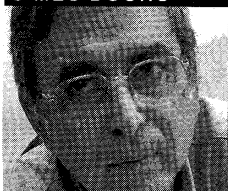


O MEU DOURO



A. M. PIRES CABRAL

MEMÓRIA DE UM OUTRO RIO

O meu Douro (refiro-me ao rio, bem entendido) é um Douro que já não há. Não preciso de fazer um grande esforço de memória para recuar aos anos 50/60, em que conheci o Douro bastante de perto: da linha férrea que tinha o seu nome (e que, neste ano da graça de 2006, parece tão ameaçada como o próprio Douro o estava a ser por aquela altura). Era então ainda o Douro dos bons velhos tempos, magro e ossudo, de uma violência enorme quando se empinava para galgar as margens, nas grandes enxurradas do Inverno, mas também quando corria mirrado num fio entre duas fragas, na teneira do Estio. A tudo isso assisti. Eu fazia então, no início e término de cada período escolar, a viagem de comboio entre Macedo de Cavaleiros e Coimbra, e vice-versa. Na viagem descendente, o troço final da Linha do Tua (que dizem ser uma das mais belas do mundo e, apesar disso, parece igualmente destinada à desactivação total, porque não responde – ou não fazem com que responda – a critérios economicistas) era como que um prólogo em mais pequeno do grande drama que viria do Tua para baixo. Ai, sentava-me do lado esquerdo da carruagem, e, fascinado, não tirava os olhos do Douro enquanto ele acompanhava a linha. Era uma visão da própria angústia feita rio: águas turvas e em turbilhões, um rio de que se adivinhava o mau navegar na revolta de quem acha que lhe calhou a pior parte do destino. Depois, instalou-se o rei Quilavatio. Veio Picote. A seguir Bemposta, Miranda e por aí fora – todas as barragens que domesticaram o Douro e o puseram a render, dando-lhe uma vocação simultânea de lago e de espelho. Não digo que não goste. As grandes massas de água dão bonitas fotografias, não nego. Não terá sido pois pelo lado estético que o Douro ficou a perder. Mas há que procurar em qualquer acidente geográfico – rio ou montanha – algo mais do que aquilo que mostra na pele. O velho Douro tinha estados de espírito. Tinha uma alma que dir-se-ia atormentada por um intransigente desassossego, e eu sentava-me para a captar. E o novo Douro? Lá bonito, é. Porventura até mais bonito. Mas não me sabe como me sabia o velho. Como o próprio vinho que à sua volta se cria, afinal. ■ ESCRITOR

18,3 %

das vendas são de categorias especiais, que representam 35,3 por cento no volume de negócios

10,4

milhões de caixas de vinho do Porto foram vendidas em 2005 (mais um por cento em relação a 2004), a 4,32 euros/litro (mais 0,3 por cento), o que corresponde a 405 milhões de euros de volume de negócio (mais 1,2 por cento)

102,1

milhões é o número de garrafas vendidas sem designação especial (queda de 0,7 por cento), a 3,42 euros/litro (queda de 2,6 por cento)

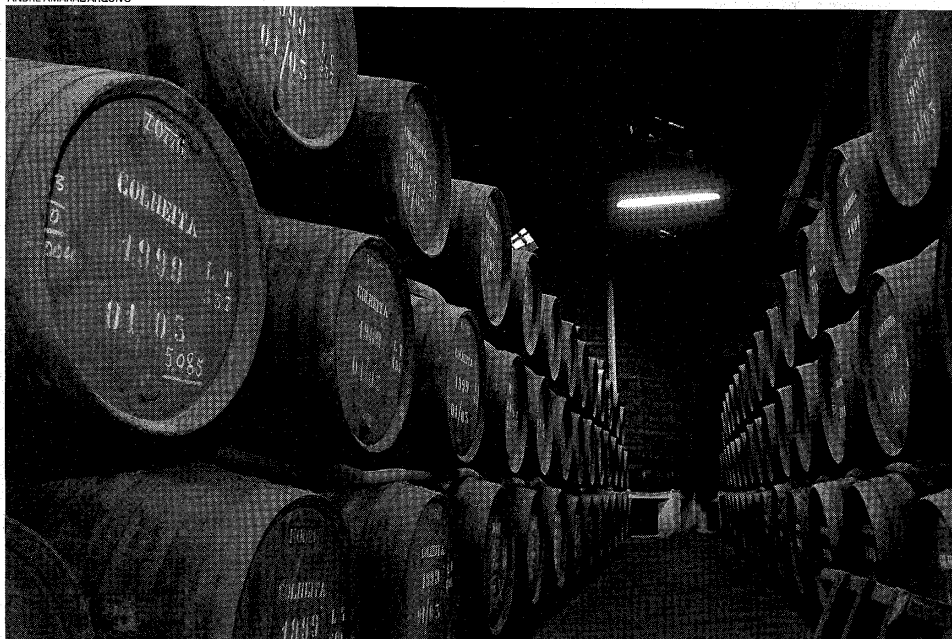
2,9%

foi a descida nas vendas do *taunty*, nos vinhos *standard*

22,2%

foi o aumento de vendas do reserva, 53,4 dos reserva *taunty* e 40,7 por cento do *vintage*

ANDRÉ AMARAL/ARQUIVO



Exportação de vinhos do Porto mais caros continuam a aumentar

Categorias especiais de vinho do Porto ganham peso nos mercados. Portugal começa a seguir a tendência. Por Celeste Pereira

O Douro é a região vitícola que gera mais receitas fora do país, sobretudo graças ao vinho do Porto, que representa mais de 60 por cento das exportações portuguesas de vinhos e cerca de 20 por cento do total das exportações de produtos agro-alimentares. O sector assistiu a um ciclo de quatro anos de queda consecutiva das vendas, mas a confiança começa lentamente a regressar: pelo segundo ano consecutivo, tudo indica que o vinho do Porto vai terminar 2006 com saldo positivo, uma tendência que será acompanhada pelos restantes vinhos do Douro. Apesar de a conjuntura económica não ser favorável em muitos dos principais mercados, em 2005 inverteu-se a curva decrescente nas vendas, que se desenhava desde 2001. As empresas venderam 10,4 milhões de caixas de nove litros de vinho (mais um por cento do que em 2004), que representam um volume de negócios de 405 milhões de euros (mais 1,2 por cento), com o preço médio por litro a subir para 4,32 euros (mais 0,3 por cento).

Este ano é previsível um no-


vo aumento, se bem que mais moderado, não só na quantidade de vinho comercializado (0,1 por cento), como também no volume de negócios (0,9 por cento) e no preço médio (0,8 por cento). E se, em 2005, a inversão do ciclo se deveu sobretudo à animação provocada pelo lançamento do Vintage 2003, essa influência tende a esbater-se com o passar dos tempos. Tudo indica que as categorias especiais (reservas, vinhos com indicação de idade, colheitas, LBV e *vintage*) vão continuar a ganhar peso nos principais mercados. Aliás, 2005 foi o ano em que os Porto Premium atingiram a maior representatividade de sempre no mercado: 18,3 por cento das vendas, com o preço médio destas categorias a subir 0,8 por cento. Os consumidores portugueses também começam a revelar maior apetência para as categorias especiais. Embora o mercado interno assista a um decréscimo global das vendas, a representatividade dos Porto Premium cresceu pelo terceiro ano consecutivo, tendo já ultrapassado os 10 por cento. "Os portugueses

começam a saber apreciar o vinho do Porto e a conhecer melhor os seus diferentes tipos", explica Ana Cristina Melo, chefe do Serviço de Estudo e Economia do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP). Sessenta por cento dos vinhos vendidos em Portugal continuam no entanto a ser *taunty standard*, o que acontece também noutros mercados importantes, como de França, Holanda e Bélgica. No topo do *ranking* da apetência pelas categorias especiais estão EUA, Canadá e Reino Unido, onde estes vinhos têm um peso superior a metade das vendas. Com o Vintage 2003, por exemplo, as vendas desta categoria especial nos EUA cresceram mais de 2,5 vezes em relação às registadas em 2004. Este mercado absorveu aliás 27,1 por cento do *vintage* comercializado em 2005. A cada vez maior apetência dos consumidores pelas categorias especiais está a conduzir os operadores do sector a apostar na qualidade e na valorização do produto. Paul Symington, do Grupo Symington, um

dos principais operadores de vinho do Porto, admite que as vendas tendam a estabilizar, em termos de quantidade, mas acredita que as categorias especiais têm ainda um considerável potencial de crescimento. "O tempo de vender aperitivos a preços baixos tem os dias contados. É caro fazer vinho nas montanhas do Douro", assevera Paul. Nos últimos anos, o vinho do Douro tem aumentado o seu peso na estrutura de receitas da região. As vendas neste sector cresceram, mas, segundo o IVDP, não é possível quantificar a subida com exactidão, devido à insuficiência de dados em relação a 2004, ano em que iniciou a recolha de informações para estes vinhos. Os vinhos DOC Douro ganham notoriedade e prémios no estrangeiro, as suas exportações – sobretudo de tintos – crescem, mas o mercado nacional continua a absorver o grosso das vendas (cerca de 70 por cento). Para o IVDP, as perspectivas de futuro dos vinhos produzidos na Região Demarcada do Douro são "globalmente positivas". ■

Douro vira-se para o turismo de luxo

O primeiro-ministro José Sócrates prometeu há uma semana transformar o Alto Douro vinhateiro num "novo pólo turístico nacional". O Governo anterior também prometeu transformar esta região no "quarto maior" destino de férias do país, a seguir a Algarve, Lisboa e Madeira e, em 2003, ainda chegou a anunciar a intenção de apoiar a construção de cinco mega *resorts* no vale do rio Douro, com uma unidade hoteleira, aldeamentos e equipamentos de lazer como campos de golfe. Até agora, nenhum destes projectos se concretizou, e o primeiro deles a ser anunciado, o Douro Marina Hotel, projecto de Mário Ferreira, da empresa Douro Azul, continua a não ter luz verde para a sua construção. Mas o Douro não parou. Nos últimos anos, a oferta hoteleira e de restauração na região sofreu uma verdadeira revolução. Já é possível dormir em quintas como La Rosa, no Pinhão, Vallado, na Régua, e Nossa Senhora do Carmo. Nesta quinta, propriedade do Grupo Amorim, abriu um hotel vinico. No próximo Inverno deverão ser inaugurados dois novos hotéis de luxo, com SPA, em mais duas propriedades emblemáticas da região demarcada: uma na Quinta de Vale Abraão, na margem esquerda do rio Douro, outra na Quinta da Romaneira, na margem direita, a montante do Pinhão. Não são empreendimentos associados a grupos económicos, mas antes projectos pessoais. No primeiro caso, de Diogo Vaz Guedes, presidente da Somague, e de Miguel Simões de Almeida, ligado ao turismo, no segundo caso, dos administradores da Axa Milésimes, da seguradora francesa Axa, empresa que no início da década de 90 adquiriu a Quinta do Noval. C.P.

Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 60457
Título: Exportação de vinhos do Porto mais caros continuam a aumentar					Temática: Generalista	GRP: 5.1
2006/09/10	PUBLICO – PRINCIPAL	Pág.15	Imagem: 2/2		Periodicidade: Diária	Inv.: n.a.

Douro continua a ser das regiões mais pobres do país

O Alto Douro vinhateiro é uma região classificada pela UNESCO como Património Mundial, pela sua riqueza natural, paisagística, cultural e histórica, produz a marca mais emblemática do país, o vinho do Porto, vinhos de mesa e, entre outros bens, energia eléctrica. Ainda assim, continua a ser uma das regiões mais deprimidas do país. Está, aliás, entre os cinco piores territórios nacionais em termos de indicadores sociais e económicos.

No fundo do túnel começa, no entanto, uma luz a brilhar. As acessibilidades e as condições de vida dos durienses melhoraram nos últimos anos e a viticultura e o turismo sofreram uma expansão considerável. Isso não chega no entanto para estancar o êxodo da população, embora este movimento dê sinais de algum abrandamento – segundo dados do INE, entre 1981 e 2001, o Douro perdeu cinco habitantes por dia; entre 2001 e 2004 perdeu três.

Porque é que esta região continua a ser uma das mais sonolentas? Desde logo pelo facto de a economia duriense ainda assentar demasiado num só produto, o vinho. “Este é fonte de reputação e de renome da região e do país, mas também é uma espécie de condenação.

É um paradoxo, mas é assim”, sublinhava numa entrevista recente ao PÚBLICO o sociólogo António Barreto.

É certo que o Douro tem vindo a diversificar, nomeadamente na área do turismo, mas também aí “há qualquer coisa que parece ser uma condenação”, lamenta Barreto. “O turismo duriense continua a não ter entrosamento na sociedade”, explica. O rio navegável traz ao Douro vinhateiro milhares de turistas, mas são poucas as receitas que estes geram na região. “É um turismo passageiro, superficial, não há desenvolvimento da hotelaria, nem da restauração”, anota António Barreto.

Para Luís Ramos, professor da universidade transmonta-

na, o Douro precisa de “fixar na região o valor acrescentado das actividades ligadas aos sectores vitivinícola e turístico”. E desenvolver novos sectores de produção e de actividade económica.

Os exemplos começam a surgir, como são os casos de algumas empresas individuais ou cooperativas que estão tentar criar azeites com nome, data, valor comercial e marketing. No sector dos vinhos, nos últimos 20 anos, houve também uma enorme revolução, com o aparecimento no Douro de uma nova geração de empresários, proprietários de quintas, enólogos e de pequenas associações de lavradores apostados em fazer vinhos de qualidade. ■ C. P.

O DOURO EM NÚMEROS

- **PIB per capita**
8,4 milhares de euros, 67,2 por cento da média nacional
- **Índice de poder de compra**
64,7 por cento (167 por cento na Grande Lisboa e 117,35 por cento no Grande Porto)
- **População residente em 2001**
221.853 habitantes, menos 7,1 por cento do que em 1991
- **População residente em 2004**
217,1 habitantes, menos 2,2 por cento do que em 2001
- **Índice de envelhecimento (2001)**
139 por cento (média nacional: 108,7 por cento)
- **Médicos por 1000 habitantes (2001)**
1,6 (média nacional: 3,3 por cento)
- **Taxa de analfabetismo (2001)**