

OPINIÃO

Por:
Pedro Machado
Secretário de Estado
do Turismo, Comércio
e Serviços



Ter um bom produto não é suficiente

A viticultura no Douro tem uma inegável tradição, sendo responsável pela existência da paisagem única do Alto Douro Vinhateiro, e por notáveis produtos víquicos, como o Vinho do Porto. Qualidade também não falta; no mais recente Concurso de Vinho de Bruxelas o Douro trouxe 32 medalhas de Ouro e seis medalhas Grande Ouro, representando mais de 20% dos premiados nacionais.

Mas qualidade parece já não ser suficiente. As gerações mais jovens mantêm-se, por vezes, afastadas do vinho, afirmando que a cultura bática é emproada, reservada a ambientes demasiado formais e que é necessário um alto conhecimento técnico para apreciar verdadeiramente o produto.

Adicionalmente, os novos hábitos requerem novos produtos, adaptados ao estilo de vida atual mesmo que desafiantes das ortodoxias do setor co-

mo vinhos para beber com gelo ou vinhos de baixo, ou nenhum, teor alcoólico.

Se da parte do produto, os produtores têm estado atentos às tendências e alguns encontram-se dispostos a inovar constantemente, refrescando a tradição, na parte do conhecimento, a rede de escolas do Turismo de Portugal tem formado um vasto conjunto de profissionais, sendo a entidade responsável pela formação de escanções. Só nos últimos 5 anos, mais de 500 formandos concluíram o curso, com uma alta taxa de empregabilidade para serviços de restauração, hotelaria e enoturismo, para entidades que atingiram, ou almejam atingir, um posicionamento mais elevado dos seus serviços.

Mas o posicionamento de produto num segmento alto, ainda que de modo claramente justificado, pode estar a dificultar o acesso dos novos consumidores a um mercado que, no futuro, dependerá do seu envolvimento.

Isto porque, apesar de os números do consumo de vinho em Portugal parecerem indiciar um crescimento no consumo, os mesmos devem ser vistos com cautela, uma vez que são fortemente impactados pelo crescente turismo, não refletindo necessariamente o consumo nacional.

E se é importante dar a conhecer o que bem se faz em Portugal aos nossos visitantes, não é menos importante que nós próprios sejamos verdadeiros consumidores e embaixadores da riqueza vitivinícola nacional.

Será, por isso, essencial inovar também na forma de comunicar adaptando-a aos novos públicos, e aqui os escanções, as lojas especializadas e até a grande distribuição podem ser responsáveis pela desmistificação dos preconceitos, com a mensagem clara de que, com a devida moderação, há sempre um vinho para cada momento, tornando o que bem se faz no Douro e nas outras regiões do país acessível e compreensível aos vários estratos de consumidores.



SABIA QUE ...

A Região Demarcada do Douro celebra 270 anos em 2026?

Criada em 1756, a mais antiga região demarcada e regulamentada do mundo assinala a data a 10 de setembro, no Dia do Vinho do Porto. A celebração integra o programa Douro 2050, que marca também os 25 anos do Alto Douro Vinhateiro como Património Mundial, assinalados a 14 de dezembro. O ciclo prolonga-se até junho de 2027, com o Concours Mondial de Bruxelles no Douro, em maio, e a apresentação do Livro Verde Douro 2050. Promovido pela CCDR-Norte, CIM-Douro e Liga dos Amigos do Douro Património Mundial, decorre sob o Alto Patrocínio do Presidente da República.