



Colóquio “Vinha e Vinho, Turismo e Património Cultural nos territórios dos GAL2

Paisagens vinhateiras de Portugal: um património e um trunfo turístico

Ana Lavrador

ana.lavrador@sapo.pt

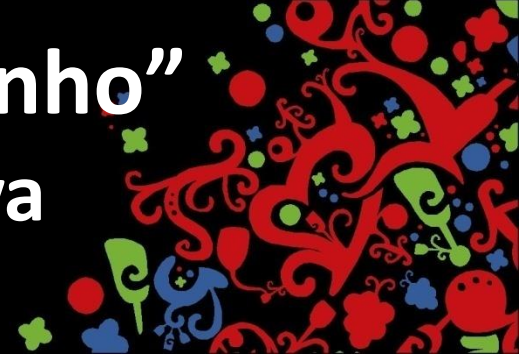
Sumário



- I. **O PATRIMÓNIO vitivinícola** de Portugal.
- II. **A PAISAGEM como valor e recurso** para as regiões vitivinícolas de Portugal.
- III. **A PROMOÇÃO dos vinhos e das regiões vitivinícolas** de Portugal assente no património e na paisagem.

I - “Portugal é o país da uva e do vinho”

Putauya (Chinês) – 葡萄牙 – País da Uva

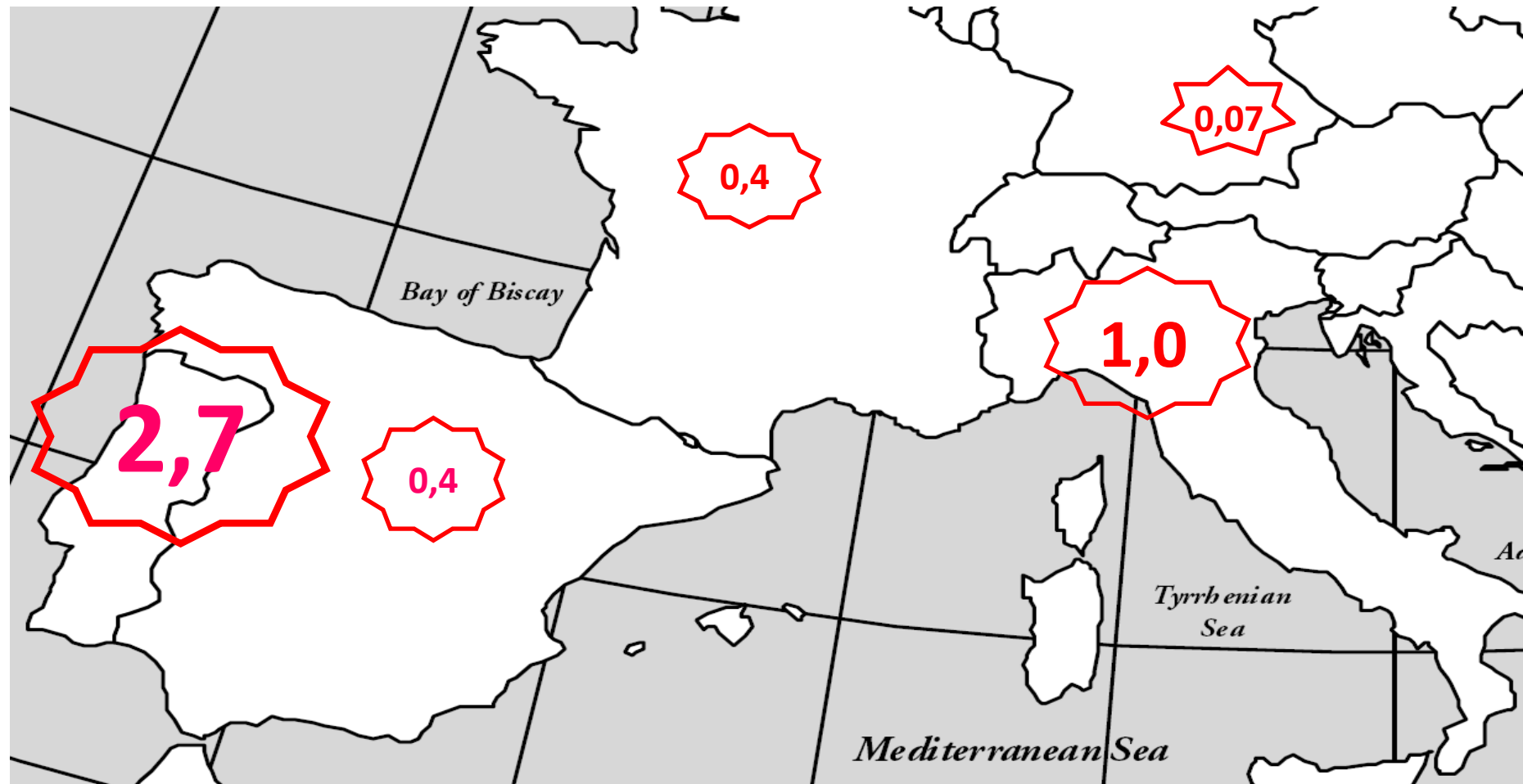


- 343 variedades autorizadas, das quais 250 são variedades autóctones
- 3º país no Mundo com maior número de variedades, depois da Geórgia (520) e da Itália (453)



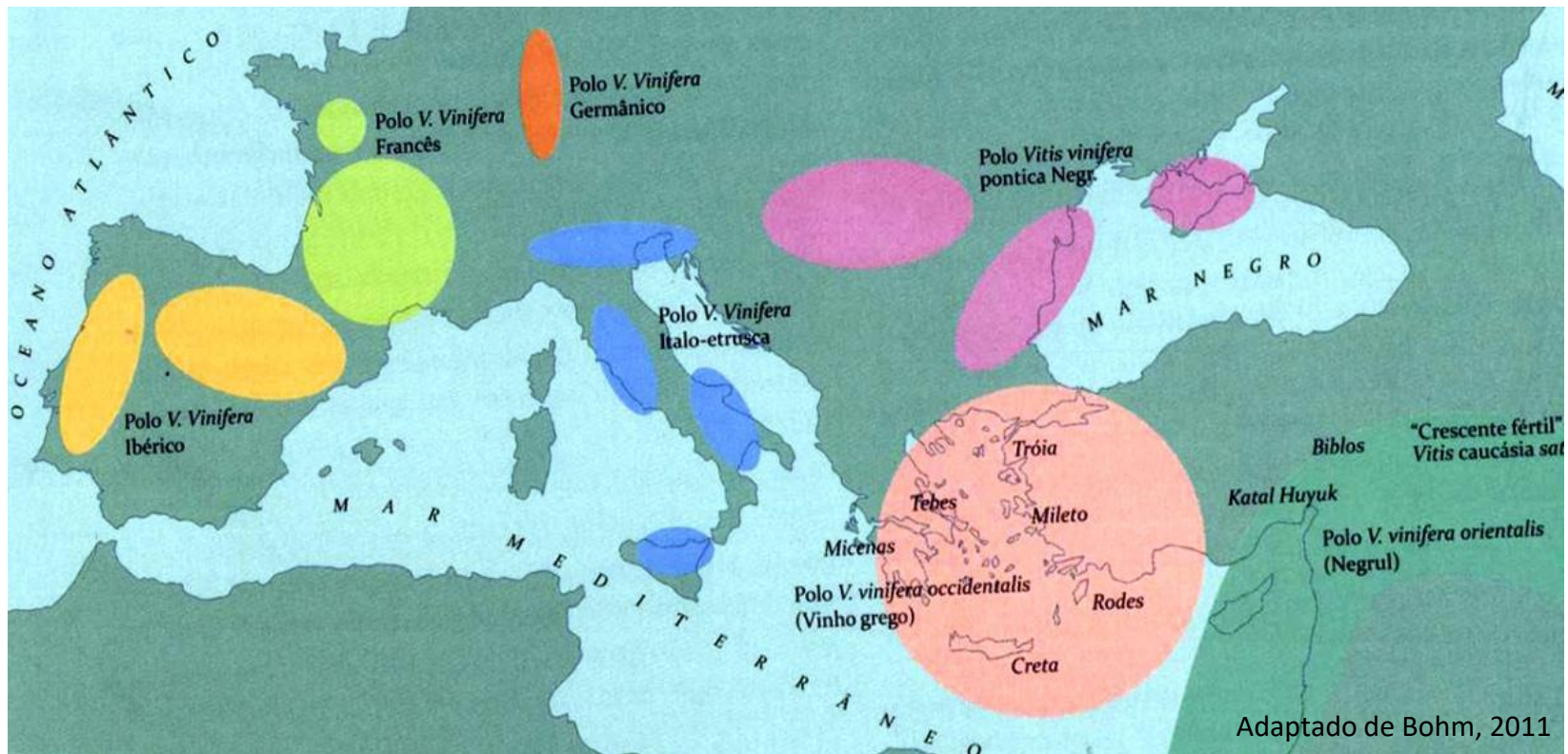
I – Portugal é um dos países do mundo com maior diversidade varietal

- Portugal detém um lugar cimeiro na diversidade genética (índice DG = nº castas autóctones/1000km²)



I – A Península Ibérica - nicho de biodiversidade de castas

Estudos recentes apoiados no ADN não nuclear do cloroplasto (*Clorotype variation and distribution*) sugerem a existência de centros de domesticação da *Vitis V. silvestris* na Península Ibérica



Especificidade única de castas e vinhos ➡ Vantagem comercial

I - Produção mundial de vinho



❑ Principais países produtores de vinho (OIV, 2016):

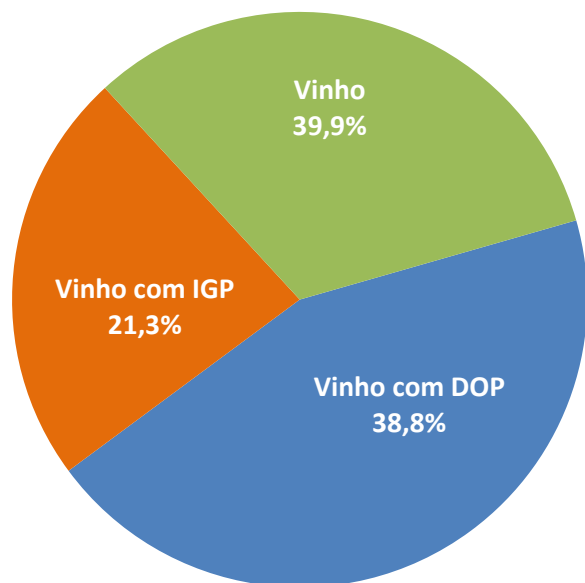
- Itália - 50,9 mhl
- França - 45,2 mhl
- Espanha - 39,7 mhl
- Estados Unidos - 23,7 mhl
- Austrália – 13,1 mhl
- África do Sul – 10,5 mhl
- Chile – 10,1 mhl, volume idêntico ao de vários países da Europa de Leste
- Alemanha - 9,0 mhl

➡ **Portugal – 6,0 mhl – idem 2017/18 (5º maior produtor europeu e o 11º mundial, em volume; 4º maior produtor europeu e o 8º mundial, em área de vinha)**

- Nova Zelândia - 3,2 mhl

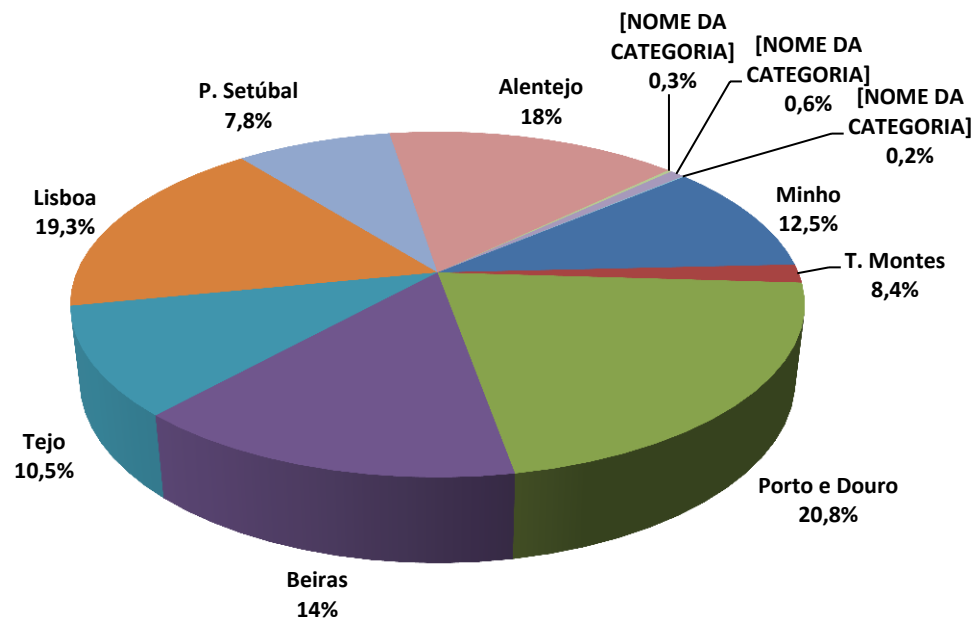
I – A produção de vinho em Portugal continua no caminho da qualificação (Campanha 2017/18, IVV)

CATEGORIAS



**Vinhos DOP e IGP
=> 2/3 da produção**

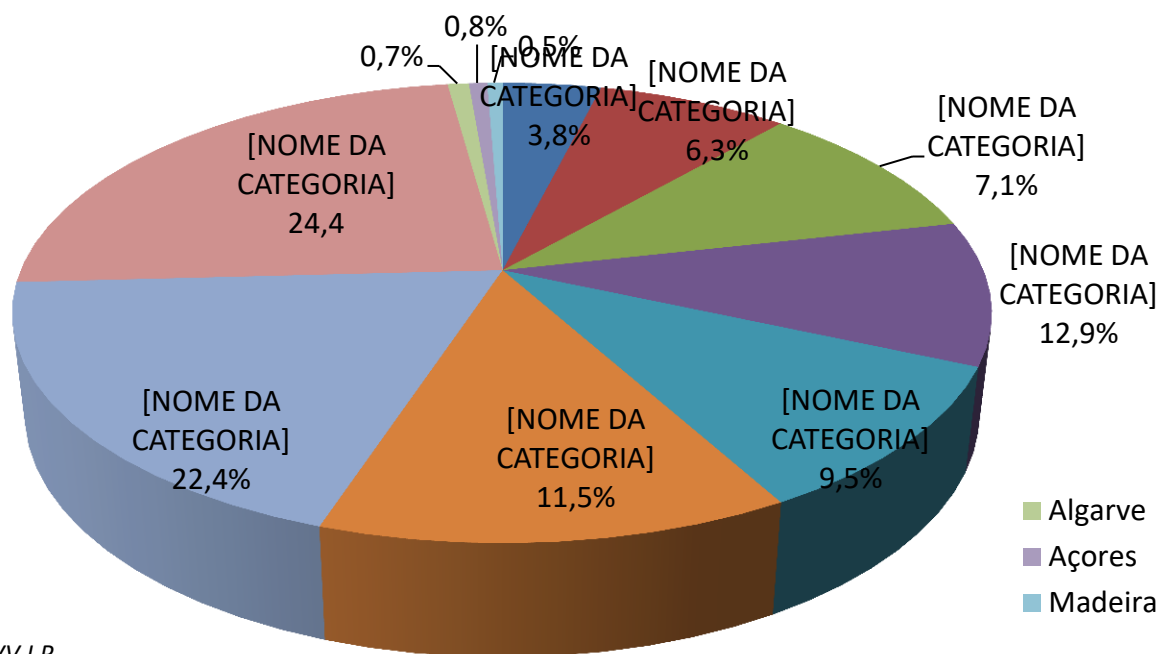
REGIÕES



> 1 milhão hl: Douro, Alentejo e Lisboa

I - Superfície vitícola – distribuição regional

Superfície vitícola de Portugal: 190,322 ha (julho 2018, IVV, 2019)



Fonte: IVV, I.P.

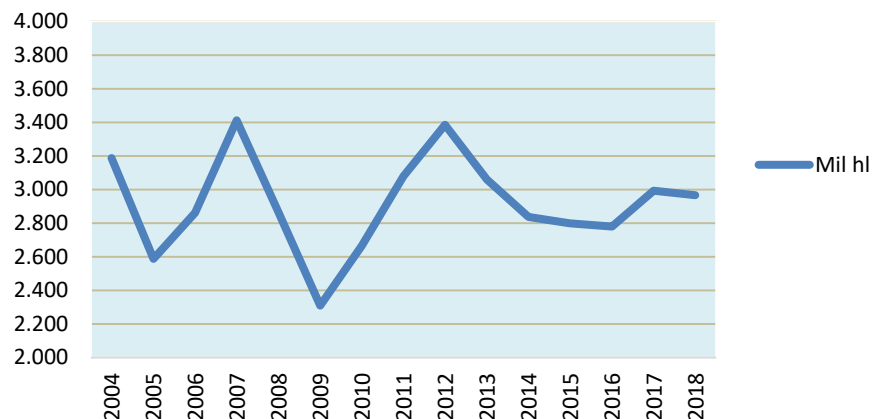
- **57% da área vitícola** está classificada para a produção de vinhos certificados com Denominação de Origem e Indicação Geográfica (11 mil ha)

I - Exportação de vinho

(Campanha 2017/18, IVV)

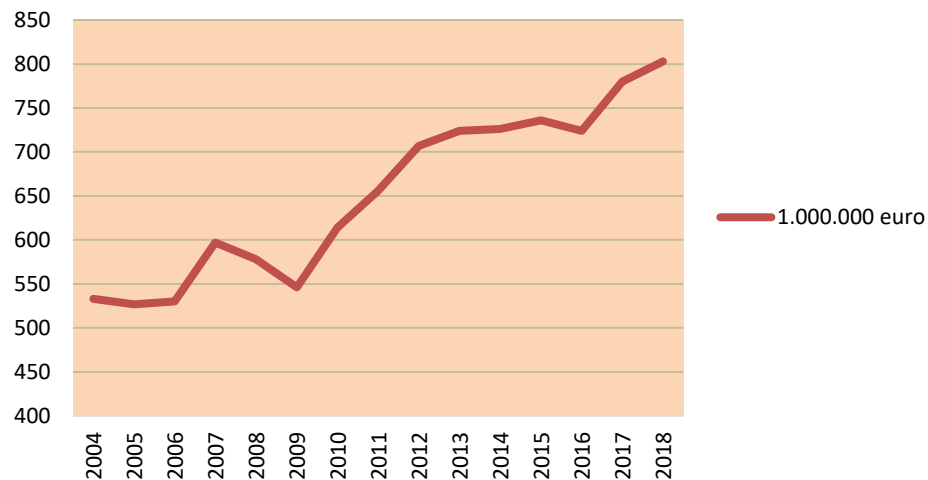


Em Volume



Estabilização do volume exportado nos últimos anos

Em Valor

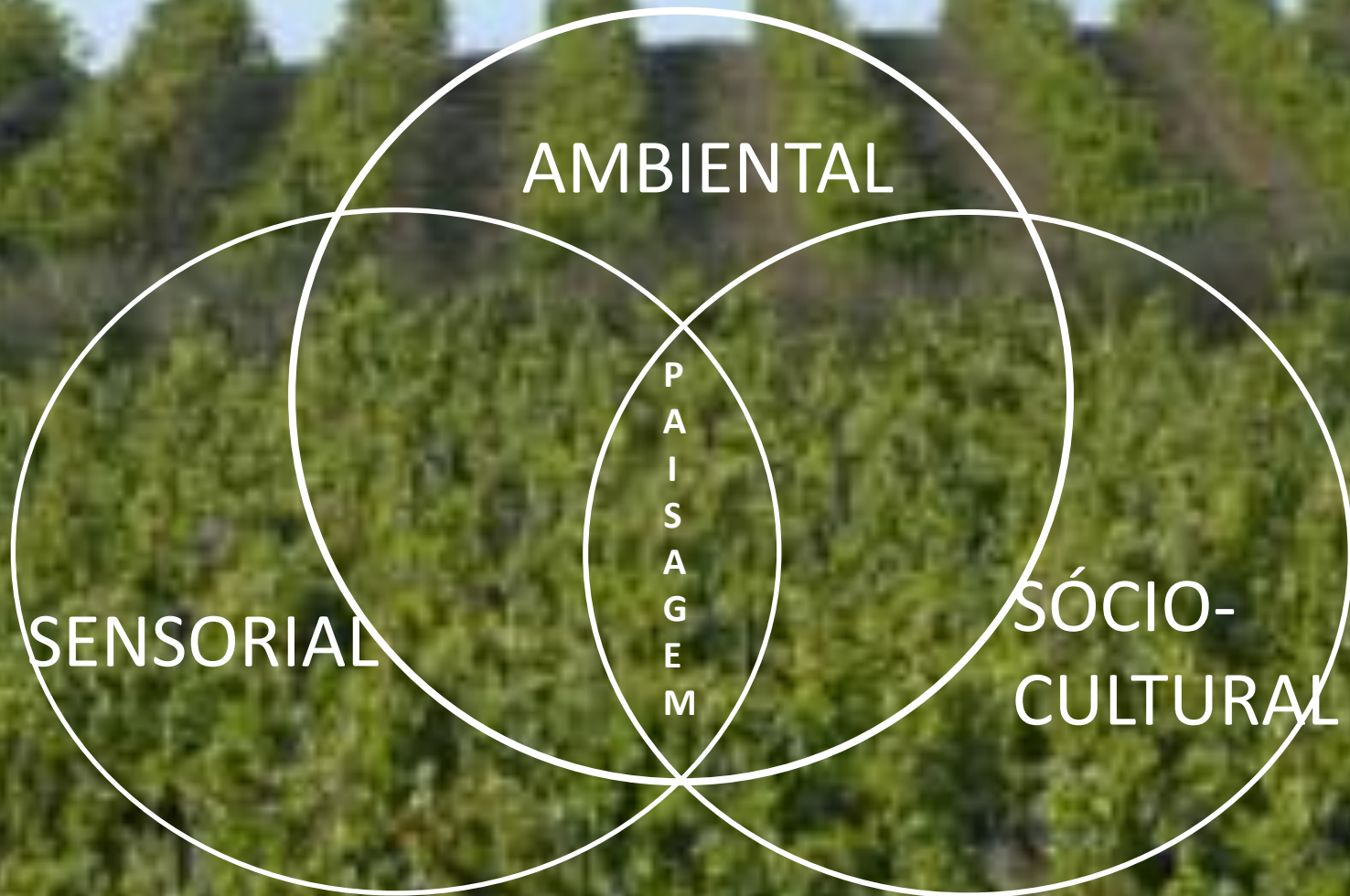


Crescimento próximo de 50% desde 2009

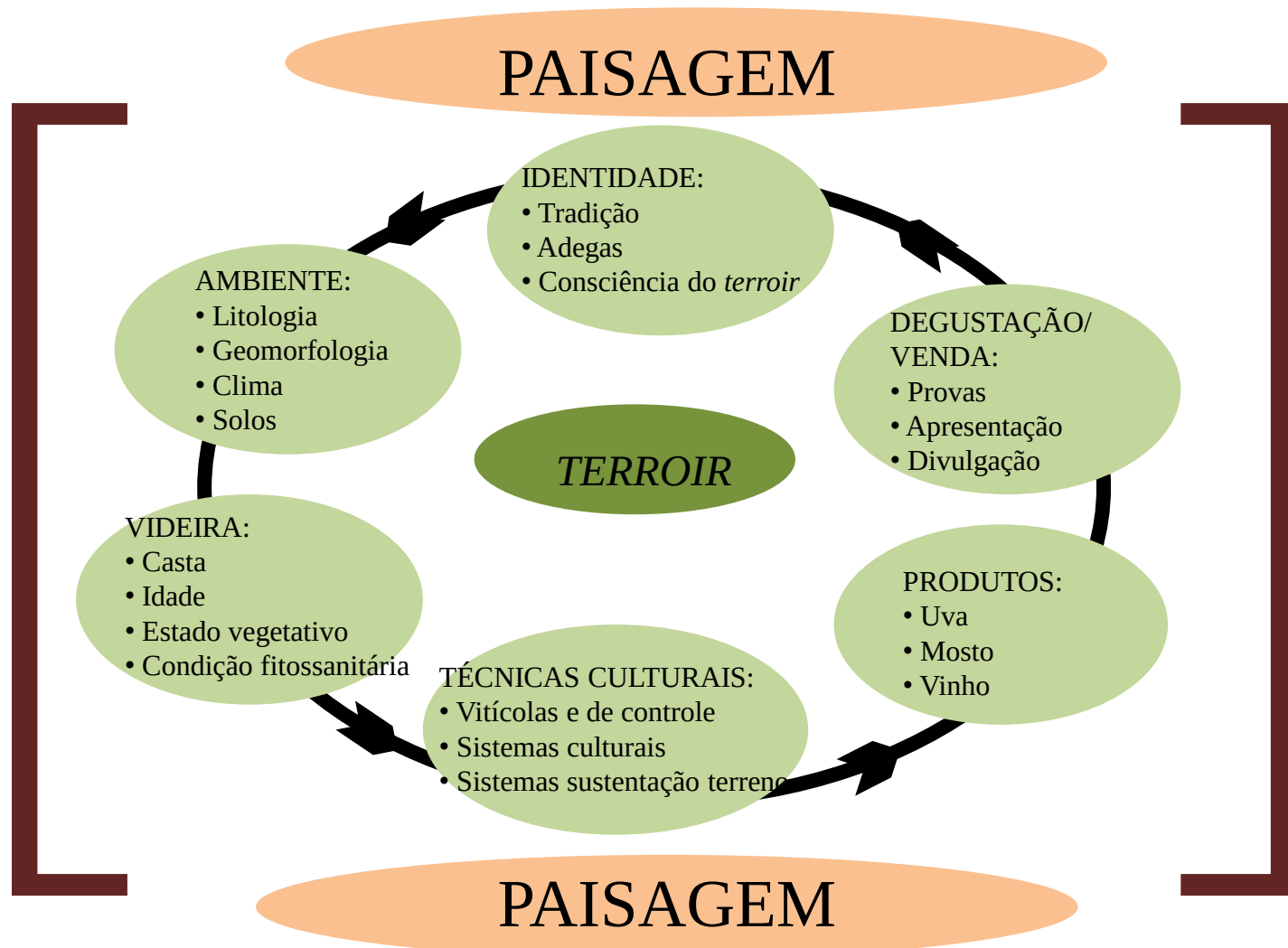
II - A paisagem, um valor e um recurso



A PAISAGEM COMO CONCEITO MULTIFACETADO E INTEGRADOR



II - Paisagem e *Terroir* conceitos que se interligam nas regiões vitivinícolas



II - As regiões vitivinícolas de Portugal

Encontram-se delimitadas:

No continente:

12 Indicações Geográficas (IG)

26 Denominações de Origem (DO)

Nas ilhas (Açores e Madeira):

2 Indicações Geográficas (IG)

5 Denominações de Origem (DO).

VINHO VERDE 1 DO Vinho Verde IGP DO MINHO	TRÁS-OS-MONTES 2 DO Trás-os-Montes IGP TRANSMONTANO
PORTO DOURO 3 DO Douro/DO Porto IGP Duriense	TÁVORA VAROSA 4 DO Távora - Varosa IGP TERRAS DO CISTER
DAO LAFÕES 5 DO Lafões 6 DO Dão IGP TERRAS DO DÃO	BEIRA INTERIOR 8 DO Beira Interior IGP TERRAS DA BEIRA
BAIRRADA 7 DO Bairrada IGP BEIRA ATLÂNTICO	LISBOA 9 DO Encostas d'Azéis 10 DO Colares 11 DO Alentejo 12 DO Alentejo 13 DO Tejo 14 DO Tejo 15 DO Tejo 16 DO Tejo 17 DO Tejo IGP LISBOA
TEJO 18 DO Tejo IGP TEJO	PENÍNSULA DE SETÚBAL 19 DO Setúbal IGP PENÍNSULA DE SETÚBAL
ALGARVE 22 DO Lagos 23 DO Faro 24 DO Lagos 25 DO Tavira IGP ALGARVE	ALENTEJO 21 DO Alentejo IGP ALENTEJANO
AÇORES 27 DO Açores 28 DO Açores 29 DO Pico IGP AÇORES	MADERA 26 DO Madeira IGP TERRAS MADEIRENSES



II- OBJETIVOS

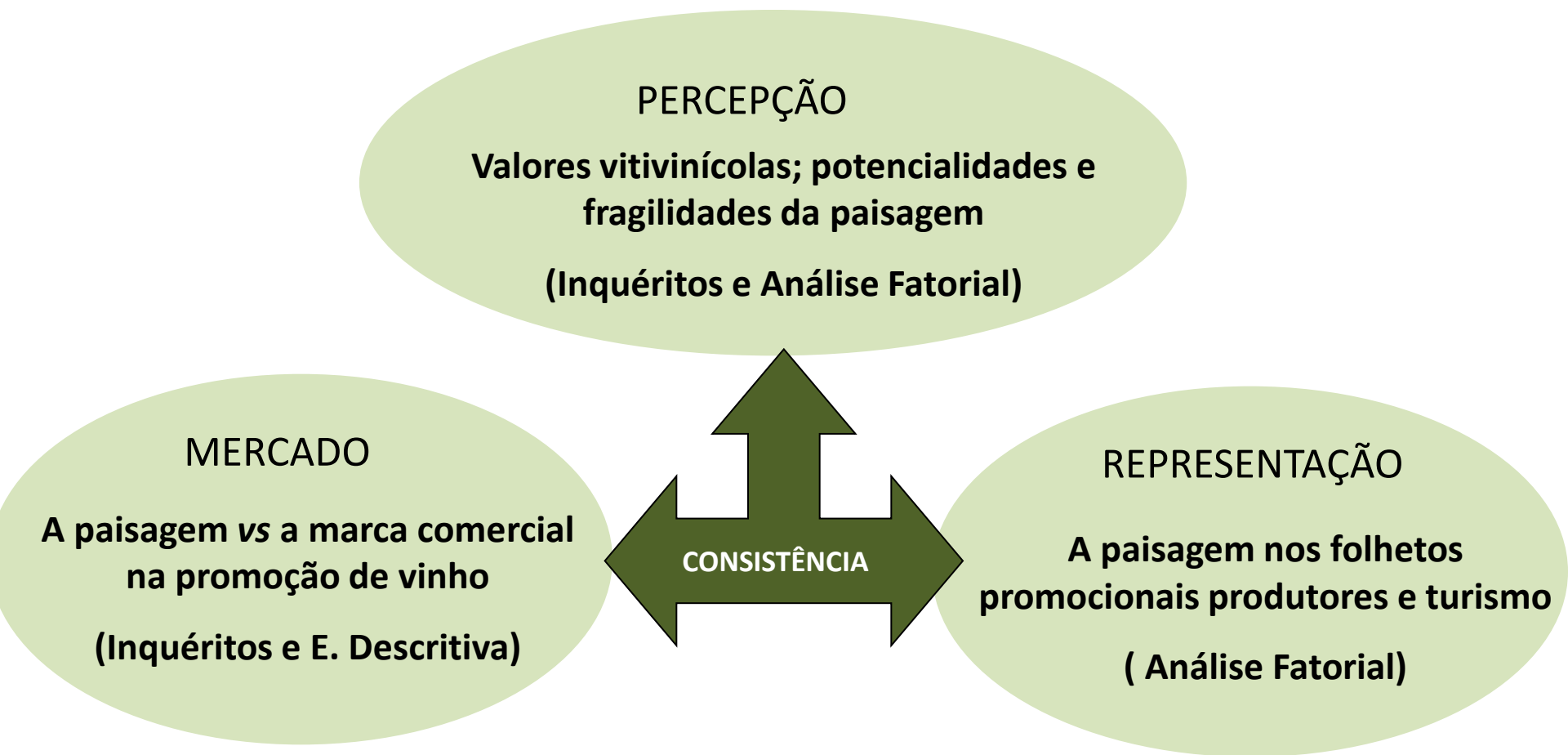


Distinguir e tipificar elementos da paisagem (*marcas*):

fortes, fracas, positivas, negativas

Reconhecer a identidade atribuída às regiões/sub-regiões

II- METODOLOGIA



II - DOS VINHOS VERDES – IDENTIDADE AMEAÇADA

Notoriedade: O minifúndio e o Vinho Verde

A PAISAGEM

Marcas fortes



Quintas e Solares

Marcas fracas



Mosaico vinha/floresta

Marcas muito fracas



Vinha alta, os muros de granito e práticas agro-ambientais - AFCM(a)



Trabalhos na vinha; património vernacular e arqueológico; adegas modernas – Coop. Monção



Adegas tradicionais – Qt. da Aveleda



Casta Alvarinho; solos; rio Minho - ACMF(c)

PERCEPÇÃO

Técnica: AFCM (a)

Distintivas e positivas

Elevadas contribuições relativas AFCM (a), nos semi-eixos em que a Região se evidenciou.

REPRESENTAÇÃO

AFCM (c)

Com falta de reconhecimento e/ou de representação

Reduzidas contribuições relativas AFCM (a) e absolutas AFCM(c), nos semi-eixos em que a Região se encontra projectada

Sem representação

Ausentes da AFCM (c), nos semi-eixos em que a Região se encontra projectada

II – DO DOURO & DO PORTO

ÚNICA, HOMOGÉNEA E DE GRANDE NOTORIEDADE

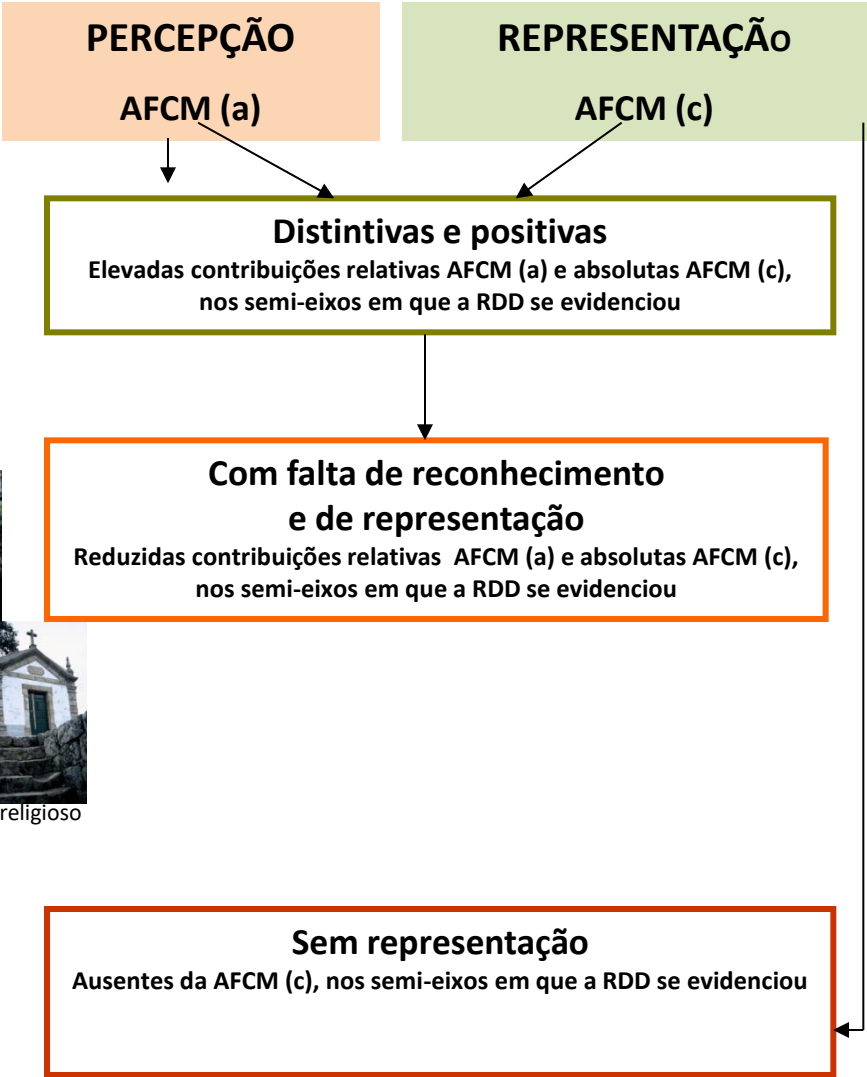
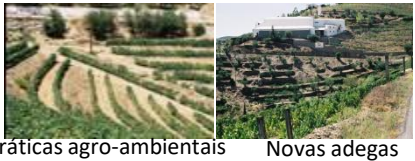
Notoriedade: Relevo acidentado – viticultura heróica, Demarcação Histórica (250 anos) e o Vinho do Porto

A PAISAGEM

Marcas fortes



Marcas fracas



II - DO DÃO e DA BAIRRADA

REGIÕES VINHATEIRAS COM FORTES SEMELHANÇAS

Notoriedade: Qualidade do Vinho, as caves (Bairrada) e cooperativas (Dão)

A PAISAGEM

Marcas fortes



Floresta (Dão)



Adegas tradicionais / caves e cooperativas

Marcas fracas



Mosaico vinha e floresta



Novas adegas, casta Baga e solos (Bairrada)

Património monumental, arqueológico e vernacular



Enxertos prontos e apoios de lavoura - valores agronómicos e estéticos



A vinha como alternativa positiva na gestão florestal



Falta divulgação spas vínicos

PERCEPÇÃO

AFCM (a)

REPRESENTAÇÃO

AFCM (c)

Distintivas e positivas

Elevadas contribuições relativas AFCM (a) e absolutas AFCM(c), nos semi-eixos em que as Regiões se evidenciaram

Com falta de reconhecimento e/ou de representação

Reduzidas contribuições relativas AFCM (a) e absolutas AFCM(c), nos semi-eixos em que as Regiões se evidenciaram

Sem representação

Ausentes da AFCM (c), nos semi-eixos em que as Regiões se evidenciaram

II - DO ALENTEJO – REGIÃO VINHATEIRA EM ASCENÇÃO

Notoriedade: A planície e os “mares de vinha”, as adegas tradicionais e a qualidade do vinho

A PAISAGEM

Marcas fortes



A planície e os “mares de vinha”

Adegas tradicionais



Montado

Povoações ribeirinhas - Moura

Marcas fracas



Mosaicos: vinha/olival; vinha/montado; vinha/pasto; vinha/cereal

Adegas modernas



Os montes

Alqueva

Património monumental, arqueológico e vernacular



Práticas agro-ambientais

PERCEPÇÃO

AFCM (a)

REPRESENTAÇÃO

AFCM (c)

Distintivas e positivas

Elevadas contribuições relativas AFCM (a) e absolutas AFCM(c), nos semi-eixos em que a Região se evidenciou

Com falta de reconhecimento e/ou de representação

Reduzidas contribuições relativas AFCM (a) e absolutas AFCM (c), nos semi-eixos em que a Região se evidenciou

Sem representação

Ausentes da AFCM (c), nos semi-eixos em que a Região se evidenciou

III - A Marca “Vinhos de Portugal” (WoP)

IVV, IP (presidência), ViniPortugal, ANDOVI, IVBAM, IP,

(Despacho nº 6237/2011, 11/04/2011 e nº 741, /2015, 23.01.2015)



❑ RAZÕES para a criação da marca “Vinhos de Portugal”:

- ❑ Estudos realizados nos EUA e UK, confirmaram a quase **ausência de conhecimento dos vinhos portugueses e de uma imagem de identidade dos mesmos.**
- ❑ **Longa história e tradição** na elaboração de vinhos;
- ❑ **Grande variedade de castas;**
- ❑ **Arte de produção de multivarietais (*blend*).**

❑ OBJETIVOS/BENEFÍCIOS da marca “Vinhos de Portugal”:

- ❑ **Valorizar as características mais relevantes e distintivas** dos vinhos portugueses;
- ❑ **Construir valores emocionais (experiência diferente)** associados à compra e ao consumo de vinho português;
- ❑ **Aumentar a perceção de valor dos vinhos portugueses;**
- ❑ **Potenciar sinergias na promoção junto dos mercados internacionais.**

III - NOVAS PROPOSTAS PROMOCIONAIS COM A PAISAGEM



UMA ICONOGRAFIA MAIS CRIATIVA NA PROMOÇÃO DAS REGIÕES VITIVINÍCOLAS...

DO Vinhos Verdes



❑ Criar novas funcionalidades para os sistemas tradicionais

DO Porto & DO Douro



❑ Promover valores ecológicos e vernaculares

DO Dão



❑ Explorar o *mistério* e o património natural e cultural

DA Bairrada



❑ Promover valores culturais e naturais

DO Alentejo



❑ Valorizar a diversidade e a gestão multifuncional da paisagem

III –ROTAS TURÍSTICAS COM A PAISAGEM E A LITERATURA

Projeto Atlas das Paisagens Literárias de Portugal Continental
(coord. IELT, FCSH, Lisboa)

❑ EM PREPARAÇÃO itinerários com a paisagem e a literatura.



Obrigada!