CISION

ID: 69170601

Jornal da Bairrada

20-04-2017 | Vinhos

Tiragem: 7000
País: Portugal
Period.: Ocasional
Âmbito: Regional

Pág: 5
Cores: Cor
Área: 23,50 x 23,04 cm²
Corte: 1 de 1

OPINIÃO

PEDRO MACHADO
Presidente do Turismo Centro de Portugal

"O Vinho tem vindo a ganhar o reconhecimento devido"

"[A Bairrada] trata-se de uma região de excelência para produção de vinhos espumantes, sendo historicamente a região que mais produz. (...) A Bairrada tem-se afirmado, significativamente, neste segmento de mercado, a que se tem associado um consolidado crescimento."

Ao longo dos anos, o vinho tem vindo a afirmar-se como um dos produtos mais internacionalizados da economia portuguesa, exportando quase metade da produção dos vinhos com Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP), sendo, também, um dos mais competitivos do setor agrícola.

A Região Centro - que integra 5 Regiões Demarcadas, a saber, Beira Interior, Bairrada, Dão, Lisboa e Tejo - tem uma área de vinha que representa cerca de 37% da área total de vinha, da qual resulta perto de 35% da produção de vinho, exportando 40 a 50% da produção. Comparando a importância da vinha e do vinho na Região com os 19% que representa do volume total nacional de vinho certificado, facilmente se conclui pela menor valorização dos seus vinhos relativamente ao todo nacional.

O documento "Notas para um programa estratégico de Apoio à Fileira do Vinho, na Região Centro, no âmbito do Programa Operacional Centro 2020", apresenta o Programa Estratégico para a Fileira do Vinho da Região Centro (PEFV-RC), que compreende a totalidade da cadeia de valor da Fileira do Vinho, desde os recursos naturais à promoção junto do consumidor final. No âmbito deste projeto, foram identificados – pelas cinco Comissões Vitivinícolas Regionais da Região Centro - os seguintes vetores de desenvolvimento: Conservação dos Recursos Genéticos, Sustentabilidade da Fileira, Viticultura, Enologia, Qualificação e Certificação, Promoção e Valorização do Território.

Este último vetor afigura-se de enorme importância, se atendermos à competição e à globalização do mercado dos vinhos. O seu principal objetivo é aportar valor, ganhar notoriedade e quota de mercado - marcos fundamentais se atendermos à pequena ou média dimensão das DOP e IGP da Região Centro, com poucos recursos para um contínuo e necessário investimento nesta área.

A Valorização do Território pela fileira do vinho é também apresentada como linha de ação estratégica prioritária nos territórios vinhateiros, tirando partido do seu produto com maior notoriedade e com uma capacidade natural de atrair turistas e dinamizar a atividade económica local, tendo como principal enfoque o apoio ao desenvolvimento do Enoturismo nas Regiões Demarcadas da Região, assim como um conjunto de ações de promoção territorial através do vinho.

Em particular, e no que respeita à Bairrada, trata-se de uma região de excelência para produção de vinhos espumantes, sendo historicamente a região que mais produz. Ainda no PEFV-RC pode ler-se que nos últimos 10 anos assumiu sempre a liderança a este nível. A Bairrada tem-se afirmado, significativamente, neste segmento de mercado, a que se tem associado um consolidado crescimento.

É evidente a importância de se trabalhar fatores como a sustentabilidade e a competitividade nos mercados quer internos, quer externos, desenvolvendo iniciativas que promovam a sua valorização, que atendam aos recursos endógenos existentes, e que garantam o seu crescimento de uma forma sustentada, com impacto nas restantes regiões nacionais.

Importa referir que "Gastronomia e Vinhos" e "Turismo" caminham "lado a lado", em perfeita simbiose e sintonia. Em particular, e no que respeita à estratégia de marketing desenvolvida para a Turismo Centro de Portugal, assumem um papel único e preponderante, sendo que os podemos encontrar no Vetor 1, "Cultura, História e Património, um dos mais relevantes e maduros em termos turísticos. Mas, "Gastronomia e Vinhos" vai muito além da "Cultura, História e Património" de uma região, assumindo um papel transversal e de complementaridade a todos os restantes produtos turísticos.

Associado ao Enoturismo existe todo um contexto - que vai desde as vinhas, à vindima e às tradições, à transformação do produto nas adegas - que é cada vez mais um dos principais motivos de interesse e de visita a um destino. O maior desafio será o de tornar este "turista de visitação", que apenas passa, visita e prova, num "turista de consumo", dando-lhe fortes argumentos para que aumente o seu tempo de permanência na região e gaste mais.

Queremos mais turistas no Centro de Portugal e durante mais tempo. Queremos mais pessoas a visitar as nossas rotas. Queremos mais pessoas a comprar, a gastar e a investir na região. Isto dependerá de se continuar a desenvolver o trabalho de parceria, a que já se assiste, reforçando e estreitando, cada vez mais, as relações entre produtores, comissões vitivinícolas, e as mais diversas instituições públicas e privadas, sempre no sentido de haver a devida e merecida estruturação do produto, neste caso, em particular, do Enoturismo.

Isto consegue-se, com o trabalho concertado entre todos, procurando assegurar a valorização da imagem de uma região, numa oferta turística integrada onde as valências de enoturismo, do turismo termal, da hotelaria e da restauração constituem um dos seus principais fatores dinamizadores. A este nível, reconhecidamente congratulo a Comissão Vitivinícola da Bairrada e a Rota da Bairrada pela qualidade do trabalho desenvolvido, num contributo ímpar para o desenvolvimento integrado da região, o aumento da sua notoriedade, e evidenciando sinais claros de retorno económico significativo.

Estes são apenas alguns dos aspetos mais relevantes que reiteram a importância que a fileira do Vinho assume para Turismo Centro Portugal, espelhando e personalizando o esforço e o trabalho que se tem desenvolvido na fileira do Enoturismo, em particular, ao nível da promoção. O "Vinho" tem, paulatinamente, vindo a ganhar o reconhecimento devido, assumindo-se enquanto um importante embaixador no mundo, e detendo a capacidade de transportar consigo o nome do destino e da região.

Fica o agradecimento, em nome da Turismo do Centro, ao esforço de todos os parceiros, privados e públicos. Sejamos todos embaixadores e embaixadoras desta que é a marca "Bairrada" e deste que é o "Turismo do Centro de Portugal – Um País dentro do País".