vinetur

Le président des vins de l’Alentejo appelle les producteurs à monter en gamme

À Lisbonne, Luís Sequeira a mis en avant la qualité, la durabilité et l’œnotourisme pour aider l’Alentejo à faire face à l’évolution du marché.

vendredi 9 octobre 2026



Un événement consacré aux vins et à la gastronomie de l’Alentejo, au Portugal, a réuni jeudi soir des producteurs, des professionnels de la distribution et des responsables du tourisme au El Corte Inglés de Lisbonne. Les échanges ont porté sur la manière dont l’une des régions viticoles les plus connues du pays entend réagir aux mutations du secteur à l’échelle mondiale.

La Vida Ibérica, Lda. et le magasin El Corte Inglés de Lisbonne ont organisé la rencontre à 18 h 30 dans la Sala de Âmbito Cultural, au sixième étage du grand magasin. L’événement s’inscrivait dans le cadre du cycle « Sabores e Paladares Ibéricos » et était intitulé « Um Alentejano cai sempre bem », une formule qui faisait le lien entre les vins, la gastronomie et l’identité régionale de l’Alentejo.

L’intervenant principal était Luís Sequeira, président de la Comissão Vitivinícola Regional Alentejana (CVRA), l’organisme régional chargé des vins de l’Alentejo. Son intervention, intitulée « Wine Sector: Crisis or Opportunity », portait sur les profondes mutations qui touchent le commerce du vin, selon les organisateurs, et sur les options dont disposent les producteurs face à l’évolution des habitudes de consommation.

Selon les informations communiquées par les organisateurs, Sequeira a commencé par évoquer l’évolution de la consommation mondiale de vin et a estimé que l’Alentejo devait miser sur la montée en gamme, la qualité des produits et une différenciation plus affirmée sur le marché. Son propos s’inscrivait dans une réflexion sur la nécessité de renforcer l’ensemble de la filière viticole de l’Alentejo, plutôt que de considérer la production, la promotion et le tourisme comme des activités distinctes.

La présentation a également abordé le plan stratégique viticole de la région, la durabilité, le marketing, les marchés à l’export, l’œnotourisme, la viticulture, l’œnologie, l’inspection et le contrôle, ainsi que la recherche et le développement. Les organisateurs ont indiqué que Sequeira avait aussi défendu une vision plus large du développement régional, dans laquelle le vin est associé à l’huile d’olive, à la gastronomie, au patrimoine culturel et au tourisme pour composer une expérience de visite unique.

Ce message s’inscrit dans un débat plus large qui anime actuellement les régions viticoles européennes : les producteurs doivent composer avec le recul de la consommation sur certains marchés matures, l’évolution des goûts, les pressions environnementales et la nécessité de préserver leurs marges grâce à des produits plus distinctifs. En Alentejo, l’enjeu est particulièrement important, car la région s’emploie depuis des années à renforcer sa notoriété sur le marché national tout en améliorant sa position à l’international.

La soirée comprenait une dégustation de cinq vins censés illustrer différentes tendances de la viticulture contemporaine en Alentejo. Ils provenaient de Cananó, Rocim, Paço do Conde, Quinta da Pigarça et Adega das Flores. Selon les organisateurs, cette sélection visait à montrer à la fois la diversité des styles et certaines des priorités qui orientent la stratégie actuelle de la région, notamment les Vinhos de Talha, ou vins en amphore, les vieilles vignes et le PSVA, le programme de durabilité des vins de l’Alentejo.

Les accords mets-vins occupaient également une place centrale. Les invités ont dégusté des fromages Évora DOP et Serpa DOP, du jambon de porc noir et du chorizo de porc noir, accompagnés d’huile d’olive et de miel de Paço do Conde. Cette formule de dégustation mettait en avant un message souvent défendu par les promoteurs régionaux au Portugal et en Espagne : le vin se vend mieux lorsqu’il est présenté dans le cadre d’une offre plus large associant gastronomie et voyage, en particulier dans les régions qui dépendent du tourisme rural et des produits locaux protégés.

Le lieu choisi avait aussi son importance. En organisant l’événement au El Corte Inglés de Lisbonne, les organisateurs ont fait entrer une région rurale de production dans l’un des lieux commerciaux les plus connus de la capitale, afin de toucher un public urbain susceptible de réunir consommateurs et acheteurs professionnels. Aucun chiffre de fréquentation n’a été communiqué, mais le programme a été présenté comme faisant partie d’un cycle régulier destiné à faire connaître les territoires ibériques grâce à des conférences, des dégustations et à la promotion touristique.

Dans sa dernière partie, la rencontre a dépassé le cadre du Portugal : des représentants du gouvernement d’Estrémadure ont présenté « Outono Mágico do Vale do Ambroz », ou « l’automne magique de la vallée de l’Ambroz », une initiative

saisonnière dans la région espagnole voisine. Selon les organisateurs, cette présentation visait à créer un lien symbolique par-delà la frontière ibérique, en mettant en lumière deux territoires proches aux traditions gastronomiques fortes, aux paysages ruraux similaires et aux intérêts touristiques étroitement liés.