigato, Vital, Malvasia Fina, Tinta Francisca) quando confrontadas com algumas referências internacionais (como o Tempranillo, Grenache, Tinta de Mencia, Parraleta...). Acresce que, para além da riqueza biológica da diversidade em si mesma, desenvolveu-se no país a competência adequada (e única) para a compreender e transformar em valor.

Um terceiro compartimento de diversidade é o das videiras silvestres, a partir das quais se crê terem sido domesticadas (seleccionadas pelos primeiros cultivadores) as actuais castas. Portugal despertou tarde para a importância e para o reconhecimento das plantas silvestres mas, desde a dobragem do século, já foram identificados largas dezenas de núcleos, sobretudo no Centro-Sul do país (mas também alguns prováveis no Douro e Sabor). Existe a perspectiva de que muitos outros poderão ser identificados em anos próximos, conferindo a Portugal grande destaque como um dos (ou o) Centro de Origem da videira.

Nos dias de hoje, a importância da diversidade de cada tipo à sua maneira é imensa, como factor de valorização do território (interessando a toda a sociedade), de inovação por parte do sector do vinho e de marca natural e ambiental da produção. De facto, as diferentes castas e os diferentes génotipos dentro de cada casta são importantes instrumentos para a

inovação do vinho e para a adaptação do sector à mudança. As videiras silvestres constituem um importante valor da natureza (interessando a toda a sociedade) e acrescentam uma envolvente histórica ao vinho, que muito contribui para valorizar a respectiva vertente cultural.

A CATÁSTROFE SILENCIOSA DA EROÇÃO GENÉTICA

A erosão genética das plantas cultivadas não é um fenómeno de hoje mas vem assumindo contornos particularmente graves em anos recentes, em consequência do progresso tecnológico, da globalização



e dos modelos de desenvolvimento das sociedades modernas.

Tirando a crise resultante da filoxera e de outros parasitas vindos da América, até aos anos 70 do século passado não há informação consistente sobre situações de erosão genética da videira em Portugal. A partir daí ocorreram mudanças de contexto altamente potenciadoras da erosão, embora com incidência diferenciada nos compartimentos intervietal, intravietal e silvestre.

As videiras silvestres desenvolvem-se sobretudo nas margens dos rios sobre tutores arbóreos, pelo que terão estado

sob pressão antropogénica desde tempos recuados, mas de forma menos intensa no passado recente, em resultado da regressão da agricultura. Algumas agressões ainda mais críticas serão as decorrentes das grandes obras públicas (estradas, barragens, regularização de rios).

As castas têm vindo a ser preservadas em colecções ampelográficas, já desde os tempos da filoxera, nas quais se guardam por longos períodos padrões aproximados das mesmas. Ainda assim, o risco de perda de castas (e elevado) existe, mas relativamente àquelas que existirão na cultura desde há longo tempo, mas que não foram ainda identificadas como tal (a julgar por alguns exemplos recentes, poderá haver no país dezenas de casos desses).

O maior risco de erosão genética incide sobre a variabilidade intravietal. Essa variabilidade dentro de cada casta é criada ao longo de séculos e de milénios de cultura (principalmente por mutação genética) e era dantes mantida e multiplicada pelos viticultores quando plantavam novas vinhas com propágulos apanhados nas vinhas velhas. Mas esse processo parou a partir de meados de 1980, quando passaram a ser utilizados nas novas plantações materiais do mercado viveirista, geneticamente homogéneos. Este processo foi fortemente agravado por medidas administrativas (da UE, do Estado, das CVRs...) e pelos processos modernos de controlo de opinião (modas) que forçaram a redução das castas passíveis de serem cultivadas e favoreceram métodos de selecção orientados para a homogeneidade genética (selecção clonal de faixa estreita e com prioridade aos vírus).

Em síntese, a partir duma situação herdada do passado de grande riqueza em diversidade, entrou-se, a partir de meados dos anos 80 do século passado, num processo de perda extremamente rápido que, na ausência de medidas mitigadoras, esgotaria toda a diversidade intravietal até ao fim dos anos 2020-2030.

Tudo se passaria como se as castas ficassem, a partir daí, geneticamente "congeladas" tal como são hoje (com as características dos poucos clones agora em uso), mantendo-se imutáveis e não passíveis de selecção daqui para o futuro.

A PORVID E A ESTRATÉGIA DE CONTENÇÃO DA EROÇÃO

Vista a impossibilidade óbvia de mudar o actual modelo de desenvolvimento da viticultura na Europa e no Mundo, gerador de erosão genética, têm vindo a ser adoptadas no país, nas últimas três décadas, duas atitudes mitigadoras: selecção de materiais não excessivamente homogéneos (policlonais, ou, quando clones, em número plural e com características divergentes) e guarda de amostras representativas da variabilidade de cada casta em grandes populações experimentais de clones, em vinhas privadas. Essa estratégia conduziu já à plantação de mais de 500ha de multiplicação de selecções policlonais e à guarda de 15000 clones de 65 castas. A experiência assim adquirida e os métodos subjacentes gradualmente desenvolvidos autorizaram o salto para uma solução inovadora e global para a problemática da contenção da erosão genética das videiras autóctones, baseada no envolvimento de novos actores e na criação da Associação Portuguesa para a Diversidade da Videira – PORVID e do Pólo Experimental de Conservação.

A PORVID foi constituída como Associação de direito privado e agrupa essencialmente

três tipos de aderentes: (1) os produtores de conhecimento de suporte aos objectivos de conservação e valorização da diversidade (Universidades e similares), (2) as empresas e associações interessadas e competentes para converterem os resultados em valor e (3) outras organizações directamente interessadas no desenvolvimento económico e social de regiões vitivinícolas. Contando ao princípio com 13 fundadores, perspectiva-se, contudo, um alargamento moderado no futuro próximo, propiciador de uma elevada capacidade de intervenção, ainda que compatível com uma gestão leve e flexível, facilmente adaptável a mudanças de contexto próprias dos tempos actuais.

Recentemente cedido pelo Estado à PORVID, o Pólo de Conservação corresponde a 140ha do antigo Posto Experimental de Pegões e destina-se à conservação de amostras representativas (50-500 clones) da variabilidade de todas as castas autóctones (total de cerca de 50 000 clones).

Instrumentos complementares da PORVID e do Pólo de Conservação, para a conservação da diversidade, serão os projectos de investigação aplicada destinados, primeiro, à amostragem da variabilidade das castas autóctones à escala do país inteiro e, depois, à respectiva plantação e avaliação no Pólo.

Vários desses projectos foram já submetidos desde o princípio de 2010, estando três aprovados e prontos para entrada em execução.

Em síntese, o país dispõe actualmente de um aparelho organizativo inovador, alicerçado em conhecimento metodológico robusto e com meios complementares básicos adequados (Pólo de Conservação e outros) para estancar a erosão genética com eficácia e para valorizar as videiras autóctones. Para o efeito, serão perseguidos em concreto, num horizonte temporal curto, os seguintes objectivos:

- Relativamente ao compartimento intervietal, (1) fazer o estudo comparado de todas as castas em dois ambientes distintos relativamente a aproximadamente 10 características básicas; (2) reconhecer a existência de várias castas existentes em cultura, mas até aqui ainda não reconhecidas como tal;

- Relativamente ao compartimento intravietal, (3) prospectar e conservar amostras representativas da diversidade de todas as castas autóctones (50000 clones) no Pólo de Conservação e (4) proceder à respectiva avaliação, com vista à utilização concreta por parte do sector;

- Relativamente ao compartimento silvestre, (5) prosseguir gradualmente à prospecção de sítios em todo o país e construir modelos de conservação e de utilização por parte da do sector e da população;

- Relativamente ao conjunto da diversidade, (6) comunicar continuamente com o meio envolvente no sentido da consciencialização da sua importância, da necessidade da respectiva conservação e da utilização em favor do desenvolvimento.

Mediante a realização destes objectivos reforçar-se-á a competitividade e a sustentabilidade do sector do vinho, valorizar-se-á o território e o ambiente e melhorar-se-á a imagem do sector perante a sociedade portuguesa e perante o mundo. Mas temos a noção de que estamos perante uma tarefa histórica, que agora começamos a enfrentar, mas cuja realização plena exigirá meios mais substanciais do que os já disponíveis, isto é, maior envolvimento de outros agentes económicos, ou com responsabilidades culturais e ambientais, e de toda a Sociedade.

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA A DIVERSIDADE DA VEIDEIRA - PORVID

Instituto do Vinho do Douro e do Porto, I.P.

Instituto Nacional dos Recursos Biológicos, I.P.

Instituto Superior de Agronomia

Associação dos Viticultores do Concelho de Palmela

Associação para o Desenvolvimento da Viticultura Duriense

Associação Técnica dos Viticultores do Alentejo

Câmara Municipal de Palmela

Direcção Regional do Desenvolvimento Agrário, Açores

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

José Maria da Fonseca Vinhos, S.A.

Sogrape Vinhos, S.A.

Real Companhia Velha

Symington Vinhos



Câmara de Provedores do IVDP tem papel determinante neste processo

O caso dos Fenóis Voláteis

nos Vinhos Tintos da Região Demarcada do Douro

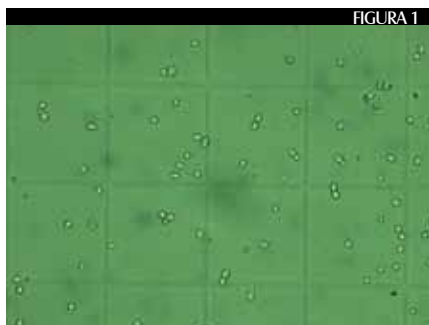
Para o IVDP, IP é importante conhecer a dimensão do impacto do defeito “Fenóis Voláteis” na qualidade dos Vinhos Tintos da Região Demarcada do Douro. A Câmara de Provedores e os Laboratórios do IVDP têm um papel primordial e determinante neste processo. Os vinhos tintos submetidos ao processo de Certificação e reprovados pela Câmara de Provedores devido à presença deste defeito, vêm afastada a possibilidade da sua comercialização como “D.O. Douro” ou “I.G. Duriense”, com implicações económicas para os seus proprietários.

Margarida Roseira

Os Fenóis Voláteis são compostos aromáticos que podem surgir, nomeadamente, durante o processo de vinificação e que afectam a qualidade do vinho, essencialmente dos vinhos tintos.

É essencial compreender o processo de produção destes compostos, percebendo, antes de mais, a actividade microbiológica que se esconde por detrás da elaboração de um vinho. Desde a recolha das uvas na vindima até ao produto final engarrafado ocorre um conjunto de reacções químicas e microbiológicas no mosto, que permitem a produção de vinho. As uvas vindimadas são esmagadas e prensadas, dando origem ao designado mosto (que representa o “sumo” das uvas), associado ou não às suas massas. O mosto vai sofrer um conjunto de reacções, das quais a principal ocorre devido à presença de leveduras: organismos microscópicos unicelulares. Estes microorganismos, naturalmente presentes nas películas das uvas, são responsáveis pela fermentação alcoólica, pela produção de aromas agradáveis e pela metabolização de ácidos orgânicos. Podem ser classificadas em géneros e espécies, sendo a espécie mais importante, em termos benéficos e associada ao processo de vinificação, a *Saccharomyces cerevisiae*.

Existem, ainda, leveduras contaminantes, como as do género *Brettanomyces* (forma assexuada) e *Dekkera* (forma sexuada), responsáveis por características indesejáveis no vinho (turvação, produção de aromas e sabores indesejáveis, produção de ácido acético e de Fenóis Voláteis) (Figura 1):

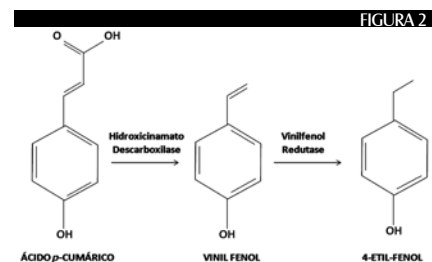


Levedura *Brettanomyces/Dekkera*

A sua presença é discreta, pois apresentam um carácter não competitivo, o que permite que outras leveduras desenvolvam o processo de fermentação alcoólica que ocorre, normalmente, sem interferências. A levedura *Brettanomyces/Dekkera* entra em actividade no final desta fase, tendo, por isso, um efeito retardado, caracterizado pela utilização dos ácidos hidroxicinâmicos, que são inodoros e estão, naturalmente,

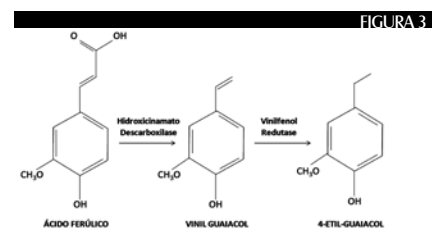
presentes no vinho e no mosto. São originados a partir dos ácidos fenólicos, que podem ser libertados sob forma de dois ácidos livres: o ácido *p*-cumárico e o ácido ferúlico.

O ácido *p*-cumárico é descarboxilado em 4-vinil-fenol, que é reduzido, dando origem ao 4-etil-fenol (Figura 2):



Mecanismo de conversão do ácido *p*-cumárico

O ácido ferúlico é descarboxilado em 4-vinil-guaiacol, que é reduzido, dando origem ao 4-etil-guaiacol (Figura 3):



Mecanismo de conversão do ácido ferúlico

Estas leveduras contaminantes são, assim, responsáveis pela produção de Fenóis Voláteis e pela deterioração da qualidade dos vinhos, mas não são as únicas. Outros microrganismos, como as bactérias lácticas (por exemplo, *Pediococcus pentosaceus*), são também capazes de os produzir, no entanto, em quantidades muito inferiores.

COMO DETECTAR, ENTÃO, A PRESENÇA DE FENÓIS VOLÁTEIS?

A análise sensorial é utilizada universalmente como uma ferramenta de análise e ocupa um papel importante no domínio dos vinhos. A aprovação de um vinho depende do julgamento das suas qualidades organolépticas por um painel de provadores profissional e nesta, a identificação de um odor, é de particular importância.

O limiar de percepção de um composto num vinho varia de acordo com o indivíduo e com a qualidade e intensidade do aroma no vinho. O limiar de percepção estabelecido para o 4-etil-fenol (para um painel de provadores treinado) é de 425 µg/L, na proporção 1:10 de 4-etil-guaiacol/4-etil-fenol, em vinhos tintos (Couto *et al.*, 2005), o que afecta a qualidade do vinho (Figura 4):

Na metodologia deste trabalho de investigação, utilizaram-se vinhos tintos reprovados pela Câmara de Provadores do IVDP por ter sido identificado o defeito Fenóis Voláteis.

O Sector de Análise Microbiológica deste Instituto analisou esses vinhos, no que concerne os Fenóis Voláteis, através do meio de cultura líquido selectivo e diferencial "Sniff Brett", que permite detectar baixas concentrações da população de *Brettanomyces* (por estimativa) e é de simples utilização. A quantificação da concentração de Fenóis Voláteis (4-etil-fenol e 4-etil-guaiacol) foi

efectuada por Cromatografia em Fase Gasosa, com detector FID.

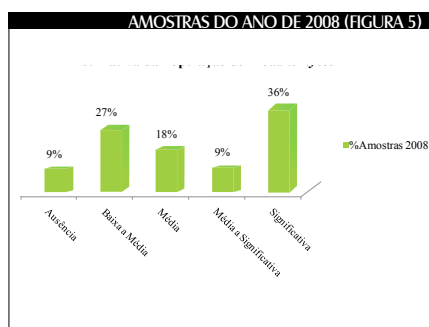
OS RESULTADOS OBTIDOS FORAM OS SEGUINTE:

1 - Análise Sensorial:

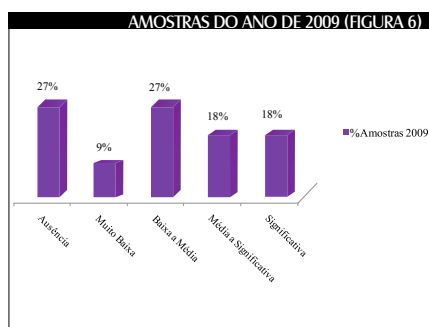
Os principais descritores olfactivos referidos pela Câmara de Provadores, nas amostras reprovadas por Fenóis Voláteis, foram os seguintes: "suor de cavalo", "madeira usada", "couro", "notas de medicamentos" e "especiarias", entre outros.

2 - Análise Microbiológica:

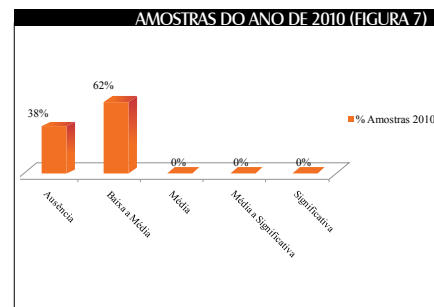
Na detecção de Fenóis Voláteis, através do meio de cultura líquido "Sniff Brett", obtiveram-se os seguintes resultados (Figuras 5, 6 e 7):



Estimativa da população de *Brettanomyces*



Estimativa da população de *Brettanomyces*



Estimativa da população de *Brettanomyces*

Verificou-se, ao longo destes três últimos anos (de 2008 a 2010), no universo analisado, um decréscimo da percentagem de vinhos com população de *Brettanomyces* considerada "Significativa". Os valores observados foram de 36% em 2008, de 18% em 2009 e de 0% em 2010. Por sua vez, a percentagem de "Ausência" ou presença considerada "Média a Baixa" desta população tem aumentado.

O DEFEITO FENÓIS VOLÁTEIS ESTÁ ASSOCIADO AOS PROCESSOS CONSERVAÇÃO E ENVELHECIMENTO DO VINHO

A produção de Fenóis Voláteis é influenciada por diversos factores. Nesta situação, o vinho está potencialmente desprotegido, podendo levar à formação de Fenóis Voláteis:

- Tratamento das vinhas;
- Utilização de uvas podres;
- Maceração (contribui para a extracção dos precursores dos Fenóis Voláteis);
- Estágio de vinhos tintos em barricas já utilizadas ou com higiene precária;
- Deficiente higienização da adega e do seu equipamento (bombas, condutas, cubas, etc.);
- Possibilidade de absorção de oxigénio pela *Brettanomyces* (estimulação do seu crescimento);
- Dióxido de enxofre livre (SO₂) com baixo nível de saturação;
- Título Alcoométrico Volúmico (TAV) baixo;
- pH elevado;
- Acidez Volátil elevada.

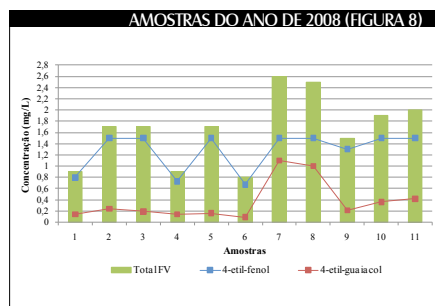
(FIGURA 4):

COMPOSTO AROMÁTICO	AROMA LIMIAR EM VINHO	DESCRITORES OLFATIVOS	LIMIAR PERCEÇÃO EM VINHO
4-etil-fenol	425 µg/L	Couro, suor de cavalo, emplastro	500 µg/L
4-etil-guaiacol	50-100 µg/L	Cravinho, medicinal, dentista	250 µg/L

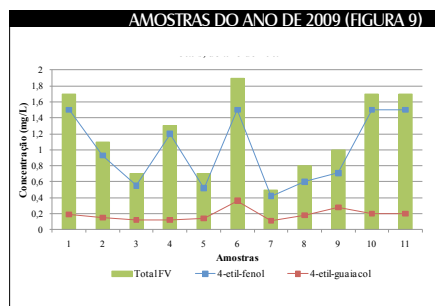
Composto aromático, Aroma Limiar, Descritores olfactivos e Limiar de Percepção em vinhos tintos (Fenóis Voláteis) (Fonte: "Defeitos Sensoriais em Vinhos", Vinídeas)

3 - Análise Cromatográfica:

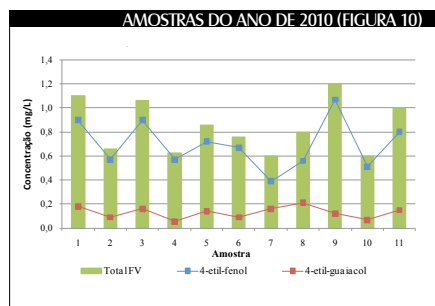
Os teores de 4-etil-fenol, de 4-etil-guaiacol e de Fenóis Voláteis Totais, por cromatografia em fase gasosa, foram os seguintes (Figuras 8, 9 e 10):



Concentração de 4-etil-fenol, de 4-etil-guaiacol e de Fenóis Voláteis Totais, do ano de 2008



Concentração de 4-etil-fenol, de 4-etil-guaiacol e de Fenóis Voláteis Totais, do ano de 2009



Concentração de 4-etil-fenol, de 4-etil-guaiacol e de Fenóis Voláteis Totais, do ano de 2010

No que concerne a concentração de Fenóis Voláteis Totais, assistiu-se a uma diminuição dos valores máximos totais registados ao longo dos três anos, sendo a concentração máxima de 2,6 mg/L em 2008, de 1,9 mg/L em 2009 e de 1,2 mg/L em 2010.

Pelos gráficos, pode-se verificar uma maior concentração do 4-etil-fenol quando comparada com o 4-etil-guaiacol, tornando clara a sua predominância nas notas aromáticas descritas pela Câmara de Provedores do IDVP.



Os dados apresentaram uma correspondência entre os vinhos tintos rejeitados pela Câmara de Provedores e os seus resultados analíticos, associado ao defeito Fenóis Voláteis.

Praticamente todas as amostras estudadas mostraram uma boa correlação entre os resultados Câmara de Provedores, os do Sector de Análise Microbiológica e os da Cromatografia em Fase Gasosa.

No entanto, a levedura *Brettanomyces* pode permanecer num estado viável, mas não cultivável, durante longos períodos de tempo. Tal facto, pode justificar a percentagem de "Ausência" de população de *Brettanomyces* (no meio de cultura "Sniff'Brett") em algumas das amostras estudadas no Sector de Análise Microbiológica, apesar de ter sido notado o defeito Fenóis Voláteis na Câmara de Provedores e quantificada a sua concentração por Cromatografia em Fase Gasosa.

Torna-se evidente a importância deste estudo e da sua consolidação no controlo dos Fenóis Voláteis. A percepção dos seus efeitos, assim como dos factores que propiciam o seu desenvolvimento, são essenciais para uma prevenção e controlo mais eficaz desta situação.

Desta forma é possível promover a qualidade dos vinhos tintos da Região Demarcada do Douro, de maneira a torná-los, cada vez mais, numa referência

de qualidade e, assim, potenciar a sua comercialização.

Este estudo é, também, uma contribuição importante para a avaliação de um problema que afecta todas as regiões vinícolas produtoras de vinho tinto, bem como validar os resultados da Câmara de Provedores do IDVP.

COMO MEDIDAS DE PREVENÇÃO, DESTACAM-SE OS SEGUINTE PONTOS CRÍTICOS PARA MONITORIZAÇÃO DO APARECIMENTO DE LEVEDURAS DO GÉNERO *BRETTANOMYCES*:

- No final da vinificação e após a fermentação maloláctica;
- Durante o estágio em barrica/cuba;
- Lote final antes do engarrafamento;
- Vinhos provenientes de outros produtores;
- Água de lavagem de barricas;
- Raspas do interior de barricas lavadas;
- Aparas de carvalho;
- Controlo do SO₂ livre;
- Sempre que a prova do vinho sugira um aroma anormal.



Norma NP EN 45011:2001

IVDP acreditado para

certificação de produtos

Isabel Lucena e Valle

O IVDP, I.P. está acreditado para a certificação de produtos pela norma NP EN 45011. Esta acreditação veio associar-se às já obtidas por este Instituto para o Laboratório (1994)¹ (L0115) e para a Câmara de Provadores (1999)¹ (L0235). A Acreditação e a Certificação são

actividades que se diferenciam, quer quanto aos objectivos, quer quanto aos respectivos referenciais normativos. A Acreditação é o reconhecimento formal, por parte de um organismo de acreditação, da competência técnica de uma entidade para exercer actividades de avaliação da conformidade. No processo de acreditação são

utilizados diferentes referenciais normativos em função do tipo de actividade a acreditar. Estas normas são criadas, na generalidade, a nível internacional com o objectivo de permitir o estabelecimento de acordos de reconhecimento mútuo das acreditações entre os vários países. Assim, este processo exige, a par da competência técnica, a implementação de um Sistema de Gestão que garanta a confiança nos resultados e nos produtos das actividades acreditadas no momento da acreditação e, de modo consistente e fiável, num futuro próximo. A certificação de produtos é uma actividade de avaliação da conformidade. A avaliação de conformidade consiste em demonstrar que os requisitos



especificados em relação a um determinado produto são observados. Esses requisitos podem estar expressos em regulamentos, em normas ou em especificações técnicas constantes de um caderno de especificações. O IVDP, I.P. para ser acreditado como organismo de certificação de produtos submeteu-se a uma avaliação de conformidade de terceira parte (entidade independente dos interesses do utilizador e dos do IVDP, I.P.) que, em Portugal, é desempenhada pelo IPAC (Instituto Português de Acreditação, I.P.). O sistema de acreditação aplicado pelo IPAC segue as directrizes, de carácter mandatório, estabelecidas pela *European co-operation for Accreditation (EA)* sendo submetido a uma avaliação periódica promovida por esta organização. A EA é a infra-estrutura europeia² que congrega os organismos de acreditação e mantém acordos de reconhecimento mútuo com organismos estrangeiros congéneres. Assim, os resultados das avaliações e ensaios realizados pelos organismos e laboratórios acreditados são reciprocamente aceites pelos demais organismos de acreditação signatários dos acordos. O IPAC é também membro do *International Laboratory Accreditation Cooperation (ILAC)* e do *International Accreditation Forum (IAF)*, entidades que a nível internacional coordenam e harmonizam as actividades de acreditação.

A formalização da acreditação do IVDP, I.P. (como organismo de certificação de produtos) foi concretizada em Dezembro de 2010 com a emissão do Certificado de Acreditação N.º C0024. No Anexo Técnico a este certificado constam os seguintes produtos:

Vinho licoroso com Denominação de Origem «Porto» ³ ;
Vinho com Denominação de Origem «Douro» ³ ;
Vinho com Indicação Geográfica «Duriense» ³ ;
Vinho licoroso com Denominação de Origem «Douro» (Moscatel do Douro) ³ ;
Vinho espumante com Denominação de Origem «Douro» ³ ;
Aguardente vínica destinada à elaboração de vinho susceptível de obtenção das Denominações de Origem «Porto» e «Douro» (Moscatel do Douro) ⁴ ;
Aguardente vínica com Denominação de Origem «Douro» ⁴ .

De referir que o IVDP, I.P., como autoridade pública competente para a certificação das Denominações de Origem “Porto” e “Douro” e Indicação Geográfica “Duriense”, está desobrigado de se acreditar pela norma NP EN 45011⁵. Este processo de acreditação foi inteiramente voluntário enquadrando-se no espírito da missão e visão deste Instituto: ser um instituto público de referência na excelência dos serviços e na inovação nos processos. Na sequência da publicação das novas competências do IVDP, I.P.⁶ vai ser solicitada, entre outras, a extensão da acreditação para os produtos da Denominação de Origem «Távora-Varosa» e da Indicação Geográfica «Terras de Cister», em 2011.

A acreditação é uma mais-valia diferenciadora, que leva à consolidação de um conjunto de infra-estruturas tecnológicas e de competência técnica reconhecida, promovendo um melhor desempenho económico do país. Esta circunstância estimula o espírito de exigência, permite a captação de investimento, a possibilidade de acesso a marcas internacionais competitivas e a dinamização das exportações. Promove, ainda, a qualidade de vida da sociedade em geral uma vez que, ao colocar no mercado produtos que são avaliados previamente por entidades reconhecidas formalmente como tecnicamente competentes, asseguram aos consumidores o cumprimento dos requisitos da qualidade e segurança aplicáveis.

NOTAS DE RODAPÉ

1) NP EN ISO/IEC 17025 - Requisitos de competência para laboratórios de ensaio e calibração.

2) Regulamento (CE) Nº 765/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 9 Julho de 2008.

3) Decreto-Lei nº 173/2009, D.R. I Série N.º 148, de 3 de Agosto, e Regulamento nº 242/2010, D.R. II Série Nº 51, de 15 de Março.

4) Decreto-Lei nº 173/2009, D.R. I Série N.º 148, de 3 de Agosto, e Regulamento nº 84/2010, D.R. II Série Nº 26, de 8 de Fevereiro.

5) Art. 118.º, nº 1, do Regulamento (CE) Nº 1234/2007 do Conselho, de 22 de Outubro de 2007 (Regulamento “OCM única”).

6) Decreto-Lei nº 20/2011, D.R. I Série n.º 27, de 8 de Fevereiro de 2011.



C0024 – IVDP, IP, como organismo de certificação de produtos acreditado pela norma NP EN 45011;



L0115 – Laboratório do IVDP, como laboratório de ensaios acreditado pela norma NP EN ISO /IEC 17025



L0235 – Câmara de Provedores do IVDP, como laboratório de ensaios acreditado pela norma NP EN ISO /IEC 17025.

As Indicações Geográficas e os Acordos de Comércio Livre

Alberto Ribeiro de Almeida

A importância crescente dos direitos de propriedade intelectual manifesta-se pela sua presença nos acordos de comércio livre (*Free Trade Agreements*) celebrados pela União Europeia (UE) e pelos Estados Unidos da América (EUA). Por certo que os acordos celebrados pela UE e pelos EUA não são idênticos desde logo por terem interesses diferentes nos diversos direitos de propriedade intelectual e manifestamente no domínio das indicações geográficas. Todavia, a UE tem incluído uma disciplina rigorosa das indicações geográficas nos acordos que negocia.

Estamos perante mais um mecanismo de globalização dos direitos de propriedade intelectual, em especial, no que agora nos importa, das indicações geográficas. Apesar dos incómodos que este caminho implica para muitos, parece-nos que o mesmo está irremediavelmente traçado em benefício de uma forte tutela das indicações geográficas, incluindo as denominações de origem. Na verdade, seja pela via das convenções internacionais multilaterais seja com acordos bilaterais, a propriedade intelectual globalizou-se, incluindo, como dissemos, as indicações geográficas. É já um símbolo universal que busca uma tutela da mesma dimensão.

O multilateralismo, recentemente sublinhado com a Organização Mundial do Comércio (OMC) e o seu acordo TRIPS (Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio), parece temporariamente adormecido, apesar dos recentes esforços de criação de um registo multilateral das indicações geográficas. Mas a história já nos ensinou que a alternativa ao

multilateralismo é o bilateralismo. O acordo bilateral é também um caminho para a globalização da propriedade intelectual. A proliferação, nos últimos anos, dos acordos de comércio livre – todos eles disciplinando os direitos de propriedade intelectual – celebrados ou a negociar pela UE, são um excelente exemplo. A fluidez das trocas exige harmonização jurídica e económica. Estamos já longe de um simples mercado das coisas (o consumo não se reduz à simples aquisição de objectos; não é uma aquisição fundada no *price-competition*), sem que deixe de ser um mercado de coisas e para coisas. É essencial um nome, uma imagem, uma embalagem, um símbolo na comunicação de qualquer produto ou serviço. Uma diferenciação pelo símbolo face à despersonalização da venda. A “marca território” é um desses símbolos. É a excelência e a unicidade de um produto com denominação de origem. Este início do século XXI é ainda marcado pelo aprofundamento da propriedade intelectual, incluindo as indicações geográficas, desde logo com o desejo de uma tutela cada vez mais eficaz, embora tal intento não seja idêntico em relação a todos os direitos de propriedade intelectual. Um aprofundamento que é expressão da sua importância e, por certo, dos interesses (quantas vezes transnacionais) envolvidos (que moldam o regime). Se é verdade que o acordo TRIPS traçou a evolução recente, em especial no plano da tutela da propriedade intelectual, também é verdade que a tutela que confere às indicações geográficas é mínima e muito longe da atribuída aos direitos de autor, às patentes e às marcas.

No quadro da União Europeia tem-se feito um uso crescente da via bilateral de





modo a alcançar uma tutela reforçada dos direitos de propriedade intelectual, incluindo, em especial, as indicações geográficas. Estas negociações bilaterais ou regionais (que incluem a Coreia do Sul, a Índia, a Ucrânia, a Rússia, diversos países da América Latina e o Mercosul, etc.) pretendem fundamentalmente consagrar mecanismos de aplicação efectiva ou *enforcement*. Estes acordos contêm um capítulo dedicado exclusivamente à propriedade intelectual, estabelecimento níveis elevados de protecção, medidas de aplicação efectiva, cooperação técnica e acompanhamento da implementação do acordo. Uma das medidas a incluir nos acordos bilaterais ou regionais é a consagração de controlos alfandegários não apenas na importação de produtos, mas também na exportação (actuando na origem da infracção), trânsito e transbordo de mercadorias que infringem certos direitos de propriedade intelectual. Estamos perante ciclos de bilateralismo, regionalismo e multilateralismo que conduzem a um incremento da tutela da propriedade intelectual. Aqueles acordos (celebrados numa relação Norte-Sul) podem ser atractivos para os países em vias de desenvolvimento como meio de obterem benefícios tarifários no acesso ao mercado e para os países desenvolvidos constituem, fundamentalmente, um instrumento de obtenção de vantagens não tarifárias – o reforço da tutela dos direitos de propriedade intelectual. Este tem sido o caminho para uma crescente protecção das indicações geográficas. Nada de extraordinário! Na verdade, no caso dos acordos de comércio livre celebrados pelos EUA é exigido da contraparte a emanação de medidas de tutela dos direitos de propriedade intelectual em tudo similares às previstas na legislação norte-americana (favorecendo as empresas norte-americanas quando actuam no mercado da contraparte). Em particular pretende-se a consagração no ordenamento jurídico da contraparte de medidas civis, administrativas e criminais que assegurem uma tutela rápida e eficaz dos direitos de propriedade intelectual, incluindo em especial os sectores mais sensíveis para o país desenvolvido (neste caso os EUA)

como sejam os das novas e emergentes tecnologias e o comércio electrónico. O objectivo é que cada acordo de comércio livre celebrado constitua o patamar de referência mínimo para um posterior acordo, conseguindo-se, assim, um constante progresso no nível de protecção dos direitos de propriedade intelectual. Deveria ser este o nível de ambição da UE para as indicações geográficas! Por fim, a importância destes acordos de comércio livre deriva de uma outra razão. O princípio do tratamento da nação mais favorecida aplica-se aos acordos de comércio livre – *vide* art. 4.º do acordo TRIPS. Este princípio traduz-se no seguinte: «no que diz respeito à protecção da propriedade intelectual, todas as vantagens, favores, privilégios ou imunidades concedidos por um Membro aos nacionais de qualquer outro país serão concedidos, imediata e incondicionalmente, aos nacionais de todos os outros Membros». Assim, qualquer tratamento preferencial reconhecido aos nacionais de um país na sequência de um acordo bilateral é imediatamente estendido aos nacionais de todos os outros Estados-membros, afastando-se qualquer discricionariedade nas relações entre membros. Nestes termos, globaliza-se o nível de protecção da propriedade intelectual.

Se em 1995 apenas cerca de 30 países reconheciam as denominações de origem; se em 2008 mais de 160 países reconheciam as indicações geográficas; hoje estamos no caminho de uma disciplina planetária, apesar (ainda) das diferenças de regime. A Europa conhece o modelo – que começou, em particular, com o acordo de Lisboa sobre a protecção das denominações de origem e seu registo internacional de 1958. Impõe-se dar cumprimento ao modelo não só nos referidos acordos de comércio livre, mas também no futuro registo multilateral das indicações geográficas a realizar no quadro da Organização Mundial do Comércio. Os argumentos em favor deste regime são diversos (e não maçamos o leitor com questões modelares de natureza jurídica), mas um é incontornável: o crescimento económico nas nossas empresas!

EVENTOS INTERNACIONAIS

Discover the Origin 
www.discovertheorigin.co.uk

15 A 19
JUNHO 2011

Discover the Origin | Consumer:
BBC Good Food Show
Birmingham – Reino Unido
www.discovertheorigin.co.uk

16 A 19
JUNHO 2011

Discover the Origin | Consumer:
Fairs Taste of London
Reino Unido
www.discovertheorigin.co.uk

24 A 26
JUNHO 2011

Discover the Origin | Consumer:
Bristol Festival of Wine and Food
Reino Unido
www.discovertheorigin.co.uk

1 A 3
JULHO 2011

Discover the Origin | Consumer:
Fairs Taste Edinburgh
Reino Unido
www.discovertheorigin.co.uk

29 A 31
JULHO 2011

Discover the Origin | Foodies
Festival Battersea Park
Londres – Reino Unido
www.discovertheorigin.co.uk

27 A 29
AGOSTO 2011

Discover the Origin | Consumer:
Foodie Festival Oxfordshire
Reino Unido
www.discovertheorigin.co.uk

19 A 23
JUNHO 2011

VINEXPO
Bordéus – França
www.vinexpo.com



EVENTOS EM PORTUGAL

20 A 27
JUNHO

XXXIV CONGRESSO
MUNDIAL DA VINHA E DO VINHO
Porto
oiv2011@gmail.com
www.oiv2011.pt



XXXIV WORLD CONGRESS
OF VINE AND WINE

02 A 05
JUNHO

FESTA DO VINHO,
DOS PRODUTOS
REGIONAIS E TURISMO
Peso da Régua
www.nervir.pt



10 E 11 DE
JUNHO

SEMINÁRIO VITIVINICULTURA
ATLÂNTICA – CONSTRUIR
O FUTURO
Madalena do Pico – Açores
viticultraatlantica@gmail.com

7º CONCURSO
DE GASTRONOMIA
COM VINHO DO PORTO

www.gastronomiacomvinhodoporto.com
vinhodoporto@e-gosto.com



EVENTOS E INICIATIVAS IVDP

Esteja sempre actualizado quanto às iniciativas desenvolvidas pelo Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto. Aceda à página oficial no Facebook (Vinhos do Douro e do Porto) e acompanhe diariamente as novidades que temos para si!



Vinho do Porto no Verão

Bento Amaral

Usualmente o Vinho do Porto está mais associado ao tempo frio de Inverno, passado à volta de uma lareira. Provavelmente por ser uma bebida com um teor alcoólico elevado. Mas terá uma agradável surpresa se o deixar fazer-lhe companhia durante a época de Verão. Existem categorias de Vinho do Porto que, consumidas de uma forma alternativa, são opções refrescantes para acompanhar os fins de tarde solarengos passados numa esplanada com uma suave brisa, ou à volta da piscina com os amigos.

O Vinho do Porto branco, servido frio, é um dos fortes candidatos a ser eleito como o companheiro ideal para o Verão. Procure um que se adequa ao seu gosto. Há vinhos mais doces ou mais secos. A paleta aromática também é grande, desde os mais jovens com aromas mais frutados até aos que estagiaram em madeira e que exalam notas de frutos secos ou baunilha mais ou menos pronunciadas.

Contudo o Porto branco não se fica por aqui. Pode ser servido como Portonic, nome que lhe é dado, quando

preparado com partes iguais deste Vinho do Porto e água tônica. Para torná-la numa refrescante bebida, deve colocar uns cubos de gelo e uma folha de hortelã.

Já o Porto rosé pode ganhar o prémio de "descoberta do ano". Nas suas mais diversas formas, desde servido acabado de sair do frigorífico e deixado a repousar num frapé, a servido simplesmente com uns cubos de gelo e umas rodela de laranja. Pode ainda utilizá-lo como uma perfeita base para cocktails que a sua criatividade imagine. Verá que o mais recente tipo de Vinho do Porto fará as delícias dos espíritos mais jovens e irreverentes. Em todos os casos tenha atenção à temperatura a que serve. À medida que os dias vão aquecendo, o vinho deve ser servido mais fresco, mesmo os Portos mais frutados e encorpados. No copo e enquanto conversa, ele vai aquecendo.

Seguindo estas sugestões, verá que o Vinho do Porto deixará de ser só o seu companheiro de Inverno e transformar-se-á num delicioso parceiro dos dias quentes de Verão.





XXXIV WORLD CONGRESS OF VINE AND WINE

20-27th June 2011 - Porto - Portugal - www.oiv2011.pt

The Construction of Wine

A Conspiracy of Knowledge and Art