vinetur

OIV lança primeira campanha para o Dia Mundial da Vinha e do Vinho com 12 países

A série Origins, que decorre ao longo de uma semana, divulga vídeos sobre o património vitivinícola de cada país antes da celebração de 29 de novembro

quarta-feira, 25 de novembro de 2026



A Organização Internacional da Vinha e do Vinho, conhecida como OIV, iniciou uma campanha digital internacional para assinalar o Dia Mundial da Vinha e do Vinho, a 29 de novembro, reunindo 12 países produtores de vinho para destacar as raízes culturais e históricas da viticultura em todo o mundo.

A campanha, intitulada Origins, foi anunciada na segunda-feira, 23 de novembro, na sede da organização, em Dijon, França. Decorre de 23 a 29 de novembro e é a primeira iniciativa de comunicação digital criada especificamente para assinalar a data desde que esta foi instituída, em 2024, segundo a OIV.

A OIV afirmou ter convidado todos os seus Estados-Membros a enviar vídeos sobre o respetivo património vitivinícola. Após analisar as propostas, selecionou candidaturas de Espanha, Portugal, Argentina, Chipre, África do Sul, Uruguai, Moldávia, República Checa, Brasil, Montenegro, Arménia e Geórgia.

Os vídeos estão a ser publicados ao longo da semana nas contas oficiais da OIV no Instagram, LinkedIn, Facebook, X e Bluesky. Cada um apresenta uma história nacional ligada à viticultura e à produção de vinho, com o objetivo mais amplo de mostrar a uma audiência internacional como as tradições vitivinícolas se desenvolveram em diferentes regiões e culturas.

A organização afirmou ter definido a ordem de publicação com base na data de adesão de cada país à OIV, com uma exceção. A Geórgia encerrará o programa da semana por acolher o próximo Congresso Mundial da Vinha e do Vinho, em 2027.

A campanha surge numa altura em que a OIV procura dar maior visibilidade ao Dia Mundial da Vinha e do Vinho, uma celebração diretamente ligada à história da própria organização. A instituição afirmou que a data de 29 de novembro foi escolhida por ter sido fundada nesse dia, em 1924. A celebração anual foi criada em 2024, durante as iniciativas que assinalaram o centenário da OIV.

A OIV define-se como a principal organização intergovernamental científica e técnica do setor vitivinícola mundial. Conta atualmente com 51 Estados-Membros, que, em conjunto, representam 90% da área mundial de vinha, 88% da produção de vinho e 75% do consumo de vinho, segundo os dados fornecidos pela organização.

Ao associar a campanha às histórias e paisagens nacionais, a OIV chama também a atenção para a ideia de património partilhado num setor frequentemente marcado por fortes identidades regionais. Os países participantes estendem-se pela Europa, América do Sul, África e Cáucaso, refletindo a presença, entre os membros da organização, de regiões produtoras de vinho antigas e mais recentes.

A campanha cumpre também um objetivo de comunicação mais amplo para a OIV, mais conhecida nos círculos governamentais e do setor do que entre os consumidores em geral. O seu trabalho centra-se em normas técnicas, cooperação científica e orientações políticas, e não na promoção dirigida ao público. Através da série de vídeos, que decorre ao longo de uma semana, a organização procura apresentar o seu papel institucional através de histórias mais acessíveis a uma audiência alargada.

Mais de 500 especialistas reúnem-se duas vezes por ano no âmbito da OIV para estudar, debater e aprovar resoluções por consenso sobre temas como viticultura, uvas de mesa, enologia, métodos analíticos, legislação, economia do vinho e saúde e segurança dos consumidores. Desde a sua fundação, a organização desenvolveu normas e recomendações técnicas utilizadas por autoridades públicas e profissionais do setor.

A nova campanha não altera essa missão técnica, mas associa-a a uma data simbólica que a OIV pretende transformar num momento regular de reconhecimento internacional do setor. Ao recorrer a conteúdos digitais de formato curto produzidos pelos países membros, a organização transforma uma celebração de aniversário numa montra mais ampla de vinhas, tradições de produção e cultura do vinho.

Para os países participantes, a iniciativa proporciona uma plataforma internacional oficial numa altura em que os produtores de vinho de muitos mercados enfrentam pressões decorrentes da evolução dos padrões de consumo, da incerteza económica e dos desafios relacionados com o clima. A campanha não aborda diretamente essas questões, mas dá destaque à continuidade, à identidade e à profundidade histórica da produção de vinho em diferentes territórios.

A OIV não apresentou a campanha como uma competição entre países. Em vez disso, enquadra o projeto como um esforço coletivo para mostrar a diversidade da viticultura e, ao mesmo tempo, sublinhar a base comum partilhada pelas regiões produtoras de todo o mundo. Essa mensagem está no centro do conceito Origins, que se centra na origem das tradições vitivinícolas e na forma como foram preservadas e adaptadas ao longo do tempo.

A última publicação, a 29 de novembro, coincidirá com a celebração anual do Dia Mundial da Vinha e do Vinho, encerrando uma semana durante a qual a OIV usou as redes sociais para dar, a cada dia, destaque internacional a um país.