vinetur

Organizações vitivinícolas francesas querem redirecionar 250 milhões de euros de ajudas da UE para as vendas

Um relatório do Senado afirma que a governação fragmentada tem atrasado a resposta do setor à quebra do consumo e às dificuldades nos mercados de exportação

terça-feira, 3 de novembro de 2026



As organizações do setor vitivinícola francês estão a defender uma mudança profunda na forma como o setor responde à quebra do mercado, argumentando que cerca de 250 milhões de euros por ano em fundos estruturais europeus devem deixar de ser destinados à construção e modernização de adegas e passar a apoiar a venda de vinho. O debate também pôs a descoberto um problema mais profundo: um setor com vários níveis de governação, competências sobrepostas e uma tomada de decisões lenta, numa altura de quebra do consumo, menor disponibilidade de financiamento e condições mais difíceis para exportar.

Um relatório publicado na segunda-feira, 2 de novembro, pela La Revue du vin de France, baseado em conclusões parlamentares anteriores e em entrevistas ao setor, afirma que a fragmentação institucional está a impedir uma resposta coordenada. A revista cita um relatório de informação do Senado apresentado a 29 de outubro de

2025 e um relatório da Assembleia Nacional de abril de 2025, ambos favoráveis a uma liderança mais eficaz, a uma estratégia mais partilhada e a uma ação coletiva mais forte nas regiões vitivinícolas francesas.

O relatório do Senado, elaborado pelos senadores Daniel Laurent, Henri Cabanel e Sébastien Pla, afirma que, durante décadas, o setor beneficiou de uma forte procura interna, de uma produção abundante e do prestígio incomparável do vinho francês no estrangeiro. Mas considera que os produtores e as organizações do setor não se adaptaram com rapidez suficiente a mudanças mais lentas e duradouras nas atitudes sociais, nos hábitos de consumo e nas condições climáticas. O relatório refere que choques como a Covid-19, a invasão da Ucrânia pela Rússia e o aumento das tarifas chinesas e norte-americanas eram imprevisíveis, mas que a evolução gradual da procura não o era.

Os números citados no relatório mostram a dimensão da mudança. O consumo de vinho em França caiu de 135 litros por pessoa, em 1960, para 41 litros, em 2023. A La Revue du vin de France refere também que o consumo mundial de vinho diminuiu nos últimos anos, passando de 240 milhões de hectolitros para 208 milhões, enquanto o consumo francês recuou de 45 milhões de hectolitros para 22 milhões. Segundo o artigo, os bancos também se tornaram mais relutantes em financiar empresas vitivinícolas.

O setor chegou a elaborar um roteiro comum. Em fevereiro de 2025, organizações profissionais apresentaram o plano Cap Vins no Salon de l’Agriculture. Mas, segundo a La Revue du vin de France, o documento só surgiu após 18 meses de discussão e não incluía um calendário de implementação. Continuam, assim, por resolver questões básicas, como quem deve liderar, quem deve executar e quem deve arbitrar quando as prioridades entram em conflito.

A crise atual está também a alterar o equilíbrio de poder dentro do setor. Comerciantes e exportadores procuram ganhar mais influência nas organizações interprofissionais, argumentando que a emergência do mercado exige decisões comerciais mais rápidas. A estratégia defendida por este grupo consiste em desviar os 250 milhões de euros anuais de fundos da UE do investimento físico nas adegas para as vendas, o acesso aos

mercados e a promoção. Entre as prioridades estão recuperar quota nos mercados de exportação, desenvolver o enoturismo e reduzir as margens aplicadas pelos restaurantes em França.

Este debate é relevante muito para além dos viticultores, pois poderá afetar a forma como uma das maiores indústrias de bebidas da Europa utiliza os apoios públicos, a rapidez com que adapta os produtos à procura e a capacidade de competir pelos consumidores e compradores internacionais. Para as empresas de bebidas, importadores e retalhistas, o resultado poderá influenciar os preços, a composição da oferta, os orçamentos de marketing e a capacidade de França para recuperar as vendas perdidas no estrangeiro.

O Senado descreveu a estrutura organizativa como excecionalmente densa. Contabilizou 236 organismos de defesa e gestão, conhecidos como ODG, responsáveis por 442 denominações de origem e indicações geográficas protegidas, além de 23 organizações interprofissionais e numerosas outras entidades representativas. Segundo o relatório, esta complexidade dificulta a construção de uma visão comum e torna ainda mais difícil pô-la em prática. Só na região alargada do Languedoc existem quatro organizações interprofissionais vitivinícolas distintas a operar em paralelo.

Grande parte desta estrutura resulta da longa história da legislação francesa sobre denominações de origem. O sistema moderno começou na década de 1930, com a criação do quadro nacional das denominações, que mais tarde deu origem ao INAO, o organismo estatal que supervisiona as denominações e as regras de produção. Ao longo do tempo, foram acrescentados novos níveis, locais, regionais e nacionais, e surgiram outras divisões entre viticultores e comerciantes, bem como entre o Ministério da Agricultura e o Ministério da Economia e das Finanças.

Na base do sistema estão três grandes categorias: denominações de origem protegidas, conhecidas como AOP; indicações geográficas protegidas, ou IGP; e vinhos sem indicação geográfica, designados Vin De France ou VSIG. Os ODG reúnem os produtores, elaboram os cadernos de especificações, acompanham a produção e ajudam a proteger as denominações. Federações regionais e nacionais distintas representam depois esses organismos. Paralelamente, existem as organizações

interprofissionais, que reúnem viticultores e comerciantes por região ou categoria.

Os legisladores defendem que esta estrutura nacional deve ser simplificada. A Assembleia Nacional recomendou reforçar o papel do CNIV, o comité nacional que reúne as organizações interprofissionais vitivinícolas, conferindo-lhe mais autoridade formal. Os senadores foram mais longe e sugeriram a partilha de uma parte dos orçamentos interprofissionais para promover o vinho francês sob uma marca nacional. O CNIV registou a marca abrangente "Wines of France" no verão de 2021, mas, como assinala o artigo, já existe outra marca clara e com bons resultados: Vin De France.

Esta categoria é representada pela Anivin, a associação interprofissional nacional de Vin De France. Tornou-se um dos exemplos mais fortes de uma abordagem mais simples e orientada para o mercado. A Anivin afirma ter vendido, em 2025, o equivalente a 366 milhões de garrafas de 75 cl, das quais 62% foram exportadas. Nos primeiros seis meses de 2026, refere que os volumes de exportação aumentaram 11%. Vin De France permite mais flexibilidade do que os vinhos com denominação. Os produtores podem destacar as castas, recorrer a formatos como o vinho à pressão e promover cocktails à base de vinho, mas não podem indicar no rótulo um local de origem.

O seu sucesso acentuou as tensões no setor. As organizações tradicionais ligadas às denominações defendem o terroir, a origem e regras de produção mais rigorosas. Os apoiantes de Vin De France argumentam que uma rotulagem mais clara e maior flexibilidade facilitam a venda de vinho aos consumidores atuais, em França e no estrangeiro. A La Revue du vin de France afirma que esta é uma das linhas de fratura mais evidentes no debate interno do setor.

Os reguladores também estão sob pressão para agir mais depressa. Philippe Brisebarre, presidente do INAO, disse à revista que muitas denominações estão a rever os respetivos cadernos de especificações para responder às alterações climáticas e às novas expectativas dos consumidores, incluindo no que diz respeito à irrigação, às castas resistentes e aos produtos com menor teor alcoólico. O ritmo já está a mudar. Valérie Sinoquet, que dirige a união AOC Bordeaux e Bordeaux Supérieur, afirmou que um projeto para o clarete de Bordeaux, um vinho tinto mais leve, foi aprovado em

setembro de 2025, após cerca de um ano de conversações com o INAO.

O vinho desalcoolizado é outra questão sensível. Segundo o artigo, o INAO debateu se os vinhos com denominação podem ser desalcoolizados mantendo a indicação geográfica, desde que isso seja claramente assinalado no rótulo. Esta possibilidade já é aceite em alguns vinhos IGP e tornou-se mais um teste à disponibilidade do sistema das denominações para se adaptar à realidade do mercado.

A FranceAgriMer, o organismo público que gere a vertente económica do setor e controla os subsídios da UE, ocupa um lugar central neste debate. A pedido do Ministério, preparou, no início do ano, uma medida de apoio de 130 milhões de euros para financiar o arranque definitivo de vinhas. Gere também 95 milhões de euros em ajudas ao investimento para empresas vitivinícolas. Participantes do setor citados pela revista afirmam que estas ferramentas serão decisivas para determinar se o setor se concentra na redução da oferta, na reestruturação das vinhas ou no aumento do investimento para melhorar o desempenho comercial.

A estrutura de representação de interesses do setor revela a mesma fragmentação. A Vin & Société, que afirma representar 500 000 pessoas ligadas à vinha e ao vinho através das organizações suas associadas, tem a responsabilidade de defender o lugar do vinho no debate público francês e de responder a propostas de restrição à publicidade ou a críticas de saúde pública. Mas os seus recursos continuam a ser limitados face aos de grupos de pressão de maior dimensão, e a sua orientação continua dependente de organizações que nem sempre partilham as mesmas prioridades. O setor vitivinícola francês procura, assim, responder a uma crise do mercado enquanto continua a debater quem deve falar em seu nome, quanta liberdade devem ter os produtores e para onde deve ser canalizado o dinheiro.