



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA

DEPARTAMENTO DE FITOTECNIA

Divulgação Internacional do Potencial Vínico Português

Fábio André Mendes Rocha

Orientação | Prof^a Doutora Maria Raquel Lucas

Mestrado em Viticultura e Enologia

Dissertação

Évora, 2018



UNIVERSIDADE DE ÉVORA

ESCOLA DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA

DEPARTAMENTO DE FITOTECNIA

Divulgação Internacional do Potencial Vínico Português

Fábio André Mendes Rocha

Orientação | Prof^a Doutora Maria Raquel Lucas

Mestrado em Viticultura e Enologia

Dissertação

Évora, 2018

Dedicatória

À minha família, em especial à minha mãe e aos meus avós maternos, pessoas a quem devo tudo, pela constante presença, pelo que me ajudaram, pelo carinho e amor incondicional que sempre manifestaram. Dizer obrigado é pouco, mas dizer-vos que proporcionarei aos meus aquilo que vocês me proporcionaram é tudo o que vos posso garantir, porque vocês são, indubitavelmente, o melhor exemplo de pessoas que já conheci.

À família eu agradeço

Tudo o que me proporcionaram

Com todo o meu apreço

O bastante que me ajudaram

Foram dóceis, gentis e prestáveis

Em garantir que nada faltava

Os processos foram estáveis

Não foi preciso mais uma fava

Tradicionalmente,

Cheio e com grau é o bom

Mas há que ter em mente

A qualidade e o dom

Em mestre me transformaram

E uma coisa posso dizer

Tudo por mim fizeram

Nada ficou por fazer

Resumo

A presente dissertação tem como objetivo avaliar as verdadeiras potencialidades da vitivinicultura Portuguesa através de uma minuciosa análise a todas as regiões vitivinícolas e de entrevistas realizadas a críticos internacionais, enólogos, produtores e escansões. As opiniões convergem na ideia de criar uma identidade única e distinta no panorama vinícola mundial através da valorização das castas autóctones, das particularidades de cada uma e dos variados métodos de vinificação praticados. Enfatizar a história e harmonizar a riquíssima gastronomia com os nossos vinhos parece ser ferramenta fundamental para a divulgação de um potencial que está na fase inicial do seu muito promissor sucesso.

Palavras-chave: Potencial, vitivinicultura, divulgação

Abstract

The present thesis aims to evaluate the true potential of Portuguese viticulture and winemaking through a meticulous analysis to all wine regions and interviews made to international critics, winemakers, producers and sommeliers. The opinions converge on the idea of creating a unique and distinct identity worldwide through the valorization of the native varieties, each of their particularities and the different vinification practices. Emphasizing the history and harmonizing the very rich Portuguese gastronomy with Portuguese wines seems to be a fundamental tool for the disclosure of a potential that is on the initial phase of its very promising success.

Keywords: Potential, winegrowing, disclosure

Agradecimentos

A vida tem-me ensinado a ser grato, todos os dias eu agradeço. Uma das coisas que mais estou grato é o facto de poder viajar e conhecer este Mundo tão diverso e cheio de culturas fascinantes. Tal fator remeteu-me para ainda mais gratidão, por algumas culturas em que observei algumas dificuldades até nas necessidades mais básicas para a vida. Consequentemente, mais grato fiquei, por perceber que vivemos, de facto, num País muitíssimo afortunado. Assim agradeço, em primeiro lugar e sempre em primeiro lugar à minha família materna, a maior bênção que tive nesta vida, e que serviu de sustento no passado, serve no presente e assim servirá no futuro. A frase: “sem vocês nada disto seria possível” parece um clichê, mas é a mais pura das verdades.

Há então que agradecer a quem ativamente ajudou na realização desta tese, começando pela orientadora, Professora Doutora Maria Raquel Lucas, pela sua disponibilidade, pelo seu entusiasmo relativamente ao tema, pela simpatia e pela boa energia com que sempre fomos debatendo o tema. À ViniPortugal, em particular à diretora de Marketing, Doutora Sónia Vieira e à *WineEducator* Sofia Salvador, por desde o primeiro dia se terem manifestado disponíveis e por terem fornecido material bibliográfico sem o qual este trabalho teria sido menos assertivo. A todos os produtores, enólogos e críticos contactados para o efeito: Dirk Niepoort, Susana Esteban, Duarte Leal da Costa, Pedro Ribeiro, Domingos Soares Franco e David Baverstock. Ao professor Virgílio Loureiro, pelo entusiasmo e imediato fornecimento de material bibliográfico relacionado com o tema, ao Bento Amaral, diretor dos serviços técnicos e de certificação do IVDP (Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto), pela possibilidade de estar presente na sua prova comentada “Douro *Grand Tour*- as três sub-regiões” e sobre o esclarecimento de dúvidas relacionadas com a região e a sua atividade profissional. Um especial agradecimento a Jancis Robinson e a Mark Squires, os dois afamados e muito reconhecidos críticos Internacionais cujas opiniões são, por motivos óbvios, de extrema validade e as quais conferem uma ainda maior credibilidade ao trabalho.

Uma especial gratidão a António Saramago, mais antigo enólogo Português ainda em atividade, por desde cedo se manifestar interessado em ajudar, contribuindo com opiniões de extrema importância, uma vez que se trata de um grande enólogo que acompanhou várias gerações e tempos de grande mudança nos vinhos Portugueses ao longo de mais de meio século de atividade enológica.

A todos, o meu profundo agradecimento.

ÍNDICE

Índice de Anexos	10
Índice de Figuras	11
Índice de Quadros	12
Listagem de Abreviaturas ou Siglas.....	13
1. INTRODUÇÃO	14
1.1. Enquadramento do Tema e Justificações da Escolha	14
1.2. Formulação do Problema e dos Objetivos	15
1.3. Metodologia	15
1.4. Estrutura do Trabalho	16
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	18
3. PRODUÇÃO E MERCADO DO VINHO PORTUGUÊS.....	20
3.1 História do Vinho em Portugal	20
3.2 Regiões Vitivinícolas Portuguesas	22
3.2.1 Vinho Verde – IGP Minho.....	25
3.2.2 Trás-os-Montes – IGP Transmontano	26
3.2.3 Douro – IGP Duriense.....	27
3.2.4 Távora-Varosa – IGP Terras de Cister.....	29

3.2.5	Dão - IGP Terras do Dão	30
3.2.6	Bairrada – IGP Beira Atlântico	32
3.2.7	Beira Interior – IGP Terras da Beira.....	34
3.2.8	Lisboa – IGP Lisboa	35
3.2.9	Tejo – IGP Tejo.....	36
3.2.10	Península de Setúbal – IGP Península de Setúbal	38
3.2.11	Alentejo – IGP Alentejano	39
3.2.12	Algarve – IGP Algarve	40
3.2.13	Madeira – IGP Terras Madeirenses	42
3.2.14	Açores – IGP Açores	43
3.3	Produção e Comércio de Vinho.....	45
3.3.1	Produção	45
3.3.2	Comércio	50
3.3.3	Principais Mercados de Exportação	52
4.	METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	55
4.1	Tipo de Investigação.....	55
4.2	Objetivos e Questões de Investigação	57
4.3	Instrumentos de Recolha de Dados	57
4.4	Amostra	57
4.5	Métodos de Análise dos Dados	58

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS	60
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
6.1 Conclusões.....	65
6.2 Limitações do Estudo	66
6.3 Desenvolvimentos Futuros.....	66
7. Bibliografia	68
ANEXOS	- 70 -

ÍNDICE DE ANEXOS

Entrevistas:

Entrevista 1- À conversa com o mais antigo enólogo Português em atividade: António Saramago	I
Entrevista 2 – Jancis Robinson	III
Entrevista 3- Mark Squires	V
Entrevista 4 – Dirk Niepoort.....	VII
Entrevista 5 – Susana Esteban.....	IX
Entrevista 6 – David Baverstock	XI
Entrevista 7 – Duarte Leal da Costa.....	XIII
Entrevista 8 – Pedro Ribeiro.....	XV
Entrevista 9 – Virgílio Loureiro	XVII
Entrevista 10 – Bento Amaral	XX
Entrevista 11 – Domingos Soares Franco.....	XXIII
Entrevista 12 – Gonçalo Patraquim	XXV

Propostas divulgativas:

Proposta divulgativa regional 1 - Açores	XXVIII
Proposta divulgativa regional 2 - Alentejo	XXX
Proposta divulgativa regional 3 - Dão	XXXII
Proposta divulgativa regional 4 - Vinho Madeira, uma “relação amorosa com os Estados Unidos”	XXXIV
Proposta divulgativa regional 5 - Península de Setúbal	XXXVI
Proposta divulgativa regional 6 - Trás-os-Montes	XXXVIII
Proposta divulgativa regional 7 - Vinho Verde	XL

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa das Regiões Vinícolas de Portugal	24
Figura 2 – Localização da região dos Vinhos Verdes	25
Figura 3 - Localização da região vitivinícola de Trás-os-Montes	27
Figura 4 - Localização da região vitivinícola do Douro	28
Figura 5 - Localização da região vitivinícola Távora-Varosa	30
Figura 6 - Localização da região vitivinícola do Dão.....	31
Figura 7 - Localização da região vitivinícola da Bairrada.....	33
Figura 8 - Localização da região vitivinícola da Beira Interior	34
Figura 9 - Localização da região vitivinícola de Lisboa	35
Figura 10 - Localização da região vitivinícola do Tejo	37
Figura 11 - Localização da região vitivinícola da Península de Setúbal	38
Figura 12 - Localização da região vitivinícola do Alentejo.....	40
Figura 13 - Localização da região vitivinícola do Algarve	41
Figura 14 - Localização da região vitivinícola da Madeira	43
Figura 15 - Localização da região vitivinícola dos Açores.....	44
Figura 16– Muros de pedra que protegem as vinhas dos Açores (Currais ou Curraletas).....	XXVIII
Figura 17 – Talhas da adega José de Sousa, Reguengos de Monsaraz	XXX
Figura 18 – Vinha da região do Dão.....	XXXII
Figura 19 – Vinha na Ilha da Madeira	XXXIV
Figura 20 – Vinha junto à serra da Arrábida, na região Península de Setúbal	XXXVI
Figura 21 – Vinho dos Mortos, região de Boticas, Trás-os-Montes	XXXVIII
Figura 22 – Vinha da região dos Vinhos Verdes.....	XL
Gráfico 1- Evolução da produção e consumo de vinho em Portugal (2003 a 2017).....	46
Gráfico 2 – Evolução da área de vinha em Portugal (1874 a 2017)	47
Gráfico 3– Evolução da produção de vinho em Portugal (1883-2017)	47
Gráfico 4 – Produção por categoria (campanha 2017/2018)	48

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1–Evolução da produção de Vinho por Ano e Região Vinícola (2008/09 a 2017/18).....	49
Quadro 2– Evolução da produção declarada por categoria (2008/09 a 2017/18)	50
Quadro 3– Exportação de vinho engarrafado dos principais países produtores	50
Quadro 4– Comércio de Vinho por Ano (2013-2017) e País de Destino (em volume)	51
Quadro 5 – Comércio de Vinho por Ano (2012-2016) e País de Destino (em valor)	52
Quadro 6 – Mercados Prioritários de Exportação de Vinho.....	53

LISTAGEM DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

DO – Denominação de Origem

DOP – Denominação de Origem Protegida

IGP – Indicação Geográfica Protegida

CEPE - Críticos, Enólogos, Produtores e Escanções

VAB – Valor Acrescentado Bruto

LOP – Líderes de Opinião

1. INTRODUÇÃO

1.1. Enquadramento do Tema e Justificações da Escolha

A presente dissertação baseia a escolha do tema numa primeira experiência vínica fora de Portugal, na Austrália. Sem que me apercebesse, cedo se começou a “desenhar” a escolha do tema para a realização desta mesma dissertação. Como aficionado que sou pelos vinhos Portugueses, pela sua diversidade e pela qualidade que cada uma destas diversidades apresenta, cedo na passagem Australiana se deu início à procura do conhecimento geral sobre os nossos vinhos. Com pouco espanto, notório foi que o mais conhecido vinho Português é o emblemático vinho do Porto. Para maior espanto, verifiquei que a maior parte dos Franceses, Espanhóis, Alemães, Italianos, Sul-Africanos, Chilenos, Norte-Americanos Australianos e Neozelandeses com quem trabalhei desconheciam outro vinho produzido em Portugal. Aqui surgiu a primeira fase da minha inconformidade relativa a esta situação.

Ainda sem a noção de que aprofundaria tal estudo, parti no ano seguinte para *Marlborough*, Nova Zelândia, onde a admiração pelo desconhecimento foi ainda maior do que no ano transato. Desta feita, em contacto laboral com 15 nacionalidades diferentes, oriundas de todos os continentes, nem por isso notei que o conhecimento sobre os vinhos do nosso País fosse mais alargado. Aqui disse “basta!”. Há que fazer alguma coisa por isto, e o sentimento de inconformidade era tanto que tomei uma decisão: Devo fazer alguma coisa pelo maior reconhecimento internacional do potencial dos vinhos Portugueses, pois acredito que ele é enorme!

Uma certa apreensão levou-me a colocar algumas questões: Será que na verdade temos mesmo grandes vinhos a preços muito razoáveis? Será que a nossa relação qualidade-preço é mesmo assim tão boa quando comparada com a que provei e comprovei na Oceânia? Ou por outro lado, será tudo isto uma afinidade de quem mais gosta aquilo a que está mais habituado? Uma resposta tinha de ser dada, para minha própria conformidade. Assim, foi tomada a decisão de basear esta tese de mestrado com o tema: “Divulgação Internacional do Potencial Vínico Português”.

Decidi então dar início a uma pesquisa sobre as avaliações atribuídas aos nossos vinhos, sobre a opinião de produtores nacionais e da crítica internacional, sobre o que os

verdadeiros entendidos na arte que é provar um vinho acham sobre aquilo que fazemos e procurar, de algum modo, contribuir para aumentar a notoriedade dos nossos preciosos néctares.

1.2. Formulação do Problema e dos Objetivos

É objetivo claro para esta dissertação a contribuição para o aumento da notoriedade dos vinhos Portugueses, depois de em viagens pela Austrália e Nova Zelândia, ter identificado uma situação com a qual não me conformei: A falta de notoriedade e de reconhecimento internacional dos vinhos Portugueses. O objetivo geral deste trabalho é o de analisar o potencial vínico português com vista à sua divulgação internacional. Contribuem para esse objetivo geral os seguintes objetivos específicos:

- 1) Descrever as regiões vitivinícolas Portuguesas, procurando particularidades nas mesmas;
- 2) Identificar aspetos únicos nas regiões vitivinícolas Portuguesas, com vista ao despertar de interesse por parte do consumidor, partindo de uma crença pessoal de que um vinho desperta muito mais sensações e será muito mais facilmente lembrado no futuro, quando o mesmo é harmonizado com uma estória;
- 3) Obter opiniões de produtores, críticos, enólogos e escansões no sentido de perceber o caminho a seguir no que toca a divulgar da melhor maneira possível o nosso verdadeiro potencial vínico.

1.3. Metodologia

Com vista à obtenção de informação fidedigna, e ainda antes de dar início à pesquisa bibliográfica, desloquei-me às instalações da ViniPortugal, onde expus o início do desenvolvimento deste trabalho. Após uma muito agradável conversa com a *Wine Educator* Sofia Salvador, onde fui elucidado sobre a situação atual do programa de atividades da mesma instituição, foi-me fornecido material de estudo e aprofundamento de conhecimento das regiões vitivinícolas Portuguesas, nomeadamente o anuário do Instituto da Vinha e do Vinho.

Reunido material bibliográfico, informação sobre o trabalho da ViniPortugal, e ainda mais motivado para aprofundar o tema, decidi dar início ao levantamento das regiões vitivinícolas Portuguesas, como ferramenta informativa importante, uma vez que o conhecimento

relacionado com cada uma das regiões vitivinícolas de Portugal estaria intimamente ligado a tudo o que seria desenvolvido no decorrer desta dissertação. Para a realização do trabalho em questão foram levantadas opiniões a diversos membros dos CEPE (Críticos, enólogos, produtores, e escansões). Posteriormente, procedi à análise de resultados num capítulo em que reúne e cruza a informação mais relevante obtida pelas entrevistas realizadas.

Devido à importância atribuída à possibilidade de fazer uso da história aquando da prova de um vinho, seguiu-se o levantamento, para cada uma das regiões, informação relativa às suas particularidades e características de cada uma a fim de propor ações de Marketing que foquem a tipicidade de algumas das nossas regiões. A preocupação ao sugerir algumas propostas de divulgações regionais baseou-se, para além de enfatizar a história e particularidade vínica de cada região, em estimular todos os sentidos, os quatro (visão, olfato, gosto e tato) que já são estimulados através da prova de um vinho, mais o sentido auditivo, sendo que acredito que a harmonização destes vinhos com as músicas tradicionais de cada região pode vir a ter um impacto muito positivo na memória de quem o prova. Mais, o *pairing* com a gastronomia local parece poder vir a criar uma fantástica simbiose, ajudando no mesmo sentido de fixação sensorial anteriormente referido.

1.4. Estrutura do Trabalho

Este trabalho assenta num enquadramento teórico onde são descritos os objetivos da internacionalização, da divulgação e da comunicação dos vinhos Portugueses estabelecidos pela ViniPortugal para o efeito.

O capítulo seguinte, produção e mercado do vinho Português, trata de relatar a história do vinho em Portugal, seguida de uma descrição de todas as regiões vitivinícolas Portuguesas. Posteriormente dados sobre produção e comércio dos vinhos Portugueses são apresentados, bem como uma análise aos principais mercados de exportação e os mercados prioritários para o comércio de vinho Português.

Metodologia e investigação será o capítulo em que se fará uma descrição da investigação realizada, quais os objetivos e questões de investigação, onde se pormenorizarão os instrumentos de recolha de dados e onde será descrita a amostra e os métodos de Análise dos dados.

De seguida, a análise dos dados obtidos através da cuidadosa leitura crítica para que no seguinte capítulo sejam feitas as considerações finais, incluindo as conclusões, limitações do estudo, e prováveis desenvolvimentos futuros.

Em anexo, seguem todas as entrevistas realizadas com uma breve descrição de cada candidato e o motivo do respetivo contacto, bem como propostas de divulgações regionais para algumas das nossas regiões vitivinícolas.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A indústria do vinho em Portugal é de extrema importância para o país, apresentando um elevado volume de negócios e valor acrescentado e, sobretudo, um valor muito positivo na sua balança comercial. Este sector teve, no ano de 2010, uma relevância elevada na indústria de bebidas, sobretudo no emprego (58%) e no volume de Negócios e VAB que representam mais de 43% desta indústria. A produtividade deste sector é bastante superior à dos sectores agroalimentar e das indústrias alimentares, respetivamente em 4,3 e 1,6 vezes, o que o torna bastante atrativo. Esta produtividade, aliada à sua elevada capacidade exportadora, que representa mais de 70% do valor da sua produção, faz dele um sector prioritário para Portugal, representando ao longo do tempo mais de 15% das exportações do setor agroalimentar e mais de 1,5% das exportações nacionais. (AGROGES)

A marca Vinhos de Portugal / *Wines of Portugal* é uma marca coletiva e instrumento de comunicação dos vinhos portugueses pelo mundo. Num exercício coletivo liderado pelo IVV, Instituto da Vinha e do Vinho, os trabalhos para a criação da marca Vinhos de Portugal tiveram início em 2008 tendo culminado, com sucesso, em 2010 e tendo como objetivo promover a imagem dos vinhos portugueses nos diversos mercados internacionais. (AGROGES)

No que à divulgação da marca *Wines of Portugal* diz respeito a ViniPortugal, estabeleceu uma estratégia transversal, abrangendo todos os vinhos Portugueses, estratégias específicas para as denominações de origem e para as indicações geográficas. Três níveis de promoção, Marca País – Marcas Regionais – Marcas privadas, constituem um conjunto coerente e complementar entre si, fundamental numa estratégia de internacionalização do setor do vinho de Portugal. Entre o nível Marca País “Vinhos de Portugal / *Wines of Portugal*” e o das Marcas Regionais Denominações de Origem e Indicações Geográficas, a coexistência exigirá maior coordenação operacional, admitindo-se que, em grandes mercados, emergentes e distantes, a Marca País ganhe maior relevância, enquanto em mercados mais maduros e de proximidade, as DO's e IG's, ganhem maior relevância. (AGROGES)

Com uma história vínica que parece remontar a 2000 a.C., vestígios recentemente encontrados nas minas de São Cucufate, em Vila de Frades, Vidigueira, enumeram uma antiguidade na produção de vinho em território nacional que atravessou a presença de povos

como os Tartessos, Fenícios, Gregos, Celtas, Iberos, Romanos, Bárbaros e Árabes. A meu ver, a presença de todos estes povos no território que nos dias de hoje conhece as suas fronteiras como Portugal, teve uma influência que marcou, e continua a marcar os perfis de vinho por cá produzidos. Desde técnicas de vinificação variadas às castas, a influência destes povos é notória ainda nos dias de hoje e contribuíram significativamente para hoje construirmos uma história riquíssima bem como tradições vnicas muito variadas espalhadas por todas as regiões nacionais. (ViniPortugal)

A estratégia para a comunicação de posicionamento definida pela ViniPortugal para a marca “Wines of Portugal” tem em comum os fatores de diferenciação referidos no anterior parágrafo, estabelecendo como objetivos apresentar vinhos de qualidade Mundial com uma boa relação qualidade/preço, comunicar os vinhos portugueses como sendo gastronómicos e versáteis, numa diferença que provém das suas regiões – os *terroirs* – das suas castas, técnicas e pessoas que o fazem, e assim, mostrar que os vinhos de Portugal proporcionam uma experiência única, Intensa e distintiva. (AGROGES)

As linhas estratégicas para a marca País baseiam-se em criar apetência pelos vinhos Portugueses, tornando-os mais competitivos; aumentar a perceção de valor dos vinhos de Portugal potenciando o crescimento de mercado em valor; criar uma forte notoriedade da Marca “Wines of Portugal” e do seu posicionamento diferenciador; estabelecer de forma inequívoca a visibilidade da identidade gráfica da Marca para a tornar memorável; estabelecer o posicionamento da Marca, “Wines of Portugal – *a World of difference*”. (ViniPortugal, Relatório de Gestão do Exercício, 2018)

No que toca ao consumidor alvo, identificaram-se os “*generation treaters*” e os “*Premium Brand Suburbans*”, uma vez que os vinhos Portugueses, pelo seu volume produzido, não se ajustam numa estratégia *mass Marketing*. (ViniPortugal, Relatório de Gestão do Exercício, 2018)

3. PRODUÇÃO E MERCADO DO VINHO PORTUGUÊS

O presente capítulo caracteriza a produção e o mercado do vinho português. Inicia-se com uma breve história do vinho em Portugal, a que se segue a descrição das distintas regiões vinícolas portuguesas, informação estatística acerca da produção e do comércio de vinhos nacionais nos últimos anos e respetiva análise.

3.1 História do Vinho em Portugal

Enfatizar a tão longínqua e grandiosa história de produção de vinho em Portugal parece ser essencial para a divulgação. É esta a opinião de muitos produtores de entre os quais destaco a opinião de António Saramago: “Temos uma coisa que muito pouca gente tem, que é a tradição no Mundo dos vinhos”; “para divulgar, há necessidade de enfatizar a nossa história”. Sandra Gonçalves, enóloga da Dona Maria Vinhos – Júlio Bastos, afirmou que “é necessário pôr as pessoas a beber história”, e como diz Dirk Niepoort: “mantivemos traços únicos, uma identidade própria, há que preservar todo este espólio”. (ViniPortugal)

Envolto no encanto dos mitos e da dúvida, a origem dos vinhos em Portugal parece remontar a cerca de 2000 a.C. (!) altura em que a mítica e hipotética civilização de Tartessos floresceria, utilizando como sua moeda de troca, o vinho produzido a partir de vinhas plantadas nos vales do Tejo e Sado. Verdade ou não, o facto é que a partir de então, e com influências múltiplas de Fenícios (Séc. X a.C.), Gregos (Séc. VII a.C.) e Celtas (Séc. VI a.C.), a cultura da vinha e o papel do vinho foi aumentando e assumindo uma importância crescente na vida dos povos. (ViniPortugal)

A romanização da Península veio determinar a consolidação da produção do vinho em Portugal já que o desenvolvimento de Roma fazia disparar o consumo exigindo uma produção cada vez maior a que as vinhas locais não davam resposta. Cabia, assim, às colónias satisfazer a procura e garantir que o vinho corria, farto, em todo o Império Romano. A grande expansão do Cristianismo, nos séculos VI e VII seria decisiva para alargar os horizontes do vinho, conferindo-lhe um valor simbólico de extrema importância, e alargando o seu alcance e o seu consumo. Ao assimilar a civilização e religião dos romanos, os “bárbaros” (Séc. XII) adotaram igualmente o vinho, considerando-o bebida de povos “civilizados”. (ViniPortugal)

A fundação de Portugal, em 1143, e a conquista da totalidade do território português aos mouros, em 1249, permitem a instalação de ordens religiosas, militares e monásticas, que se tornam ativos centros de colonização agrícola. O importante papel que o vinho assume nas cerimónias religiosas favorece a cultura da vinha e o vinho vai começando a fazer parte natural na dieta do homem medieval. Lentamente, os vinhos de Portugal vão ganhando notoriedade, e na segunda metade do século XIV a produção de vinho conhece uma fase de grande desenvolvimento, e exportação. (ViniPortugal)

Os séculos XV e XVI marcam a expansão portuguesa e uma evolução decisiva na história do vinho. Em meados do século XVI Lisboa era o maior centro de consumo e distribuição de vinho do império, e o vinho português chegava aos quatro cantos do mundo. No século XVII um conjunto de obras de cariz geográfico e relatos de viagem permite-nos entender o percurso histórico das zonas vitivinícolas portuguesas, o prestígio dos seus vinhos e a importância do consumo e do volume de exportações. (ViniPortugal)

Em 1703, com o acordo de regulamentação das trocas comerciais entre Portugal e Inglaterra, estabelecido no Tratado de Methuen, a exportação do vinho português conhece uma nova fase de expansão. O século XIX marca um período negro para a vitivinicultura em Portugal. Inicialmente pela devastação provocada pela doença do oídio, a que se lhe seguiu a praga de filoxera, inicialmente surgida na região do Douro em 1856, rapidamente se espalha a todo o país devastando a maior parte das regiões vinícolas. Vencida esta ameaça, a produção de vinhos portugueses inicia a sua recuperação, e os vinhos portugueses regressam à ribalta na grande Exposição de Londres de 1874. (ViniPortugal)

No início do século XX inicia-se o processo de regulamentação oficial de várias outras denominações de origem portuguesa. Madeira, Moscatel de Setúbal, Carcavelos, Dão, Colares e Vinho Verde vão assim juntar-se ao Vinho do Porto e aos vinhos de mesa do Douro. Com o Estado Novo (1926-1974) é criada a Federação dos Vinicultores do Centro e Sul de Portugal (1933) que tem como principal papel contribuir para a regularização do mercado. Sucedeu-lhe em 1937 a Junta Nacional do Vinho, organismo de âmbito mais alargado e com uma forte componente cooperativista, cuja intervenção considerava o equilíbrio entre a oferta e o escoamento, a evolução das produções e o armazenamento de excedentes em anos de grande produção, de forma a garantir a compensação dos anos de escassez. (ViniPortugal)

Em 1986 a Junta Nacional dos Vinhos é substituída pelo Instituto da Vinha e do Vinho, organismo adaptado às estruturas impostas pela nova política de mercado decorrente da adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia. O conceito de “Denominação de

Origem” é então harmonizado com a legislação comunitária, e é regulamentado o “Vinho Regional”, isto é, os vinhos de mesa com indicação geográfica, reforçando-se a política de qualidade dos vinhos portugueses. São então constituídas as Comissões Vitivinícolas Regionais (associações de direito privado e carácter interprofissional, regidas por estatutos) que, ao assumirem a responsabilidade pela defesa das Denominações de Origem e das Indicações Geográficas, e ao aplicarem e vigiarem o cumprimento da regulamentação existente, desempenham um papel fundamental no incremento e desenvolvimento da qualidade e prestígio dos vinhos portugueses. (ViniPortugal)

Portugal possui ainda diversas cooperativas, algumas das quais excelentes, existem também grandes empresas de sucesso, mas nas últimas décadas assistiu-se ao crescimento de um grande número de pequenos produtores e produtores independentes, alguns dos quais anteriormente entregavam as suas uvas nas cooperativas e que entretanto se equiparam para produzir seus próprios vinhos. Empreendedores e entusiastas estão a apostar em novos e promissores locais para vinhas e a reclamar antigas propriedades. É uma revolução contínua. Hoje, Portugal possui uma seleção de bons vinhos para oferecer ao mundo como nunca antes teve! (ViniPortugal)

3.2 Regiões Vitivinícolas Portuguesas

Ao todo, Portugal tem 14 regiões vinícolas com Indicação geográfica como se vê na Figura 1, e 31 Denominações de Origem Protegidas. Por definição, DOP (Denominação de Origem Protegida) é a designação europeia adotada para os produtos vitivinícolas cuja originalidade e individualidade estão ligados de forma indissociável a uma determinada região, local ou denominação tradicional, e cujas qualidades ou características específicas, são devidas ao meio geográfico, fatores naturais e humanos. Estes produtos estão sujeitos a regras específicas de controlo que visam garantir a autenticidade e qualidade podem ser rotulados como DOC. As denominações de Origem Protegidas para os produtos vitivinícolas europeus integram um registo comunitário único. (Anuário IVV, 2016)

A IGP (Indicação Geográfica Protegida) é a designação comunitária adotada para os vinhos duma região específica cujo consta na rotulagem e que são elaborados com pelo menos, 85% de uvas provenientes dessa região. Tal como os produtos com DOC/DOP, estes são sujeitos a regras específicas de controlo, só podendo ser rotulados como “Vinho Regional”. As IGP para os produtos vitivinícolas europeus integram um registo comunitário único (Anuário

IVV, 2016)). Os vinhos que não se enquadram nas designações atrás referidas, devem ser designados apenas como “Vinho” e cumprir as disposições nacionais e comunitárias em vigor. (Anuário IVV, 2016)

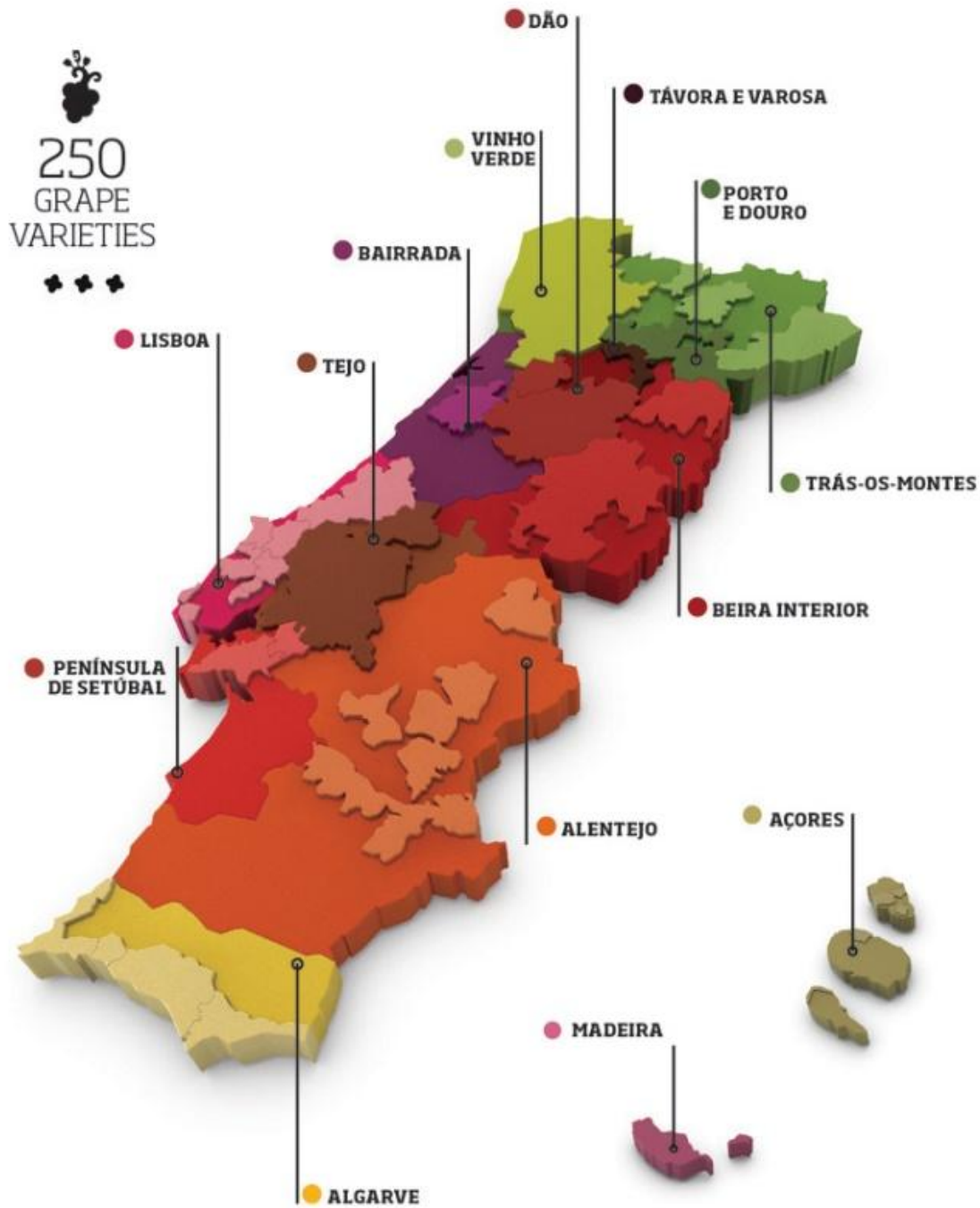


Figura 1 – Mapa das Regiões Vinícolas de Portugal

Fonte: (ViniPortugal, Regiões Produtoras de Portugal)

3.2.1 Vinho Verde – IGP Minho

Os limites geográficos da região dos Vinhos Verdes foram estabelecidos em 1908, tratando-se de uma das mais antigas regiões vitivinícolas reconhecidas em Portugal. As mais antigas referências que se conhecem da existência de produção de vinho nesta região remontam à época romana, no entanto, a menção mais antiga conhecida ao vinho verde data de 1606. (Anuário IVV, 2016)

No que diz respeito às delimitações geográficas, a região dos Vinhos Verdes tem como fronteiras a Norte o rio Minho, a Este e a sul zonas montanhosas que constituem uma barreira natural com as zonas mais interiores, e o oceano Atlântico que constitui o seu limite a Oeste. Quanto ao tipo de solos, a maior parte desta região assenta em formações graníticas, com textura arenosa e franco-arenosa, pouca profundidade, acidez elevada, pobres em fósforo e ricos em potássio (Anuário IVV, 2016)

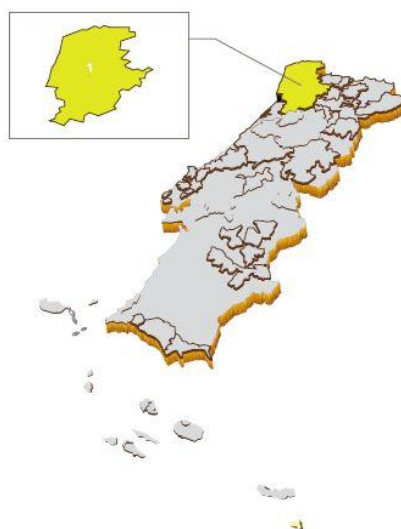


Figura 2 – Localização da região dos Vinhos Verdes

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

A cultura da vinha no Minho tem características únicas. As suas formas de condução desenvolvem-se frequentemente a uma altura considerável do solo. O “Vinho Verde” caracteriza-se por possuir um conjunto de fatores muito especiais que definem a sua

tipicidade. A frescura e os aromas intensos nos vinhos brancos, tal como a juventude de sabores particulares nos vinhos tintos. (Anuário IVV, 2016)

Estão reconhecidas nove sub-regiões para os produtos abrangidos pelos estatutos da Região Demarcada que podem ser utilizados como complemento da denominação de origem:

- DOP Vinho Verde:
 - Sub-região Amarante
 - Sub-região Ave
 - Sub-região Baião
 - Sub-região Basto
 - Sub-região Cávado
 - Sub-região Lima
 - Sub-região Monção
 - Sub-região Paiva
 - Sub-região Sousa

Principais castas brancas aptas à produção de DOC Vinho Verde: Alvarinho, Arinto (Pedernã), Avesso, Azal, Loureiro, e Trajadura. No que diz respeito às castas tintas, as principais castas utilizadas à produção de Tintos DOC são a Alvarelhão, Amaral, Borraçal, Espadeiro, Padeiro, Pedral, Rabo de Anho e Vinhão (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.2 Trás-os-Montes – IGP Transmontano

Situada a Norte de Portugal, a região de Trás-os-Montes é única, e com características especiais. Verifica-se nesta região a existência de vários microclimas, que aliados às diferenças existentes na constituição dos solos, bem como à maior adaptabilidade de determinadas castas, permitem obter vinhos muito diferenciados. Com variações dentro das distintas sub-regiões, os solos variam entre graníticos e xistosos, com altitudes a variar entre os 350 e os 700 metros. Modos de condução da vinha em taça, ou cabeça de salgueiro permitem um maior controlo da vinha, inibindo o desenvolvimento de certas doenças e permitindo desta forma uma viticultura praticamente biológica. (Anuário IVV, 2016)

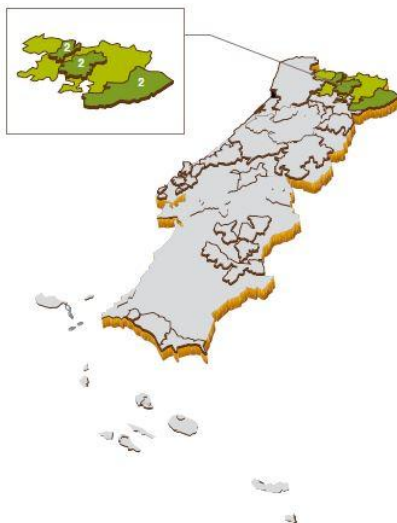


Figura 3 - Localização da região vitivinícola de Trás-os-Montes

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

No que se refere à tipicidade dos vinhos desta região, os brancos apresenta equilíbrio aromático com grande intensidade de aromas frutados e leves florais. Na boca, revelam uma acidez equilibrada. No caso dos vinhos tintos, apresentam uma intensidade corante muito consistente e elevada, aromaticamente muito frutados, na boca muito estruturados e com um bom equilíbrio entre o teor alcoólico e acidez, tornando-se vinhos robustos mas agradáveis e muito equilibrados. (Anuário IVV, 2016)

- DOP Trás-os-Montes:
 - Sub-região Chaves
 - Sub-região Planalto Mirandês
 - Sub-região Valpaços

As castas brancas recomendadas para a produção de DOC Trás-os-Montes são Còdega de Lario, Fernão Pires, Gouveio, Malvasia Fina, Rabigato, Síria e Viosinho. Já no que diz respeito às castas tintas: Bastardo, Marufo, Tinta Roriz, Touriga Franca, Touriga Nacional e Trincadeira (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.3 Douro – IGP Duriense

O Douro vinhateiro é a região vitivinícola demarcada e regulamentada mais antiga do Mundo. Foi criada em 1756 quando o Marquês de Pombal instituiu a Companhia Geral da

Agricultura das vinhas do Alto Douro. Em 2001, o Alto Douro Vinhateiro foi classificado pela UNESCO como património Mundial da Humanidade pela sua “paisagem cultural, evolutiva, e viva”. (Anuário IVV, pág. 120)

Caracterizada pelas suas encostas de xisto, a Região Demarcada do Douro beneficia de uma diversidade de microclimas e está dividida em três sub-regiões: Baixo Corgo, Cima Corgo e Douro Superior. Estas três sub-regiões distinguem-se à medida que vão avançando para montante - a humidade vai diminuindo e a temperatura aumentando, gerando um clima cada vez mais quente e seco quanto mais “Douro a dentro” se avançar. (Anuário IVV, pág. 120)



Figura 4 - Localização da região vitivinícola do Douro

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

A vinha no Douro, que conta com cerca de 44.000 hectares de vinha, é fruto de um trabalho de vários séculos. Com um muito valioso património genético, com mais de uma centena de castas autorizadas, que se adaptam aos vários *terroirs* durienses (Anuário IVV, 2016)

Da Globalidade do volume de vinho produzido na Região Demarcada do Douro, cerca de 50% é destinada à produção de Vinho do Porto, enquanto os restantes vinhos da região (Douro, Moscatel Douro, Espumante Douro, Duriense e vinhos sem DOP/IGP) representam os restantes 50%, sendo que na região demarcada do Douro, existem as seguintes denominações de origem:

- DOP “Porto”
 - Sub-região “Baixo Corgo”
 - Sub-região “Cima Corgo”
 - Sub-região “Douro Superior”

- DOP “Douro”
 - Sub-região “Baixo Corgo”
 - Sub-região “Cima Corgo”
 - Sub-região “Douro Superior”

O Vinho do Porto distingue-se dos vinhos comuns pelas suas características particulares: ampla diversidade de tipos que surpreende pela riqueza e intensidade de aromas incomparáveis, pela persistência muito elevada de aromas e sabor, pelo teor alcoólico elevado (geralmente entre os 19 e os 22% vol.) e também pela sua diversidade de cores (Anuário IVV, 2016)

O Vinho do Porto divide-se em três grandes famílias: tintos, brancos, e rosé. Os vinhos tintos subdividem-se em dois estilos: o *Tawny* e o *Ruby*, cuja principal distinção reside no processo de envelhecimento. Cada um destes estilos tem diferentes categorias especiais que depende do fator diferenciador anteriormente referido, entre os quais: estilo *Ruby*, estilo *Tawny*, Branco, Vintage, LBV (*Late Bottled Vintage*), data de Colheita, Reserva e com indicação de idade (10, 20, 30 ou 40 anos). (Anuário IVV, 2016)

As castas recomendadas para a produção de DOC Porto e Douro são, no caso das brancas: Viosinho, Malvasia Fina, Gouveio, Rabigato, Côdega Larinho, Donzelinho Branco, Esgana Cão e Folgazão. Já no que diz respeito às tintas: Touriga Nacional, Tinta Roriz (Aragonês), Touriga Franca, Tinta Barroca, Tinto Cão, Sousão, Bastardo, Mourisco Tinto, Castelão, Rufete, Tinta Amarela (Trincadeira) e Tinta Francisca (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.4 Távora-Varosa – IGP Terras de Cister

Fazendo Fronteira entre as regiões “Duriense” e das “Terras do Dão”, encontramos a IG “Terras de Cister” e a DO “Távora-Varosa” que sendo uma região de pequena dimensão, é todavia muito relevante na produção de espumantes, embora também nela se produzam vinhos brancos frescos e tintos suaves. A região que fica situada no sopé das encostas da Serra da Nave, entre os rios Paiva e Távora. (Anuário IVV, 2016)



Figura 5 - Localização da região vitivinícola Távora-Varosa

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

As suas condições edafo-climáticas únicas, de solos predominantemente graníticos e pobres em calcário, por vezes xistosos com erosão acentuada, ácidos e com clima temperado continental e seco, com invernos rigorosos, fazem o *terroir* região. No que diz respeito aos vinhos brancos, a natural acidez, o intenso aroma e o carácter citrino, brilhante e fresco, permitem realçar a sua qualidade. De igual modo, os vinhos tintos vêm buscar essa delicadeza no aroma e nobreza do corpo, alcançando excelentes aromas com o tempo. (Anuário IVV, 2016)

Castas brancas recomendadas são a Malvasia Fina, Cerceal, Gouveio, Bical e a Fernão Pires. No que diz respeito às tintas, a Aragonês, Tinta Barroca, Touriga Franca e Touriga Nacional. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.5 Dão - IGP Terras do Dão

Na área geográfica identificada como sendo a IG “Terras do Dão” (anteriormente designada por zona da Beira Alta) existem duas áreas delimitadas para a produção de vinhos com Denominação de Origem:

- DOP Dão, situada no centro Norte de Portugal, num enclave montanhoso rodeada pelos picos do Caramulo e do Buçaco, a Poente, e a Norte e Leste

pelas imponentes serras da Nave e da Estrela. Estas serras constituem uma barreira importante às massas húmidas e aos ventos continentais agrestes. Nesta região os vinhedos rondam os 400 a 500 metros de altitude, indo por vezes até aos 800 metros. Os solos são graníticos com afloramentos xistosos e geralmente de fraca fertilidade. O clima é bastante frio e chuvoso no Inverno, e frequentemente muito quente e seco no Verão. Esta região conta com as seguintes sub-regiões: (Anuário IVV, 2016)

- Sub-região “Alva”
- Sub-região “Besteiros”
- Sub-região “Castendo”
- Sub-região “Serra da Estrela”
- Sub-região “Silgueiros”
- Sub-região “Terras de Azurara”
- Sub-região “Terras de Senhorim”

As castas brancas recomendadas para a região do Dão são a Encruzado, Bical, Cercial Branco, e Malvasia Fina no caso das castas brancas, e Touriga Nacional, Alfrocheiro, Jaen, Aragonês e Rufete no caso das tintas. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

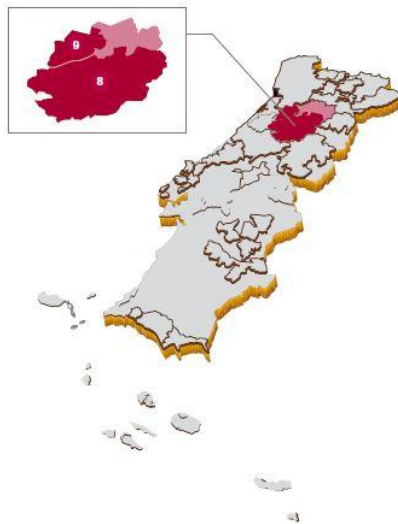


Figura 6 - Localização da região vitivinícola do Dão

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

- DOP Lafões, a Norte da zona DO “Dão”, encontram-se solos de origem granítica com manchas de xistos pré-câmbrios, frequentemente húmidos e férteis, A região apresenta algumas semelhanças com a região dos Vinhos Verdes, também pelo tipo de condução das videiras em latadas ou ramadas, predominando desta forma a vinha alta. Os vinhos brancos tendem a ser pouco alcoólicos, frutados e ricos em ácido málico, enquanto que no vinho tinto tendem a ser ácidos e tânicos, com boa capacidade de envelhecimento (Anuário IVV, 2016)

As castas brancas recomendadas para a produção de DOP Lafões são a Arinto, Cercial, Dona Branca, Esgana Cão e Rabo de Ovelha, e as castas tintas Amaral e Jaen. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.6 Bairrada – IGP Beira Atlântico

A região da Bairrada entende-se desde o Minho até à Alta Estremadura. Situa-se entre Águeda e Coimbra, delimitada a Norte pelo rio Vouga, a Sul pelo rio Mondego, a Leste pelas serras do Caramulo e Buçaco e a Oeste pelo oceano Atlântico. É uma região maioritariamente plana, com vinhas que raramente ultrapassam os 120 metros de altitude, que, devido à sua planura e à proximidade do oceano, goza de um clima temperado por uma fortíssima influência atlântica, com chuvas abundantes e temperaturas médias. Os solos são predominantemente argilo-calcários com longas faixas arenosas, consagrando estilos bem diversos consoante a predominância de cada elemento. (Anuário IVV, 2016)

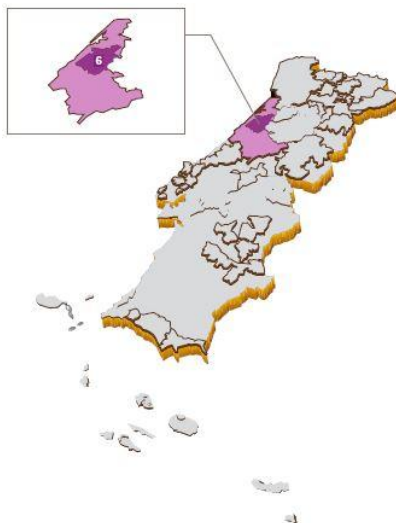


Figura 7 - Localização da região vitivinícola da Bairrada

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

A tradição destes vinhos remonta ao reinado de D. Afonso Henriques, que autorizou a plantação das vinhas na região, embora a produção de vinho nesta região remonte ao tempo dos romanos, fazendo disso prova os diversos lagares talhados nas rochas graníticas (lagares antropomórficos). As suas fronteiras oficiais foram estabelecidas em 1867, por António Augusto de Aguiar, tendo sido das primeiras regiões nacionais a adotar e a explorar os vinhos espumantes. (Anuário IVV, 2016)

Clima fresco, húmido e de forte ascendência marítima, favorece a elaboração de vinhos espumantes, uma vez que este *terroir* proporciona uvas de baixa graduação alcoólica e acidez elevada. Tais características estão presentes nos vinhos com DO “Bairrada”, e também na sub-região dos vinhos com IGP “Beira Atlântico”, “Terras de Sico”. (Anuário IVV, 2016)

As castas mais comuns na produção de DOC Bairrada são a Maria Gomes (Fernão Pires), Bical, Arinto e Cercial, no que diz respeito às brancas, e a Baga, Touriga Nacional e Tinta Roriz no caso das tintas (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.7 Beira Interior – IGP Terras da Beira

Situada no coração do interior Norte, junto à fronteira raiana com Espanha, na região mais escarpada e montanhosa de Portugal continental. Durante séculos, o vinho foi um produto de grande importância, remontando a sua produção à época de ocupação romana. Foi no limiar do século XII que a vinha teve um grande incremento, pelas mãos dos monges de Cister. (Anuário IVV, 2016)

O clima desta região apresenta uma influência continental extremada, com impressionantes variações quotidianas de temperatura, Verões curtos, quentes e secos e Invernos prolongados e gélidos. Os solos são maioritariamente de natureza granítica, com alguma presença de xistos e, embora menos comuns, alguma ascendência arenosa. (Anuário IVV, 2016)

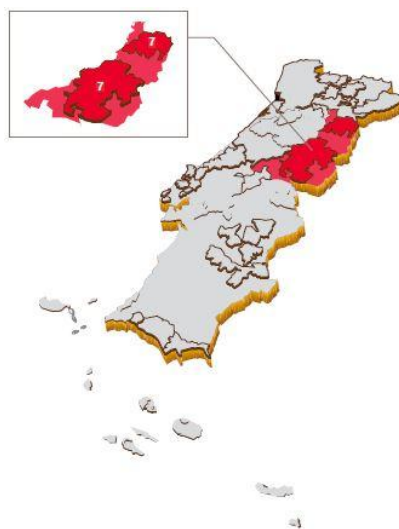


Figura 8 - Localização da região vitivinícola da Beira Interior

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

A DO “Beira Interior” encontra-se subdividida em três sub-regiões:

- Sub-região “Castelo Rodrigo”
- Sub-região “Cova da Beira”
- Sub-região “Pinhel”

As castas brancas mais frequentemente utilizadas na produção de DOC “Beira Interior” são a Síria, Arinto, Fonte Cal, Malvasia e Fernão Pires. No que diz respeito às tintas, a Touriga Nacional, Alfrocheiro, Trincadeira, Touriga Franca, Rufete, Bastardo, Marufo, e a Tinta Roriz (Aragonês). (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.8 Lisboa – IGP Lisboa

A área da região de produção da Indicação Geográfica Lisboa abrange todos os concelhos da faixa atlântica a Norte do estuário do Tejo, confinando a Norte com a Beira e a Leste com o Ribatejo. O relevo não é muito elevado, excepto a Sul, onde aparecem alguns estratos de basalto e de granito, de resto, a região assenta quase na totalidade em formações secundárias de argilo-calcários e argiloarenosos. Um clima temperado e sem grandes amplitudes térmicas, e com uma queda pluviométrica anual entre os 600-700 mm, proporcionam aos vinhos da IGP Lisboa uma especificidade na sua acidez e baixo grau de álcool. A IGP Lisboa tem como sub-regiões a “Alta Estremadura” e a “Estremadura”. (Anuário IVV, 2016)

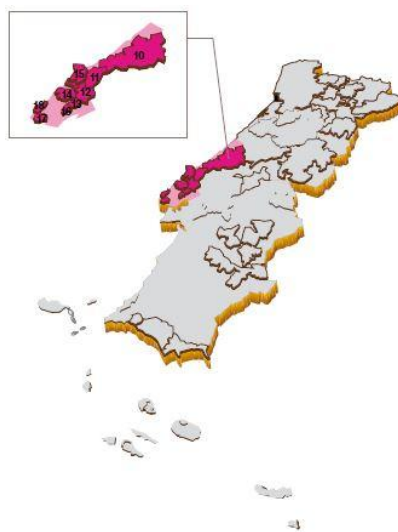


Figura 9 - Localização da região vitivinícola de Lisboa

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

São nove as Denominações de Origem na IGP Lisboa, tornando-a a região com mais denominações de Origem do País. Na parte Sul da região, 20 Km a Norte de Lisboa, no vale do rio Trancão encontra-se a região de “**Bucelas**”, com o famoso DOC branco representado pelo

Arinto. A Oeste de Lisboa, muito próximo da foz do rio Tejo e com uma área muito pequena, situa-se a zona de produção do DOC **“Carcavelos”**. Reclinada sobre duas colinas da serra de Sintra, situa-se a pequena vila de **“Colares”**, cuja origem remonta a épocas imemoráveis, dela falando crónicas e lendas. A região de Colares, pela sua natureza geológica, divide-se em duas subzonas: **“chão de areia”** (região de dunas) e **“chão rijo”** (solos calcários, pardos de margas ou afins). É de realçar o facto de continuar a ser mantida a tradição de **“pé franco”** sendo a vara **“unhada”** no estrato de argila subjacente à camada de areia (Anuário IVV, 2016)

Na parte Central da região de Lisboa, nas encostas suaves das colinas, foram reconhecidas as Denominações de origem **“Alenquer”, “Arruda”, “Torres Vedras” e “Óbidos”**. Junto ao mar, é de referir uma zona produtora de vinhos particularmente vocacionados para a produção de aguardentes de qualidade, e que merecem o reconhecimento da Denominação de Origem **“Lourinhã”**. Na zona mais a Norte, distingue-se uma vasta região de vinha onde se produzem os vinhos com direito à Denominação de Origem **“Encostas d’Aire”**, com as sub-regiões **“Alcobaça” e “Ourém”**. (Anuário IVV, 2016)

Merece também referência o vinho com Indicação Geográfica **“Lisboa”** para os vinhos tintos, brancos e rosados que podem ser frisantes ou não. Um outro vinho certificado é o Licoroso Lisboa, para além do **“Vinho Leve”**, com características muito próprias e com um grau alcoólico que varia entre 9 e 10%. Mais recentemente concretizada, a produção de espumantes com IG Lisboa. A região está também a trabalhar ativamente na produção de vinagre com Indicação Geográfica Lisboa. (Anuário IVV, 2016)

Dependendo da DO, as castas brancas mais comuns nesta região são a Arinto, Fernão Pires, Malvasia, Rabo de Ovelha e Vital. No que diz respeito às castas tintas, Aragonês, Castelão, Ramisco, Tinta miúda e Touriga Nacional são as mais utilizadas na produção de vinhos nas Denominações de Origem da região de Lisboa. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.9 Tejo – IGP Tejo

A existência de vinha nesta região é muito anterior à nacionalidade, conforme atestam os manuscritos em papiro, do tempo dos romanos que terão sido os principais introdutores da cultura da vinha nesta Região. D. Afonso Henriques, D. Sancho II e D. Fernando são alguns dos Reis que fizeram referência às vinhas e aos vinhos da Região do Tejo. (Anuário IVV, 2016)

Encontra-se na região, três zonas distintas de produção conhecidas como “Campo”, “Bairro”, e “Charneca”. As plantações são alinhadas, o sistema de condução tradicional é a vinha baixa, embora a introdução da mecanização tenha vindo a introduzir alterações na altura da vinha. O clima da região é sul-mediterrânico temperado, influenciado pelo rio Tejo que a percorre, com uma queda anual pluviométrica de cerca de 500-600 mm. (Anuário IVV, 2016)

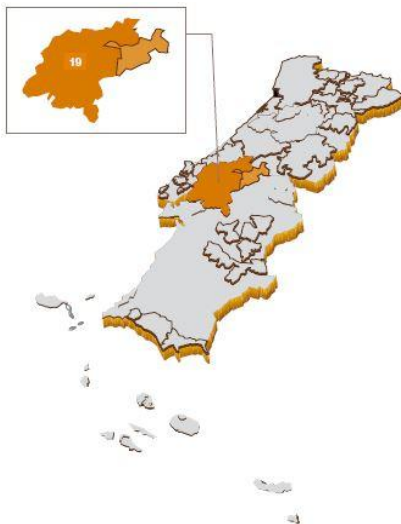


Figura 10 - Localização da região vitivinícola do Tejo

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

Verifica-se na região um contínuo acréscimo qualitativo que tem vindo a ser reconhecido nacional e internacionalmente. No âmbito da DO “DOTEJO” são protegidas as denominações de seis sub-regiões que podem ser usadas em complemento da denominação de origem: **Almeirim, Cartaxo, Chamusca, Coruche, Santarém e Tomar**. (Anuário IVV, 2016)

As castas brancas mais utilizadas para a produção de DOP Tejo são a Fernão Pires (Maria Gomes), Galego-Dourado e Tringadeira-das-Pratas. No que diz respeito às tintas, a Aragonês (Tinta Roriz), Castelão (João de Santarém), Moreto, Negra-Mol e Rufete apresentam-se como as mais utilizadas. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.10 Península de Setúbal – IGP Península de Setúbal

Situada no litoral Oeste a Sul de Lisboa, é nesta região vitivinícola que se produzem os famosos e tão apreciados Moscatel de Setúbal e Moscatel Roxo de Setúbal. Esta região pode ser dividida em duas zonas orográficas completamente distintas: uma a Sul e Sudoeste, montanhosa, formada pelas serras da Arrábida, Rosca e S. Luís, e pelos montes de Palmela, S. Francisco e Azeitão, com altitudes entre os 100e os 500 metros. A outra, pelo contrário, é plana, prolongando-se em extensa planície junto ao rio Sado. (Anuário IVV, 2016)

Foram os Fenícios e os Gregos que trouxeram do Próximo Oriente bastantes castas para esta região e que, achando o clima ameno, as encostas da Arrábida e a zona ribeirinha do Tejo propícias ao cultivo da vinha, se lançaram no seu plantio. Mais tarde, os romanos e os Árabes deram grande incremento à cultura da vinha nesta península. Com a fundação do reino de Portugal vieram outros povos, nomeadamente os Francos, povo de antiquíssimas tradições vitícolas que incrementaram a produção de vinho nesta região, tradição que ainda hoje prevalece. (Anuário IVV, 2016)

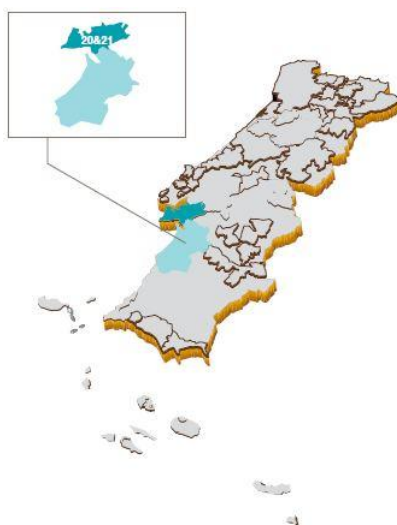


Figura 11 - Localização da região vitivinícola da Península de Setúbal

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

O clima nesta região é misto, subtropical e mediterrânico. Influenciado pela proximidade do mar, pelas bacias hidrográficas do Tejo e do Sado, e pelas serras e montes que se situam na região. Tem fracas amplitudes térmicas e um índice pluviométrico anual que se

situa entre os 400 a 500 mm. Os solos são argilo-arenosos ou franco-argilo-arenosos, calcários com ligeira alcalinidade, alguns deles compactos e férteis. (Anuário IVV, 2016)

A qualidade dos vinhos desta região justificou o reconhecimento das Denominações de Origem Controladas “**Setúbal**” para a produção do vinho generoso, e “**Palmela**”, na qual para além dos vinhos branco e tinto, se inclui também a produção de vinho frizante, espumante, rosado e licoroso. (Anuário IVV, 2016)

As castas brancas recomendadas para a produção de DOP Setúbal são a Antão Vaz, Arinto, Fernão Pires, Malvasia Fina, Moscatel Galego Branco, Moscatel de Setúbal, Rabo de Ovelha, Roupeiro Branco, Verdelho e Viosinho. Quanto às recomendadas para os DOP Palmela, Alvarinho, Antão Vaz, Arinto, Fernão Pires, Loureiro, Malvasia Fina, Moscatel Galego Branco, Moscatel de Setúbal, Rabo de Ovelha, Roupeiro Branco, Verdelho e Viosinho. No que diz respeito às castas tintas recomendadas para a produção de DOP Setúbal: Aragonês, Bastardo, Castelão, Touriga Franca, Touriga Nacional, Trincadeira e Moscatel Roxo. Para a produção de DOP Palmela tinto: *Alicante Bouschet*, Aragonês, Bastardo, Castelão, Tinta Miúda, Tinto Cão, Touriga Nacional e Trincadeira (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.11 Alentejo – IGP Alentejano

O plantio da vinha nesta região data do período romano, como atestam vestígios descobertos dessa época, nomeadamente grainhas de uva descobertas nas ruínas de São Cucufate, perto da Vidigueira, e alguns lagares romanos. Os primeiros documentos escritos sobre o plantio da vinha datam do século XII. (Anuário IVV, 2016)

A posição meridional e a ausência de relevos importantes são responsáveis pelas características Mediterrânica e Continental. Sendo uma imensidão de horizontes planos, ou quase planos, o Alentejo tem como acidentes orográficos mais importantes as serras de Portel (421 m), Ossa (649 m) e S. Mamede (1025 m). É no entanto nas elevações isoladas que se geram os microclimas propícios ao plantio da vinha e que se conferem qualidade às massas vínicas. (Anuário IVV, 2016)

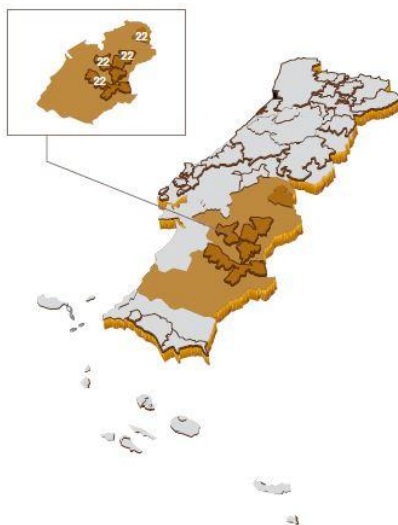


Figura 12 - Localização da região vitivinícola do Alentejo

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

As vinhas localizam-se, na sua maioria, em substrato geológico de rochas plutónicas (granitos, tonalitos, sienitos e sienitos nefelínicos), sendo contudo de salientar a diversidade de manchas pedológicas nas quais as vinhas são instaladas (nomeadamente manchas xistosas e argilo-calcárias). (Anuário IVV, 2016)

Dentro da Denominação de Origem **“Alentejo”**, estão incluídas as seguintes sub-regiões: **“Portalegre”**, **“Borba”**, **“Redondo”**, **“Reguengos”**, **“Vidigueira”**, **Évora**, **“Granja-Amareleja”** e **“Moura”**. O Vinho Regional “Alentejano” é produzido em toda a região vitivinícola Alentejo (nos 3 distritos de Évora, Beja e Portalegre). (Anuário IVV, pág. 206-207)

No que diz respeito às castas tintas recomendadas para a produção de DOC (que pode variar em função da sub-região) incluem Aragonês, Trincadeira, Castelão, Alfrocheiro, e Alicante Bouschet. Quanto às castas brancas, igualmente variáveis em função da sub-região, a Arinto, Antão Vaz, Roupeiro e Fernão Pires. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.12 Algarve – IGP Algarve

No extremo sul de Portugal Continental, o Algarve é uma zona bem definida, com características conferidas pela proximidade do mar, pelo clima, pela vegetação natural e pela cultura marcada pela longa ocupação árabe. (Anuário IVV, 2016)

Há numerosas referências comprovativas da tradição e importância da vinha no Algarve, bem como do papel de relevo que o vinho ali produzido desempenhou nas trocas comerciais durante as Idades Média e Moderna. Durante a ocupação muçulmana, os árabes não só plantavam a vinha como exportavam o vinho produzido. Após a reconquista, os cristãos aproveitaram e incrementaram a organização económica deixada por este povo. (Anuário IVV, 2016)

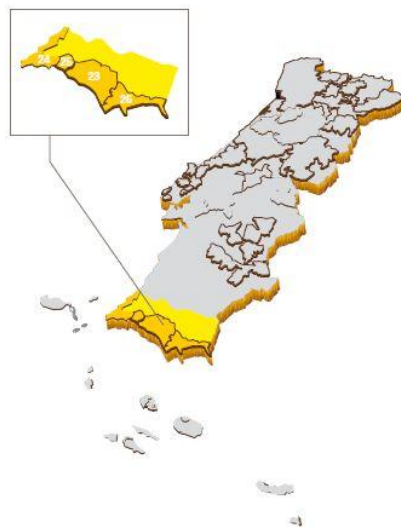


Figura 13 - Localização da região vitivinícola do Algarve

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

A localização meridional e a proteção assegurada pela barreira montanhosa contra os ventos frios do Norte e a exposição em anfiteatro virado ao Sul fazem com que o clima seja acentuadamente mediterrânico: quente, seco, pouco ventoso, amplitudes térmicas muito reduzidas e com uma média de insolação acima das 3000 horas de sol por ano. Os solos são litólicos, não húmicos, de arenitos, grés de Silves ou afins, regossolos psamíticos, solos mediterrânicos vermelhos ou amarelos de arenitos e de rañas, podzóis e aluviosolos. (Anuário IVV, 2016)

Dada a tipicidade que as condições edafo-climáticas conferem aos vinhos, existem no Algarve quatro Denominações de Origem Protegidas (DOP): “**Lagoa**”, “**Lagos**”, “**Portimão**” e “**Tavira**”. Os vinhos, vinhos espumantes e vinhos licorosos (brancos, tintos e rosados) com Indicação Geográfica (IGP) “Algarve” são produzidos em toda a região de Algarve. (Anuário IVV, 2016)

Castas brancas recomendadas para a produção de DOC: Siria, Arinto e Malvasia Fina (apenas para a denominação “**Lagos**”). No que diz respeito às castas tintas: Negra Mole, Trincadeira, e Castelão. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.13 Madeira – IGP Terras Madeirenses

Descoberta por navegadores Portugueses em 1418, a ilha da Madeira cedo despertou o interesse do Infante D. Henrique que a considerou privilegiada para o plantio da vinha e da cana do açúcar. Assim, mandou vir da Grécia cepas “Malvasia”, originárias de *Napoli di Malvasia*, perto de Sparta e introduziu o seu cultivo nesta ilha. (Anuário IVV, 2016)

Com uma superfície total de 738 Km², a Ilha da Madeira está situada entre os paralelos 30 e 33º N, em pleno Oceano Atlântico. A paisagem vitícola na Região da Madeira é única e caracterizada pela orografia acidentada do relevo. As condições particulares do solo, de origem vulcânica, a proximidade com o mar, as condições climatéricas e o processo único de produção conferem ao vinho características únicas e singulares. (Anuário IVV, 2016)

A cultura da vinha é praticada em toda a Ilha da Madeira e na ilha do Porto Santo. Na totalidade tem cerca de 500 hectares de vinha para a produção de vinho com a Denominação de Origem Protegida “**Madeira**” (**DOP Madeira**) e de vinho com Denominação de Origem protegida “**Madeirense**” (**DOP Madeirense**). Câmara de Lobos, São Vicente e Santana representam cerca de 80% da área de vinha. (Anuário IVV, 2016)

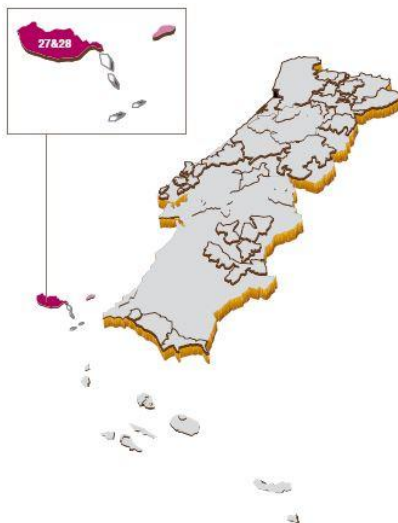


Figura 14 - Localização da região vitivinícola da Madeira

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

A paisagem da ilha da Madeira, da qual a viticultura é indissociável, é marcada pelo pequeno recorte das parcelas de terrenos. As explorações vitícolas têm em média cerca de 0,3 hectares, divididos em mais do que uma parcela. A vinha plantada neste pequenos socialcos torna a mecanização quase impossível, pelo que, na maioria dos casos, todo o ciclo cultural, desde a poda à vindima, requer a utilização de mão-de-obra. O sistema de condução da vinha mais tradicional é a “latada” (pérgola). Na segunda metade do século XX, introduziu-se o sistema de condução em espaldeira, que só pode ser utilizado em terrenos com o declive pouco acentuado. (Anuário IVV, 2016)

As castas recomendadas para a produção de DOC Madeira são a Tinta Negra, Sercial, Boal, Malvasia, Terrantez e Verdelho. (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.2.14 Açores – IGP Açores

Em pleno Oceano Atlântico, à latitude de 37 a 39,5N e a uma distância de 1600 km a Oeste da Costa continental Portuguesa, situa-se o arquipélago dos Açores constituído por nove ilhas, em três das quais se cultiva a vinha: Terceira, Pico e Graciosa. Estas ilhas foram

colonizadas em meados do século XV, pensando-se que foram os Frades Franciscanos quem nelas introduziram o plantio da vinha. (Anuário IVV, 2016)

Desde muito cedo estes religiosos constataram existirem grandes semelhanças entre as condições edafo-climáticas da Sicília e algumas ilhas deste Arquipélago, tendo trazido várias plantas da casta mais conhecida, o Verdelho (antigo *Verdecchio* siciliano, segundo alguns investigadores), cuja expansão foi rápida e abundante. (Anuário IVV, 2016)

O vinho produzido tornou-se famoso e foi largamente exportado, particularmente o produzido na Ilha do Pico, para todo o Norte da Europa e até para a Rússia. Depois da revolução bolchevique, em 1917, foram encontradas garrafas de Vinho Verdelho do Pico armazenadas nas caves dos antigos czares da Rússia. Localizado na zona de contacto das placas Americana, Europeia e Africana, a sua origem é vulcânica e relativamente recente, apresentando, por isso, solos pouco espessos, constituídos por rochas basálticas, traquites, andesites e formações argilosas. (Anuário IVV, 2016)

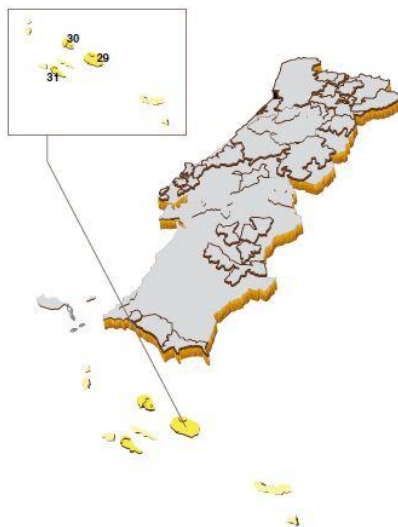


Figura 15 - Localização da região vitivinícola dos Açores

Fonte: (Anuário IVV, 2016)

A qualidade e o prestígio dos vinhos dos Açores são conhecidos de longa data, facto que levou a que fossem reconhecidas três Denominações de Origem Protegidas: “**Pico**”, “**Graciosa**” e “**Biscoitos**”. O DOP “**Pico**” é um vinho licoroso branco, produzido na ilha com o mesmo nome, a partir de uvas cultivadas em terrenos pedregosos, localizados junto à costa poente, sendo a área de vinha muito reduzida e as parcelas cercadas de pedra solta a que dão

o nome de “currais” e cuja finalidade é de proteger as plantas da acção dos ventos. Na ilha Graciosa produz-se o DOP “**Graciosa**”, vinho branco resultante de videiras cultivadas também em “currais”, tal como no Pico. O prestigiado vinho licoroso branco DOP “**Biscoitos**” é produzido na Ilha da Terceira. A designação “Biscoitos” deve-se ao facto de o solo ser muito pedregoso de cor escura, semelhante ao biscoito que, na época dos descobrimentos, os navegadores utilizavam como pão. A vinha é implantada em quadrículas (curraletas) separadas entre si por muros constituídos por pedras soltas (travessas) que a protegem dos ventos. (Anuário IVV, 2016)

Finalmente, merece também referência o reconhecimento da Indicação Geográfica Protegida “Açores”, atribuída aos vinhos de mesa tinto e branco produzidos em todo o Arquipélago. (Anuário IVV, 2016)

São as castas brancas recomendadas para a produção de DOC: Arinto, Verdelho, Terrantez, e as tintas: Aragonês, Castelão, Rufete, e Saborinho (ViniPortugal, Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal, 2018)

3.3 Produção e Comércio de Vinho

3.3.1 Produção

Nos últimos anos Portugal tem um excedente no que diz respeito à razão produção/consumo. Por outras palavras, Portugal produz mais vinho do que consome, apesar de ser o líder Mundial no consumo *per capita*, com uma média de 54 Litros *per capita*/ano, seguidos de perto apenas pela França (51,8 Litros). O quadro seguinte é demonstrativo dessa mesma razão produção/consumo desde a campanha 2003/2004. (CARDOSO, 2017)

Evolução da Produção e Consumo de Vinho em Portugal / Evolution of Wine Production and Consumption in Portugal

	Campanha														
	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	
Produção	7 340	7 481	7 267	7 542	6 073	5 689	5 894	7 148	5 622	6 327	6 231	6 206	7 048	6 022	
Consumo	4 911	4 901	4 700	4 524	4 570	4 965	4 725	4 893	4 994	4 168	4 289	4 978	4 687	5 248	

1.000 hl
Fonte: IVV, IP, INE

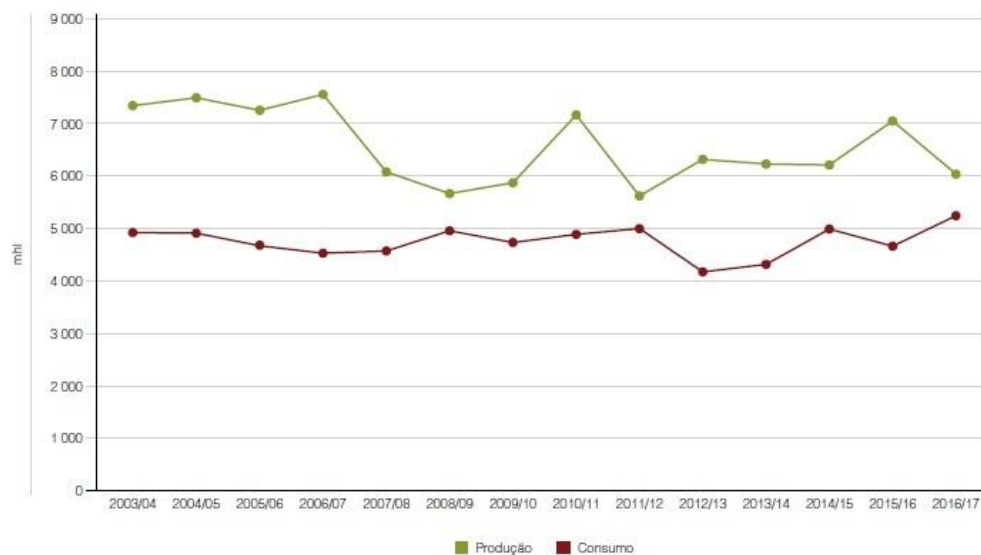


Gráfico 1- Evolução da produção e consumo de vinho em Portugal (2003 a 2017)

Fonte: (Anuário IVV, 2017)

Apesar de alguma variação na produção, o consumo tem-se mantido relativamente estável ao longo dos anos, estando os valores de vinho consumido nos últimos 14 anos muito semelhantes, apenas com uma ligeira variação com tendência para a quebra do consumo entre 2012 e 2014, ano a partir do qual valores voltaram a aproximar-se da média na última década e meia.

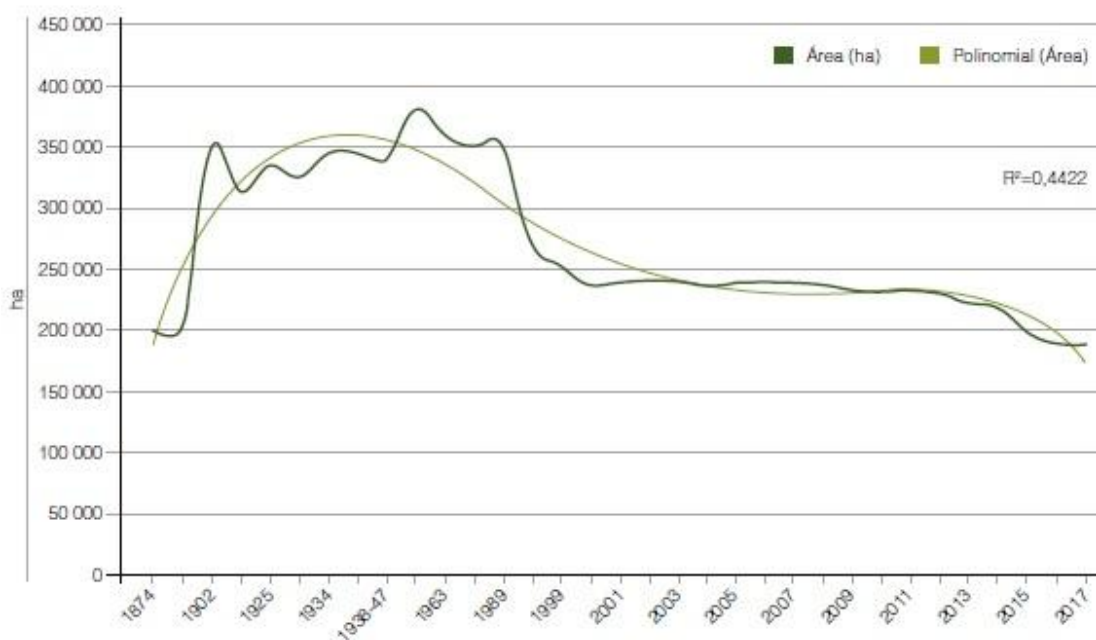


Gráfico 2 – Evolução da área de vinha em Portugal (1874 a 2017)

Fonte: Anuário 2017 IVV – 28/08/2018

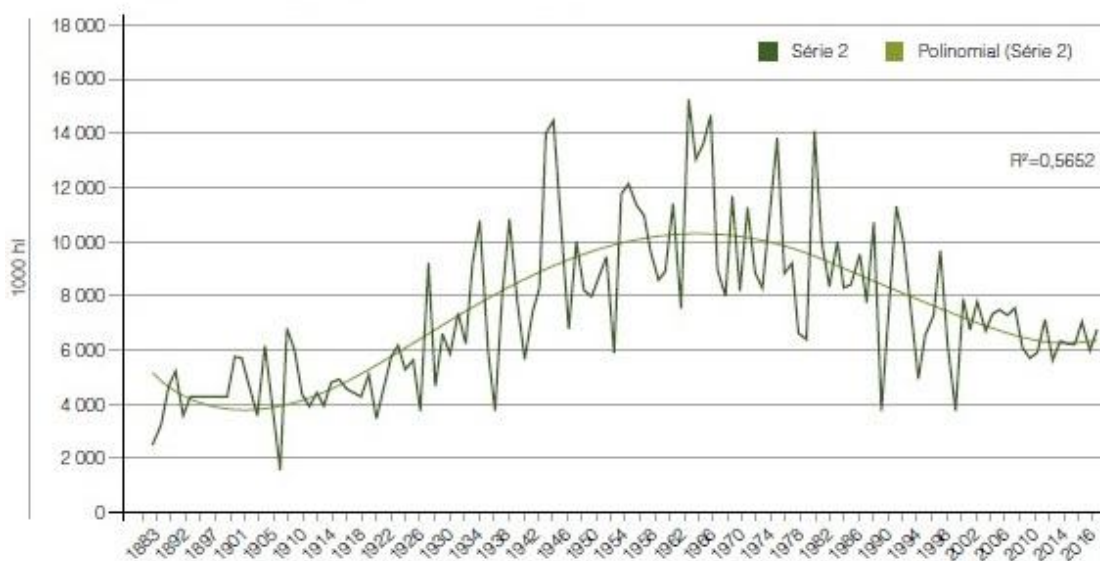


Gráfico 3– Evolução da produção de vinho em Portugal (1883-2017)

Fonte: (Anuário IVV, 2017)

A produção de vinho em Portugal tem vindo a diminuir desde meados do século XX, tendência que parece estar diretamente relacionada com a diminuição da área de vinha no mesmo período. Esta área manteve-se em níveis muito idênticos no período compreendido

entre os anos 2002 a 2013, ano a partir do qual é notório um novo decréscimo, embora que ligeiro. Nos gráficos dois e três, à primeira vista parece não haver uma relação direta entre a evolução da área de vinha e a evolução da produção de vinho, mas há que ter em conta que o eixo temporal (xx) não está na mesma escala, e ainda a dificuldade em correlacionar a área de vinha com a produção anual devido à variabilidade produtiva naturalmente imposta pelas condições atmosféricas anuais.

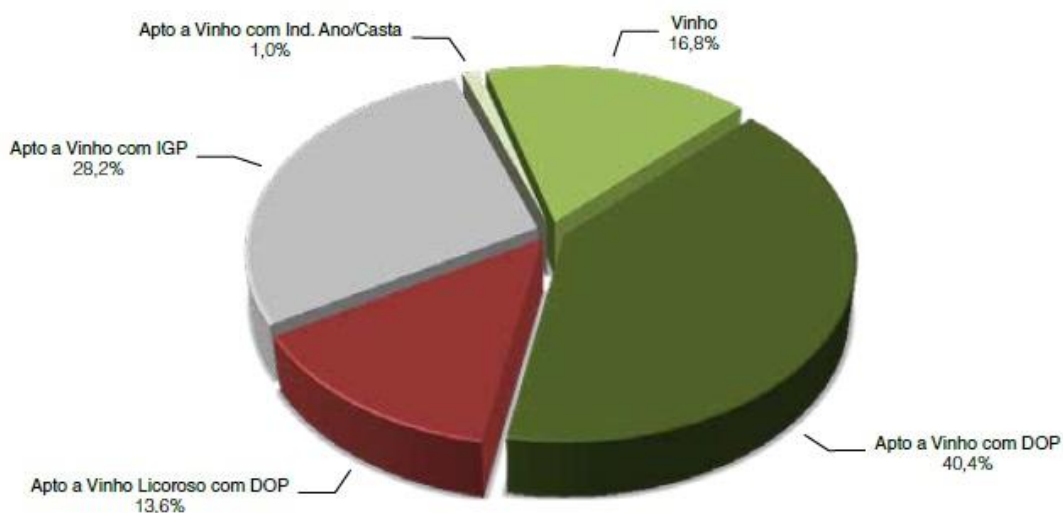


Gráfico 4 – Produção por categoria (campanha 2017/2018)

Fonte: (Anuário IVV, 2017)

O gráfico quatro, relativo à produção de vinho por categoria, é demonstrativo da produção de vinho certificado com Indicação Geográfica ou Denominação de Origem, ambos com tendência para aumentar os valores de produção certificada, como se tem verificado nos últimos dez anos, tal como demonstra o quadro dois.

Evolução da Produção (em Volume) / Production Development (in Volume)
 Série 2008/2009 – 2017/2018

Região Vitivinícola	2008/09		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13		2013/14		2014/15		2015/16		2016/17		2017/18
	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.
Minho	784		867		912		823		655		793		693		874		736		967
Trás-os-Montes	105		111		119		102		109		97		108		112		77		85
Douro e Porto	1 379		1 352		1 660		1 329		1 346		1 517		1 407		1 613		1 337		1 449
Beira Atlântico	212		247		298		293		284		255		225		273		196		261
Terras do Dão	252		297		356		294		356		305		241		342		237		312
Terras da Beira	194		192		225		185		218		216		217		226		256		190
Terras de Cister	79		48		61		46		65		65		53		67		70		54
Tejo	519		545		631		382		642		501		578		611		551		648
Lisboa	933		962		1 204		827		1 098		886		895		1 203		999		1 226
Península de Setúbal	337		379		432		309		518		408		503		504		463		525
Alentejo	812		810		1 190		970		970		1 128		1 223		1 152		1 050		955
Algarve	24		24		19		13		12		12		11		14		10		16
Subtotal Continente	5 629		5 834		7 106		5 572		6 272		6 182		6 152		6 992		5 982		6 689
Madeira	50		45		37		39		50		43		41		46		34		43
Açores	10		14		5		11		5		7		13		10		6		5
Subtotal Ilhas	59		59		42		50		55		50		54		56		40		48
Total Geral	5 689		5 894		7 148		5 622		6 327		6 231		6 206		7 048		6 022		6 737

 Unidade: 1000 hl
 Fonte: IVV, IP

Quadro 1–Evolução da produção de Vinho por Ano e Região Vinícola (2008/09 a 2017/18)

Fonte: (Anuário IVV, 2017)

Através de uma análise ao anterior quadro é possível verificar que as variações na produção têm sido muito baixas na última década, mantendo-se estável o volume de vinho produzido em Portugal neste período. As variações existentes, ainda que muito baixas não parecem apresentar um padrão, mas sim aumentos ou decréscimos de produção ao nível de algumas regiões onde destaco as regiões do Alentejo e Península de Setúbal com uma ligeira tendência crescente na produção, talvez potenciada por um aumento de notoriedade a que parece ter sido sujeita nestes últimos anos. Há ainda que voltar a referir que as alterações na produção nem sempre estão relacionadas com a área de vinha, e contar com o fator condições ambientais anualmente variáveis e portanto, limitadoras de rendimento.

Evolução da Produção declarada por Categoria / Production Development by Type
 Série 2008/2009 – 2017/2018

Categoria de Vinho	2008/09		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13		2013/14		2014/15		2015/16		2016/17		2017/18	
	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%	Vol.	%
Apto a Vinho com DOP	2 013	35	2 132	36	2 465	34	2 130	38	2 046	32	2 277	37	2 193	35	2 791	40	2 385	40	2 720	40
Apto a Vinho Licoroso com DOP	964	17	886	15	868	12	681	12	759	12	765	12	820	13	867	12	890	15	918	14
Apto a Vinho com IGP	1 297	23	1 261	21	1 693	24	1 292	23	1 475	23	1 686	27	1 764	28	1 880	27	1 626	27	1 897	28
Apto a Vinho com Ind. Ano/Casta	-	-	4	0,1	26	0,4	28	0,5	27	0,4	44	1	48	1	37	1	62	1	70	1
Vinho	1 415	25	1 611	27	2 095	29	1 492	27	2 021	32	1 458	23	1 381	22	1 473	21	1 059	18	1 132	17
Total	5 689	100	5 894	100	7 148	100	5 622	100	6 327	100	6 231	100	6 206	100	7 048	100	6 022	100	6 737	100

 Unidade: 1000 hl
 Fonte: IVV, IP

Quadro 2– Evolução da produção declarada por categoria (2008/09 a 2017/18)

Fonte: (Anuário IVV, 2017)

A produção de vinho apto a “DOP” (Denominação de Origem Protegida) tem vindo a aumentar nos últimos anos. Entre as campanhas de 2008/2009 e 2010/2011 rondou, em média, os 35%, ao passo que entre as campanhas 2015/2016 e 2017/2018 a média de vinho apto a DOP aumentou cinco pontos percentuais comparativamente ao período anteriormente referido, passando para os 40%. A mesma tendência se revelou nos vinhos aptos a “IGP” (Indicação Geográfica Protegida), ainda que menos significativo. Em simultâneo, e em concordância com o aumento de vinho apto a IGP ou DOP, está o decréscimo de vinho produzido com a denominação “Vinho”, que baixou de uma média de 27% nas campanhas de 2008/2009, 2009/2010 e 2010/2011, para uma média a rondar os 19% nos últimos 3 anos produtivos (2015/2016, 2016/2017 e 2017/2018).

3.3.2 Comércio

Portugal manteve em 2017, a 8ª posição no comércio internacional de vinho engarrafado. Surge, no mesmo ano, com a 3ª maior taxa de crescimento em valor (8.3%), ultrapassado pela Austrália com 21,1% e pela França com 14,4%, embora continuando a ser o 7º preço médio. (ViniPortugal, Relatório de Gestão do Exercício, 2018)

Exportação de vinho Engarrafado

ANO	2017			2016			2017 / 2016		
	Mil litros	Mil US\$	\$/litro	Mil litros	Mil US\$	\$/litro	Mil litros	Mil US\$	\$/litro
França	1 096 276	6 407 381	5,84	1 017 266	5 601 711	5,51	7,8%	14,4%	6,1%
Itália	1 194 736	4 724 538	3,95	1 166 887	4 429 024	3,80	2,4%	6,7%	4,2%
Espanha	833 694	2 027 693	2,43	803 389	1 902 237	2,37	3,8%	6,6%	2,7%
Austrália	391 730	1 638 989	4,18	337 082	1 353 697	4,02	16,2%	21,1%	4,2%
Chile	515 025	1 604 563	3,12	486 915	1 508 021	3,10	5,8%	6,4%	0,6%
EUA	162 347	1 166 974	7,19	211 739	1 283 034	6,06	-23,3%	-9,0%	18,6%
Nova Zelândia	157 599	921 979	5,85	151 464	881 980	5,82	4,1%	4,5%	0,5%
Portugal	227 902	809 470	3,55	213 103	747 490	3,51	6,9%	8,3%	1,3%
Argentina	176 966	735 134	4,15	188 596	743 959	3,94	-6,2%	-1,2%	5,3%
África do Sul	186 802	480 142	2,57	185 756	445 412	2,40	0,6%	7,8%	7,2%

Quadro 3– Exportação de vinho engarrafado dos principais países produtores

Fonte: (ViniPortugal, Relatório de Gestão do Exercício, 2018)

Em Volume										
Mercado / Acondicionamento	2013		2014		2015		2016		2017	
	HL	Peso	HL	Peso	HL	Peso	HL	Peso	HL	Peso
França	515 312	16,9%	361 902	12,8%	367 414	13,1%	379 342	13,7%	387 321	13,0%
Reino Unido	201 208	6,6%	199 577	7,0%	193 609	6,9%	200 332	7,2%	217 926	7,3%
E.U.A.	142 860	4,7%	180 180	5,6%	172 361	6,2%	187 504	6,8%	201 647	6,8%
Alemanha	196 553	6,5%	233 819	8,2%	214 615	7,7%	223 765	8,1%	262 631	8,8%
Países Baixos	147 943	4,9%	132 289	4,7%	139 313	5,0%	146 961	5,3%	137 132	4,6%
Bélgica	144 831	4,8%	143 704	5,1%	147 191	5,3%	138 972	5,0%	139 327	4,7%
Angola	637 369	21,0%	625 176	22,0%	522 322	18,7%	168 941	6,1%	267 246	9,0%
Brasil	94 862	3,1%	97 530	3,4%	98 342	3,5%	116 679	4,2%	171 216	5,7%
Canadá	89 989	3,0%	90 422	3,2%	99 881	3,6%	105 575	3,8%	112 423	3,8%
Suíça	84 194	2,8%	95 327	3,4%	95 891	3,4%	96 172	3,5%	97 287	3,3%
Espanha	172 953	5,7%	38 129	1,3%	37 803	1,4%	230 046	8,3%	210 161	7,0%
China	44 287	1,5%	42 208	1,5%	65 551	2,3%	72 854	2,6%	97 762	3,3%
Polónia	70 344	2,3%	74 460	2,6%	86 886	3,1%	98 211	3,5%	95 253	3,2%
Dinamarca	28 352	0,9%	33 486	1,2%	35 743	1,3%	38 764	1,4%	33 247	1,1%
Suécia	60 065	2,0%	57 880	2,0%	66 616	2,4%	67 956	2,4%	66 464	2,2%
Luxemburgo	46 595	1,5%	47 458	1,7%	48 351	1,7%	46 766	1,7%	45 850	1,5%
Noruega	28 540	0,9%	28 022	1,0%	31 461	1,1%	34 519	1,2%	32 940	1,1%
Países PT N/ Determ.	2 000	0,1%	2 123	0,1%	1 978	0,1%	2 882	0,1%	3 974	0,1%
Japão	15 167	0,5%	15 116	0,5%	16 012	0,6%	17 029	0,6%	16 975	0,6%
Macau	15 515	0,5%	20 420	0,7%	19 733	0,7%	18 817	0,7%	20 038	0,7%
Itália	18 415	0,6%	18 226	0,6%	16 840	0,6%	18 147	0,7%	17 738	0,6%
Finlândia	8 856	0,3%	8 561	0,3%	12 833	0,5%	13 802	0,5%	17 770	0,6%
Guiné-Bissau	64 250	2,1%	68 700	2,4%	73 505	2,6%	72 942	2,6%	83 769	2,8%
Federação Russa	5 546	0,2%	7 025	0,2%	5 974	0,2%	45 320	1,6%	20 735	0,7%
Irlanda	4 831	0,2%	5 202	0,2%	7 879	0,3%	8 417	0,3%	9 158	0,3%
Restantes Destinos	199 790	6,6%	229 225	8,1%	220 086	7,9%	226 916	8,2%	219 825	7,4%
Total	3 040 615	100,0%	2 836 168	100,0%	2 798 189	100,0%	2 777 631	100,0%	2 985 815	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base na informação do INE

Quadro 4– Comércio de Vinho por Ano (2013-2017) e País de Destino (em volume)

Fonte: (Anuário IVV, 2017)

Os principais mercados para a exportação de vinho Português nos últimos cinco anos têm sido França, Reino Unido, Estados Unidos da América, Angola, Espanha, Alemanha, Países Baixos e Bélgica. Apesar de algumas discrepâncias entre o comércio em valor e em volume, estes são os países com maior importância para o comércio de vinho Português.

Há que referir o caso Angola, que no ano de 2013 foi o País que adquiriu maior quantidade de vinho em Portugal, com 21% de todo o volume de vinho exportado (apesar de corresponder a apenas 13% da cota de mercado em valor). Foi a partir do ano de 2015 que se notou uma quebra na exportação para Angola, altura em que a crise económica deste País afetou alguns produtores que se viram obrigados a procurar outros mercados para a venda dos seus vinhos. Por outro lado, países como os Estados Unidos da América, Brasil e Canadá têm vindo a aumentar a quantidade de vinho Português adquirido ao longo dos anos, ainda que com um crescimento lento, mas progressivo, numa perspetiva positiva no que ao futuro diz respeito.

A qualidade dos vinhos Portugueses parece que tem, de um modo geral, vindo a aumentar. Quem o diz é Mark Squires, quando por mim questionado acerca da sua opinião relativa à qualidade dos vinhos Portugueses: “ *I think it has improved dramatically since I*

began covering it in 2006”, e ainda Jancis Robinson, “(...) *many extremely good wines seem too cheap*”. Assim, e com a aparente crescente qualidade dos vinhos Portugueses nos últimos anos, tudo me leva a acreditar que os países onde o sucesso de vendas tem sido crescente se tornem cada vez mais uma certeza, pois a notoriedade está a aumentar, e aparentemente não tem vindo a desiludir os consumidores dos néctares Portugueses.

A soma das duas opiniões leva-me a querer que temos vindo a melhorar no que à qualidade dos nossos vinhos diz respeito, enquanto praticamos preços aparentemente abaixo do que seria justo pagar por essa mesma qualidade, o que me parece ser uma grande vantagem competitiva sobre outros países produtores. Há que fazer uso dessa vantagem e levar a excelente relação qualidade-preço mais avante!

Em Valor										
Mercado / Acondicionamento	2013		2014		2015		2016		2017	
	1 000 €	Peso	1 000 €	Peso	1 000 €	Peso	1 000 €	Peso	1 000 €	Peso
França	113 357	15,7%	109 003	15,0%	110 101	15,0%	109 830	15,2%	109 259	14,0%
Reino Unido	72 394	10,0%	73 040	10,1%	77 623	10,6%	73 930	10,2%	79 190	10,2%
E.U.A.	55 874	7,8%	59 260	8,2%	68 910	9,4%	74 808	10,3%	78 982	10,2%
Alemanha	39 742	5,5%	46 143	6,4%	43 498	5,9%	43 507	6,0%	47 017	6,0%
Países Baixos	49 074	6,8%	45 443	6,3%	47 027	6,4%	50 650	7,0%	46 600	6,0%
Bélgica	46 462	6,4%	46 951	6,5%	47 833	6,5%	45 313	6,3%	46 289	6,0%
Angola	93 751	13,0%	95 353	13,1%	72 665	9,9%	32 754	4,5%	45 839	5,9%
Brasil	28 212	3,9%	28 789	4,0%	28 767	3,9%	28 897	4,0%	44 223	5,7%
Canadá	38 693	5,4%	34 859	4,8%	38 241	5,2%	40 649	5,6%	44 194	5,7%
Suíça	24 245	3,4%	26 078	3,6%	27 113	3,7%	28 845	4,0%	29 210	3,8%
Espanha	19 079	2,6%	13 231	1,8%	15 259	2,1%	19 592	2,7%	22 658	2,9%
China	11 237	1,6%	9 601	1,3%	14 200	1,9%	17 569	2,4%	21 799	2,8%
Polónia	14 183	2,0%	14 643	2,0%	17 564	2,4%	19 615	2,7%	20 488	2,6%
Dinamarca	11 258	1,6%	14 456	2,0%	16 162	2,2%	18 463	2,6%	17 785	2,3%
Suécia	15 535	2,2%	14 963	2,1%	16 198	2,2%	16 713	2,3%	15 986	2,1%
Luxemburgo	9 216	1,3%	9 633	1,3%	9 664	1,3%	9 896	1,4%	10 173	1,3%
Noruega	6 987	1,0%	8 231	1,1%	8 178	1,1%	9 027	1,2%	9 201	1,2%
Países PT N/ Determ.	4 255	0,6%	4 317	0,6%	4 366	0,6%	5 008	0,7%	6 750	0,9%
Japão	5 286	0,7%	5 277	0,7%	5 915	0,8%	6 285	0,9%	6 220	0,8%
Macau	5 257	0,7%	6 188	0,9%	5 427	0,7%	6 102	0,8%	6 114	0,8%
Itália	5 791	0,8%	6 026	0,8%	5 685	0,8%	5 983	0,8%	5 939	0,8%
Finlândia	2 760	0,4%	2 774	0,4%	3 863	0,5%	4 314	0,6%	5 152	0,7%
Guiné-Bissau	4 261	0,6%	4 659	0,6%	4 225	0,6%	4 367	0,6%	4 452	0,6%
Federação Russa	2 261	0,3%	2 094	0,3%	1 588	0,2%	3 759	0,5%	4 448	0,6%
Irlanda	2 205	0,3%	2 372	0,3%	3 255	0,4%	3 412	0,5%	3 429	0,4%
Restantes Destinos	39 420	5,5%	42 903	5,9%	42 209	5,7%	44 383	6,1%	46 525	6,0%
Total	720 794	100,0%	726 285	100,0%	735 534	100,0%	723 671	100,0%	777 924	100,0%

Fonte: Elaboração própria com base na informação do INE

Quadro 5 – Comércio de Vinho por Ano (2012-2016) e País de Destino (em valor)

Fonte: (Anuário IVV, 2017)

3.3.3 Principais Mercados de Exportação

Segundo o *site* da ViniPortugal, a marca “Wines of Portugal” continuará presente de forma consistente em 4 continentes e 14 mercados prioritários. Com um investimento anual entre 6 e 7 milhões de euros serão realizadas mais de 100 ações anuais de promoção dos

vinhos portugueses, envolvendo cerca de 370 agentes económicos nacionais. Os EUA, Brasil, Canadá e China serão a maior aposta na promoção dos Vinhos Portugueses, com 60% do orçamento alocado a estes quatro países.

Regiões do Globo	Mercados actuais	Novos mercados (*)
América do Norte	EUA e Canadá	-
América Central e Sul	Brasil	México
África	Angola	-
Ásia	China, Hong, Kong, Macau Japão e Coreia do Sul	Taiwan
Europa Central e Ocidental	Alemanha, RU e Suíça	Holanda, Bélgica e Luxemburgo
Europa Norte e Leste	Noruega, Suécia, Polónia e Rússia	Dinamarca

Quadro 6 – Mercados Prioritários de Exportação de Vinho

Fonte: (ViniPortugal, Plano Estratégico Institucional 2019 - 2023, 2017)

A ViniPortugal apresenta objetivos estratégicos dividindo-se em:

1. Objetivos estratégicos de marca:

- Incrementar a notoriedade da marca Wines of Portugal;
- Desenvolver o posicionamento distintivo da marca Wines of Portugal com base na mestria de criação de vinhos de lote, na diversidade de castas autóctones, dos *terroirs* e regiões, como forma de credibilizar a oferta;
- Afirmar Portugal como o “hot spot” internacional do sector do vinho.
(ViniPortugal, Plano Estratégico Institucional 2019 - 2023, 2017)

2. Objetivos estratégicos de mercado:

- Alargar significativamente a distribuição dos vinhos portugueses (*sell-in*) e contribuir para a rotação da categoria Portugal (*sell-out*);
- Apostar na diversificação de mercados, garantindo investimentos mínimos, mas adequados;

- Dotar os Agentes Económicos de informação sobre os mercados e os consumidores. (ViniPortugal, Plano Estratégico Institucional 2019 - 2023, 2017)
3. Objetivos estratégicos de distribuição:
- Alargar a distribuição de vinhos portugueses nos diversos mercados de atuação, trabalhando estrategicamente os seguintes canais de distribuição e *gatekeepers*, e valorizando o desenvolvimento do conhecimento sobre os Vinhos de Portugal. (ViniPortugal, Plano Estratégico Institucional 2019 - 2023, 2017)
4. Objetivos estratégicos de consumidor alvo:
- Estabelecem-se como consumidores alvo, prioritário, os adultos jovens (25-49 anos), com elevado poder de compra, vida ativa, sedentos de novas experiências e com elevado interesse em viagens, convívio, restaurantes, vinho e outras formas de *lifestyle*. Estabelece-se ainda como consumidor alvo estratégico, para ações de posicionamento de marca os consumidores com alto envolvimento com o vinho e os colecionadores, que funcionam como líderes de opinião. (ViniPortugal, Plano Estratégico Institucional 2019 - 2023, 2017)
5. Objetivos estratégicos de *leaders* de opinião alvo:

Como suporte a uma estratégia de valor, estabelece-se como LOP alvo:

- Jornalistas especializados e *bloggers* de alto envolvimento com o *trade* e com o consumidor identificado como alvo, tendo em vista incrementar a notoriedade da marca e credibilizar a oferta;
- Formadores especializados de Escolas e Associações de relevo, visando o incremento do interesse na categoria Portugal;
- Críticos de vinhos generalistas de meios diversificados - televisão, rádio, *on-line* e publicações de *lifestyle* - com vista a gerar vendas junto do consumidor de alto e de baixo envolvimento com a categoria. (ViniPortugal, Plano Estratégico Institucional 2019 - 2023, 2017)

4. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

Este capítulo consiste na especificação da metodologia de investigação, apresentando a sua descrição de modo a que seja possível compreender e interpretar os resultados. É especificado o tipo de pesquisa, as questões de investigação, os objetivos, a população-alvo, a conceção dos instrumentos de recolha de dados e os métodos de análise dos dados.

4.1 Tipo de Investigação

A investigação científica engloba todos os procedimentos para alcançar os objetivos e a obtenção de resultados, procedimentos esses que podem ser categorizadas em diferentes metodologias, de acordo com o objetivo, finalidade e a estrutura (Malhotra & Birks, 2007)

Existem assim diferentes tipos de investigação que se adaptam a vários propósitos, objetivos e procedimentos a utilizar. A escolha da forma mais apropriada, depende, fundamentalmente, da natureza e finalidade do trabalho e da abordagem a usar. (Marconi & Lakatos, 2003)

A classificação da investigação científica pode ser feita quanto à finalidade, à abordagem, aos objetivos e aos procedimentos (Malhotra & Birks, 2007). No que diz respeito à sua **finalidade**, ou seja, o tipo de contribuição que o estudo trará para a ciência, esta pode ser classificada em básica e aplicada. Do ponto de vista da **abordagem** usada, pode ser classificada em qualitativa, quantitativa ou mista quando combina ambas. Quanto aos **objetivos** e conhecimento a produzir, a investigação pode ser exploratória, descritiva e explicativa. No que se refere aos **procedimentos** de recolha de informação, a investigação pode ser bibliográfica, documental, estudo de caso, *ex post facto* e, de campo ou uma combinação de vários (Oliveira, 2011)

No caso concreto do presente estudo, a investigação é:

- Aplicada quanto à finalidade porque produz conhecimento que pode vir a ser aplicado na realidade, ajudando a levantar informação e aprofundar o assunto em estudo;

- Qualitativa no que se refere à abordagem porque não usa técnicas e métodos estatísticos, sendo o investigador a focar-se nas características mais complexas e não-quantificáveis do fenómeno e a atribuir interpretações de natureza subjetiva;
- Exploratória e descritiva quanto aos objetivos a alcançar. Exploratória por não existir muita informação disponível sobre o tema da divulgação do potencial vínico português e ser identificada como um possível objeto de estudo ou problematização que deverá ser alvo de futuras investigações, aproximando a comunidade científica a uma temática não sistematizada. Nesta perspetiva é uma investigação inovadora e pioneira no contexto português. Mas também é descritiva porque o propósito é o de conhecer o potencial vínico que, embora seja muito falado, é muito pouco conhecido e necessita ser analisado e divulgado, o que justifica o enquadramento teórico e a revisão realizada sobre a produção e o mercado do vinho, incluindo a sua história;
- De Campo, bibliográfica e documental do ponto de vista dos procedimentos de recolha de informação. Consiste na colheita de informações primária a partir de trabalho de campo com realização de pequenas entrevistas a produtores, enólogos, críticos e escansões. Algumas abordagens foram feitas pessoalmente, outras via *e-mail* ou via telefónica para prévia verificação da disponibilidade dos mesmos em contribuir para a realização da investigação. Foi ainda baseada em informação secundária oriunda de textos, livros, artigos e demais materiais de carácter científico posteriormente usada no desenvolvimento do tópico estudado, sob diversas formas.

Segundo (Creswell, 2007) a pesquisa qualitativa é interpretativa, ou seja, o investigador analisa a informação de um cenário para identificar temas e categorias e tirar conclusões sobre o seu significado. Para (Greenhalgh & Taylor, 1997), a investigação qualitativa integra o estudo de temas no seu cenário natural, procurando interpretar o seu significado, numa abordagem holística que sustenta a complexidade do comportamento humano. Ou seja, esta é uma abordagem que procura entender um determinado fenómeno, conhecer o entendimento sobre o assunto e explorar as suas potencialidades e preocupações.

Ao contrário da pesquisa descritiva, o assunto analisado na exploratória não é sistematizado. Isso significa que representa uma pesquisa mais inovadora e pioneira. A pesquisa exploratória é útil quando não há muita informação disponível sobre o objeto de estudo, fazendo com que o investigador misture o máximo de referências bibliográficas com

outros métodos, como o da entrevista. Por esse motivo, a pesquisa exploratória é considerada exaustiva e complexa, exigindo um grande esforço por parte do investigador. (Oliveira, 2011)

4.2 Objetivos e Questões de Investigação

Os objetivos da investigação prenderam-se com a necessidade de obter opiniões sobre o atual panorama da vitivinicultura Portuguesa. Duas questões foram feitas a todos os inquiridos: “Quais considera serem as maiores potencialidades da vitivinicultura Portuguesa?” e “Como considera que os vinhos Portugueses devem ser divulgados perante o Mundo?”. Em média, 5 questões foram colocadas, sendo que as restantes foram personalizadas em função do inquirido, tendo em conta a atividade do próprio e/ou por ser um particular defensor de determinada casta, região ou tipo de vinificação.

4.3 Instrumentos de Recolha de Dados

O método de recolha de dados baseou-se na realização de uma lista dos indivíduos a inquirir, procurando posteriormente contactar os já por mim conhecidos, e simultaneamente obter os contactos dos que não conhecia pessoalmente, através de terceiros, redes sociais ou dos próprios contactos disponibilizados na *web*. Todos os inquiridos responderam ao questionário via *e-mail* salvo uma exceção, o mais antigo enólogo Português ainda em atividade: António Saramago. Foi de extrema importância obter o *feedback* de alguém que está no ramo há cerca de 55 anos, alguém que muito já viu passar, altos e baixos da vitivinicultura Portuguesa, melhores e piores momentos da qualidade e notoriedade dos vinhos Portugueses. Deste modo, procurei encontrar-me pessoalmente com o próprio, tendo a entrevista sido feita de uma forma presencial, informal, descontraída, mas muito enriquecedora no que diz respeito às opiniões e conhecimento transmitidos.

4.4 Amostra

A amostra selecionada para a realização deste trabalho foi de conveniência. Baseou-se essencialmente num conjunto de produtores e enólogos que foram considerados relevantes no panorama vitivinícola nacional. Um docente aposentado do Instituto Superior de Agronomia, o professor Virgílio Loureiro, pela sua dedicação ao tema “Vinhos Portugueses” e

profundo conhecimento das castas nacionais, a “provadora preferida da Rainha Isabel II”, e “grande admiradora dos vinhos Portugueses”: Jancis Robinson. Mark Squires, “provador de vinhos Portugueses para o guru da crítica Mundial: Robert Parker” foi outro dos escolhidos para ser questionado sobre a qualidade geral dos nossos vinhos.

No que diz respeito aos produtores e enólogos contactados para o efeito, António Saramago, Pedro Ribeiro, Dirk Niepoort, Duarte Leal da Costa, David Baverstock, Susana Esteban e Domingos Soares Franco, foram os escolhidos para darem um feedback sobre o atual panorama da vitivinicultura Portuguesa, sobre qual consideram ser o caminho para um aumento da notoriedade dos vinhos Portugueses, e ainda sobre algumas questões mais específicas para cada um dos contactados em função da sua atividade, particularidade vínica ou o que levou algum dos anteriores referidos a escolher Portugal para a produção dos seus vinhos.

A preocupação em ter a opinião de pelo menos um escanção, levou a inquirir Gonçalo Patraquim, “*Head sommelier*” no restaurante “Alma”, de Henrique Sá Pessoa, para assim obter a sua opinião sobre o tema, e também procurar obter um *feedback* sobre quais as principais opiniões dos seus clientes (grande parte de nacionalidade estrangeira) no que diz respeito ao conhecimento e à curiosidade pelos vinhos Portugueses. Bento Amaral, diretor dos Serviços Técnicos e de Certificação do IVDP (Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto) foi também abordado pessoalmente no mítico evento vínico “Essência do vinho” no palácio da bolsa na cidade do Porto, onde tive o privilégio de assistir à sua prova explicativa das três sub-regiões do Douro, e onde apalavrámos um posterior contacto para entrevista e melhor esclarecimento da tão mítica e Mundialmente afamada região vitivinícola.

4.5 Métodos de Análise dos Dados

A análise dos resultados baseou-se numa análise de conteúdo e método crítico às respostas obtidas das várias entrevistas realizadas aos CEPE (Críticos, Enólogos, Produtores e Escanções) contactados e que retribuíram com os seus *feedbacks*. Assim, procedi a uma minuciosa leitura e análise de conteúdo de todas as respostas obtidas, onde foram colocadas as perguntas e respostas em ficheiros individuais, e posteriormente foram selecionadas as citações mais relevantes para o tema deste trabalho. Procurei analisar as questões mais

estandardizadas tais como: “Quais são para si as maiores potencialidades da vitivinicultura Portuguesa?” e “Como considera que os vinhos Portugueses devem ser divulgados perante o Mundo?”. Posteriormente procurei fazer uma análise mais específica ao *feedback* de cada um dos inquiridos, sempre tendo em conta a sua atividade específica dentro do Mundo dos vinhos. Para cada uma dos entrevistados foi especificada a sua atividade profissional, o motivo do contacto, e foi feita uma breve descrição da sua atividade profissional, justificando assim a relevância opinativa atribuída aos mesmos.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Realizadas todas as entrevistas a produtores, enólogos, críticos e escanções escolhidos para o efeito, e após uma cuidadosa análise crítica às diversas opiniões, tratará este capítulo de resumir toda essa informação, para assim da melhor forma poder transmitir as opiniões e o *feedback* obtido.

Com alguma curiosidade posso afirmar que todos, e repito, todos os inquiridos referiram o assunto castas autóctones nacionais! Todos consideraram tal fator uma vantagem enológica, muitos fizeram referência ao facto desta poder, e dever ser uma vantagem competitiva. Há que salientar, neste âmbito, as opiniões de duas pessoas cujas críticas aparentam ser muito válidas no seio da crítica internacional: Jancis Robinson afirmou que *“Portuguese varieties are a real asset in today’s international marketplace - a unique asset too”* e quando questionada sobre a sua opinião acerca dos vinhos Portugueses: *“I am very enthusiastic and appreciate very much the indigenous varieties and natural freshness in these wines - both very fashionable at the moment”*, dando a entender que a diversidade varietal em Portugal, bem como a frescura natural dos nossos vinhos estão na “moda vínica”. Opinião muito curiosa e entusiasmante para o efeito do estudo em questão, que não ficou atrás da opinião de Mark Squires, provador oficial dos vinhos Portugueses para o afamado Robert Parker. O mesmo afirma que *“using native grapes gives Portugal an identity”*, o que parece ir ao encontro da estratégia definida pela ViniPortugal, anteriormente referida no capítulo de enquadramento teórico: *“(…)criar uma forte notoriedade da Marca “Wines of Portugal” e do seu posicionamento diferenciador”*, com base no muito ajustado slogan: *“Wines of Portugal – a World of difference”*. Tendo a questão: *“Quais são para si as maiores potencialidades vitivinícolas de Portugal?”* sido colocada a todos os inquiridos salvo um, Dirk Niepoort pela forma como foi realizada a abordagem e respetiva resposta, passo a citar as respostas à pergunta em questão: Bento Amaral – *“Diversidade de castas e o facto de muitas delas serem únicas”*; António Saramago – *“Não podemos parar ou dizer que já está tudo feito, sobretudo com castas que muita gente não conhece, ou que desconhece o seu verdadeiro potencial”*; Gonçalo Patraquim – *“Temos várias castas, regiões, imensos estilos, tudo num país tão pequeno. Os estrangeiros quando nos visitam não querem Merlots nem Sauvignon Blancs. Querem tipicidade!”*; Domingos Soares Franco – *“As quase 260 castas nacionais e com uma imensidão de clones”*; Pedro Ribeiro – *“Temos um grande potencial sobretudo pelas castas autóctones. O que há uns anos*

era uma dificuldade, hoje em dia é uma vantagem competitiva. Notamos uma crescente procura de vinhos mais autênticos e que reproduzam o terroir de origem. Neste sentido as vinhas velhas são também uma mais-valia.”; Virgílio Loureiro – “Imensas potencialidades, não só pela riqueza de castas que temos, mas também pela enorme diversidade ecológica das nossas regiões vitícolas”; David Baverstock – “Temos um património muito grande em castas nacionais – temos uma grande responsabilidade e trabalho pela frente para encontrar castas mais adaptadas para cada região, cada tipo de solo etc., e também castas que podem aguentar anos mais quentes (mudança de clima); Duarte Leal da Costa: “(...)temos uma riqueza enorme em termos de castas, o que nos permite fazer vinhos diferenciadores em relação ao Mundo. Temos por isso um conjunto de clima, solos, regiões DOC, conhecimento e variedade.”; Dirk Niepoort: “(...)mantivemos uma enorme diversidade de castas, mantivemos vinhas velhas, mantivemos traços únicos, uma identidade própria, há que preservar todo este espólio(...)”; Susana Esteban – “A diversidade de castas autóctones espalhadas por todo Portugal, dando múltiplas possibilidades, todas elas interessantes.”.

Ao longo da análise às respostas dos inquiridos algumas citações “saltaram à vista”, evidenciando o nosso potencial, as nossas vantagens competitivas, históricas e qualitativas, onde Mark Squires, na resposta à questão *“What's your opinion about Portuguese wine?”* afirma: *“I think it has improved dramatically since I began covering it in 2006. At this point, it deserves more respect than it gets.”*. Na minha opinião este reconhecimento de evolução da qualidade nos últimos anos é algo de muito, muito positivo. Existirem críticos internacionais como o provador oficial de Robert Parker que conseguem afirmar que estamos, de facto, a evoluir qualitativamente é extremamente motivante para a concretização deste trabalho, e também o deve ser para todos os produtores e comerciantes véricos nacionais. Não há mais que ter receio ou dúvidas sobre a nossa qualidade, ela está a crescer e a ser finalmente reconhecida! Quem o diz também é Jancis Robinson, atribuindo “responsabilidades” a uma *“More skilful winemaking and a recognition of the value of local vine varieties.”* Quando questionada sobre as medidas que considera terem sido responsáveis pela melhoria qualitativa dos nossos néctares, reforçando ainda o tema do anterior parágrafo: castas nacionais!

Inovar com o que já existe, parece um contrassenso, mas não é. A inovação no produto e na marca tem sido imagem de marca de alguns dos produtores nacionais, daí ter procurado contactar alguns dos exemplos que segui mais de perto, tais como Pedro Ribeiro, diretor geral enólogo na Herdade do Rocim, casa por onde passei no corrente ano (2018) pela terceira vez,

depois de 2013 e 2016. Este ano, à chegada à adega, o meu ar foi de surpresa, completamente admirado por ver a zona de expedição como nunca a tinha visto, mais referências, mais engarrafamento e muito mais expedição. Algo mudou na Herdade do Rocim desde a chegada de Pedro Ribeiro, então procurei confirmar a minha suspeita. Seria a inovação no produto? Na marca? A procura de novos mercados? A utilização de métodos de vinificação variados onde essa informação fosse transmitida ao consumidor? Ou seria um pouco de tudo isto...? Assim, inquiri Pedro Ribeiro, e as suas respostas foram uma agradável confirmação. – “A inovação quer na marca quer no produto tem sido uma das suas imagens de marca. Continua a acreditar que esse é o caminho a seguir?” Ao que Pedro Ribeiro responde: “Só pela diferenciação com produtos únicos como os vinhos de talha, a pisa-a-pé e as castas autóctones nos poderemos destacar nos mercados internacionais.” Duarte Leal da Costa, diretor executivo da Ervideira, parece ter vindo a cativar os consumidores nos últimos anos graças aos seus vinhos diferenciadores, uma das questões assentou nesse mesmo tema: “- Os vinhos da Ervideira têm tido bastante sucesso, considera que parte desse sucesso se deve à criação de referências diferenciadoras como o Invisível ou o Conde D'Ervideira Vinho da água?” à qual Duarte responde: “Sem dúvida, a Ervideira tem procurado fazer o que ninguém mais no mundo faz, o que gera a curiosidade do consumidor provar. Ora se este prova e fica satisfeito com o padrão de qualidade, vai ele ser o primeiro veículo de comunicação da novidade e do produto único.”

Avaliadas as nossas potencialidades, o que fazer com elas? António Saramago diz: “A matéria-prima existe, tem é de ser trabalhada, pois hoje em dia temos melhores meios e mais conhecimento, agora temos é de trabalhar!”. Não podia concordar mais, é preciso definir um caminho, ou vários, mas é necessário explorá-los, bem! Nesta ordem de ideias outra questão que foi colocada a praticamente todos os inquiridos foi: “Como acredita que os vinhos Portugueses ser divulgados ao Mundo?”, à qual foram obtidas opiniões muito interessantes sobre o caminho a seguir. Passo a citar: Mark Squires - “*Stick to things that create a unique identity for Portugal. The fortifieds already have that--and they are successful that way. The table wines can be as well.*”; Bento Amaral – “Pela sua diferença, qualidade e personalidade”; Domingos Soares Franco – “Pela sua diversidade, qualidade e preço justo pago ao produtor, por conseguinte mais caros”; Virgílio Loureiro – “Só há uma forma de divulgar o potencial vínico português: deixando de produzir vinho "bom e barato" para supermercados. A diferenciação não é compatível com vinhos de 1 ou 2 € a garrafa ou de bag-in-box. E nisto é que nós somos, infelizmente, "fortes."”; David Baverstock – “A parte difícil. Devemos ser mais unidos e juntar produtores para reduzir custos e promover os vinhos em feiras com mais apoio

de estado e da ViniPortugal.”; Jancis Robinson – “*At the moment there is inconsistency in pricing. A few cult wines seem too expensive while many extremely good wines seem too cheap*”; Susana Esteban – “Como vinhos exclusivos, com castas que só existem em Portugal, e que estão desde há séculos integradas no nosso terroir.”.

Identificadas as verdadeiras potencialidades segundo os CEPE, e após a minuciosa análise aos seus *feedbacks*, para além das muito curiosas opiniões às “perguntas tipo”, outras opiniões foram de extrema relevância. A necessidade de bem divulgar foi evidenciada por alguns, que fizeram referência à qualidade já existem, mas com necessidade em ser divulgada: “não temos um problema de qualidade, o nosso problema é dar a conhecer essa qualidade ao Mundo” – António Saramago. David Baverstock evidencia a qualidade das várias regiões bem como um aspeto fundamental na competitividade, a relação qualidade-preço, e o serviço que podemos proporcionar em prol de uma boa divulgação e que deve funcionar como simbiose com a venda e divulgação de vinho Português, o enoturismo: “Acho que todas as regiões mais importantes têm grandes potencialidades. O Alentejo pelo preço/qualidade, O Douro pelos grandes vinhos e património mundial, Os Verdes por serem vinhos brancos diferentes e únicos, jovem e fresco com Alvarinhos um patamar a cima, Bairrada pela originalidade da casta Baga, e Dão por causa dos vinhos com elegância e finesse. Enoturismo nestas regiões todas vai ajudar a ter mais sucesso.” A simbiose com o enoturismo passa não só por mostrar a nossa beleza regional, mas também com a nossa rica gastronomia e claro, as pessoas! Somos de fato um País feito de boa gente, e embora não o consiga provar bibliograficamente, posso afirmá-lo por experiência própria, e por tantas opiniões que obtive de gente de fora que visitou o País, adorou, e sempre referenciou o como bem se sentiram recebidos pelo povo Lusitano. Dirk Niepoort, quem mais, para fazer referência a esse mesmo aspeto: “Recebendo bem para ou muito bem para mostrar a beleza do país, a gastronomia nossa tanto rústica como afinada, tudo regado com as nossas pingas únicas.” Ainda Pedro Ribeiro, refere que a nossa “carta gastronómica tem um papel de relevo na divulgação dos nossos vinhos: “(...)A ligação e parceria com a nossa gastronomia e *chefs* têm aqui também um papel muito importante.” A opinião de um escanção, Gonçalo Patraquim (digo de passagem ser o melhor que conheço), *Head sommelier* no restaurante Estrela Michelin “Alma”, de Henrique Sá Pessoa, aquando da questão: “Dos nossos vinhos e da nossa gastronomia, é possível criar, tal como tu fazes, combinações fantásticas, às quais eu gosto de chamar "Experiências Enogastronómicas Portuguesas". Achas que um dos caminhos para a divulgação do nosso potencial vínico pode passar pela simbiose entre os nossos fantásticos vinhos com a nossa rica gastronomia?”

responde: “O que eu faço são simples harmonizações como qualquer escanção faz. No nosso caso, em Portugal, temos o trabalho simplificado por largos anos de conhecimento popular que foi desenvolvendo os pratos e os vinhos lado a lado e que, eles próprios, criaram as suas harmonizações. Por exemplo: No Alentejo o ensopado de borrego harmoniza maravilhosamente com um tinto tipicamente alentejano; na Mealhada, o espumante com o Leitão, e tantos outros. Claro que pode não ser assim tão simples mas se conseguirmos dar um "sentido de local" ou de "regionalismo" à harmonização, melhor. Aliar a gastronomia ao vinho é sempre um excelente caminho. Temos ambos de grande qualidade.”

É necessário “Levar a nossa bandeira pelo mundo fora, cativando o mundo a vir conhecer o que temos” – Dirk Niepoort; “não temos um problema de qualidade, o nosso problema é dar a conhecer essa qualidade (...) a divulgação é a única coisa que nos falta fazer, pois estamos ao nível do melhor que se faz no Mundo!” – António Saramago.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 Conclusões

Com o avançar da pesquisa bibliográfica e documental ao longo da investigação realizada, agradáveis surpresas foram surgindo. Talvez a maior tenha sido a de ter descoberto que de facto, somos um país ainda mais completo, mais diverso e mais rico em termos vitivinícolas do que alguma vez imaginei. Todo o trabalho de investigação realizado ao longo da concretização desta dissertação foi de grande utilidade para a mesma. Ter opiniões tão validadas como as de Jancis Robinson e Mark Squires foi um objetivo estabelecido desde cedo, desafiante, mas muito compensatório por entender que promoveram a credibilidade e validade do trabalho, e que teve também como objetivo compreender se de facto as opiniões destes tão afamados críticos internacionais iam ao encontro à dos produtores e enólogos nacionais.

Se desde que entrei para o ramo o fascínio que sempre senti por toda esta riqueza e diversidade existiu, posso neste momento afirmar que se multiplicou, bastante! A motivação para divulgar este potencial, e esta inigualável história vínica tornou-se ainda maior ao compreender a nossa riqueza, e perceber que, de facto, o Mundo (com opinião baseada em Jancis Robinson e Mark Squires) as aprecia!

A tipicidade vínica e a imensa diversidade de estilos de vinhos que Portugal consegue proporcionar ao Mundo parece ser uma ferramenta poderosa de atração ao consumidor mais curioso, que como diz Jancis Robinson: *“Portuguese varieties are a real asset in today’s international marketplace - a unique asset too”*. *“Colocar as pessoas a beber história”*, como disse Sandra Gonçalves acerca do tema da presente dissertação, é algo que sinto fazer bastante sentido, dado o potencial, e por profundamente acreditar que será uma ferramenta de divulgação bastante eficaz. Não o pude comprovar pessoalmente, mas como descrito em seguida no subcapítulo 6.3 – desenvolvimentos futuros, assim o espero vir a fazer.

As opiniões parecem convergir, numa quase unanimidade de noções sobre o caminho a seguir, que de um modo geral assenta na ideia de criar uma identidade única, diferente de tudo “aquilo” que pode ser feito por este Mundo fora. Se maquinarias e tecnologias podem ser adquiridas pelo Novo Mundo ou por quem tenha maior capacidade de investimento, história, tradição, castas autóctones e adaptadas ao clima, métodos de vinificação tão variados como os nossos, regiões com tanta variabilidade, e o saber empírico das gentes que tratam videiras

como sendo seus filhos não o podem, e é aí que parece estar o verdadeiro potencial, e o que nos fará prosperar!

6.2 Limitações do Estudo

Para a realização deste estudo a limitação mais notória foi a disponibilidade que os indivíduos abordados para responderem a sucintas questões manifestaram. Ainda assim, foi uma agradável surpresa ver que muitos mais foram os que se prontificaram a ajudar na realização desta tese, alguns tendo mesmo agradecido a concretização deste trabalho, alegando ser de interesse comum para a comunidade vínica nacional e para o País em geral. Outra das limitações foi o facto de não ter tido a oportunidade de colocar em prática os métodos divulgativos que sugiro e nos quais acredito poderem vir a ter um efeito positivo no aumento da notoriedade dos vinhos Portugueses, os quais passarei a enumerar com mais detalhe no ponto seguinte, desenvolvimentos futuros.

6.3 Desenvolvimentos Futuros

Muitas são as possibilidades de então agora poder vir a dar continuidade a este trabalho, numa perspetiva de poder vir a efetivamente contribuir para a divulgação internacional do potencial vínico Português com respectivo aumento de notoriedade. Se a paixão por este País, pelas suas regiões, pelas suas gentes e pelos seus néctares já existe inaptamente desde que por mim foi descoberto o produto vinho, a realização desta tese assim a potenciou, aumentando o “apetite” por querer saber mais, e transmitir ainda mais e melhor aquilo que é o nosso verdadeiro potencial, ENORME!

Num futuro próximo acredito poder vir a concretizar provas e demonstrações vínicas das várias regiões pelas quais o País é composto, e em que a soma das partes forma um todo fantástico, no qual acredito cada vez mais. Assim, poder vir a realizar provas de regiões específicas, como são as por mim mais conhecidas e acarinhadas (Alentejo, Península de Setúbal e Douro), ou demonstrações para a divulgação do potencial vínico Português em geral.

No decorrer da realização deste trabalho, e com o objetivo de encontrar uma sigla que indicasse produtores enólogos e críticos, surgiu a CEP (Críticos, Enólogos e Produtores), posteriormente, e por parecer fazer um muito curioso sentido lógico, surgiu a **CEPA do vinho** (Críticos, Enólogos e Produtores Amantes do vinho). Assim, fica em aberto a possibilidade de

ciar uma entidade que reúna, discuta e apresente soluções em consecutivas sessões de *brainstorming* com vista à apresentação de soluções, constatações de novas realidades, novas tendências, novos mercados, e permanente atualização sobre este Mundo tão dinâmico que é o Mundo dos vinhos.

À data em que escrevo (25/09/18) surgiu uma nova possibilidade, muito interessante, até motivante para a conclusão da presente dissertação: na 56ª festa das vindimas de Palmela, no presente ano de 2018, participei num concurso com uma antiga colega e amiga vínica, Catarina Ribeiro. Amílcar Malhó, diretor do Jornal dos Sabores, abordou-me no sentido de vir a escrever um artigo, ou pequenas publicações relacionadas com o tema da presente dissertação. A sinergia foi instantânea, o entusiasmo também, e o acordo concretizado para que imediatamente após a entrega desta dissertação se dê início ao desenvolvimento de material publicável no seu Jornal.

7. BIBLIOGRAFIA

Afonso, J. (2015). *Curso de vinho para verdadeiros apreciadores*. Lisboa: A Esfera dos Livros.

AGROGES. *Plano estratégico para a internacionalização do setor dos vinhos de Portugal*.

Anuário IVV. (Janeiro de 2016). Anuário 2016. *Vinhos e Aguardentes de Portugal*, pp. 93-241.

Anuário IVV. (2017). *Vinhos e aguardentes de Portugal*.

Canal História. (16 de Junho de 2017). *Canal História*. Obtido em 7 de Maio de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=dDnhD5qircY>

CARDOSO, M. (17 de Abril de 2017). *expresso.sapo.pt*. Obtido de [expresso.sapo.pt](https://expresso.sapo.pt/economia/2017-04-17-Portugal-e-o-lider-mundial-no-consumo-de-vinho-per-capita#gs.GGeWCOE): <https://expresso.sapo.pt/economia/2017-04-17-Portugal-e-o-lider-mundial-no-consumo-de-vinho-per-capita#gs.GGeWCOE>

Comissão Vitivinícola Regional dos Açores. (2018). Obtido em 12 de Maio de 2018, de <https://www.azoreanwines.com/>

Creswell. (2007). *Qualitative inquiry and Research Design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage.

CVRA. (2018). <http://vinhodetalha.vinhosdoalentejo.pt/>. Obtido em 14 de Maio de 2018, de <http://vinhodetalha.vinhosdoalentejo.pt/>

CVRDAO. (2018). *A região do Dão*.

CVRPS. (2018). Obtido em 3 de Abril de 2018, de Comissão vitivinícola Regional da Península de Setúbal:

http://www.vinhosdapeninsuladesetubal.pt/cvrps/Peninsula_Historia.aspx

CVRVV. (2018). Obtido em 14 de Junho de 2018, de <http://www.vinhoverde.pt/>

Gonçalves, F. E. (1984). *Portugal País Vinícola*. Lisboa: Editora Portuguesa de Livros Técnicos e Científicos.

Greenhalgh & Taylor. (1997). *How to read a paper: papers that go beyond numbers*. *Business Management Journal*.

Malhotra & Birks. (2007). *Marketing Research: An Applied Approach*. Prentice Hall. *Financial Times*.

Marconi & Lakatos. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas.

Oliveira. (2011). Metodologia Científica: um Manual para a Realização de Pesquisas em Administração, UFG.

Pinto, S. (17 de Outubro de 2017). *Visão.sapo.pt*. Obtido em 19 de Maio de 2018, de <http://visao.sapo.pt/actualidade/visaose7e/comer-e-beber/2017-10-17-Na-talha-se-faz-o-vinho>

Rota dos vinhos de Portugal. (2018). *Rota dos vinhos de Portugal*. Obtido em 11 de Maio de 2018, de <http://rotadosvinhosdeportugal.pt/rotas/dao/>

Rothbaum, N. (23 de Fevereiro de 2018). Obtido em 17 de Abril de 2018, de The daily best: <https://www.thedailybeast.com/americas-love-affair-with-madeira-wine>

Vinepair. (2 de Julho de 2014). Obtido em 10 de Maio de 2018, de Vinepair: <https://vinepair.com/wine-blog/madeira-toast-4th-july-like-founding-fathers/>

Vinho dos Mortos, Sítio web. (2017). Obtido em 6 de Maio de 2018, de <http://www.vinhodosmortos.com/pt/hist%C3%B3ria.html>

ViniPortugal. (2018). *Challenge your senses, enjoy the unique Wines of Portugal*. Lisboa.

ViniPortugal. (s.d.). *História*. Obtido em 23 de Julho de 2018, de <http://www.Winesofportugal.info>:

<http://www.winesofportugal.info/pagina.php?codNode=18094>

ViniPortugal. (2017). *Plano Estratégico Institucional 2019 - 2023*. Lisboa.

ViniPortugal. (s.d.). *Regiões Produtoras de Portugal*. Obtido em 15 de Julho de 2018, de [winesofportugal.com: http://www.winesofportugal.com/br/vinhos-e-turismo/wine-regions/](http://www.winesofportugal.com/br/vinhos-e-turismo/wine-regions/)

ViniPortugal. (2018). *Relatório de Gestão do Exercício*. Associação Interprofissional para a promoção dos vinhos Portugueses.

ANEXOS

Entrevista 1- À conversa com o mais antigo enólogo Português em atividade: António Saramago

António Saramago começou a trabalhar quando era pouco mais que uma criança. Natural de Azeitão, o pai era adegueiro e encarregado da José Maria da Fonseca. Quando António tinha 13 anos foi para a JMF aprender o ofício e, desde cedo, foi notado pela dedicação e profissionalismo. Os seus vinhos são muito intencionais, percebe-se que as convicções não são abaladas por tendências e por modas. Com orgulho num percurso e numa evolução que faz do seu nome um legado na história do vinho Português. (Lourenço, 2018)

“Não se pense que é tímido ou que recusa partilhar as experiências que foi colecionando ao longo de uma vida de mais de 50 anos de enologia”. De facto, concordo plenamente com a afirmação publicada na revista de vinhos sobre este grande “homem vínico”. “De conversa fácil, frontalidade que todos lhe reconhecem e simplicidade cativante”. Sem dúvida absolutamente nenhuma! Foi o que senti aquando da honra que foi poder partilhar algum tempo (cerca de duas horas) com este grande homem da vitivinicultura nacional, ao qual deixo o maior agradecimento pela disponibilidade desde sempre demonstrada em ajudar na realização desta tese.

A conversa iniciou-se pelo tema à qual a mesma teve razão de existir: “Divulgação Internacional do Potencial Vínico Português”, e rapidamente se transformou numa tertúlia, com a partilha não só da sua opinião sobre o tema, mas também da longa e diversa experiência enquanto produtor e provador “de alguns dos melhores vinhos do Mundo”.

Quanto aos néctares lusos afirma: “não temos um problema de qualidade, o nosso problema é dar a conhecer essa qualidade ao Mundo”. Foi também referenciada a necessidade de enfatizar a nossa história e tradição vínica: “Temos uma coisa que muito poucos têm, que é a tradição no Mundo dos vinhos”. No que diz respeito à qualidade do que produz, diz não conseguir “vender gato por lebre”, onde de um lote produzido, caso o resultado não seja o esperado, o vinho simplesmente “não é engarrafado com o seu nome”.

Aquando do assunto castas autóctones nacionais, enfatizado por todos os produtores, enólogos e críticos questionados, António Saramago afirma que “não podemos parar ou dizer que já está tudo feito, sobretudo com castas que muita gente não conhece, ou que desconhece o seu verdadeiro potencial”; “A matéria-prima existe, tem é de ser trabalhada, pois hoje em dia temos melhores meios e mais conhecimento, agora temos é de trabalhar!”

Em jeito de comparação com os nossos vizinhos do Velho Mundo, considera que pela comunidade vínica internacional “prioritariamente é dado o valor a Países como França, Itália, Espanha, e só depois a Portugal, quando temos vinhos tão bons e muitos deles melhores que

os anteriores Países, a preços bem mais competitivos”, concluindo que tal fator nos remete para uma subvalorização da qualidade-preço dos nossos vinhos.

Este trabalho consiste nesse mesmo objetivo, o de contribuir para uma tendência de aumento de notoriedade, com vista a um preço mais justo pela qualidade com que produzimos os nossos néctares, pois tal como diz António Saramago: “Qualidade temos, a divulgação é a única coisa que nos falta fazer, pois estamos ao nível do melhor que se faz no Mundo!”

Entrevista 2 – Jancis Robinson

Identificação do inquirido

Nome: Jancis Robinson

Atividade Profissional: Crítica, jornalista e escritora de vinhos

Motivo do contacto: A motivação para a obtenção da opinião de Jancis surgiu após a revista de vinhos ter lançado um desafio a Jancis: apresentar os 10 vinhos Portugueses que mais a marcaram na última década, e a partilhar as perspetivas que encontra para os vinhos do nosso País no Futuro.

Breve descrição: Descrita pela revista de vinhos como sendo “a provadora preferida da Rainha Isabel II”, e “grande admiradora dos vinhos Portugueses”, Jancis Robinson é uma das mais afamadas críticas de vinho a nível Mundial. Jancis Robinson posicionou os vinhos tintos portugueses de 1999 a 2012 na primeira posição mundial em termos de pontuações médias gerais, conforme artigo escrito no conceituado “Financial Times”.

- What's your opinion about Portuguese wine?

I am very enthusiastic and appreciate very much the indigenous varieties and natural freshness in these wines - both very fashionable at the moment

- Wich measures/changes do you think that have contributed the most for the improvement on the general quality of the Portuguese wines in past few years?

More skilful winemaking and a recognition of the value of local vine varieties.

- Portugal is a country with lot of native varieties. Do you consider that that fact could/should be used has a comercial advantage? considering that might be easier to sell Cabernet, Chardonnay etc...

No! Portuguese varieties are a real asset in today's international marketplace - a unique asset too

- Wich native varieties do you know the best, and wich do you consider to be more likely to have international sale sucess?

You have so many! I think you should retain a range, though I have long been a fan of Arinto.

- How do you think Portuguese wines should be communicated to the world?

At the moment there is inconsistency in pricing. A few cult wines seem too expensive while many extremely good wines seem too cheap.

Entrevista 3- Mark Squires

Identificação do inquirido

Nome: Mark Squires

Atividade Profissional: Crítico internacional de vinhos para o Robert Parker

Motivo do contacto: Provedor de vinhos Portugueses para o que é por muitos considerado o Guru da crítica Mundial, Robert Parker.

Breve descrição: Em palavras do próprio: “Comecei como um semiamador, em 1995-96. Hoje teria sido um bloguista, porque comecei com um sítio na Internet (que é um dos blogues mais antigos). Antes, no final dos anos 80, trabalhei com Robert Parker no “*Prodigy Wine Service*” (ele era o especialista em vinhos). Depois dessa experiência quis continuar a escrever sobre vinhos, por isso criei o meu blogue. Entretanto, Robert Parker criou também um *website* e convidou-me.”

- What's your opinion about Portuguese wine?

I think it has improved dramatically since I began covering it in 2006. At this point, it deserves more respect than it gets.

- Wich measures/changes do you think that have contributed the most for the improvement on the general quality of the Portuguese wines in past few years?

I think more people focus on finesse. A good example, among many, is Wine & Soul. They aren't interested in making table wines that are Port. In addition, we get more attention paid to the whites, which are increasingly impressive. I've been saying that for awhile.

- Portugal is a country with lot of native varieties. Do you consider that that fact could/should be used has a comercial advantage? considering that might be easier to sell Cabernet, Chardonnay etc...

This is an old question that I've addressed many times. I think using native grapes gives Portugal an identity. When the wine world is as crowded as it is, it is hard to find a way to stand out. It may initially be easier to start with Cabernet, but you'll keep more customers if you stay with things like Touriga Nacional, where there isn't much competition.

- Wich native varieties do you know the best, and wich do you consider to be more likely to have international sale sucess?

Touriga Nacional is by far the most familiar. I think Alfrocheiro is a grape that's easy to sell. Baga is coming on strong. In whites, I'm a big fan of Arinto.

- How do you think Portuguese wines should be comunicated to the world?

I think this is the same answer as alluded to earlier. Stick to things that create a unique identity for Portugal. The fortifieds already have that--and they are successful that way. The table wines can be as well.

Entrevista 4 – Dirk Niepoort

Identificação do inquirido

Nome: Dirk Niepoort

Atividade Profissional: Produtor e consultor

Motivo do contacto: Produz em prol da qualidade com um profundo conhecimento do Mundo Vínico Internacional. É conhecido como um dos embaixadores do vinho Português.

Breve descrição: Um homem irreverente, sem medo de arriscar, humano, à frente de uma empresa estabelecida em 1842, a qual segue de gerações a comercializar bom vinho e onde Dirk fez crescer o nome Niepoort. Visionário, assim ditou o seu olhar para o futuro e perceber que o Douro um dia iria ser muito mais que Vinho do Porto, que iria ser região de grandes vinhos de mesa com qualidade reconhecida Internacionalmente. Dão, Bairrada e Vinhos Verdes não escaparam à busca pelos vinhos de excelência. Foi um prazer conversar com este senhor, assim tenho de confessar que foi mais que um breve momento, foi dos tais que duram e perduram. Dirk, é o Dirk, não há outro igual ou parecido, a sua identidade é própria, e a sua entrevista também o foi.

Acima de tudo temos que acreditar

Não ser arrogantes nem prepotentes e pensar que somos os melhores do mundo

Ter a consciência do que somos

Fazer cada vez melhor respeitando o que é nosso

Portugal esteve isolado durante muito muito tempo

Empobrecemos dramaticamente

No entanto há males que vêm por bem

Ficámos parados no tempo o que resultou não fazer grandes mudanças como a maior parte do resto da europa

Mantivemos boas tradições (e algumas más)

Mantivemos uma enorme diversidade de castas

Mantivemos vinhas velhas

Mantivemos traços únicos

Uma identidade própria

Há que preservar todo este espólio

Combinando um saber empírico muito rico com o moderno saber estudado

Há que respeitar os velhinhos ajudando os novos

Levar a nossa bandeira pelo mundo fora
Cativando o mundo a vir conhecer o que temos
Recebendo bem para ou muito bem para mostrar a beleza do país, a gastronomia nossa
tanto rústica como afinada, tudo regado com as nossas pingas únicas.

Entrevista 5 – Susana Esteban

Identificação do inquirido

Nome: Susana Esteban

Atividade Profissional: Enóloga produtora e consultora

Motivo do contacto: Eleita enóloga do ano pela revista de vinhos, em 2012 (única mulher a quem foi atribuído este título), de origem Espanhola, mudou-se para Portugal para explorar terras Durienses e para por fim se instalar nas terras do Norte do Alentejo, depois de uma “PROCURA” muito dedicada pelas vinhas com o potencial por si ambicionado. À data em que escrevo (11/09/2018) encontro-me em Mora, a realizar a minha segunda vindima com a Susana Esteban, e o motivo pelo qual vim, e voltei, foi precisamente a qualidade dos vinhos que aqui são produzidos.

Breve descrição: Susana Esteban nasceu em Tui, Espanha. É licenciada em Ciências Químicas pela Universidade de Santiago de Compostela e Mestre em Viticultura e Enologia pela Universidade de La Rioja. Começou a sua trajetória como enóloga em 1999, na Quinta do Côtto, tendo trabalhado posteriormente como enóloga na Quinta do Crasto entre os anos 2002 e 2007. Ambas as quintas situam-se no Douro. Tem trabalhado desde a vindima de 2007 como consultora em diferentes produtores do Alentejo, nomeadamente Tiago Cabaço Wines, Herdade do Barrocal, Monte dos Cabaços e Monte da Raposinha.

- A referência "Procura", por si já dita muito do início da sua história na produção de vinhos no Alentejo. O que a levou a instalar-se na região? Que potencial aí encontrou?

A possibilidade de fazer vinhos de grande qualidade com castas unicamente portuguesas.

- Quais são para si as maiores potencialidades vitivinícolas de Portugal?

A diversidade de castas autóctones espalhadas por todo Portugal, dando múltiplas possibilidades, todas elas interessantes.

- Que mercados tem identificados como sendo de maior sucesso para a venda dos seus vinhos, e que motivos considera "responsáveis" por esse sucesso?

Portugal, USA, Brasil, e UK. O sucesso vem da diferenciação, que começa no estilo dos vinhos, e é transmitida também com uma imagem diferenciadora.

- Considera que há espaço para um aumento ainda maior da notoriedade dos vinhos Portugueses?

Não tenho dúvidas, estamos no início.

- No seu entender, como devem os vinhos Portugueses ser divulgados ao Mundo?

Como vinhos exclusivos, com castas que só existem em Portugal, e que estão desde há séculos integradas no nosso terroir.

Entrevista 6 – David Baverstock

Identificação do inquirido

Nome: David Baverstock

Atividade Profissional: Enólogo da Herdade do Esporão

Motivo do contacto: Australiano que se mudou para Portugal onde foi o “Engenheiro” de uma das mais icónicas referências de vinho nacionais: Monte Velho. Surgiu o interesse em perceber o que atraiu este grande enólogo, esta grande pessoa, a mudar-se para Portugal

Breve descrição: David Baverstock tem dupla nacionalidade Australiano e Português. Após os estudos (1978), viajou para a Europa e fez vindimas na Alemanha e França. Voltou à Austrália onde trabalhou em *Barossa Valley* para a firma *Saltram* como enólogo durante 2 anos. Veio para Portugal em 1982 tendo trabalhado como enólogo nas Caves Aliança, C Vinhas, Croft, Grupo Symington, tendo finalmente mudado para o Esporão em 1992, no Alentejo. Entretanto como enólogo consultor começou o projeto Quinta de La Rosa em 1990, Quinta do Crasto em 1994, Fojo em 1996, Adega de Cantor (1998 até hoje) no Algarve, e Azamor em 2004.

- Quando decidiu mudar-se para Portugal, o que mais o atraiu? O potencial vínico? As pessoas? A gastronomia? A soma das partes?

Decidi após uma visita de férias, encontrei a minha futura mulher (na praia!), e de facto foi a soma das partes, gostei dos vinhos, da comida, e obviamente das pessoas!

- Quais são para si as maiores potencialidades vitivinícolas do País?

Acho que todas as regiões mais importantes têm grandes potencialidades. O Alentejo pelo preço/qualidade, O Douro pelos grandes vinhos e património mundial, Os Verdes por serem vinhos brancos diferentes e únicos, jovem e fresco com Alvarinhos um patamar a cima, Bairrada pela originalidade da casta Baga, e Dão por causa dos vinhos com elegância e finesse. Enoturismo nestas regiões todas vai ajudar a ter mais sucesso.

- Olhando para o David como um grande exemplo do que pode ser uma simbiose entre o novo e o velho Mundo, considera que se devem proporcionar mais deste tipo de interações? Se sim, de que forma devem ser feitas?

Claro que sim, a interação dos enólogos para participar nas vindimas já existe, tal como os estudos em universidades estrangeiros com cursos de enologia.

- Numa perspetiva de relação qualidade-preço, considera existir espaço para a colocação dos vinhos Portugueses no mercado Internacional?

Eu considero todos os vinhos de Portugal como tendo boa relação qualidade/preço. Desde os vinhos de Lisboa ou Tejo e Alentejo que são geralmente com preços mais baixos, até os vinhos caros do Douro, mesmo assim acho que eles ofereceram grande valor.

- Sente que parte do potencial vitivinícola está ainda por explorar? Que há mais e melhor que conseguimos fazer pelos vinhos Portugueses?

Temos um património muito grande em castas nacionais – temos uma grande responsabilidade e trabalho pela frente para encontrar castas mais adaptadas para cada região, cada tipo de solo etc., e também castas que podem aguentar anos mais quentes (mudança de clima)

- Na sua opinião, como deve Portugal divulgar esse potencial perante o Mundo?

A parte difícil. Devemos ser mais unidos e juntar produtores para reduzir custos e promover os vinhos em feiras com mais apoio de estado e da ViniPortugal.

Identificação do inquirido

Nome: Duarte Leal da Costa

Atividade Profissional: Diretor Executivo da Ervideira

Motivo do contacto: Sucesso em vendas nos últimos anos, inovação no produto e na marca

Breve descrição: Os vinhos da Ervideira, há muito que são debatidos. Invisível, a referência que muito suscitou a curiosidade do consumidor minimamente atento, o Vinho da Água que pôs o Alentejo e o País a falar dos vinhos da Ervideira, algumas condecorações dignas de reconhecimento Internacional, levaram a procurar obter feedback deste produtor com um sucesso crescente nos últimos anos.

- Quais são para si as grandes potencialidades da vitivinicultura Portuguesa?

A Vinha é uma cultura bem adaptada ao clima de Portugal, assim como os Portugueses são conhecedores de boas técnicas da cultura. Por outro lado temos uma riqueza enorme em termos de castas, o que nos permite fazer vinhos diferenciadores em relação ao Mundo. Temos por isso um conjunto de clima, solos, regiões DOC, conhecimento e variedade.

- De que modo considera que os vinhos Portugueses devem ser promovidos perante o Mundo?

Os vinhos Portugueses devem ser promovidos como vinhos únicos, diferenciadores, (todo o mundo tem *Syrah, Cabernet, Merlot, Pinot, ...*Nós somos os grandes mestres do “assemblage”, facto que o Mundo não consegue ser.

- Os vinhos da Ervideira têm tido bastante sucesso, considera que parte desse sucesso se deve à criação de referências diferenciadoras como o Invisível ou o Conde D'Ervideira Vinho da água?

Sem dúvida, a Ervideira tem procurado fazer o que ninguém mais no mundo faz, o que gera a curiosidade do consumidor provar. Ora se este prova e fica satisfeito com o padrão de qualidade, vai ele ser o primeiro veículo de comunicação da novidade e do produto único.

- Que importância atribui à inovação, quer no produto quer na marca, para um bom sucesso de vendas?

Importância total. Todo o mundo tem um bom branco e um bom tinto, isso é fácil de encontrar e por isso vinho é quase uma “comodity”, mas produtos inovadores, não só dão muito prazer a quem os faz como originam vendas, com mais-valia no reconhecimento por parte do consumidor, e isso reflete-se no preço final do vinho.

- Que mercados tem conseguido conquistar melhor/com mais facilidade?

Portugal (em primeiro lugar, claro), Europa Central, Brasil e China

- O Alentejo está neste momento num crescente e notável aumento de notoriedade. Crê que há margem para aumentar essa notoriedade perante o Mundo? Se sim, como considera que esse caminho deve ser percorrido?

Existem dois caminhos diferentes, o do preço com enormes volumes, ou o da qualidade, caminho que dá muito mais trabalho, pois não basta afirmar que se tem vinhos de qualidade, é necessário dar muito a provar assim como provar essa diferente qualidade. Este caminho é bem mais difícil, mas é o caminho que tem resultados futuros consistentes. No fundo este caminho é o de construir “*Branding*”. Existe aqui muito espaço no mundo para percorrer, (mas é duro e caro!!!).

Entrevista 8 – Pedro Ribeiro

Identificação do inquirido

Nome: Pedro Ribeiro

Atividade Profissional: Diretor geral e Enólogo na Herdade do Rocim

Motivo do contacto: Carreira como enólogo (9 anos na Herdade dos Grous) e sucesso conseguido no crescimento da Herdade do Rocim.

Breve descrição: Com os meus próprios olhos, observei o que cresceu a Herdade do Rocim desde 2013, ano da minha primeira vindima em adega. À Herdade, voltei em 2016 para mais uma vindima, e já no presente ano de 2018 para uma ajuda na formação de lotes, filtrações e engarrafamento. Durante cada uma das três passagens pela Herdade do Rocim, vi a adega de maneira diferente, sempre para melhor! Mais referências, mais engarrafamento, mais vendas! Este foi o motivo principal pelo qual pretendi contactar Pedro Ribeiro, mas confesso, também uma certa afinidade e cumplicidade com o enólogo que me deu a primeira oportunidade, e que em muito ajudou a que eu pudesse ter experiências internacionais na Austrália, e posteriormente na Nova Zelândia. O meu obrigado por tudo!

- Nos últimos anos tem tido bastante sucesso no que toca às vendas dos seus vinhos.

Que mercados tem conseguido conquistar melhor/com mais facilidade?

Suíça, EUA, Brasil, Alemanha, Holanda, Coreia do Sul e Japão.

- Que diferenças sente entre esses mercados no que diz respeito à notoriedade do vinho Português?

Todos eles são mercados muito distintos sendo que nos Europeus e Brasil a notoriedade do vinho Português têm já um caminho mais consolidado. EUA e países Asiáticos há um potencial enorme mas também um longo caminho a percorrer. Uma linha comum dos mercados mencionados é a sofisticação do consumidor e a procura de produtos diferenciados e menos massificados.

- Quais são para si as grandes potencialidades da nossa vitivinicultura?

Temos um grande potencial sobretudo pelas castas autóctones. O que há uns anos era uma dificuldade, hoje em dia é uma vantagem competitiva. Notamos uma crescente procura de vinhos mais autênticos e que reproduzam o terroir de origem. Neste sentido as vinhas velhas são também uma mais-valia.

- Considera que há espaço para um aumento ainda maior da notoriedade dos vinhos Portugueses? Se sim, como considera que esse trabalho deve ser feito?

Penso que estamos apenas no início da notoriedade dos vinhos Portugueses. Tem de existir um trabalho de maior promoção sobretudo nos produtos de maior diferenciação como os vinhos de talha, pisa-a-pé,... A promoção e comunicação das nossas castas de uma forma mais clara é fundamental para o desenvolvimento da marca Portugal. A ligação e parceria com a nossa gastronomia e *chefs* têm aqui também um papel muito importante.

- A inovação quer na marca quer no produto tem sido uma das suas imagens de marca. Continua a acreditar que esse é o caminho a seguir?

Só pela diferenciação com produtos únicos como os vinhos de talha, a pisa-a-pé e as castas autóctones nos poderemos destacar nos mercados internacionais.

- De que forma tem conseguido ajustar os seus vinhos a cada um dos mercados que tem procurado atingir?

Construímos uma linha de entrada produzida de forma a agradar o maior número de consumidores nos 29 mercados para onde exportamos. Depois temos produtos específicos que se adaptam melhor a cada um deles.

Entrevista 9 – Virgílio Loureiro

Identificação do inquirido

Nome: Virgílio Loureiro

Atividade Profissional: Docente aposentado do Instituto Superior de Agronomia, enólogo e autor de vários livros e artigos científicos relacionados com o vinho.

Motivo do contacto: Grande conhecedor das castas autóctones Portuguesas, bom entendedor das regiões vitivinícolas nacionais.

Breve descrição: O contacto com o professor Virgílio Loureiro surgiu através das redes sociais, numa altura em que pesquisava sobre os verdadeiros entendidos da vitivinicultura nacional. Eis que surge o nome do professor Virgílio Loureiro, que me suscitou interesse de obter feedback devido à investigação relacionada com o material vegetal vitícola Português bem como o seu potencial enológico

- Quais são para si as verdadeiras potencialidades da vitivinicultura Portuguesa?

Considero que a nossa vitivinicultura tem imensas potencialidades, não só pela riqueza de castas que temos, mas também pela enorme diversidade ecológica das nossas regiões vitícolas. É um mosaico extremamente rico, que permite produzir praticamente todos os estilos de vinho possíveis. Infelizmente, a nossa realidade mostra que os produtores e enólogos não estão a aproveitar esse potencial, pois o número de castas internacionais plantadas em Portugal continua a aumentar - descaracterizando cada vez mais o nosso encepamento - e entre as castas portuguesas aposta-se quase sempre nas mesmas. Constato, com bastante decepção, que a maioria das Denominações de Origem portuguesas (há honrosas exceções) não aposta na sua originalidade, pouco fazendo para promover as castas históricas de cada região

- O arranque de vinhas velhas tem sido polémico. Qual a sua opinião sobre este tema?

Não sei se o arranque tem sido polémico, pois são pouquíssimas as vozes que se opõem a ele. Nos últimos 25 anos a maior parte das vinhas antigas já foi arrancada, constatando-se um verdadeiro crime de lesa-património. E o mais grave é que o arranque era incentivado pelos técnicos do Ministério da Agricultura, que queriam mostrar trabalho

(aplicação dos fundos de Bruxelas). Não sou fundamentalista ao ponto de referir que era preciso manter todas as vinhas velhas, mas teria de haver uma estratégia que preservasse as melhores e as que tivessem maior diversidade genética. Ainda hoje está por fazer o levantamento das vinhas centenárias do Douro e das principais regiões vitícolas portuguesas. Isso é a prova que a tutela não se interessa minimamente pelo tema

- O professor tem estudado inúmeras castas nacionais, identificando, pelo que tenho acompanhado do seu trabalho, algumas com claro potencial enológico. Que castas tem identificado com mais potencial, e em termos de viticultura quais acredita que poderiam fazer mais sentido apostar face às alterações climáticas verificadas e previstas?

A resposta a esta pergunta não é fácil nem, certamente, consensual, pois com a experiência que adquiri ao cabo de 50 vindimas assumo que "todas as castas são boas". O problema é que muitas vezes não entendemos as que dizemos que "não prestam" ou insistimos em fazer certo tipo de vinhos que não se adequam às características da casta. Dou um exemplo: a Moreto é considerada uma casta "má" na margem direita do Guadiana e talvez a melhor na margem esquerda do mesmo rio (tenho bastante experiência com ela e subscrevo esta ideia). Só consegui perceber a razão quando constatei que a casta sofre muito com a enxertia (obrigatória na margem direita) e é excelente em pé-franco (muito frequente na margem esquerda).

Entre as castas "raras" que tenho estudado procuro sempre associá-las à sua tradição histórica nas regiões vitícolas de origem. Assim, na Beira Interior "salvei" a Fontecal da extinção (juntamente com o colega Francisco Santos e o produtor da Quinta dos Termos) e estou a tentar reabilitar o Rufete, que é excelente, quando bem trabalhado na vinha e na adega; Há outras castas na Beira Interior que importa estudar, como a Folha de Figueira, o Calum, o Folgasão, etc. No Dão estou a (re)estudar o Cercial- Branco, o Bical e a Baga, com excelentes resultados; também o Terrantez parece excelente. No Alentejo há o Moreto, que já referi, a Tinta Grossa, o Perrum, a Dona Branca, entre outras. No Algarve a Negra Mole é obrigatória, mas há muitas outras que valeria a pena estudar e acarinhar. Nos vinhos Verdes há um mundo de castas fantásticas na sombra das conhecidas. Estou a estudar o Caínho, o Azal e o Alvarelhão (Brancelho), mas era preciso estudar muitas outras, pois há uma diversidade fantástica. No Douro já reabilitei o Rabigato com o projeto dos vinhos Dona Berta, o Viosinho, com o projeto dos vinhos D. Graça, e estou entusiasmado com Samarrinho, DonzELHO Branco e Casculho. Há um mundo tão diversificado como nos Verdes, mas os

enólogos do Douro continuam muito conservadores ou pouco imaginativos (salvo honrosas exceções). Na Bairrada já devia estar reabilitada a casta Cercial (diferente do Cercial do Dão) que é provavelmente a melhor casta branca, embora tenha algumas dificuldades vitícolas.

Para dar resposta às alterações climáticas é essencial estudar todas as castas de ciclo longo, que são muitas e mal estudadas ou mesmo desconhecidas.

- Há exemplos de excelentes castas nacionais que hoje em dia estão a produzir grandes vinhos devido à persistência de determinados produtores, como é o caso de Luís Pato (conhecido como "Mister Baga"). Acredita que deveriam existir mais pessoas, adegas, produtores ou ações regionais conjuntas que apostem em determinadas castas nacionais?

Evidentemente que o aproveitamento do nosso potencial vitícola não pode ser feito com meia-dúzia de "Dom Quixotes", como o Luís Pato, João Carvalho, Jorge Lourenço ou eu. A tutela devia assumir este tema como nuclear de uma estratégia a longo-prazo para o sector.

- Como considera que é a melhor forma de divulgar o potencial vínico Português?

Só há uma forma de divulgar o potencial vínico português: deixando de produzir vinho "bom e barato" para supermercados. A diferenciação não é compatível com vinhos de 1 ou 2 € a garrafa ou de bag in box. E nisto é que nós somos, infelizmente, "fortes".

Entrevista 10 – Bento Amaral

Identificação do inquirido

Nome: Bento Amaral

Atividade Profissional: Diretor dos Serviços Técnicos e de Certificação do IVDP (Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto)

Motivo do contacto: Interesse em saber mais sobre a região Duriense, com vista ao esclarecimento de dúvidas relacionadas com a sua atividade profissional. O primeiro contacto surgiu na prova “Essência do Vinho”, onde desde já deixo o meu agradecimento pela possibilidade de estar presente na prova “DOURO GRAND TOUR: AS TRÊS SUB-REGIÕES”, e daí a promessa para futuros contactos e esclarecimentos sobre a região e os vinhos Portugueses.

Breve descrição: Licenciado em Engenharia Alimentar, estagiou no Instituto de Enologia de Bordéus antes de ingressar no IVDP, há 14 anos. Conceituado enólogo, tornou-se também conhecido como atleta. Tetraplégico desde 1994, na sequência de um acidente na praia, Bento Amaral sagrou-se campeão do mundo de vela adaptada em 2005 e representou Portugal nos Jogos Paralímpicos de 2008. Um ano depois, foi condecorado Oficial da Ordem do Infante D. Henrique. Hoje, é um membro fundamental no que à região do Douro diz respeito, sendo o seu papel fundamental para garantir a qualidade a que a região está associada, garantindo a sua notoriedade.

- Cresci a ouvir que o Douro é a mais antiga região demarcada do Mundo. Alguns autores afirmam que o Douro é apenas a terceira, após a Toscana e Tokay. Afinal o Douro é ou não a mais antiga região demarcada do Mundo? Estará esta questão relacionada com a demarcação vs delimitação e regulamentação?

Antes do Douro foram demarcadas (delimitadas) as regiões de Tokay e Chianti, porém, quando se fala do conceito de Denominação de Origem como o entendemos atualmente, apoiado nos pilares da demarcação, regulamentação e controlo, aí é que Portugal e com o Vinho do Porto foi pioneiro em 1756.

- O Vinho do Porto é um produto muito e bem reconhecido Internacionalmente, uma espécie de porta-estandarte dos vinhos Portugueses. Concorda com a afirmação?

Sim. O prestígio do vinho do Porto, vai muito mais além da importância na balança comercial de Portugal. Isto também pela importância que teve ao longo dos mais de dois séculos e meio de existência, assim como pela sua qualidade reconhecida internacionalmente.

- De que modo considera que os vinhos do Douro, em particular o Vinho do Porto, podem elevar a notoriedade atribuída aos vinhos Portugueses, e como fazer uso dessa notoriedade?

Eu Julgo que esse efeito acontece, dado que a Região Demarcada do Douro e em particular o vinho do Porto é mais conhecido a nível internacional onde. Dado que esse reconhecimento está associado à qualidade, esta imagem ajuda na promoção de todos os vinhos portugueses.

- Quais os mercados emergentes onde considera que os vinhos do Douro terão mais probabilidade de sucesso, e porquê?

Os novos mercados onde se pretende investir mais no futuro próximo são a Escandinávia e a Polónia, por serem regiões não vitivinícolas mas com tradição no consumo de vinhos. No caso da Escandinávia, acresce o poder económico da população.

- Quais são para si as maiores potencialidades vitivinícolas de Portugal?

Diversidade de castas e o facto de muitas delas serem únicas.

- Como acredita que os vinhos Portugueses devem ser promovidos nos mercados internacionais?

Pela sua diferença, qualidade e personalidade. Ou seja, graças à grande diversidade de castas que temos e dos diferentes *terroirs* únicos, para um país tão pequeno, devem ser estes os elementos fundamentais para a promoção dos vinhos portugueses.

- A região vitivinícola do Douro é fruto de uma história riquíssima, com um trabalho humano que necessitou de várias gerações até se chegar à paisagem única a que hoje podemos assistir, sendo por vezes comparado ao trabalho realizado nas pirâmides do Egipto.

Considera que este é um dos fatores que devem ser utilizados como ferramenta de promoção da região?

Sem dúvida que toda a paisagem do Douro, marcada pelo trabalho do homem é um fator muito importante para a promoção da região.

Identificação do inquirido

Nome: Domingos Soares Franco

Atividade Profissional: Vice-Presidente e Enólogo Sénior da José Maria da Fonseca

Motivo do contacto: Promotor de castas e de tradições particulares, como a Moscatel Roxo e os vinhos de talha na sua adega de Reguengos de Monsaraz: A adega José de Sousa – Adega dos Potes.

Breve descrição: Domingos Soares Franco, enólogo e vice-presidente, é o mais novo dos dois representantes da sexta geração da família que gere a José Maria da Fonseca. Estudou em Davis, na Califórnia e começou a trabalhar na José Maria da Fonseca nos anos 80. Desde então, tem introduzido inúmeras alterações nos vinhos produzidos por esta empresa, tornando-se um dos mais inovadores enólogos da nova geração em Portugal. Enquanto enólogo a sua primeira grande influência foi sem dúvida a de seu Pai, Fernando Soares Franco. Também António Porto Soares Franco, seu tio, o marca tremendamente, homem de grande visão, que entre outros feitos marcantes merece ser reconhecido como criador do *Lancers*, um dos vinhos portugueses mais conhecidos em todo o mundo e o primeiro "best-seller" a nível internacional da José Maria da Fonseca.

- Os vinhos Portugueses estão num momento de crescente notoriedade. Sente essa crescente notoriedade nas vendas dos seus vinhos?

Sim e bastante.

- Quais são para si as maiores potencialidades da vitivinicultura Portuguesa?

As quase 260 castas nacionais e com uma imensidão de clones.

- A José Maria da Fonseca mantém viva, em Reguengos de Monsaraz, uma tradição ancestral e de um enorme valor patrimonial e histórico. A adega José de Sousa - Adega dos Potes, produz o tão na fama vinho de talha. De onde surgiu tamanho interesse por tal vinificação? Que resultados tem tido em termos de vendas, quais os mercados mais interessados no vinho de talha e que resultados espera obter neste momento em que o Mundo parece ter maior interesse por este tipo de vinhos?

Interesse – de mim próprio quando adquirimos a Casa Agrícola em 1986

Vendas - tudo vendido

Mercados – Canada, USA, Portugal, Brasil, Escandinávia, etc.

Futuro – infelizmente acho que alguém vai “matar a galinha dos ovos de ouro”. Em Portugal temos este costume!!

- Sendo eu filho de Setúbal, olho para o grande potencial do Castelão e da Moscatel Roxo, e pergunto-me se não será hora de: incentivar produtores à plantação de uma casta que se sabe ser de viticultura desafiante (Moscatel Roxo), promover medidas de promoção à investigação numa perspetiva de melhoria de práticas culturais, investir num Marketing forte! que grite ao Mundo o verdadeiro potencial destas castas, nas quais eu acredito haver milhões de *winelovers* por este Mundo fora que apreciem estas duas castas. Qual a sua opinião sobre esta temática?

Há muitos anos que o faço! Resultados?...

- De que modo considera que os vinhos Portugueses devem ser divulgados perante o Mundo?

Pela sua diversidade, qualidade e preço justo pago ao produtor, por conseguinte mais caros.

Entrevista 12 – Gonçalo Patraquim

Identificação do inquirido

Nome: Gonçalo Patraquim

Atividade Profissional: *Head sommelier* no restaurante Estrela Michelin “Alma”, de Henrique Sá Pessoa

Motivo do contacto: Alguns anos de atividade como Escanção, bom conhecedor dos vinhos Portugueses, interesse e paixão antiga.

Breve descrição: Gonçalo Patraquim, quando aterrou no Alma, já tinha passado pelo “Corketale”, um *wine bar* em Setúbal e dado consultoria e formação em vários espaços vinícolas. Antes, andou pelo *Wines and Spirits Education Trust*, onde se formou. O vinho é uma paixão antiga, um mundo que foi conhecendo pela mão do avô e que foi conciliando com a função de controlador aéreo, na Força Aérea Portuguesa. O meu primeiro contacto com o Gonçalo surgiu precisamente no *wine bar* “Corcktale”, em Setúbal, quando fui ser seu assistente num período “entre vindimas”.

- O que tem um sommelier a dizer sobre os vinhos Portugueses?

Os vinhos portugueses primam pela sua tipicidade. Como *sommelier* é fantástico poder oferecer um produto único, pouco conhecido do público estrangeiro e que, apesar de sermos um país tão pequeno, consegue ser tão diversificado.

- A qualidade dos vinhos Portugueses parece ter vindo a melhorar nos últimos anos, tens verificado essa melhoria? Se sim, quais são na tua opinião os motivos responsáveis?

Sem dúvida! Creio que se nota principalmente nos brancos. A meu ver, a tecnologia e o conhecimento adquirido dos novos enólogos, que normalmente estagiam no estrangeiro, são os dois principais vetores para um incremento na qualidade de produção.

- De todo o nosso amplo reportório de castas, quais as que mais te surpreenderam nos últimos anos?

Nos brancos, a Encruzado e a Síria. Nos tintos, Bastardo e Baga.

- Dos nossos vinhos e da nossa gastronomia, é possível criar, tal como tu fazes, combinações fantásticas, às quais eu gosto de chamar "Experiências Enogastronómicas Portuguesas". Achas que um dos caminhos para a divulgação do nosso potencial vínico pode passar pela simbiose entre os nossos fantásticos vinhos com a nossa rica gastronomia?

O que eu faço são simples harmonizações como qualquer escanção faz. No nosso caso, em Portugal, temos o trabalho simplificado por largos anos de conhecimento popular que foi desenvolvendo os pratos e os vinhos lado a lado e que, eles próprios, criaram as suas harmonizações. Por exemplo: No Alentejo o ensopado de borrego harmoniza maravilhosamente com um tinto tipicamente alentejano; na Mealhada, o espumante com o Leitão, e tantos outros. Claro que pode não ser assim tão simples mas se conseguirmos dar um "sentido de local" ou de "regionalismo" à harmonização, melhor. Aliar a gastronomia ao vinho é sempre um excelente caminho. Temos ambos de grande qualidade.

- Acreditas nas harmonizações regionais? (Por exemplo, e apesar de vago: Espumante da Bairrada com Leitão, Brancos de Setúbal com peixe/marisco da região, Tintos Alentejanos com enchidos/produtos cárneos da mesma região, etc)

Respondi à pergunta anterior sem ler esta. Acredito, claro. Expliquei o porquê na resposta anterior. No entanto há que ter cuidado porque nem sempre resulta. Há pratos regionais que não ficam bem com os vinhos dessa região. Mas, como escrevi anteriormente, se conseguirmos aliar à harmonização um sentido de lugar, melhor.

- Da experiência que tens a atender público de outras nacionalidades, o que sentes que mais os atrai quando provam a nossa cozinha, e em particular os nossos vinhos?

A tipicidade. Temos uma gastronomia que, embora mediterrânica, é muito única e particular. O mesmo nos vinhos. Temos várias castas, regiões, imensos estilos, tudo num país tão pequeno. Os estrangeiros quando nos visitam não querem *Merlots* nem *Sauvignon Blancs*. Querem tipicidade!

Propostas de divulgações regionais

Proposta divulgativa regional 1 - Açores

O arquipélago dos Açores situa-se em pleno Oceano Atlântico, é formado por solos vulcânicos e apresenta um clima marítimo, com temperaturas amenas durante todo o ano apesar da chuva e da humidade sempre presentes. As vinhas, são plantadas em locais naturalmente abrigados do vento, ou por muros construídos pela mão do homem, num trabalho sobre-humano, o dos habitantes que edificaram muros (currais na Ilha do Pico, curraletas na ilha Terceira) para implantar as nobres cepas. Um modelo arquitetónico único, resultado da sabedoria popular que assentava em abrigar a videira dos ventos marítimos. Muros de pedra vulcânica que protegem a videira das intempéries traduzem-se numa paisagem de grande valor estético e produtivo. Em 2004, a paisagem protegida da vinha do Pico foi considerada pela UNESCO como Património Mundial da Humanidade. (Comissão Vitivinícola Regional dos Açores, 2018)



Figura 16– Muros de pedra que protegem as vinhas dos Açores (Currais ou Curraletas)

Uma arquitetura ímpar edificada desde o povoamento da ilha, um verdadeiro exemplo de uma viticultura heroica, num cenário quase irreal que nasceu com a chegada dos primeiros povoadores. (Comissão Vitivinícola Regional dos Açores, 2018)

As primeiras cepas chegaram ao arquipélago por volta de 1460, e uma ligação ao tempo dos descobrimentos remonta-nos para a freguesia dos biscoitos, nome que deriva do basalto negro, terra de lava seca dos vulcões por analogia ao duro pão de duas cozeduras capaz de aguentar as longas viagens marítimas do tempo dos descobrimentos. (Comissão Vitivinícola Regional dos Açores, 2018)

O vinho dos Açores, viajou nos tempos remotos para o Brasil, Índia, Europa, e também Rússia, onde era servido à mesa dos Czares. Existem na região castas típicas de grande potencial como o Verdelho, e castas únicas como o Arinto dos Açores e o Terrantez do Pico, que se traduzem em vinhos raros, gastronómicos, frescos, salinos e minerais, que devem ser olhados como verdadeiros tesouros culturais, que expressam de forma admirável a persistência dos viticultores locais perante a adversidade. (Comissão Vitivinícola Regional dos Açores, 2018)

Proposta divulgativa regional 2 - Alentejo

Na região do Alentejo, há uma tradição que remonta ao tempo dos Romanos. Esta tradição, transformou-se num rico património em fase de candidato a património cultural e imaterial da Humanidade. Esta tradição milenar chama-se vinho de talha! (Pinto, 2017)

O vinho de talha traduz o que a natureza nos dá através de potes de barro, para criar o verdadeiro néctar Alentejano. Foi uma arte que persistiu durante mais de dois milénios, arte que então nos dias de hoje inúmeros produtores voltaram a adotar.



Figura 17 – Talhas da adega José de Sousa, Reguengos de Monsaraz

“Vinho de talha, um vinho singular”. É assim que o *website* vinhodetalha.vinhosdoalentejo.pt/ destinado à promoção deste particular método de vinificação o descreve. Na minha opinião, não posso deixar de concordar com tal afirmação. Se o vinho de talha é “algo”, é isso mesmo, singular! Singular pela sua tipicidade, pela sua história, pelas confinadas regiões onde é produzido, tendo a sua expressão máxima no Alentejo, particularmente na Sub-região “Vidigueira”, onde Cuba, vila de Frades e algumas localidades envolventes revelam também grande tradição e atual prática vinícola. (CVRA, 2018)

A sua origem, é descrita como “uma história com dois mil anos”, sendo que o website dos vinhos do Alentejo relata esta prática como sendo um dos mais antigos recipientes para conservar e transportar líquidos onde a talha, de maior dimensão, serve há mais de dois milénios para fazer vinho, sendo uma tradição que o Alentejo nunca perdeu. A vila Romana de São Cucufate, que não pude deixar de visitar em Vila de Frades, é um conjunto de ruínas romanas de uma antiga vila denominada Áulica, do século I d.C. Vestígios foram descobertos dessa época, nomeadamente grainhas de uva. (Anuário IVV, 2016)

Mas o Alentejo não é só vinho de talha, o Alentejo é muito mais do que isso, é tradição de grandes gentes, muito bonitas paisagens com um grande potencial enoturístico, e em minha opinião, uma excelente e muito variada gastronomia. Desde a sopa de cação ao tradicional petisco onde não falta o chouriço ou o presunto, o pão, queijo, azeitonas e eventualmente um belo prato convencionado à base de porco preto alimentado no montado da região. Encontro aqui, portanto, um potencial enorme no que diz respeito à capacidade de harmonização dos produtos regionais típicos com os excelentes vinhos da região, e não só. A harmonização entre todos estes atributos regionais e o recente Património Mundial Imaterial da Humanidade UNESCO, o Cante Alentejano!

Considero então que estes indicadores são informações preciosas para se chamar à atenção do consumidor internacional. Seja consumidor de vinho, arte, cultura ou gastronomia ou paisagens tranquilas, este encontrará no Alentejo o encanto para o despertar dos seus sentidos de uma forma harmonizada, onde todas as peças ligam umas nas outras, e onde o bem-estar será, certamente, encontrado.

Proposta divulgativa regional 3 - Dão

A região vitivinícola do Dão está localizada no centro norte de Portugal, na província da Beira Alta. Instituída em 1908, foi a primeira região demarcada de vinhos não licorosos do país. É um território que se estende por montes e vales, mas que está abrigado por montanhas de maior relevo que o circundam: a imponente Serra da Estrela, Caramulo, Nave e Buçaco. Três grandes rios atravessam esta sinuosa região de solo granítico: o Dão, o Mondego e o Alva. Pelas encostas soalheiras e sujeitas à rudeza dos solos, as vinhas surgem sublimes e vigorosas. São sobretudo cultivadas entre os 400 e 500 metros de altitude, nas sete sub-regiões: Alva, Besteiros, Castendo, Serra da Estrela, Silgueiros, Terras de Azurara e Terras de Senhorim. (Rota dos vinhos de Portugal, 2018)



Figura 18 – Vinha da região do Dão

A notoriedade dos Vinhos do Dão deve-se, sobretudo, ao uso da Touriga-Nacional, Alfrocheiro e Encruzado. O caso da Touriga-Nacional - tida como a casta tinta mais emblemática do país - é sintomático, sendo vários, os que entendem ser o Dão (a Região de onde é nativa) o local onde esta casta melhor expressa todas as suas potencialidades.

Não é possível determinar com exactidão quando começou a prática da vitivinicultura no Dão. Sabe-se que é anterior à nacionalidade portuguesa, sendo claramente um reflexo das

diferentes culturas que foram ocupando diversas zonas da Península Ibérica. Em 18 de Setembro de 1908, uma Carta Régia estabelece formalmente a Região Demarcada do Dão. O regulamento para a produção e comercialização dos vinhos aí produzidos surge dois anos volvidos, em 25 de Maio de 1910, com o correspondente Decreto Regulamentador. (CVRDAO, 2018)

Região produtora de vinhos tânicos, com acidez acentuada, aromáticos e elegantes, fazem lembrar os tão afamados vinhos de Borgonha, com um fator extra: variabilidade genética de castas perfeitamente adaptadas à região, capazes de produzir néctares de excelência, diferenciadores e com grande potencial de envelhecimento. A provável harmonização com o produto gastronómico regional mais emblemático da região, o Queijo da Serra da Estrela, é um “boom” de prazer sensorial, numa combinação gerada e aperfeiçoada ao longo de largos séculos... (CVRDAO, 2018)

Proposta divulgativa regional 4 - Vinho Madeira, uma “relação amorosa com os Estados Unidos”

George Washington, primeiro presidente dos Estados Unidos, era um grande fã do vinho Madeira e assegurava que a sua casa estivesse abastecida com litros e litros deste vinho. Era hábito Washington degustar vários copos de Madeira após a refeição, de acordo com um artigo escrito por Mary V. Thompson, um historiador em “Mount Vernon Estate” (casa de campo de George Washington). Para os “pais fundadores” era “a bebida mais importante”. (Rothbaum, 2018)

Durante a guerra civil Norte Americana, o vinho Madeira era muito popular na costa Sul, mas um súbito ataque de filoxera na Europa, juntamente com a quebra de vendas provocada pela revolução Russa de 1917, bem como a imposição da “*prohibition* (lei seca de 1920 a 1933), quase levou ao desaparecimento deste produto nas prateleiras internacionais. Segundo Berk, foi a partir de 1990’s que se voltou a notar o interesse por parte dos Norte Americanos. (Rothbaum, 2018)



Figura 19 – Vinha na Ilha da Madeira

Quando os membros do Congresso Continental assinaram a declaração de independência em Julho de 1776, todos os presentes sabiam a seriedade da sua ação. Teriam assinado um documento que seria a base da fundação de uma nova nação. Claramente, uma bebida foi pedida. Em tal grandiosa ocasião, apenas Vinho Madeira serviria, e a partir desse momento, esse mesmo Vinho Madeira passou a ser servido como bebida de brinde de eleição! (Vinepair, 2014)

Proposta divulgativa regional 5 - Península de Setúbal

A história da produção de vinho na Península de Setúbal remonta a tempos bem antigos. Na sequência de recentes escavações arqueológicas, foram encontradas na região grainhas datadas do século VIII a.C.. (CVRPS, 2018)

Sabe-se que os Fenícios e os Gregos trouxeram do Próximo Oriente muitas castas de uvas e que, achando o clima ameno e as terras das encostas da Arrábida e a zona ribeirinha do Tejo boas para o cultivo da vinha, se lançaram no seu plantio. Vieram depois para a Península Ibérica os Romanos que, como todos sabemos, se dedicaram bastante à viticultura. Outros invasores se seguiram e, finalmente, os Árabes, povo agricultor, demorando-se alguns séculos na península do Tejo-Sado, deram grande incremento à viticultura, muito embora a sua religião não permitisse o consumo de bebidas alcoólicas, (Gonçalves, 1984) mostraram-se complacentes para com os cristãos, autorizando a produção e o comércio de vinho. (CVRPS, 2018) – Produção de vinho como sinal de respeito entre religiões distintas. Ao falar sobre a região obrigatório é falar das suas castas mais emblemáticas – Castelão, antes conhecida por Periquita, e os Moscatéis (Branco ou Graúdo) e o Roxo. (Afonso, 2015)



Figura 20 – Vinha junto à serra da Arrábida, na região Península de Setúbal

Olhando para a verdadeira exclusividade, e aquilo que é a imagem de marca da região, falemos de Moscatel. A sua fama terá começado na segunda metade do século XIV quando Ricardo II de Inglaterra se torna um importador assíduo de Moscatel de Setúbal. (CVRPS, 2018) O vinho dourado, com forte carácter citrino, doce e compotado, passa a ter lugar na nobre corte britânica. O prestígio do Moscatel de Setúbal cresceu no tempo do “Rei Sol”. De acordo com António Porto Franco, Luís XIV (1638-1715) não dispensava o vinho fortificado proveniente de Setúbal nas suas festas em Versalhes. O “sol em garrafa” tal como descrito pelo francês Léon Douarche, é comum ser referido como «um monumento de arte agrícola e uma glória nacional», «património nacional que se bebe», e ainda, «príncipe dos moscatéis». Esta última afirmação consegue ser explicada cientificamente pela concentração em compostos terpénicos (aromáticos), em que apesar da existência de várias variedades de Moscatel espalhadas pelo Mundo, é em Setúbal que esta apresenta a maior concentração nesses compostos. (CVRPS, 2018)

No período áureo que se seguiu aos descobrimentos, o Moscatel de Setúbal constituía lastro nas naus e caravelas que comercializam os produtos trazidos do Brasil e do Oriente. Esta prática teve como consequência os vinhos de “Roda” ou de “Torna Viagem”. O tempo em que os vinhos se mantinham nas barricas, proporcionava aos moscatéis de Setúbal uma boa evolução e uma ainda melhor qualidade. (CVRPS, 2018)

A casta Moscatel Roxo é originária da região, acreditando-se ter sofrido uma mutação genética na Península de Setúbal, e é onde no Mundo se encontra a maior área plantada com esta tão nobre casta. (CVRPS, 2018)

Proposta divulgativa regional 6 - Trás-os-Montes

Trás-os-Montes, mais precisamente em Boticas, existe uma muito interessante particularidade vínica: Vinho envelhecido soterrado, tradição originária das invasões napoleónicas, onde a população pretendeu guardar um bem precioso, o vinho, e assim garantir que as tropas de Napoleão não o encontrariam. Tal aconteceu e mais tarde foi apreciado pela população este vinho que daria assim lugar a uma tradição, o vinho dos mortos. (Canal História, 2017)

O “Vinho dos Mortos” tem uma história que nos leva até ao ano de 1808, quando os franceses invadiram a região. O povo, com o medo que lhes pilhassem os bens, escondeu o que conseguiu, enterrando o vinho no chão das adegas debaixo de pipas e lagares. Mais tarde, quando recuperaram os bens que restaram e ao desenterrarem o vinho, julgaram-no estragado. Porém, descobriram que estava muito mais saboroso pois tinha adquirido propriedades novas. Era um vinho de graduação de 10/11º, palhete, apaladado, e com algum gás natural que lhe adveio de se ter produzido uma fermentação no escuro e a temperatura constante. (Vinho dos Mortos, Sítio web, 2017)



Figura 21 – Vinho dos Mortos, região de Boticas, Trás-os-Montes

Por ter sido “enterrado” ficou a designar-se “Vinho dos Mortos” e passou a utilizar-se esta técnica, descoberta ocasionalmente para melhor o conservar e otimizar a sua qualidade. Assim nasceu a tradição de “enterrar” o vinho. Hoje são já poucos os produtores que mantêm viva esta tradição, nas vinhas sobranceiras à Vila de Boticas e da Granjas, nas encostas aí existentes, que possuem as condições de clima e solo adequadas à produção deste precioso vinho, que, não sendo abundante, tem sabor agradável e merece ser apreciado. (Canal História, 2017)

O “Vinho dos Mortos” é enterrado debaixo das pipas e do lagar e cobre-se com saibro para estar a uma temperatura constante e sem claridade, onde fica cerca de seis meses. Por fim, no mês de Junho, chega a altura de provar a colheita do ano anterior. Uma colheita dá normalmente origem a um número limitado de garrafas. (Canal História, 2017)

Proposta divulgativa regional 7 - Vinho Verde

A história dos vinhos verdes remonta ao tempo dos romanos, onde desde essa altura se cultiva a vinha de forma característica e pouco vulgar em todo o Mundo. O primeiro documento que testemunha a existência de vinhas na zona refere-se a Monção e é datado de 12 de Março de 1261. Diz-nos a História que foram os vinhos verdes os primeiros vinhos Portugueses conhecidos nos mercados Europeus. (Gonçalves, 1984)

Sendo uma região com uma história tão ancestral, vejo aqui uma boa ferramenta para a divulgação. Associada a essa história, está o facto de estarmos a falar de um vinho único no Mundo, tal como descreve o *website* www.vinhoverde.pt, o vinho verde é “exclusivamente produzido na Região Demarcada dos Vinhos Verdes, no noroeste de Portugal, é produzido somente a partir das castas autóctones da região, preservando a sua tipicidade de aromas e sabores tão diferenciadores a nível Mundial”. Tal diferenciação deve ser aproveitada, e bem aproveitada! Numa altura em que o Mundo vínico procura tipicidade, o vinho verde tem o dever de vingar. (CVRVV, 2018)



Figura 22 – Vinha da região dos Vinhos Verdes

Durante a passagem por *winebars* onde tive a muito enriquecedora experiência de escansão, sempre foi com bastante satisfação pessoal que dei a provar o nosso grandioso

vinho verde. Curiosidade foi o que senti por parte dos clientes a maior parte das vezes que o fiz. A meu ver, essa curiosidade deve servir como ferramenta de sucesso da divulgação. - *“Do you wish to try vinho verde?”* Por norma a resposta a tal pergunta surgia em jeito de desconhecimento, mas com aceitação pela prova, e o início da curiosidade pela mesma: *“What’s this thing about vinho verde?”*; *“Well, vinho verde it’s like champagne”*. Aqui, a curiosidade ganha outra dimensão, os sentidos ficam mais alerta e toda a atenção se apura, para tentar compreender o que há de comparável entre o vinho verde e o champanhe. *“You can only make vinho verde in the demarcated region of vinho verde, nowhere else in the world!”*. Gratificante, foi as cerca de 90% das vezes que a resposta foi: *“Aaaaw... I like it!”*

Acredito que o provador que experimenta o vinho verde com uma conversa de base do género conserve tal vinho durante mais tempo na sua memória sensorial, aliando a prova organolética a uma história ou facto curioso. Nesta base, e por verificar uma boa aceitação por parte dos clientes aquando da explicação, continuei a utilizar a mesma técnica com resultados cada vez mais marcantes, sendo que muitas das vezes o resultado era das duas uma: ou o cliente levava uma garrafa, ou perguntava como poderia adquirir tal néctar no seu país de origem...

Sendo que mantereí o princípio de harmonização regional, procurando a melhor gastronomia oriunda da mesma região do vinho em questão, há também que ter a preocupação de o procurar harmonizar com gastronomia à escala global, indo assim ao encontro do tema da presente tese. Neste sentido, vêm-me à memória certas viagens pela Ásia, nomeadamente Índia e Tailândia, onde recordo ter desejado um copo do néctar Verde.

Gastronomia picante e condimentada levaram a que o desejo por um vinho repleto de frescura surgisse, e inúmeras foram as vezes em que tanto desejei ter o vinho verde a harmonizar. Nesta base, surgiu-me à ideia canalizar o eventual casamento de vinho verde com determinados tipos de gastronomia Asiática. Muito vago é falar nestes termos pois muitos são os países e culturas gastronómicas próprias, mas genericamente falando, a característica geral condimentada e na sua maioria picante dos pratos típicos do continente Asiático levam-me a crer que a harmonização com vinhos verdes possa fazer sentido. Assim, dar a conhecer o seu potencial num mercado que aparenta ser emergente no consumo, abrindo portas a outros estilos de vinho e regiões vinícolas Portuguesas.