vinetur

Cooperativas vitivinícolas espanholas preveem uma produção de 34 milhões de hectolitros em 2026/27

A previsão representaria a quarta campanha consecutiva abaixo dos 37 milhões de hectolitros, aumentando a pressão para crescer em novos mercados e apostar no vinho desalcoolizado

quinta-feira, 12 de novembro de 2026



As cooperativas vitivinícolas espanholas preparam-se para mais uma vindima de pequena dimensão, num contexto de enfraquecimento da procura, tanto no mercado interno como no estrangeiro. Esta combinação está a levar os produtores a alargar a gama de produtos e a procurar novos compradores.

Numa reunião do setor realizada em Cariñena, na província de Saragoça, no nordeste do país, na quarta-feira, 11 de novembro, a Cooperativas Agro-alimentarias de España afirmou prever que a produção nacional de vinho e mosto atinja cerca de 34 milhões de hectolitros na campanha de 2026/27. Caso a estimativa se confirme, será a quarta campanha consecutiva de Espanha abaixo dos 37 milhões de hectolitros.

Segundo a organização, a previsão surge após uma vindima particularmente precoce, marcada por sucessivas ondas de calor que reduziram os rendimentos das vinhas. Ainda assim, a organização afirmou que a qualidade das uvas é elevada.

As perspetivas de produção surgem num momento difícil para um dos maiores exportadores mundiais de vinho. A Cooperativas Agro-alimentarias afirmou que o consumo interno de vinho caiu 8,3% nos 12 meses até agosto de 2026, enquanto as exportações espanholas de vinho diminuíram 9,4% em volume na campanha anterior. Na prática, a redução da produção, conjugada com uma procura mais fraca, poderá influenciar os stocks, os preços e os fluxos comerciais em todo o setor das bebidas, sobretudo nos mercados de exportação onde Espanha é, há muito, um importante fornecedor.

A organização debateu estas pressões na sua conferência nacional do vinho, em Cariñena, organizada com o apoio da Cooperativas Agroalimentarias de Aragón e patrocinada pelo Santander Agro. Participaram cerca de 100 representantes de cooperativas de várias regiões, bem como profissionais e especialistas do setor, para analisar as condições de mercado e as possíveis áreas de crescimento.

Fernando Ezquerro, presidente do conselho do setor vitivinícola da Cooperativas Agro-alimentarias de España, afirmou que os produtores espanhóis precisam de recorrer a novos canais para dar a conhecer o vinho espanhol e incentivar o consumo dentro e fora do país. Destacou, em particular, o turismo internacional como uma oportunidade ainda pouco aproveitada.

Espanha recebe quase 100 milhões de visitantes estrangeiros por ano, afirmou Ezquerro, mas muitos não têm plena consciência de que estão a visitar um dos principais países produtores de vinho do mundo. Na perspetiva do setor, esta lacuna abre espaço para estabelecer uma ligação mais direta entre o turismo e a venda de vinho, as visitas a adegas e a promoção mais ampla da cultura do vinho.

Ezquerro afirmou também que o setor precisa de fazer mais para atrair os consumidores mais jovens, defendendo que o vinho deve ser apresentado não apenas como uma bebida, mas também como parte de uma experiência cultural e rural mais abrangente. Neste esforço, as cooperativas estão a dar cada vez mais importância ao enoturismo como forma de dar a conhecer aos novos consumidores as vinhas, os métodos de produção e as tradições gastronómicas locais.

A diversificação foi um dos temas centrais da conferência. Os produtores afirmaram que já não podem depender apenas do mercado tradicional do vinho e que precisam de responder à mudança dos hábitos de consumo. Uma das áreas de produto debatidas foi o vinho desalcoolizado, que as cooperativas descreveram como uma possível fonte de inovação e crescimento, e não como um substituto do vinho convencional. Segundo o que foi discutido no encontro, a ideia é oferecer mais opções aos consumidores e criar novas ocasiões de consumo que poderão não se enquadrar nos padrões habituais de consumo de vinho.

Esta estratégia reflete uma mudança mais ampla no mercado das bebidas, onde a moderação, as preocupações com a saúde e a evolução dos estilos de vida estão a afetar os padrões de procura nos setores do vinho, da cerveja e das bebidas espirituosas. Para as cooperativas vitivinícolas, a expansão da oferta de bebidas com baixo ou nenhum teor alcoólico poderá permitir manter espaço nas prateleiras e chegar a consumidores que, de outro modo, poderiam abandonar por completo a categoria.

A conferência abordou também o futuro da Política Agrícola Comum da União Europeia para 2028-2034, um tema de importância direta para os viticultores espanhóis, à medida que avançam as negociações sobre o orçamento e os apoios. Embora a organização não tenha anunciado medidas concretas, afirmou que o próximo quadro será importante para o setor, numa altura em que os produtores enfrentam pressão

climática, volatilidade dos mercados e dificuldades de rentabilidade.

Os mercados internacionais foram outro dos principais temas em debate. As cooperativas afirmaram estar a tentar identificar países com maior potencial de crescimento e a melhorar a posição dos vinhos espanhóis no estrangeiro. Esta aposta surge quando os exportadores procuram recuperar da recente quebra do volume de vendas externas e adaptar-se a condições mais difíceis nos mercados estabelecidos.

A Cooperativas Agro-alimentarias de España representa 398 adegas cooperativas, que, segundo a organização, são responsáveis por cerca de 70% da produção total de vinho de Espanha. Dada esta dimensão, as tendências debatidas em Cariñena dão uma perspetiva abrangente dos desafios que se colocam a uma parte significativa do setor vitivinícola do país.

A previsão mais recente sugere que, mesmo com uma boa qualidade das uvas, os produtores espanhóis entram na campanha de 2026/27 com pouca margem para complacência. A redução dos volumes da vindima, a quebra do consumo interno e o enfraquecimento das exportações estão a aumentar a pressão sobre as cooperativas para encontrarem valor em novos produtos, novos consumidores e novos mercados, em vez de dependerem apenas das vendas tradicionais de vinho.