

**Criar** mais  
**Valor** na  
**Vinha** e no  
**Vinho**

TÍTULO ORIGINAL:

*Criar mais valor na vinha e no vinho. Casos de um Ecosistema Competitivo.*

© os autores dos textos e Conjuntura Actual Editora, 2023

COORDENADORES

José Ramalho Fontes e Fernando Bianchi de Aguiar

Direitos reservados para todos os países de língua portuguesa por

CONJUNTURA ACTUAL EDITORA, uma chancela de Edições Almedina, S.A.

Avenida Emídio Navarro, 81, 3D

3000-151 Coimbra – Portugal

e-mail: editoras@grupoalmedina.net

REVISÃO

Manuel Afonso e Beatriz Morais

CAPA

Joana Carvalho

PAGINAÇÃO

MA

IMPRESSÃO E ACABAMENTO

????????????

Agosto 2023

ISBN

978-989-694-700-2

DEPÓSITO LEGAL

????????????????????

Toda a reprodução desta obra, por fotocópia ou qualquer outro processo, sem prévia autorização escrita do Editor, é ilícita e passível de procedimento judicial contra o infrator.

**Criar mais  
Valor na  
Vinha e no  
Vinho**

*Casos de um  
Ecossistema  
Competitivo*

**José Ramalho Fontes  
Fernando Bianchi de Aguiar**





# Índice

## INTRODUÇÃO

### **Prefácio**

Luís Castro Henriques. . . . . 13

### **Criar (mais) valor na vinha e no vinho**

*Os casos de um ecossistema competitivo*

José Ramalho Fontes, Fernando Bianchi de Aguiar . . . . . 17

## PARTE A

### UMA PERSPETIVA EMPRESARIAL DO SECTOR DA VINHA E DO VINHO

#### **1. Política Agrícola Comum e o sector da vitivinicultura**

*60 anos de história — o vinho na política e a política do vinho*

Eduardo Diniz, Manuel Cardoso. . . . . 25

#### **2. O desenvolvimento do sector até à atualidade**

*Duas décadas alucinantes*

Manuel Pinheiro . . . . . 45

#### **3. Sector do vinho em Portugal**

PriceWaterhouseCoopers. . . . . 67

PARTE B  
PROBLEMAS, DECISÕES E RESULTADOS DE EMPRESAS  
RELEVANTES

4.	<b>O racional da organização dos capítulos</b> José Ramalho Fontes . . . . .	79
5.	<b>Cooperativa de Santo Isidro de Pegões</b> <i>Da adega «colonato» à Adega Cooperativa</i> Luís Lynce de Faria, José Ramalho Fontes, Fernando Bianchi de Aguiar . . . . .	85
6.	<b>Adega Cooperativa de Ponte de Lima</b> <i>O futuro aqui tão perto</i> Pedro Alvito, José Ramalho Fontes . . . . .	105
7.	<b>Quinta da Aveleda</b> José Gabriel Chimeno, José Ramalho Fontes . . . . .	119
8.	<b>Bacalhôa</b> <i>O desafio americano</i> Pedro Alvito, José Ramalho Fontes . . . . .	143
9.	<b>Casa Ermelinda Freitas</b> <i>Paixão e razão</i> José Ramalho Fontes, Mariana Mena . . . . .	153
10.	<b>Casa Relvas</b> <i>A arte de ser disruptivo</i> Pedro Alvito. . . . .	169
11.	<b>Casa Santos Lima</b> <i>Um negócio pessoal que se tornou um gigante com coração</i> Pedro Alvito, José Ramalho Fontes . . . . .	197
12.	<b>Os Douro Boys</b> <i>20 anos depois</i> José Ramalho Fontes . . . . .	215

13.	<b>A cooperação como estratégia de sustentabilidade no Douro</b> <i>O caso da Lavradores de Feitoria</i> Teresa Correia de Lacerda, José Ramalho Fontes . . . . .	235
14.	<b>Mateus Rosé</b> <i>Still making the brand sparkle to millennials, at 80<sup>th</sup></i> Ramiro Martins, José Ramalho Fontes . . . . .	259
15.	<b>Grupo Sogrape</b> <i>Tradição, paixão e inovação</i> António Manuel Vaz, Jorge Ribeirinho Machado . . . . .	281
16.	<b>Sogrape</b> <i>A relevância do customer-centricity na criação de um sistema de informação de marketing</i> Susana Costa e Silva, Paulo Gaspar Silva . . . . .	303
17.	<b>Grupo Parras</b> José Ramalho Fontes . . . . .	323
18.	<b>Como Jorge Dias deu a volta à Gran Cruz</b> <i>Com a ajuda da Quinta do Ventozelo</i> José Ramalho Fontes, Jorge Fiel . . . . .	349
19.	<b>Symington Family Estates</b> <i>Uma empresa vinícola virada para o futuro</i> Carlos Filipe Miranda Colaço, José Ramalho Fontes . . . . .	381
20.	<b>O vinho do Porto e a primavera</b> <i>A Família Keller na encruzilhada</i> Miguel Pina e Cunha, Alexandre Dias da Cunha, Salvador da Cunha . . . . .	415

PARTE C  
ALGUNS DESAFIOS

21.	<b>Os desafios da organização institucional da fileira do vinho</b> Francisco Toscano Rico . . . . .	439
-----	---	-----

<b>22. Menções e designativos de qualidade utilizados na rotulagem dos vinhos portugueses. Uma reflexão</b>	
Fernando Bianchi de Aguiar, José Ramalho Fontes . . . . .	451
<b>23. O enoturismo em Portugal</b>	
Alexandre Guedes, João Rebelo. . . . .	479
<b>24. O legítimo lugar do vinho na sociedade</b>	
George Sandeman . . . . .	507
<b>25. Consumidores e produtores: como aproximá-los?</b>	
Ramiro Martins. . . . .	541
<b>26. O conhecimento e a informação na base do ecossistema</b>	
António Manuel Vaz . . . . .	551
<b>27. Mercado americano de vinhos</b>	
<i>Realizar o potencial de Portugal</i>	
AESE Business School, Câmara de Comércio Americana em Portugal e PriceWaterhouseCoopers . . . . .	587

PARTE D  
UM FUTURO POSSÍVEL

<b>28. Pensar a 10 anos o ecossistema do vinho</b>	
<i>Aumentar a densidade institucional</i>	
António Marquez Filipe, Isabel Marrana. . . . .	631
<b>29. Ecossistema e <i>coopetição</i> na vinha e no vinho</b>	
José Ramalho Fontes . . . . .	647
<b>Recomendações. . . . .</b>	703
<b>Sobre os autores . . . . .</b>	713





# Introdução