

## A Região Demarcada do Douro (RDD) – dados de 2015

**250 mil ha**

**44 mil ha de vinha**

**22 mil viticultores**

É a **segunda maior região vitícola portuguesa em termos de área** (21% da área total de vinha em Portugal)

É a **principal região vitícola portuguesa em termos de produção de vinho**, com 23% da produção total e quase 39% da produção de vinho com Denominação de Origem (DO)

É a **principal região vitícola de Portugal no que respeita à exportação de vinho**, com 50% do total das exportações portuguesas de vinho e 75% das exportações de vinho com DO

O vinho do Porto por si só representa 43% do total das exportações portuguesas de vinho e 65% das exportações de vinho com DO

**A RDD tem contribuído para o crescimento em valor das exportações portuguesas de vinho**, com as **exportações de vinho do Douro a aumentarem consecutivamente desde 2006** (de 20 até 56 milhões de euros em 2016), e as **exportações de vinho do Porto a registarem evoluções de ligeiro crescimento/estagnação nos últimos 5 anos** (de 306 milhões de euros em 2011 para 308 em 2016), depois de uma quebra acentuada nos 5 anos anteriores (de 332 em 2006 para 306 em 2011).

Embora a quota das exportações de **vinho do Douro** na quantidade total comercializada tenha crescido (30% em 2006; 37% em 2016), o **mercado nacional tem um peso ainda demasiado elevado** nas vendas deste vinho, sobretudo se tivermos em conta que a quota da exportação corresponde a 106 mercados em 2016 (entre estes, os 9 primeiros em 2016 foram Canadá, Brasil, EUA, Suíça, Alemanha, Reino Unido, Angola, França e Bélgica, com um total de 31%).

Por outro lado, no caso do **vinho do Porto** verifica-se uma **dependência de um reduzido número de mercados**, na sua grande maioria da União Europeia: 79% é a quota dos cinco primeiros em quantidade (França, Portugal, Holanda, Reino Unido e Bélgica) e 93% é a quota dos dez principais mercados (EUA, Alemanha, Dinamarca, Canadá e Espanha completam esse grupo).

De notar que entre os cinco principais, França, Holanda e Bélgica são mercados de grande volume, nos quais os vinhos correntes têm uma quota muito significativa: embora registando uma diminuição nos últimos 15 anos, a quota desses vinhos é ainda muito próxima ou acima dos 90% da quantidade total expedida para esses mercados.

Consequentemente, nas vendas de **vinho do Porto** os vinhos correntes dominam ainda o mercado, apesar do **peso das categorias especiais ter vindo a aumentar** (em quantidade, de 16% em 2000 para 21% em 2016; em valor, de 34% para 41%).

No que respeita à **estrutura empresarial do setor do vinho do Porto**, desde o primeiro produtor-engarrafador que surgiu em 1979, verifica-se até aos dias de hoje um **aumento exponencial do número de produtores-engarrafadores** (59 atualmente, entre os quais 9 adegas cooperativas), sem que no entanto tenham ganho grande dimensão ao nível da representatividade na quantidade vendida (menos de 2% em 2015).

Por outro lado, assistiu-se nos últimos 15 anos a uma **consolidação ao nível dos comerciantes**, com **muitos processos de aquisição/fusão que fizeram diminuir o seu número** (chegaram a ser 62 em 2000 e atualmente são 41). Entre os 41 comerciantes que em 2015 comercializaram vinho do Porto (entre os quais 3 adegas cooperativas), **os cinco principais grupos** (constituídos por 11 empresas) **representaram 85% da quantidade total vendida de Porto**.

A região seguiu já um processo fundamental de reestruturação das vinhas e de modernização das adegas, **continuando a investir em modernização e inovação**. Aproveitando um património vitícola único de elevada biodiversidade e as tradições vitícolas da região, concordantes com o interesse crescente do mercado mundial pelas castas tradicionais e pelo *blending*, há que investir também em **marketing e comunicação** e **nas marcas dos vinhos da região**. Neste âmbito têm **papel fundamental as empresas**, sendo relevante a crescente capacitação técnica e humana do setor, aspeto em que a UTAD tem tido um papel significativo.

Procurando alargar a base de consumo de Porto, há que **conquistar novos consumidores**, sobretudo do segmento mais jovem, promovendo **novas formas de consumo** (ex: cocktails) e **novos momentos de consumo** (aproveitando a variedade da gama).

Também positiva, e importante que continue no futuro, tem sido a **dinâmica dos produtores-engarrafadores**, quer no vinho do Douro como no Porto, inclusive dando **bons exemplos de formas de colaboração** e obtendo **economias de escala**.

Ao setor do vinho importa também assegurar cada vez mais **sinergias com o turismo**, aproveitando a **ligação à cidade do Porto** e a notoriedade do **Alto Douro Vinhateiro**, património da humanidade.

**Produção de vinho na RDD**  
(milhões de litros)

ano	Porto	Douro	Moscatel	Espumante	Duriense	vinho	total
2011	59.0	42.0	3.8	0.3	2.5	24.4	132.0
2012	67.5	40.4	1.7	0.3	1.5	22.4	133.7
2013	69.1	50.5	1.7	0.2	4.3	25.9	151.6
2014	73.3	46.1	3.0	0.2	1.4	16.5	140.4
2015	77.5	60.1	3.1	0.2	2.3	17.5	160.7
2016 (*)	80.4	42.3	3.3	0.1	0.8	5.8	132.7

(\*) provisórios

**Comercialização de vinhos da RDD com DOP/IGP**

ano	Porto		Douro		Moscatel		Espumante		Duriense		Total	
	milhões litros	milhões euros										
2011	82.5	355.9	21.9	85.6	3.5	10.7	0.1	0.4	4.1	5.3	112.0	457.9
2012	82.6	359.2	22.9	90.6	3.3	10.2	0.1	0.5	4.7	5.8	113.6	466.2
2013	79.5	367.6	25.2	101.8	3.1	9.9	0.1	0.4	4.3	5.7	112.2	485.4
2014	79.1	366.0	28.9	113.4	3.4	10.8	0.1	0.5	4.0	5.6	115.5	496.3
2015	77.7	367.9	31.5	126.7	3.1	9.5	0.1	0.5	3.9	6.0	116.3	510.7
2016 (*)	77.4	376.7	35.2	139.8	3.3	10.2	0.1	0.6	3.8	6.2	119.8	533.5
var %	-0.4	2.4	11.8	10.4	5.0	7.3	7.0	6.5	-3.1	2.4	3.0	4.5

(\*) provisórios - dados até dezembro para a exportação e total anual móvel em novembro (últimos 12 meses) para o mercado nacional

**Porto - principais mercados 2015**

	rank	quota	milhões euros	var % 2014
FRANÇA	1º	20.8%	76.4	-2.5
PORTUGAL	2º	16.9%	62.1	7.7
REINO UNIDO	3º	13.4%	49.3	8.5
HOLANDA	4º	11.2%	41.2	-2.3
BÉLGICA	5º	9.1%	33.6	-2.9
E.U.A.	6º	8.7%	32.0	1.6
CANADÁ	7º	3.3%	12.2	-0.9
ALEMANHA	8º	3.2%	11.7	-2.6
DINAMARCA	9º	3.1%	11.5	19.1
ESPAÑA	10º	1.3%	4.6	-11.1
SUIÇA	11º	1.0%	3.6	-3.7
BRASIL	12º	0.8%	3.1	-18.8
ITÁLIA	13º	0.7%	2.7	-4.7
POLÓNIA	14º	0.7%	2.5	9.4
SUÉCIA	15º	0.5%	1.9	3.5
<b>TOTAL</b>			367.9	0.5

**Douro - principais mercados 2015**

	rank	quota	milhões euros	var % 2014
PORTUGAL	1º	59.1%	74.8	15.7
CANADÁ	2º	6.1%	7.7	23.5
ANGOLA	3º	4.4%	5.6	-22.1
EUA	4º	4.4%	5.5	14.6
BRASIL	5º	4.0%	5.0	19.5
SUIÇA	6º	3.8%	4.8	11.7
ALEMANHA	7º	3.0%	3.9	-4.2
REINO UNIDO	8º	2.5%	3.1	23.2
FRANÇA	9º	1.9%	2.4	22.0
BÉLGICA	10º	1.7%	2.2	12.1
CHINA	11º	1.0%	1.3	52.7
POLÓNIA	12º	1.0%	1.2	9.6
HOLANDA	13º	0.9%	1.1	17.7
MACAU	14º	0.8%	1.0	-3.3
NORUEGA	15º	0.7%	0.9	6.2
<b>TOTAL</b>			126.7	11.7