vinetur

Nova lei da UE contra o greenwashing obriga produtores de vinho a justificar alegações ambientais

As regras abrangem rótulos, embalagens, sites e publicidade, com coimas até 4% do volume de negócios anual em casos transfronteiriços

terça-feira, 3 de novembro de 2026



Os produtores de vinho que vendem na União Europeia enfrentam limites mais rigorosos quanto à forma como descrevem as qualidades ambientais dos seus produtos, depois de uma nova lei contra o greenwashing ter começado a aplicar-se a 27 de setembro. A medida obriga adegas e importadores a rever rótulos, embalagens, sites e outras comunicações dirigidas aos consumidores.

A medida, a Diretiva (UE) 2024/825, destina-se a combater alegações ambientais vagas ou enganosas em todos os bens de consumo vendidos na União. No caso do vinho, expressões comuns como «verde», «amigo do ambiente», «sustentável» e, em alguns casos, «natural» ficam sob maior escrutínio, a menos que os produtores expliquem exatamente o que significam e apresentem provas que as sustentem.

Conhecida como Empowering Consumers for the Green Transition, a regra foi introduzida em 2024 como alteração à Diretiva relativa às práticas comerciais desleais e à Diretiva relativa aos direitos dos consumidores da UE. Não obriga as adegas a mudar a forma como cultivam as vinhas ou produzem vinho. Centra-se, antes, no que as empresas comunicam aos consumidores e em saber se essas afirmações são claras, específicas e verificáveis.

Esta distinção deverá ser relevante em todo o setor das bebidas. As adegas que vendem na UE poderão ter de rever não só os rótulos das garrafas, mas também os contrarrótulos, os materiais de exposição nos pontos de venda, as descrições de produtos online e a comunicação mais ampla sobre sustentabilidade, de modo a reduzir o risco de incumprimento, litígios e custos de rotulagem. Problemas semelhantes poderão afetar outras empresas de bebidas que recorram a expressões ambientais abrangentes no mercado europeu.

Os consultores do setor afirmam que muitos produtores ainda estão a tentar acompanhar as mudanças. Peter Stanbury, diretor de investigação da Sustainable Wine Roundtable, disse que a sensibilização continua a ser limitada e que muitos profissionais do setor ainda não compreendem plenamente o que a diretiva implica para as suas empresas.

No novo enquadramento, incluem-se entre as práticas proibidas as alegações ambientais genéricas que não sejam explicadas, as alegações irrelevantes e os selos ou distintivos de sustentabilidade que não sejam apoiados por um sistema de certificação aprovado. Um estudo de 2020 estimou que mais de 50% das alegações ambientais na UE eram vagas, enganosas ou infundadas, um dado que contribuiu para impulsionar uma regulamentação mais rigorosa.

Ignacio Sánchez Recarte, secretário-geral do Comité Europeu das Empresas do Vinho, afirmou que a principal tarefa dos produtores é rever a comunicação de marketing e a rotulagem, não a produção. Acrescentou que os operadores terão de garantir que as alegações ambientais são claras, específicas e devidamente fundamentadas.

Um problema prático é o stock existente. Michael R. Littenberg, responsável pela área ambiental, social e de governação na sociedade de advogados Ropes & Gray, disse que o stock antigo não fica abrangido por uma cláusula de salvaguarda ao abrigo das novas regras. Isto significa que as garrafas já em circulação poderão precisar de autocolantes ou de informação adicional no ponto de venda caso a redação atual deixe de cumprir os requisitos.

A aplicação da lei variará consoante o país, uma vez que as diretivas da UE definem o objetivo, mas deixam a cada Estado-Membro a decisão sobre a forma de implementar as regras e as sanções. Poderá, assim, surgir um sistema fragmentado, com diferenças na aplicação de um mercado nacional para outro. Em casos que envolvam infrações generalizadas em vários países da UE, as empresas poderão enfrentar coimas até 4% do volume de negócios anual.

Para as empresas vitivinícolas, o âmbito da diretiva vai além do rótulo impresso. Advogados e associações do setor afirmam que também pode aplicar-se a outras comunicações dirigidas aos consumidores, incluindo publicidade, sites e materiais promocionais. Isso aumenta os riscos para os produtores cuja comunicação sobre sustentabilidade está dispersa por vários canais, e não apenas pela garrafa.

A Systembolaget, empresa estatal sueca de venda de bebidas alcoólicas que analisa uma vasta gama de vinhos comercializados no sistema de retalho estatal da Suécia, afirmou que os princípios subjacentes à diretiva estão em consonância com a forma

como avalia há anos as alegações e certificações de sustentabilidade. Emma Östansjö, especialista em sustentabilidade na Systembolaget, disse que a empresa dispõe de uma função de análise dedicada para verificar se as alegações cumprem a legislação aplicável e não induzem os consumidores em erro.

Na prática, a lei não proíbe por completo a comunicação ambiental. Exige provas. Os produtores podem continuar a fazer alegações específicas se as conseguirem documentar. Isso pode incluir certificações de terceiros, práticas agrícolas ou de produção verificáveis, como a vindima manual ou a viticultura de sequeiro, ou declarações mensuráveis, como uma redução documentada da pegada de carbono desde determinado ano.

Um documento de perguntas e respostas da Comissão Europeia, publicado em setembro, indicou que os sistemas de certificação utilizados para os rótulos de sustentabilidade têm de assentar numa verificação independente por terceiros, ter requisitos disponíveis ao público e permitir a utilização de um rótulo correspondente. Contudo, a certificação não é obrigatória para todas as declarações ambientais. Sánchez Recarte afirmou que algumas alegações podem continuar a ser sustentadas por outras provas e fundamentações adequadas.

Esta distinção é importante para o setor vitivinícola, uma vez que a maioria dos produtores da UE são pequenas ou médias empresas. Sánchez Recarte afirmou que mais de 99% dos produtores de vinho da UE se enquadram nessa categoria, o que torna requisitos de certificação abrangentes especialmente onerosos para os operadores de menor dimensão.

Algumas das questões mais difíceis dizem respeito a termos que se tornaram comuns em certas partes do setor vitivinícola, mas que continuam sem definições jurídicas consolidadas. «Natural» e «baixa intervenção» estão entre os mais sensíveis, porque podem referir-se aos métodos de cultivo, às práticas na adega ou a ambos. A Comissão afirmou que, se a palavra «natural» for usada numa marca ou no nome de um produto de forma suscetível de criar uma associação ambiental para o consumidor médio, poderá ser considerada uma alegação ambiental. Nesse caso, o produtor terá de explicar o significado do termo e estar preparado para o provar se for contestado.

Esta questão já está a dividir o setor. Sánchez Recarte defendeu que «natural» é enganador e não se enquadra no quadro jurídico da UE. Alguns produtores discordam. Arnold Holzer, produtor de vinho na Áustria, disse acreditar que o nome do seu vinho, Natural Orange, descreve corretamente o produto e está em conformidade com a legislação austríaca. Outros membros do movimento dos vinhos naturais afirmam preferir a transparência sobre os ingredientes e os métodos a uma designação de categoria contestada.

Fabio Bartolomei, da Vinos Ambiz, em Espanha, optou por essa abordagem, indicando o sumo de uva fermentado como único ingrediente e identificando os aditivos que não são utilizados, em vez de promover os vinhos com o termo «natural». Lorenzo Valenzuela, da Barranco Oscuro, em Espanha, defendeu a ideia de vinho natural como vinho produzido a partir de sumo puro que fermenta por si só, embora essas palavras não constem dos seus rótulos.

O debate decorre numa altura em que os rótulos de vinho na UE já apresentam mais informação obrigatória do que anteriormente, incluindo dados sobre ingredientes e nutrição, muitas vezes através de códigos QR. Alguns produtores e investigadores veem as novas regras contra o greenwashing como um impulso na mesma direção para o setor: divulgações mais precisas e menos alegações genéricas.

Fora da Europa, a diretiva também está a captar a atenção dos exportadores. Os produtores de vinho dos EUA poderão encontrar semelhanças com os Green Guides da Federal Trade Commission, que indicam como as empresas devem fazer alegações ambientais na sua comunicação de marketing. Mas Littenberg afirmou que a comparação tem limites. Os guias dos EUA não são regras vinculativas da mesma forma, embora a sua violação possa, ainda assim, suscitar escrutínio; além disso, o cumprimento das regras nos Estados Unidos não isenta um produtor dos requisitos da UE.

Para as adegas americanas e outros exportadores de bebidas, isso significa que alegações aceitáveis no mercado interno poderão ter de ser reformuladas ou documentadas de forma mais aprofundada antes de os produtos entrarem na Europa. Alguns programas de sustentabilidade com sede nos EUA acolheram favoravelmente

esta orientação. A Napa Green, entidade de certificação da Califórnia, afirmou apoiar os esforços para reduzir a confusão dos consumidores em torno das alegações de sustentabilidade.

Nem todos estão convencidos de que o novo regime funcionará sem problemas. Stanbury afirmou que uma preocupação é a diretiva poder aumentar a pressão para recorrer a mais certificações sem esclarecer plenamente quais são credíveis. Disse que o setor já assistiu ao aparecimento de certificações pouco rigorosas ou destinadas apenas a melhorar a imagem, embora programas mais exigentes procurem elevar os padrões. Um nível demasiado baixo arrisca tornar os rótulos irrelevantes, enquanto um nível demasiado elevado pode desincentivar a participação dos produtores de menor dimensão.

Littenberg afirmou que algumas empresas dos setores alimentar e das bebidas se preparavam há meses para a entrada em vigor a 27 de setembro, ajustando campanhas, rótulos e embalagens, mas que as empresas mais pequenas ainda tentavam recuperar o atraso. Esta diferença no ritmo de preparação poderá deixar muitos produtores expostos, precisamente quando os sistemas nacionais de aplicação começam a tomar forma em toda a União.