

PROGRAMA VALORIZAÇÃO DA FILEIRA DOS VINHOS DA REGIÃO CENTRO

Designação do projeto | Projeto Estratégico de Apoio à Fileira do Vinho na Região Centro II

Código do projeto | CENTRO-04-3928-FEDER-000028

Objetivo principal | Promover a sustentabilidade e a qualidade do emprego e apoiar a mobilidade laboral

Região de intervenção | Centro

Entidade beneficiária | Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária I.P.; Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa (CVR Lisboa); CV Bairrada; CVR Dão; CVR Beira Interior; CVR Tejo; Instituto Politécnico de Viseu; Instituto Politécnico de Castelo Branco

Data da aprovação | 09-09-2020

Data de início | 01-07-2019

Data de conclusão | 30-06-2022

Custo total elegível | 2.657.320,12€; **Custo elegível INIAV** | 198.851,38€

Apoio financeiro total da União Europeia | FEDER 2.258.722,11€

Objetivos, atividades e resultados esperados

Objetivos

Promover a sustentabilidade e a qualidade do emprego e apoiar a mobilidade laboral. A concessão de apoio ao crescimento propício ao emprego através do desenvolvimento do potencial endógeno como parte integrante de uma estratégia territorial para zonas específicas, incluindo a conversão de regiões industriais em declínio e desenvolvimento de determinados recursos naturais e culturais e da sua acessibilidade.

Descrição Sumária das atividades:

O projeto pretende dar continuidade ao processo iniciado em 2016 de valorização económica de um importante e já reconhecido recurso natural endógeno existente na Região Centro – o Vinho e a toda a fileira associada, desde a investigação e Inovação até ao enoturismo, respondendo quer às prioridades estratégicas definidas pelas políticas públicas Nacionais e Regionais para o sector agroalimentar e do vinho, quer às estratégias e dinâmicas preconizadas pelos principais agentes económicos que nele operam. Para tal, a parceria deste projeto, propõe-se desenvolver um programa estratégico específico, contemplando um conjunto de ações estruturadas, conjuntas e complementares, direcionadas aos diferentes pontos da cadeia de valor da fileira da vinha e do vinho, enquadradas nos seguintes grupos de atividades:

- GRUPO I - Criação de Redes de Conhecimento e Inovação Associadas ao Vinho,
- GRUPO II - Promoção e Marketing Inovador do Vinho,
- GRUPO III - Valorização dos Territórios Vitícolas,
- GRUPO IV - Gestão de Projeto,

Relativamente ao **Grupo I**, o desenvolvimento do setor vitivinícola tende a convergir com a evolução de novos conceitos de inovação tecnológica, novas formas de produção e vinificação, e promoção e comunicação inovadora, tendo as castas autóctones como fator de afirmação e diferenciação da Região. Tendo em conta as competências de I&D, nos domínios da vitivinicultura, existentes em várias instituições da região Centro, no quadro deste projeto é proposta a sedimentação e reforço da Rede para a Inovação Vitivinícola da Região Centro criada no âmbito do projeto CENTRO-04-3928-FEDER-000001 que, concertadamente, contribuirá para:

- Caracterização do comportamento de diferentes castas e para a experimentação/investigação vitivinícola na Região;
- Apoiar as decisões que permitam maximizar o potencial genético, agronómico e enológico das castas;
- Contribuir para a adaptação sistemas de produção inovadores na vinha no vinho e na adega, que vai desde as alterações tecnológicas, climáticas, de sazonalidade e características edafoclimáticas; e de adaptação aos diferentes *terroir* das regiões Vitivinícolas do Centro de Portugal;
- Uniformizar, gerar conhecimento e disseminar informação científica.

A valorização económica de diversidade intervarietal e a transformação digital da vitivinicultura, que interliga a viticultura e enologia de precisão à IoT, são duas áreas de investigação, desenvolvimento e inovação, que também estão previstas neste projeto. Face ao exposto, no seguimento do Projeto Estratégico de Apoio à Fileira do Vinho na Região Centro - CENTRO-04-3928-FEDER-000001 (2016-2019) este Grupo de Atividades, contempla as seguintes ações:

- Atualização da Delimitação de talhões e zonas da vinha da Bairrada,
- Caracterização dos precursores aromáticos de cinco variedades de uva,
- Microvinificações de variedades de uvas com vista à produção de espumante,
- Mecanização da poda de Inverno - Avaliação do comportamento agronómico e enológico de castas da região da CVR Lisboa,
- Validação de uma nova tecnologia de envelhecimento da Aguardente Vínica DOP Lourinhã,
- Implementação de um serviço de previsão da fenologia e maturação da uva e de análises a mostos, vinhos e madeiras usadas na maturação de vinhos,
- Estudo comparativo de castas autóctones com carácter relevante para a Região Demarcada do Dão,
- Desenvolver e testar uma plataforma de acesso web, que suportada em monitorização ambiental e biológica, forneça aos utilizadores um conjunto de informações que suportem decisões de intervenção ao nível da parcela no âmbito da sua gestão hídrica e do controlo de pragas e doenças,
- Promover sessões de divulgação de conhecimento técnico-científico e inovação relevante para toda a fileira do sector vitivinícola.

Grupo II - Promoção e Marketing Inovador do Vinho, a este nível, apesar de muito já ter sido feito no decorrer dos últimos anos, existe ainda um longo caminho a percorrer para que os vinhos das DO existentes na Região Centro continuem a afirmar e destacarem-se dos seus principais concorrentes e potenciar todas as capacidades que possui.

No mercado globalizado onde opera, a concorrência internacional é cada vez mais abundante. A cada ano que passa surgem novos players, com produtos mais apelativos e a preços competitivos. Assim sendo, os agentes económicos nacionais não podem relaxar. Importa também frisar que o número de novos consumidores de vinho tem vindo a aumentar, fruto essencialmente da mudança de padrões de consumo de bebidas alcoólicas e da emergência de novos mercados, existe assim, por um lado, mais concorrência, e por outro, um conjunto de novas oportunidades que deverão ser aproveitadas.

Nessa medida, tendo em vista o aumento da visibilidade, notoriedade dos vinhos das DO existentes na Região Centro e bater-se com as principais marcas de vinho mundiais, ganhar quota de mercado, incrementar o preço médio por litro exportado e aumentar as margens comerciais, os promotores deste

projeto, estão cientes que tem de continuar a apostar fortemente em mecanismos de promoção e marketing inovadores dos Vinhos com DO e IG existentes na região centro, pelo que, o presente projeto contempla um conjunto de ações que combinam outbound e inbound Marketing: conceção, produção de meios e dinamização de campanhas publicitárias ambiciosas, em diferentes meios, como outdoors juntos dos grandes centros urbanos, inserções em imprensa da especialidade, Rádio, TV, Web e patrocínio de eventos; Organização de concursos e galas de entrega de prémios; Ações de promoção e prospeção internacional como a participação na Prowein(a mais importante feira do sector no mundo) e Vinhos de Portugal no Rio de Janeiro e S. Paulo entre outras.

Grupo III – Valorização do Território vitícola, quando abordamos o vinho e a sua fileira, importa ainda salientar outras áreas cuja importância têm contribuído fortemente para o desenvolvimento deste setor no país e na região Centro, com destaque para o setor turístico, com fortes impactos na empregabilidade, retenção de talento e uso eficiente de recursos. Pelo que, esta candidatura propõe um programa de ações direcionado a apoiar e desenvolver o Enoturismo e Rotas de Vinhos das DO existentes na região Centro. Não obstante os diferentes estados de desenvolvimento e metodologia das Rotas de Vinho de cada DO, neste Grupo, foram definidas ações conjuntas de promoção e *benchmarking*, além de um número muito significativo de iniciativas de animação territorial; campanhas de promoção e marketing a nível nacional e internacional (participação em eventos e promoção digital) e ações de reconhecimento da oferta destinadas a *players* internacionais.

Estamos em crer, que esta operação contribuirá fortemente a sustentabilidade territorial, através da melhoria da dinâmica empresarial da fileira, captação de investimento, criação de riqueza, retenção e captação de talento e criação de emprego e forte impacto na geração de riqueza na Região.

Este projeto pretende dar continuidade à estratégia iniciada em 2016, com vista à valorização económica do sector vinícola regional. Apesar do trabalho feito, existe, potencial há por explorar. Nesse sentido, o projeto que agora se propõe tem por objetivos centrais contribuir para aumentar a competitividade e valorização não só do vinho, mas de toda a sua fileira e cadeia de valor alargada e fomentar a sua internacionalização e notoriedade, estimular a aposta na inovação e na diferenciação, e favorecer a capacidade de gerar emprego e riqueza. Para tal os promotores deste projeto definiram os seguintes objetivos específicos:

- Sedimentar e fortalecer a Rede para a Inovação Vitivinícola das DO da Região Centro, por forma a permitir valorizar toda a cadeia de valor do setor;
- Incrementar a incorporação de inovação por parte das PME's regionais da Fileira;
- Desenvolver campanhas de comunicação e marketing inovadoras de forma a melhorar a visibilidade e notoriedade da fileira ao nível nacional e internacional;
- Promover a partilha de experiências e saberes vários pelos agentes regionais do sector do Vinho;
- Promover o aumento da produção de bens e serviços transacionáveis e internacionalizáveis de valor acrescentado;
- Promover e divulgar os vinhos das DO da região centro através da organização e da participação em eventos em Portugal e no estrangeiro;
- Obter conhecimento e divulgar casos de sucesso e melhores práticas em enoturismo;
- Atrair investimento e talento qualificado e criar emprego;
- Potenciar o empreendedorismo e criação de novas áreas de negócio;
- Promover, dinamizar e animar as rotas ligadas aos Territórios Vinhateiros das DO da região;
- Capacitar agentes desta fileira e potenciar o trabalho em conjunto.

CENTRO 20
20

PORTUGAL
2020

 UNIÃO EUROPEIA
Fundos Europeus
Estruturais e de Investimento

Com o desenvolvimento do conjunto de ações que compõem o presente projeto, as entidades promotoras pretendem dar continuidade à estratégia iniciada em 2016, com vista à valorização económica do sector vinícola regional e assim propiciar uma maior taxa de emprego no sector.

A operacionalização deste projeto pretende concorrer para que a Região Centro se torne mais dinâmica e potencialmente mais atrativa ao investimento e ao capital humano, e para ganhar notoriedade e reconhecimento nacional e internacional.