



**PLANO ESTRATÉGICO
E DE MARKETING
PARA OS QUEIJOS
COM DOP DO CENTRO**
PRIMEIRA PARTE: DIAGNÓSTICO



Cofinanciado por:



Agradecemos a todas as pessoas e entidades que, generosamente, disponibilizaram o seu tempo e conhecimentos para a discussão de temas relevantes para a elaboração do presente Plano Estratégico e de Marketing, contribuindo decisivamente com a sua visão para uma análise detalhada e para a definição de uma estratégia regional direcionada a dar resposta aos desafios que os Queijos com DOP do Centro enfrentam, assim como a explorar e capitalizar em desenvolvimento socioeconómico as oportunidades associadas a um dos recursos mais distintivos da Região Centro.

Agradecimentos:

- InovCluster
- Ancose
- APQDCB
- Aprorabaçal
- COAPE
- Estrelacoop

Elaborado por:

RURIS
DESENVOLVIMENTO

Equipa técnica:

- José Martino
- Sofia Freitas
- Fábio Lourenço
- Luísa Costa
- Helena Ribau
- Camilo Silva

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	9
ORGANIZAÇÃO E METODOLOGIA	10
Entrevistas Individuais	11
Inquérito Online (consumidores)	11
Visitas de Auscultação	11
ANÁLISE EXTERNA E INTERNA	13
Introdução	14
ANÁLISE EXTERNA	15
Situação Atual dos Produtos Lácteos e Queijo na União Europeia	16
Leite	16
Produtos Transformados	17
Exportações e Importações	17
Projeções do Setor	18
Os produtos DOP/IGP/ETG no contexto da União Europeia	20
Setor dos Queijos com DOP/IGP/ETG na UE	23
Países da UE mais significativos na produção de queijo	25
1. França	25
1.1 Produção de Leite	25
1.2 Produção de Queijo	25
1.3 Importações e Exportações de Queijo (e coalhada)	26
1.4 Produtos com DOP/IGP em França	26
1.5 Setor dos Queijos com DOP e IGP franceses	27
2. Itália	30
2.1 Produção de leite	30
2.2 Produção de Queijo	30
2.3 Importações e Exportações de queijo	31
2.4 Produtos com DOP/IGP em Itália	31
2.5 Setor dos queijos com DOP/IGP em Itália	32
3. Espanha	34
3.1 Produção de leite	34
3.2 Produção de Queijo	34
3.3 Importações e Exportações de queijo	35
3.4 Produtos com DOP/IGP	36
3.5 Setor dos Queijos com DOP/IGP	36
4. Grécia	39
4.1 Produção de leite	39
4.2 Produção de Queijo	39
4.3 Importações e Exportações de queijo	40
4.4 Produtos com DOP/IGP e queijos	41
4.5 Setor dos Queijos com DOP/IGP	41

5. Países Baixos	43
5.1 Produção de leite	43
5.2 Produção de Queijo	43
5.3 Importações e Exportações de Queijo	44
5.4 Produtos e Queijos com DOP/IGP/ETG	44
6. Alemanha	47
6.1 Produção de leite	47
6.2 Produção de Queijo	47
6.3 Importações e Exportações de Queijo	48
6.4 Setor DOP/IGP/ETG na Alemanha	48
6.5 Setor dos Queijos com DOP/IGP	49
7. Portugal	51
7.1 Produção de Leite	51
7.2 Produção de Queijo	53
7.3 Importações e Exportações	54
7.4 Aprovisionamento e Consumo	56
7.5 Produtos Nacionais com DOP/IGP/ETG	56
7.6 Queijos com DOP/IGP em Portugal	58
Infografia Comparativa	62
Produção de Leite	64
Mercado do Queijo	66
Mercado dos Queijos com DOP/IGP	68

ANÁLISE INTERNA

69

Denominação de Origem Protegida: Queijos da Beira Baixa	72
Organização da Fileira	74
Associação de Produtores de Queijo do Distrito de Castelo Branco	74
Produção de Leite	75
Produção de Queijo	78
Gestão, Controlo e Promoção	82
Denominação de Origem Protegida: Queijo Rabaçal	87
Organização da Fileira	88
Produção de Leite	89
Produção de Queijo	89
Gestão, Controlo e Promoção	90
Exposicó	90
Mercado do Queijo e dos Romanos	91
Denominação de Origem Protegida: Queijo Serra da Estrela	93
Organização da Fileira	94
Estrelacoop	94
ANCOSE	95
COAPE	96
Produção de Leite	96
Produção de Queijo	98
Gestão, Controlo e Promoção	103

Campanhas Promocionais Inovadoras	108
Queijo Manchego	108
Queijo Parmigiano-Reggiano	108
Queijos de Sardenha	109
Queijo Tête de Moine com DOP	109
Queijo de Serpa com DOP	110
Queijo Serra da Estrela com DOP	111
Queijo de S. Jorge com DOP	111
Icons of European Taste	112
Fatores de diferenciação do produto	113
Raça	114
Especificações da Produção	115
Sensibilização dos consumidores para as DOP	116
Apresentação dos Produtos	116
Queijos com DOP de Sardenha	117
Queijo Comté	117
Queijo Tête de Moine	117
Ti Piace	118
A Simbiose Das Experiências Turísticas/Gastronómicas e Dos Produtos Agroalimentares Endógenos	119
Le Maison du Gruyère	119
Restaurante Raclett'house Chez Eddy, Suíça	120
Saveurs du valais	120
Feiras de Queijo - Feira Nacional de Queijo, Trujillo	121
Estratégias de Coordenação e Manutenção de uma Fileira Agroalimentar	122
Estudos de Mercado	122
Queijos franceses	122
Estudo sobre Marketing Digital - Fundação Qualivita	123
Organização de Fileira	124
Association de Gestion des ODG Laitiers Normands	124
Queijo Roquefort	124
Investigação	125
Fromages de Terroirs	125
Formação/Educação para a Atividade	126
Escola de Pastores do Queijo Idiazabal	126
A formação no Queijo Comté	126
A formação no Queijo Comté	127
Association des Fromages Traditionnels des Alps Savoyardes (AFTALP)	127
AFIDOP - Associação dos Queijos com DOP Italianos	130
Estratégias de Promoção por Organizações Regionais/Locais	130
Exemplo de Marca-país: Wines of Portugal	131
O de Promoção Nacional: Switzerl and Cheese Marketing	133

INTRODUÇÃO

O leite foi o primeiro alimento a ser transformado pelo Homem, dando origem ao queijo, um produto de história milenar, conhecido pelo seu rico valor nutricional. Atualmente são conhecidos milhares de queijos, com diferentes particularidades de produção, características organolépticas e hedónicas. Funções e atributos dos queijos variaram e maturaram ao longo dos séculos, onde as ordens religiosas tiveram um papel muito importante no seu desenvolvimento tecnológico bem como na conservação das características tradicionais e originais dos queijos, até à época industrial.

A produção industrial, apesar de ter conseguido colocar milhares de toneladas de queijo a preços competitivos em vários mercados, originou um produto de qualidade normalizada, obtido essencialmente a partir de leite de vaca pasteurizado. Pelo contrário os queijos tradicionais, produzidos em contextos artesanais e semi-industriais, valorizam a qualidade e não a quantidade, mantendo os processos de fabrico mais antigos sendo, por isso, fulcral a sua conservação. Nessa perspetiva, a Comunidade Europeia tem apoiado vários projetos de proteção e valorização de produtos com forte tradição de fabrico e intimamente ligados ao terroir e ao saber-fazer das populações, como a atribuição comunitária da Denominação de Origem Protegida (DOP). Esta denominação de origem tem como objetivo proteger os queijos tradicionais de utilizações abusivas e desleais do seu nome e apoiar os produtores destas relíquias gastronómicas.

Embora as tentativas de valorização e de reconhecimento dos produtos endógenos tradicionais, em especial os produtos com DOP, incluindo o queijo, o conceito de produto tradicional é ainda, na mente dos consumidores, muito vago, compreensivelmente, pelo emprego disseminado e frequente dos termos “tradicional” e “artesanal” em queijos industriais. A nível nacional são reconhecidos 13 queijos com forte tradição e que se distinguem dos demais pelo seu processo de fabrico e qualidades organolépticas, tendo sido por isso classificados com a DOP: Queijo de Azeitão, Queijo de Cabra Transmontano, Queijo de Évora, Queijo de Nisa, Queijo do Pico, Queijo S. Jorge, Queijo Serpa, Queijo Terrincho, Queijos da Beira Baixa (Amarelo, Castelo Branco, Picante), Queijo do Rabaçal e Queijo Serra da Estrela.

Considerando a importância socioeconómica das fileiras de produção dos Queijos com DOP do Centro, que inclui o Queijo Serra da Estrela, Queijos da Beira Baixa e Queijo Rabaçal, bem como as suas reconhecidas dificuldades de valorização das suas características diferenciadoras, foi desenvolvido o presente Plano Estratégico e de Marketing para os Queijos com DOP do Centro, que consiste num referencial estratégico direcionado a nortear e a promover a ação concertada dos múltiplos agentes no reforço da competitividade e valorização económica dos queijos com DOP do Centro, atuando nos seus vários níveis da fileira: desde a produção de leite à produção de queijo, comercialização, promoção e comunicação.

ORGANIZAÇÃO E METODOLOGIA

A elaboração do presente Plano Estratégico e de Marketing foi realizada de acordo com a aplicação de uma metodologia específica e estruturada de forma a recolher e reunir informação de fontes diversificadas e fidedignas, para uma análise realista e compreensiva dos Queijos com Denominação de Origem Protegida (DOP) da Região Centro, fundamental na construção de um referencial estratégico a médio e longo prazo para potenciar o seu crescimento e competitividade, aumentando o seu valor acrescentado e permitindo o acesso a mercados mais valorizados.

O Plano Estratégico e de Marketing estrutura-se em quatro grandes momentos:

1 ANÁLISE EXTERNA E INTERNA: no qual é realizado um trabalho profundo de caracterização do estado da arte da fileira dos Queijos com e sem DOP nos principais países produtores na União Europeia, culminando na análise do setor a nível nacional e, mais concretamente, nas fileiras dos Queijo com DOP do Centro;

2. DIAGNÓSTICO DE BENCHMARKING: que visa o levantamento de boas práticas nacionais e internacionais por forma a comparar o atual estado arte da fileira dos Queijos com DOP do Centro em relação a outros concorrentes, bem como para descortinar oportunidades de melhoria e inovação;

3. ESTRATÉGIA, OBJETIVOS E PLANO DE AÇÃO: que consubstancia um referencial estratégico para dar resposta aos desafios e oportunidades fileira dos Queijos com DOP do Centro, assim como uma estratégia de marketing para afirmar e valorizar nacional e internacionalmente os Queijos com DOP do Centro;

4. IMPLEMENTAÇÃO E MONITORIZAÇÃO: com o objetivo de assegurar a correta e eficaz implementação do Plano e a avaliação dos outputs e outcomes gerados pelo mesmo.

A concretização do Plano Estratégico e de Marketing englobou um conjunto diversificado e complementar de metodologias, incluindo um profundo trabalho de análise documental, designadamente:

- Artigos de cariz científico, como meio de validação dos pressupostos de caracterização e ações propostas;
- Estratégias de Fileira e Comunicação relevantes, tais como planos de ação para a qualificação de fileiras de pequenos ruminantes e queijos com denominação de origem protegida elaborados por consórcios e entidades de países com atividade relevante nestes setores;
- Estudos de mercado e documentos relevantes para a caracterização dos setores em questão.

Paralelamente foram realizados processos de auscultação dos principais agentes do território, designadamente entrevistas individuais, inquérito online aos consumidores e visitas a explorações e queijarias.

ENTREVISTAS INDIVIDUAIS

As entrevistas individuais objetivaram uma análise incisiva sobre metodologias de valorização do leite dos pequenos ruminantes e do queijo/requeijão com DOP, bem como sobre o processo de comercialização e de exportação.

Para efeitos do presente Plano Estratégico e de Marketing foram entrevistados 19 agentes internos e externos às várias fileiras:

- 9 líderes de opinião;
- 4 profissionais do setor queijeiro;
- 3 produtores de ovinos e caprinos;
- 1 grande superfície;
- 2 lojas de especialidade.

INQUÉRITO ONLINE (CONSUMIDORES)

Durante o mês de maio de 2020 foi disponibilizado um inquérito online, comunicado e promovido com o objetivo de alcançar consumidores externos às áreas geográficas de produção dos Queijos com DOP do Centro. O inquérito online obteve 677 respostas e teve como objetivos:

1. Caracterizar o consumidor de queijo/requeijão com DOP;
2. Conhecer os principais fatores que influenciam na decisão de compra e consumo de queijo/requeijão com DOP;
3. Avaliar o conhecimento do consumidor relativa ao queijo/requeijão com DOP.

VISITAS DE AUSCULTAÇÃO

Durante a realização do Programa de Valorização do Queijo da Região Centro foram realizadas várias visitas de auscultação a agentes das diferentes fileiras, nomeadamente:

- 26 pastores de pequenos ruminantes (ovinos e/ou caprinos);
- 9 queijarias.



Charolais



AOP - au lait cru de chèvre

Saône et Loire

la pièce 8,80 €

Pouligny St-Pierre



au lait cru de chèvre

la pièce 8,00 €

Valençay



au lait cru de chèvre

Berry

la pièce 7,20 €

Carré Fermier



Fromage fermier au lait cru de chèvre

Tricorne



Fromage fermier au lait cru de chèvre

20% M.G.

la pièce 6,40 €

Rouelle du Tarn



Comté





ANÁLISE EXTERNA E INTERNA

INTRODUÇÃO

O Diagnóstico realizado é composto por duas seções: Análise Externa e Análise Interna. A Análise Externa é iniciada com uma visão macro do setor da produção de leite e queijo na União Europeia (UE) e, posteriormente, do panorama geral do setor dos produtos com DOP/IGP/ETG da UE e, mais especificamente, do setor dos queijos com DOP/IGP. A Análise Externa culminará na análise mais específica dos países da UE mais significativos no setor de produção de queijo, nomeadamente: França, Itália, Espanha, Países Baixos e Alemanha.

A Análise Interna inicia-se com uma visão mais global da produção de leite e queijo em Portugal, passando para o setor nacional dos produtos com DOP/IGP/ETG e queijos com DOP/IGP nacionais, culminando na análise mais específica das três fileiras contempladas neste trabalho: Queijo Serra da Estrela com DOP, Queijos da Beira Baixa com DOP, Queijo do Rabaçal com DOP.



**ANÁLISE
EXTERNA**

ANÁLISE EXTERNA

A Análise Externa objetiva realizar um diagnóstico do estado da arte da produção de leite e de queijo na União Europeia (UE) de forma a perceber o atual ponto de situação da evolução do setor, bem como as suas principais oportunidades e desafios. A análise abordará com detalhe o panorama geral dos produtos com DOP/IGP/ETG da UE, dando especial ênfase aos queijos com DOP/IGP. A análise culminará com um diagnóstico mais pormenorizado aos países da UE com mais relevância na produção de queijo, nomeadamente, a França, a Itália, a Espanha, Grécia, os Países Baixos e a Alemanha.

SITUAÇÃO ATUAL DOS PRODUTOS LÁCTEOS E QUEIJO NA UNIÃO EUROPEIA

LEITE

No ano de 2018 registou-se na UE uma produção de 172.2 milhões de toneladas de leite cru, quantidade que tem vindo a crescer cerca de 1.6 milhões de toneladas por ano. O leite com maior expressão na UE é o leite de vaca - 166.7 milhões de toneladas - representando 97% da produção. Os restantes 3% correspondem a leite de ovelha, cabra e búfala (Eurostat, 2019).

Os maiores produtores de leite de vaca na UE são a Alemanha, seguida da França, Reino Unido, Países Baixos, Polónia e Itália (Eurostat, 2019).

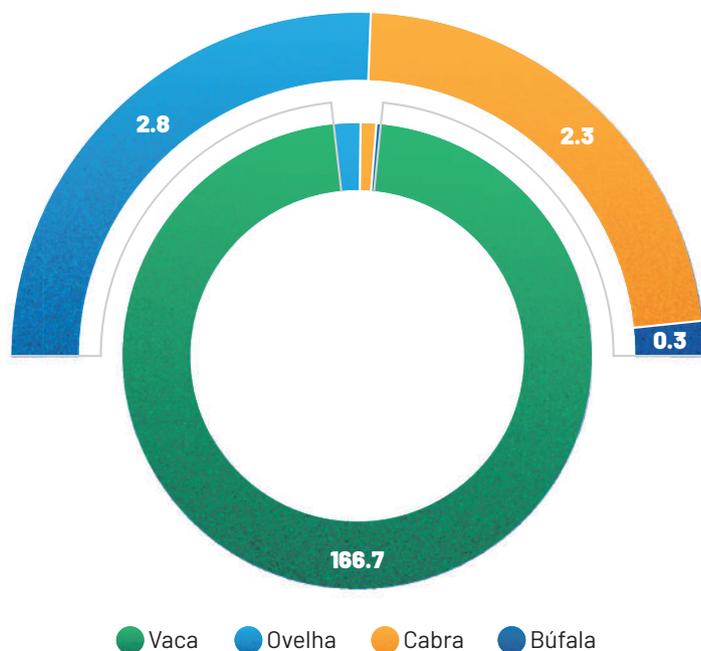


Gráfico 1: Produção de Leite na UE, 2018 (milhões de toneladas)

PRODUTOS TRANSFORMADOS

Na União Europeia, 98,9% da totalidade de leite disponível é transformado em vários produtos frescos e processados, que incluem o queijo, manteiga, creme, leite para consumo, leite acidificado e produtos em pó. O queijo e a manteiga são os mais significativos: 37,7% (10.3 milhões de toneladas) e 29.4% (2.4 milhões de toneladas), respetivamente (Eurostat, 2019a).

Em 2017, o queijo fresco representou a maior fatia da produção total de queijo (34%, 3.5 milhões de toneladas de queijo), seguido pelo queijo amanteigado (26%, 2.7 milhões de toneladas) e queijo curado (19%, 1.9 milhões de toneladas) (Eurostat, 2019b).

A Alemanha é o maior produtor de queijo da UE com 2.2 milhões de toneladas, seguida de perto pela França, com 1.9 milhões de toneladas e Itália com 1.3 milhões de toneladas (Eurostat, 2019b).

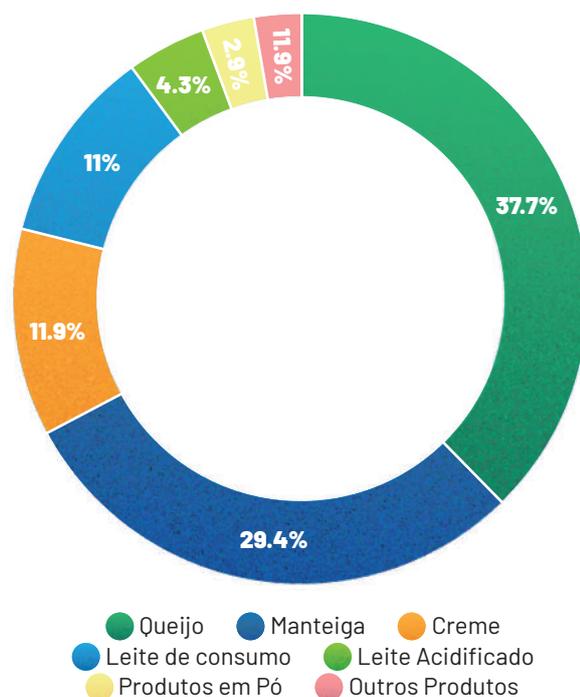


Gráfico 2: Tipos de utilização do leite na UE, 2018
Fonte: Eurostat, 2019a

EXPORTAÇÕES E IMPORTAÇÕES

País	Quantidade exportada (milhões de toneladas)	Proporção nas exportações totais na União Europeia
Alemanha	1.2	23%
Países Baixos	0.9	17%
França	0.7	12%

Tabela 1: Principais países exportadores de queijo intra-EU, 2017
Fonte: Eurostat, 2019b.

País	Quantidade de queijo importada da UE (toneladas)	Proporção nas exportações totais de queijo extra-EU na União Europeia
Estados Unidos	140.000	17%
Japão	95.000	11%
Suíça	60.000	7%
Coreia do Sul	45.000	5%
Arábia Saudita	40.000	5%

Tabela 2: Principais destinos extra-UE dos queijos exportados pela UE, 2017
Fonte: Eurostat, 2019b.

Em 2017, foram exportados quase 5.2 milhões de toneladas de queijo pelos estados membros da UE, no valor de 20.8 bilhões de euros. A maioria destas exportações foram realizadas dentro da UE (4.4 milhões de toneladas). A Alemanha é o maior exportador (1.2 milhões de toneladas), seguida pelos Países Baixos (0.9 milhões de toneladas) e França (0,7 milhões de toneladas) (Eurostat, 2019b).

No mesmo ano, 830.000 toneladas de queijo da UE foram exportadas para países fora da UE. A maioria das exportações foi realizada para os Estados Unidos da América (140.000 toneladas), Japão (95.000 toneladas), Suíça (60.000 toneladas) Coreia do Sul (45.000 toneladas) e Arábia Saudita (40.000 toneladas).

A maior parte das importações de queijo por parte da UE foram da Suíça - responsável por 87% das importações de queijo da União Europeia de países fora da UE (52.000 toneladas) (Eurostat, 2019b).

País	Quantidade (toneladas)	Proporção nas importações de países extra-UE na União Europeia
Suíça	52.000	87%
Nova Zelândia	2.000	4%
Noruega	2.000	3%

Tabela 3: Principais origens das importações de queijos para a UE, 2017
Fonte: Eurostat, 2019b.

PROJEÇÕES DO SETOR

De acordo com a FAO (Food and Agriculture Organization – Nações Unidas), prevê-se um aumento da produção mundial de leite 1,7% por ano, entre 2019 e 2028, um crescimento mais acentuado comparativamente aos outros produtos agrícolas. É esperado também um aumento do consumo de produtos lácteos frescos, devido principalmente ao aumento da procura destes produtos nos países em desenvolvimento, aumento populacional e capacidade salarial dos consumidores.

Na Europa e América do Norte, na generalidade, a procura per capita de produtos lácteos frescos tem diminuído, pois

a atenção tem-se desviado para produtos lácteos com maior teor de gordura. Este interesse deve-se em parte ao surgimento de estudos recentes que apontam para uma imagem mais positiva dos benefícios da gordura dos produtos lácteos para a saúde, bem como a procura, por parte dos consumidores, pelos sabores distintos e alimentos menos processados (OECD/FAO, 2019).

A maior parte do consumo de queijo ocorre na Europa e América do Norte, onde o consumo per capita deverá continuar a aumentar.

Zonas	Consumo (x1000 toneladas)		Consumo per capita (kg/hab)	
	Média 2016-2018	2028	Média 2016-2018	2028
Mundo	23 287	26 742	3.1	3.2
América do Norte	5 964	6 975	16.5	17.9
América Latina	2 552	3 106	4.0	4.4
Europa	10 810	11 991	14.6	16.2
África	1 053	1 242	0.8	0.8
Ásia	2 574	3 046	0.6	0.6
Oceania	334	382	8.4	8.4

Tabela 4: Projeções do consumo total e consumo per capita de queijo no mundo 2016-2028
Fonte: OECD/FAO, 2019

A União Europeia continuará a ser o maior exportador de queijo, seguida dos Estados Unidos e da Nova Zelândia, sendo expectável, em 2028, ser responsável por cerca de 48% da produção de queijo do mundo. As exportações serão realizadas principalmente para o Canadá (acordo CETA) e Japão. A maior parte das trocas comerciais são feitas entre países produtores, sinal de que o poder de compra e a tradição gastronómica são fatores importantes no consumo deste produto. Estas trocas internacionais levarão a um aumento da seleção de queijos disponível para os consumidores (OECD/FAO, 2019).

A produção de produtos lácteos, pela sua ligação direta aos territórios, produção animal e vegetal, é uma atividade não isenta de risco e de alguma instabilidade, pelo que deve ser abordada criteriosamente. As estratégias desenvolvidas no setor devem considerar tendências de consumo e potenciais fatores limitantes, de evolução e impacto incertos:

- **eventos meteorológicos:** cada vez mais comuns, podem ter consequências diretas na produção de leite baseada em sistemas extensivos (volatilidade dos preços, produção leiteira, entre outros);
- **alterações na legislação ambiental e animal:** tendência para a aplicação de práticas mais sustentáveis no que concerne o acesso a água e manejo dos estrumes, controlo do uso de antibióticos (amplamente utilizados no controlo de doenças, como as mamites) e critérios de bem-estar animal;
- **aumento de substitutos vegetais dos produtos lácteos:** pela incidência de consumidores intolerantes à lactose, bem como a preocupações acerca dos impactos ambientais e na saúde dos produtos lácteos (OECD/FAO, 2019).

Zonas	Produção (x1000 toneladas)		Importações (x1000 toneladas)		Exportações (x1000 toneladas)	
	Média 2016-2018	2028	Média 2016-2018	2028	Média 2016-2018	2028
Mundo	23 343	26 743	3 016	3 631	3 087	3 631
América do Norte	6 117	7 131	180	213	321	368
Canadá	471	559	28	55	12	10
Estados Unidos	5 645	6 573	152	158	309	358
América Latina	2 376	2 827	332	430	156	150
Argentina	537	595	1	1	49	53
Brasil	757	950	35	50	3	5
Chile	94	98	37	56	6	3
Colômbia	58	55	3	7	0	0
México	351	381	116	153	6	3
Paraguai	0	0	3	4	0	0
Peru	23	30	6	8	0	0
Europa	11 536	13 071	1 040	1 200	1 793	2 281
União Europeia	9 775	11 093	198	206	1 303	1 755
Reino Unido	454	514	492	513	170	168
Rússia	630	754	220	317	13	11
Ucrânia	127	123	9	34	7	2
África	974	1 043	162	238	83	39
Egipto	636	656	31	85	52	7
Etiópia	6	9	0	0	0	0
Nigéria	10	9	1	4	0	0
África do Sul	43	54	14	10	10	14
Ásia	1 613	1 862	1 187	1 430	226	247
China	247	258	104	169	0	0
Índia	4	1	3	3	6	5
Indonésia	0	0	25	34	2	1
Irão	294	318	0	0	35	68
Japão	47	49	271	328	0	0
Cazaquistão	26	41	22	24	1	2
Coreia	34	51	119	164	0	0
Malásia	0	0	22	30	0	0
Paquistão	0	0	4	5	0	0
Filipinas	2	1	33	41	0	0
Arábia Saudita	197	236	142	98	100	33
Tailândia	5	2	15	23	0	0
Turquia	201	271	11	5	48	109
Vietname	0	0	5	10	0	0
Oceânia	727	809	114	120	508	547
Austrália	353	383	102	107	172	162
Nova Zelândia	374	426	10	11	336	384
Países Desenvolvidos	18 746	21 443	1 668	1 925	2 640	3 221
Países em Desenvolvimento	4 597	5 300	1 347	1 706	447	410

Tabela 5: Projeções da produção e trocas comerciais de queijo no mundo 2016-2028
 Fonte: OECD/FAO, 2019

OS PRODUTOS DOP/IGP/ETG NO CONTEXTO DA UNIÃO EUROPEIA

A utilização do sistema de proteção dos produtos endógenos com Denominação de Origem Protegida (DOP), Indicação Geográfica Protegida (IGP) e Especialidade Tradicional Garantida (ETG) desenvolvida pela União Europeia, tem como objetivo central a valorização da qualidade e promoção da diferenciação de produtos agrícolas e géneros alimentícios, assim como a parametrização e coordenação de um sistema de controlo e certificação dos modos de produção agrícola e dos produtos produzidos.

Sigla	DOP	IGP	ETG
Símbolo			
Produtos Abrangidos	Alimentos, produtos agrícolas e vinhos	Alimentos, produtos agrícolas e vinhos	Alimentos e produtos agrícolas
Especificações	Todo o processo de produção, desde a obtenção da matéria-prima até à transformação tem de ocorrer numa região específica.	Enfatiza a relação entre uma região específica e o nome do produto, que apresenta uma característica, reputação ou outras características dependentes da origem geográfica.	Sublinha os aspetos tradicionais de um produto como, por exemplo, o processo de fabrico ou a sua composição, sem estar relacionado com uma área geográfica.
Particularidade	Os produtos com DOP são os que têm um maior grau de ligação à região de origem.	Pelo menos um dos estádios da produção ou transformação ocorre na região.	Pode ser produzido em qualquer local, pois não tem ligação direta ao território, desde que seja produzido de acordo com práticas tradicionais.
Exemplo	Azeite Kalamata (DOP): é produzido apenas na região de Kalamata, Grécia, com variedades de azeitona da região.	Presunto Westfälischer Knochenschinken (IGP): é produzido em Vestfália, Alemanha, com métodos de produção ancestrais, mas a carne não é exclusiva de animais criados na região.	Bacalhau de cura tradicional
Selo	Obrigatório para alimentos e produtos agrícolas e opcional para vinho.	Obrigatório para alimentos e produtos agrícolas e opcional para vinho.	Obrigatório em todos os produtos.

Tabela 6: Comparação entre denominação de origem protegida, indicação geográfica protegida e especialidade tradicional garantida
Fonte: Adaptado de "Quality schemes explained", European Commission.

De acordo com a publicação “Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialities guaranteed (TSGs)” da União Europeia (UE) e AND-International (2019), o valor estimado de vendas dos produtos com DOP, IGP e ETG na UE28 foi de 77.1 bilhões de euros em 2017, 7% do valor total de vendas do setor de alimentos e bebidas na Europa (1101 bilhões de euros em 2017).

Como se pode verificar no gráfico seguinte, os vinhos com indicações geográficas são a categoria mais significativa para o valor de vendas total dos produtos com DOP/IGP/ETG, contribuindo com 51% do valor das vendas (39 bilhões de euros), seguidos dos produtos agrícolas e alimentares (35%, 27 bilhões de euros) e, por último, das bebidas espirituosas e produtos vinicos aromatizados (13%, 10 bilhões de euros e 0,1%, 43 milhões de euros, respetivamente).

Entre os anos 2010 e 2017 identificou-se uma tendência positiva para os produtos com DOP/IGP/ETG, tendo-se observado um crescimento de 42% do valor de vendas destes produtos, devido principalmente ao registo de novos produtos, inclusão no estudo dos produtos com ETG e aumento de preços dos produtos com IGP no setor dos vinhos (França e Itália).

Os países da UE com maiores valores de vendas de produtos com DOP/IGP/ETG são a França, Itália, Alemanha e Reino Unido (entre 7.7 e 26.9 bilhões de euros em 2017). Espanha, Portugal, Países Baixos, e Grécia vêm de seguida, com valores de vendas entre 1.2 e 7.2 bilhões de euros.

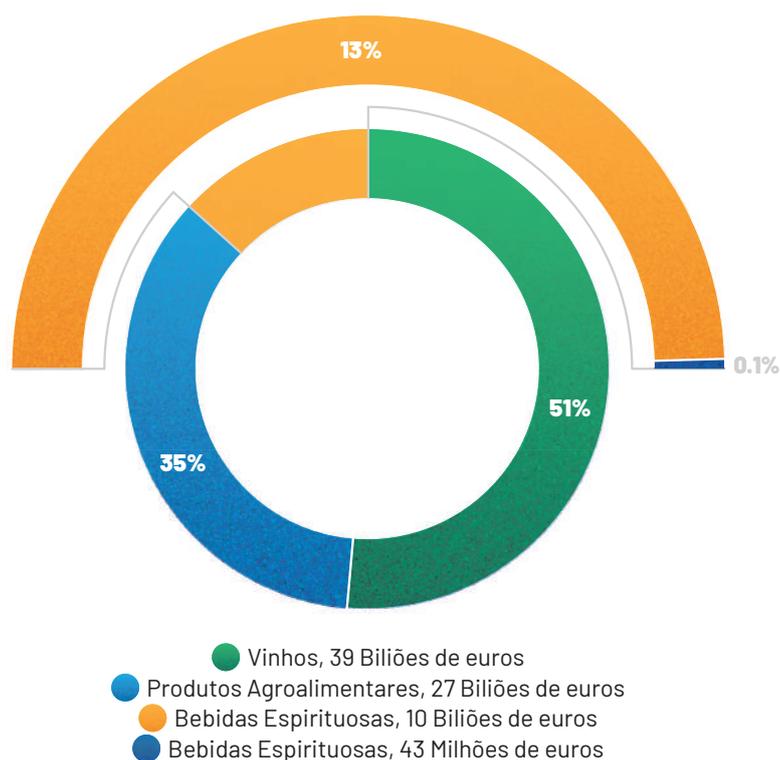


Gráfico 3: Proporção do volume de vendas dos produtos com DOP/IGP/ETG por classe de produtos
Fonte: AND-International, 2019

Estado-membro	Valor de vendas 2017 (milhões de euros)	Produtos Agroalimentares (% do valor de vendas)	Vinhos (% do valor de vendas)	Bebidas Espirituosas (% do valor de vendas)	Sector dos alimentos e bebidas 2016 (% do valor de vendas)
França	26 819	15%	72%	13%	14.9%
Itália	15 758	44%	55%	1%	11.8%
Alemanha	8 672	61%	37%	2%	5.1%
Reino Unido	7 698	38%	0%	62%	6.5%
Espanha	6 166	26%	72%	2%	6.4%
Portugal	1 847	9%	91%	0%	11.8%
Países Baixos	1 577	99%	1%	0%	2.1%
Grécia	1 195	77%	17%	5%	8.4%

Tabela 7: Alguns dados económicos dos países com maior volume de vendas de produtos DOP/IGP (exclui produtos com ETG e vinhos aromatizados)
Fonte: AND-International, 2019

A partir dos dados retirados da plataforma da Comissão Europeia e Ambrosia, plataforma de registo das indicações geográficas, à data de elaboração deste documento, na União Europeia identificaram-se cerca de 3.676 indicações geográficas. Este valor inclui todas as indicações geográficas (DOP, IGP, ETG e IG), todos os status dos produtos (registados, publicados e apresentados), bem como as várias classes de produtos agroalimentares, vinhos e bebidas espirituosas.

Itália é o país da UE com mais indicações geográficas (929), sendo seguida da França (799), Espanha (406) e Grécia (281). Portugal ocupa a quinta posição neste ranking: 222 indicações geográficas. Estes cinco países mediterrânicos reúnem 72% da totalidade das indicações geográficas da UE.

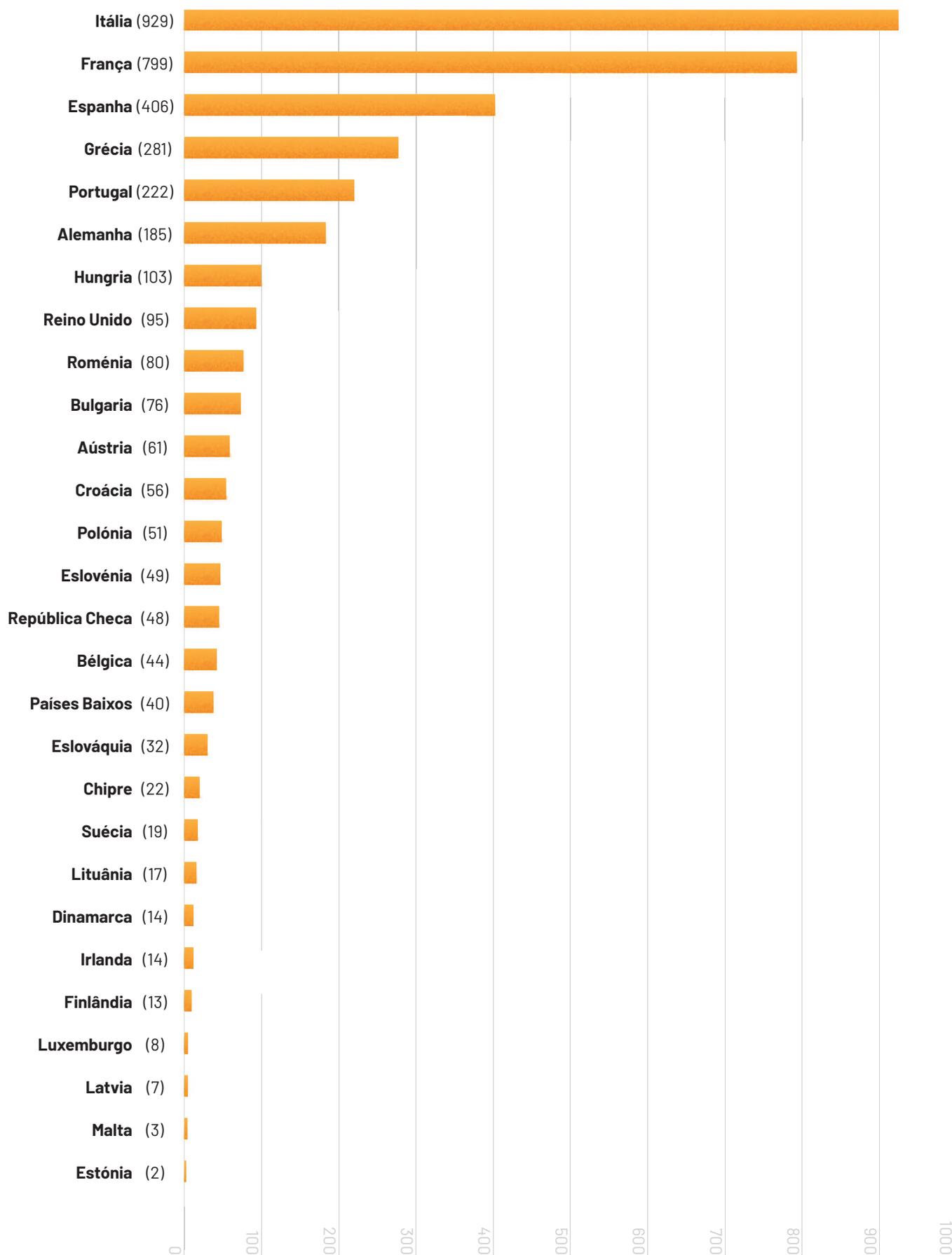


Gráfico 4: Indicações Geográficas registadas, publicadas e apresentadas (que incluem DOP, IGP, ETG e IG, bem como produtos agroalimentares, vinhos e bebidas espirituosas) à data de elaboração do documento. Fonte: Adaptado de eAmbrosia - the EU geographical indications register (18 fevereiro 2020).

SETOR DOS QUEIJOS COM DOP/IGP/ETG NA UE

Em 2017, foram produzidas 1.243.161 toneladas de queijos com DOP/IGP/ETG na UE, que corresponderam a um volume de negócios de 9.03 bilhões de euros, distribuídos por 241 tipos de queijo com DOP/IGP/ETG, sendo os queijos com DOP os mais significativos. O volume de negócios de queijos com DOP/IGP/ETG na UE aumentou 43% entre 2010 e 2017. No ano de 2018 foram registados mais 6 queijos, atingindo-se as 247 DOP/IGP (ISMAE, 2019).

Itália, França e Países Baixos são os estados membros com maior produção de queijo com DOP e IGP e, no seu conjunto, contribuíram para 82% do volume de negócio destes produtos em 2017.

Em termos de tipo de leite, em 2017, no setor dos queijos com DOP/IGP, o leite de vaca continua a ser o predominante (6.7 bilhões de euros), seguido dos queijos de mistura (0.8 bilhões de euros), ovelha (0.6 bilhões de euros), búfala e cabra (ambos cerca de 0,4 bilhões de euros).

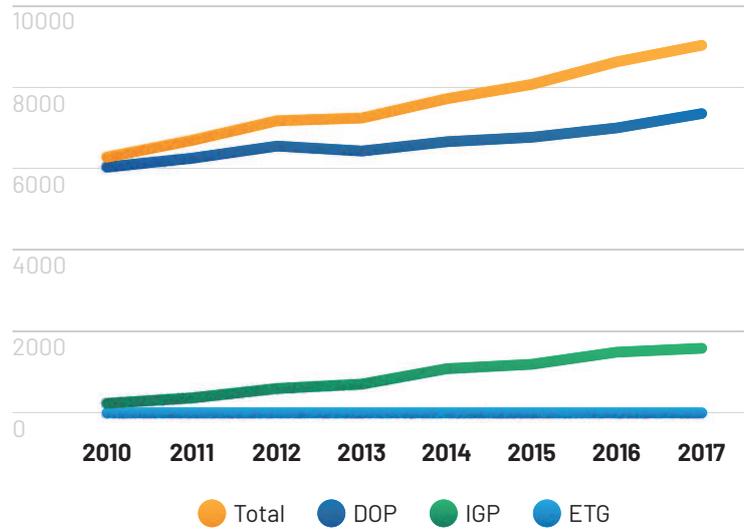


Gráfico 5: Evolução do volume de negócios (milhões de euros) dos queijos com DOP/IGP/ETG na UE entre 2010 e 2017. Fonte: Adaptado de AND-International, 2019

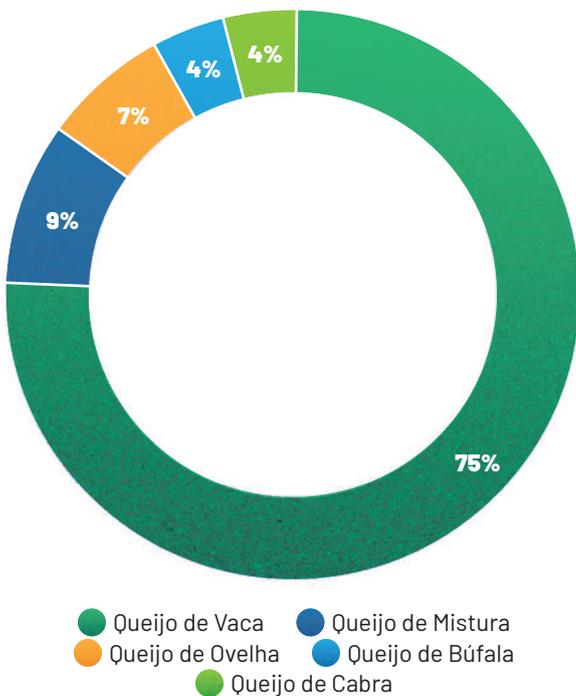


Gráfico 7: Proporção de Queijos com DOP/IGP na EU de acordo com o tipo de leite, 2017. Fonte: AND-International, 2019

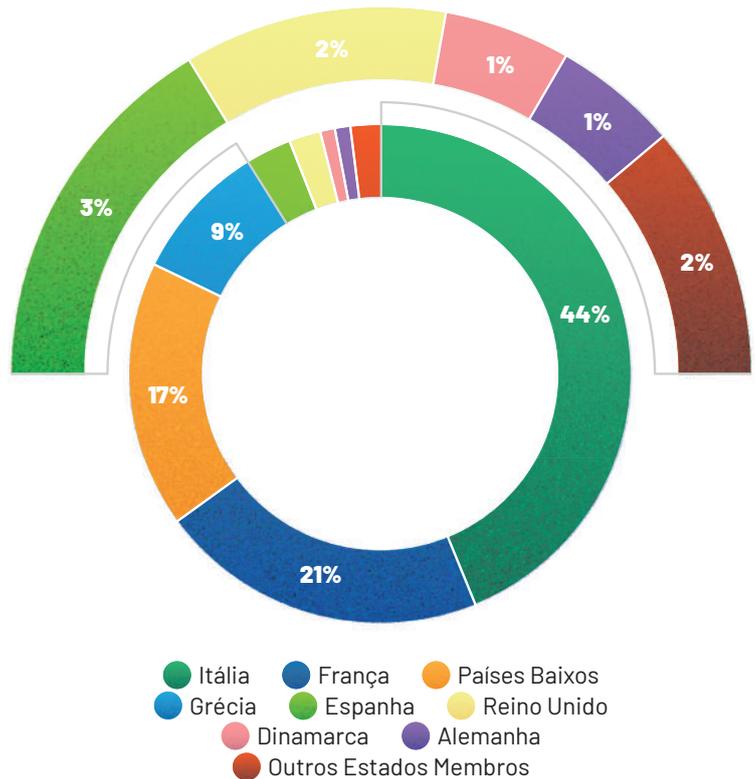


Gráfico 6: Percentagem do volume de negócios de queijos com DOP/IGP por país da UE, 2017. Fonte: AND-International, 2019

Entre 2010-2017 as vendas de queijos de vaca com DOP/IGP aumentaram 44% e contribuíram em 77% para o crescimento dos queijos com DOP/IGP na UE. Os principais queijos de vaca em termos de vendas são as IGP Gouda Holland e Noord-Hollandse Gouda (Países Baixos) e o famoso Parmigiano-Reggiano (DOP) italiano.



Após os queijos de vaca, os queijos de mistura são a subcategoria mais significativa, embora tenham contribuído em menor grau para o crescimento dos queijos DOP/IGP da UE (5%). Os queijos mais importantes nesta categoria são as DOP da Grécia Feta e Kasseri.



Os queijos de ovelha com DOP/IGP com maior valor de vendas (2017) foram o francês Roquefort com DOP e o famoso espanhol Queijo Manchego com DOP. Os queijos de ovelha cresceram 21% em termos de vendas entre 2010 e 2017.



Na UE existe apenas um queijo de leite de búfala, o Mozzarella di Bufala Campana com DOP, produzido em Itália, e a produção deste queijo aumentou 35% entre 2010 e 2017.

O queijo de cabra, apesar de apenas representar 4% do valor de vendas dos queijos com DOP/IGP na UE (2017), contribuiu em 10% para o crescimento do setor e o seu valor de vendas aumentou em 256% entre 2010 e 2017.



PAÍSES DA UE MAIS SIGNIFICATIVOS NA PRODUÇÃO DE QUEIJO

1. FRANÇA

1.1 PRODUÇÃO DE LEITE

Em França, os efetivos leiteiros são maioritariamente bovinos, tendo-se identificado 3.5 milhões de cabeças em 2018. Estima-se o número de ovinos leiteiros seja inferior, na ordem dos 1.6 milhões de animais. Os caprinos são a espécie com efetivo menor, cerca de 1.2 milhões de cabeças.

No ano de 2018 foram entregues 25 milhões de toneladas de leite a queijarias, maioritariamente leite de bovino (97%). A França representa 30% do leite de caprino entregue em queijarias na UE.

Animais	Bovinos Leiteiros		Ovinos		Caprinos*	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Nº de animais (x1000 cabeças)	3 596.84	3 554.23	1 575.00	1 609.00	1 213.00	1 251.64

*Nota: no Eurostat não é feita distinção entre animais de aptidão leite e aptidão carne.

Tabela 8: Efetivos animais, 2018
Fonte: Eurostat.

Leite entregue a queijarias (2018)	X1000 toneladas	% Total de Leite	% total de leite da UE 28
Vaca	24 589.19	97%	15.62%
Ovelha	298.80	1%	14%
Cabra	497.51	2%	30%
Total	25 385.50	100%	---

Tabela 9: Leite entregue a queijarias de acordo com a espécie em França, 2018
Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pabta])

1.2 PRODUÇÃO DE QUEIJO

No ano de 2018, foram produzidas 1.9 milhões de toneladas de queijo, das quais 90,6% correspondem a queijo de vaca. No entanto, a França destaca-se por ser responsável por 49% da quantidade produzida de queijo de cabra na UE.

Importa acrescentar que os franceses apresentam um consumo per capita de cerca de 26,4 kg de queijo por habitante (CNAOL, 2019), sendo um dos países da UE com maior consumo per capita destes produtos.

Produção de Queijo (2018)	X1000 toneladas	% Total de Queijo	% Total de Queijo da UE 28
Vaca	1727.75	90.6%	18%
Ovelha	63.48	3.3%	28%
Cabra	107.44	5.6%	49%
Outras espécies ou mistura	8.23	0.4%	2%
Total	1906.91	100%	19%

Tabela 10: Queijo produzido (x1000 toneladas) por espécie, França, 2018
 Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])

1.3 IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE QUEIJO (E COALHADA)

Em 2017, as importações de queijo para França corresponderam a 1.5 biliões de euros, tendo sido importadas 349 mil toneladas de queijo, principalmente de outros estados membros da UE (98,6%).

O valor das exportações é superior ao valor das importações. Em França, no ano de 2017, foram exportadas 676 mil toneladas de queijo, que perfizeram um valor económico de 3 biliões de euros. Estima-se que cerca de 35% da quantidade de queijo produzido em França seja exportado.

Importações				Exportações			
Intra-UE		Extra-UE		Intra-UE		Extra-UE	
Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)
47 433 713	50 261	1 491 169 215	3 440 617	690 134 385	1 152 838	2 346 945 030	5 640 121

* Nota: os valores incluem queijo e coalhada (Cheese and Curd).

Tabela 11: Importações e Exportações de queijo* (intra e extra-EU), França, 2017
 Fonte: Eurostat, EU trade since 1988 by HS2,4,6 and CN8 [DS-645593]

1.4 PRODUTOS COM DOP/IGP EM FRANÇA

França apresenta atualmente 741 produtos registados e qualificados com DOP/IGP/ETG (eAmbrosia 2020). É o país da UE com maior valor de vendas de produtos com DOP/IGP/ETG, com 26.9 biliões de euros em 2017, sendo os vinhos os produtos responsáveis pela maior fatia deste valor. Os vinhos com DOP/IGP franceses são, inclusive, responsáveis por 17% do crescimento económico dos produtos com DOP/IGP/ETG na UE entre 2010 e 2017.

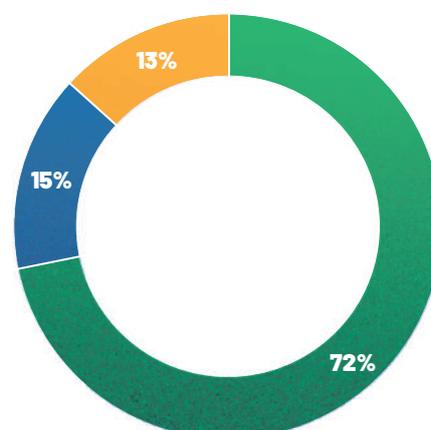


Gráfico 8: Percentagem do valor de vendas dos produtos com DOP/IGP/ETG de acordo com a classe, em França, 2017
 Fonte: Adaptado de AND-International, 2019

● Produtos Agrícolas e Alimentares
 ● Vinho ● Bebidas Espirituosas

O setor dos produtos DOP/IGP/ETG neste país correspondeu a 15% do setor nacional total de alimentos e bebidas, devido sobretudo aos seus vinhos com DOP.

Neste país, 45% dos consumidores estão familiarizados com os logotipos DOP.

França foi responsável por 15.9% do total das vendas de produtos agrícolas e alimentares com DOP/IGP/ETG na EU. Para além disso, 44% das exportações de produtos com DOP/IGP/ETG para países fora da UE foram realizadas pela França (principalmente Champagne e Cognac).

1.5 SETOR DOS QUEIJOS COM DOP E IGP FRANCESES

França apresenta 54 queijos qualificados e registados, 45 queijos com DOP e 9 queijos com IGP, que corresponderam a 226 956 toneladas e cerca de 2.3 biliões de euros no ano de 2018 (CNAOL, 2019). Entre os 28 estados membros, a França ocupa a segunda posição em termos de vendas de queijos com DOP/IGP na UE, tendo contribuído com 13% para o crescimento deste setor na UE entre 2010 e 2017 (AND-International, 2019).

O setor dos produtos lácteos com DOP/IGP (que inclui queijo, manteiga e creme) emprega 19.541 produtores de leite, 1.276 produtores agrícolas e 390 estabelecimentos de transformação (CNAOL, 2018).

A produção de queijo qualificado DOP/IGP/ETG em França corresponde:

- a 12% da produção total de queijo em França, em termos de volumes de produção;
- a 31% em termos de volume de vendas de queijo em França;
- a aproximadamente 25% das vendas de queijos com DOP/IGP na UE;
- a 9% do valor de vendas no setor total de produtos com DOP/IGP/ETG franceses.

O setor dos queijos com DOP/IGP em França aumentou 23% entre 2010 e 2017. A taxa de crescimento dos queijos com DOP/IGP em França foi superior à taxa de crescimento das vendas de queijo sem qualificação entre 2010 e 2016 (3.0%/ano e 2.3%/ano respetivamente) (AND-International, 2019).

Os queijos com DOP/IGP de leite de vaca, seguindo a tendência dos restantes estados membros, são os mais significativos em termos de número de registos (37 DOP/IGP), volume de leite utilizado e toneladas produzidas.

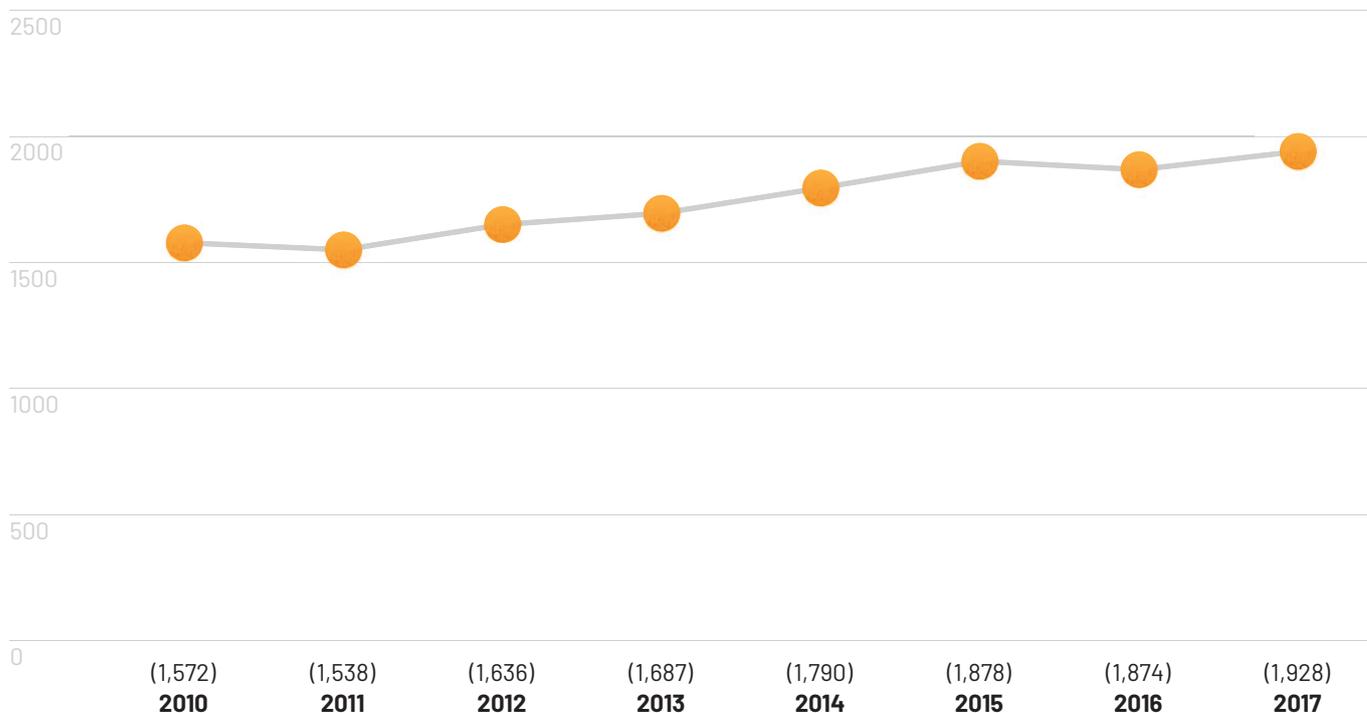


Gráfico 9: Evolução do volume de negócios (milhões de euros) dos queijos franceses com DOP/IGP entre 2010 e 2017. Fonte: AND-International, 2019

2018	Volume de leite utilizado (milhões de litros) para fabrico de queijos com DOP	Proporção de leite utilizado para queijos com DOP face ao leite recolhido total no país	Queijos com DOP/IGP produzidos (toneladas)
Leite de Vaca	2 451	10,3%	173 901
Leite de Cabra	63	13,4%	7 126
Leite de Ovelha	113	39,6%	21 290

Tabela 12: Volume de leite utilizado para produção de queijo com DOP/IGP
Fonte: Adaptado de CNAOL, 2018

A produção de queijos qualificados de leite de bovino e queijos qualificados de leite de caprino registaram um aumento de volume de produção entre 2008 e 2018, sendo o crescimento mais significativo registado para o queijo de cabra (11,5% comparativamente a 5,9% no queijo de vaca). O queijo de ovelha qualificado, apesar de ser produzido em maior volume que o queijo de cabra qualificado, registou um decréscimo do seu volume de produção entre 2008 e 2018, como se pode verificar na tabela 13 (CNAOL, 2018).

Os queijos com DOP franceses com valores de vendas superiores são os queijos com DOP Roquefort, Reblochon, Cantal, Comté e Saint-Nectaire que, no seu conjunto, representaram mais de metade das vendas dos queijos com DOP/IGP franceses (AND-International, 2019).

Em termos de preços, os queijos com DOP serão vendidos por um preço médio de 14,63 euros/kg em 2018, mais 5,81 euros/kg do que os queijos não qualificados (CNAOL, 2018).

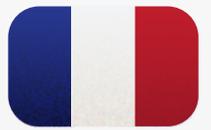
Queijos com DOP	2008 (toneladas)	2016 (toneladas)	2017 (toneladas)	2018 (toneladas)	2008-2018
Vaca	164 218	173 769	172 505	173 901	5,9%
Ovelha	22 326	21 285	20 856	21 290	- 4,6%
Cabra	6 393	6 911	6 973	7 126	11,5%

Tabela 13: Evolução da produção de queijo com DOP em França de acordo com a espécie animal, 2008-2018
Fonte: Adaptado de CNAOL, 2018



LEITE E QUEIJO

FRANÇA



Bovinos
3.5 milhões



Ovinos
1.6 milhões



Caprinos
1.2 milhões



Consumo per Capita de Queijo
26,4 kg/hab



Caprinos
498 mil ton.

Ovinos
299 mil ton.

Bovinos
24.5 milhões de ton.

TOTAL
25.4 milhões de ton.

TOTAL 1.9 milhões de ton.



Bovino
1.7 milhões de ton



Caprino
107 mil ton.



Ovino
63 mil ton.



Mistura
8 mil ton.



Importações
1.5 bilhões €
349 mil ton.



36% do Queijo Produzido é Exportado

Exportações
3.0 bilhões €
679 mil ton.

QUEIJO QUALIFICADO

1276
Produtores Agrícolas

19.5 mil
Produtores de Leite



390 Estabelecimentos Transformadores

54 Queijos com DOP/IGP



45 DOP

9 IGP

Produção
227 mil ton.

25% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

12% da Produção Total de Queijo no País

Volume de Negócios
2.3 bilhões €



2. ITÁLIA

2.1 PRODUÇÃO DE LEITE

Em termos de efetivos pecuários, na Itália os animais leiteiros são dominados pela espécie ovina (5 milhões de cabeças). Em termos de bovinos no ano de 2018 identificaram-se 1.9 milhões de cabeças. Os caprinos são os menos representativos, com 986 mil cabeças. Em Itália identifica-se também a produção de leite de búfala, tendo sido identificados cerca de 400 mil animais desta espécie.

Em 2018 foram entregues 12 bilhões de toneladas de leite a queijarias. A maior parte do leite entregue a queijarias é de bovino (94,4%), apesar do maior número de ovinos. Itália é responsável por 98% da produção de leite de búfala da UE.

Animais	Bovinos leiteiros		Ovinos		Caprinos*		Búfala*	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Nº de animais (x1000 cabeças)	2 040.11	1 939.48	5 129.75	5 032.92	992.08	986.28	400.76	400.79

*Nota: no Eurostat não é feita distinção entre animais de aptidão leite e aptidão carne.

Tabela 14: Efetivos animais, 2018.
Fonte: Eurostat

Leite entregue a queijarias (2018)	X1000 toneladas	% Total de Leite	% total de leite da UE 28
Vaca	12 070.75	94.4%	7.65%
Ovelha	463.35	3.6%	22%
Cabra	43.44	0.3%	3%
Búfala	215.40	1.7%	98%
Total	12 792.94	100%	---

Tabela 15: Leite entregue a queijarias de acordo com a espécie em Itália, 2018
Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])

2.2 PRODUÇÃO DE QUEIJO

Em Itália, no ano de 2018, foram produzidas 1.3 milhões de toneladas de queijo, sendo a maior parte do queijo de vaca (89%). Apesar de a quantidade de queijo de ovelha ser inferior (6% a nível nacional), esta corresponde a 33% do queijo de ovelha produzido na EU. Em termos de volume de vendas estima-se que em 2020 o queijo italiano alcance os 9 bilhões de euros.

O consumo per capita de queijo em Itália é cerca de 21,7 kg por habitante, sendo um dos países da União Europeia (juntamente com a França, Países Baixos e Alemanha), com maiores consumos per capita de queijo.

Produção de Queijo (2018)	X1000 toneladas	% Total de Queijo	%Total de Queijo da UE 28
Vaca	1 169.65	89%	12%
Ovelha	75.88	6%	33%
Cabra	7.18	1%	3%
Outras espécies ou mistura	55.32	4%	12%
Total	1 308.03	100%	13%

Tabela 16: Queijo produzido (x1000 toneladas) por espécie, Itália, 2018

Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])

2.3 IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE QUEIJO

Em 2017, em Itália, foram importadas 510 mil toneladas de queijo, num valor de 1.76 biliões de euros. Os queijos importados são oriundos maioritariamente da União Europeia (98%). As exportações foram superiores às importações: 2.7 biliões de euros, e maioritariamente intra-UE.

Importações				Exportações			
Extra-UE		Intra-UE		Extra-UE		Intra-UE	
Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)
58 900 784	101 193	1 696 563 563	5 001 092	709 633 434	999 897	1 958 451 071	3 153 648

Tabela 17: Importações e Exportações de queijo (intra e extra-EU), Itália, 2017

Fonte: Eurostat, EU trade since 1988 by HS2,4,6 and CN8 [DS-645593]

2.4 PRODUTOS COM DOP/IGP EM ITÁLIA

A Itália, juntamente com a França, Alemanha, Reino Unido e Espanha é um dos países mais prolíferos na adoção das qualificações DOP e IGP, tendo o valor destes produtos em 2018 ascendido aos 16.2 biliões de euros, 55% resultante do setor dos vinhos (8,93 biliões de euros) e 45% do setor dos produtos agroalimentares (7,26 biliões de euros) (ISMEA, 2019)

Itália é o país da UE com o maior número de DOP/IGP/ETG, contabilizando-se, em 2020, um total de 861 produtos com estas qualificações (eAmbrosia, 2020, tendo aumentado em 37 produtos desde 2018 (ISMEA, 2019). O setor dos produtos com DOP/IGP/ETG abrange 182.705 operadores e 285 consórcios (ISMEA, 2019).

As denominações de origem italianas Grana Padano, Parmigiano Reggiano e Prosecco correspondem a 20% dos produtos com DOP/IGP/ETG europeus exportados para países fora da EU.



No caso da categoria dos produtos agroalimentares com DOP/IGP, Itália representou 42% (702 milhões de euros) das exportações destes produtos para países da EU.

Em Itália, os produtos com DOP/IGP/ETG correspondem entre 10-12% do valor de vendas total do setor dos alimentos e bebidas nesse país, bem como 28.1% das vendas de produtos agroalimentares com DOP/IGP na União Europeia (AND-International, 2019).

2.5 SETOR DOS QUEIJOS COM DOP/IGP EM ITÁLIA

Em Itália, no ano de 2018, encontravam-se registados 52 queijos com DOP/IGP que abrangem cerca de 28.801 operadores (36% dos operadores do setor agroalimentar com DOP/IGP/ETG) e conferiram 544.000 toneladas e 4.1 biliões de euros à produção (ISMAE, 2019). O setor dos queijos com DOP/IGP representou nesse ano 57% do valor de produção de todos os produtos agroalimentares com DOP/IGP/ETG, seguido dos produtos à base de carne (28%, 2 biliões de euros)(ISMAE, 2019).

Em termos de matéria-prima os queijos com DOP/IGP italianos escoaram, em 2018, 5.819 mil toneladas de leite de vaca, 231 mil toneladas de leite de pequenos ruminantes e 207 mil toneladas de leite de búfala. O leite utilizado na produção de queijos com DOP/IGP em Itália corresponde a cerca de 50% do leite total entregue a queijarias nesse país.

O valor de vendas de queijos com DOP/IGP em Itália representou 44% das vendas de queijos com DOP/IGP na UE em 2017 e contribuiu em 19% para o crescimento do setor entre 2011 e 2017, principalmente através dos queijos com DOP Grana Padano, Parmigiano Reggiano e Mozzarella di Bufala Campana. Em Itália, no ano de 2018, os queijos com DOP/IGP representaram 42% da produção nacional de queijo (em termos de quantidade).

No ano de 2018 as exportações de queijos com DOP/IGP/ETG atingiram os 1.8 biliões de euros (67% das exportações de queijo nesse ano) e representaram 50% das exportações de produtos agroalimentares qualificados, seguidos do vinagre balsâmico (24%).

A taxa de crescimento de queijos sem qualificação é superior comparativamente à taxa de crescimento de queijos com DOP/IGP (+2,8%/ano; +1,4%/ano respetivamente)(AND-International, 2019).

Em termos de canais de escoamento os queijos com DOP/IGP são escoados maioritariamente pelas grandes superfícies (48,8%), sendo as lojas especializadas as menos significativas (2,3%) – gráfico 10 (ISMAE, 2019).

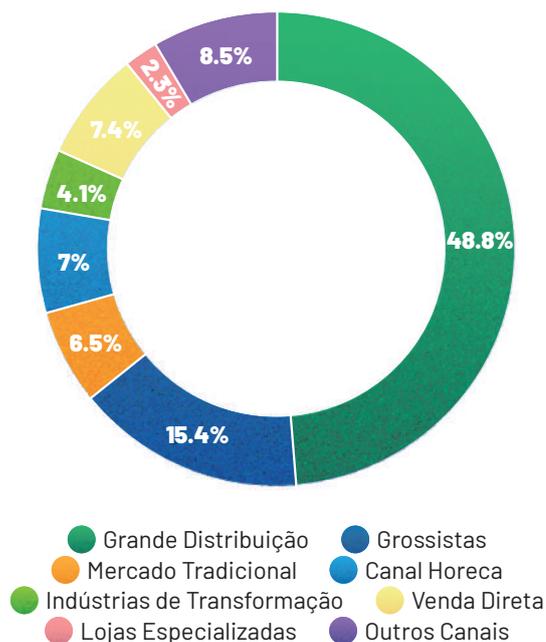


Gráfico 10: Canais de Venda do Queijo com DOP/IGP em Itália, 2018
Fonte: ISMAE, 2019

LEITE E QUEIJO

ITÁLIA



Ovinos
5 milhões



Bovinos
1.9 milhões



Caprinos
986 mil



Búfalos
400 mil



Consumo per Capita de Queijo
21,7 kg/hab



Caprinos
43 mil ton.

Búfala
215 mil ton.

Ovinos
463 mil ton.

Bovinos
12 milhões de ton.

TOTAL
12.8 milhões de ton.

TOTAL **1.3 milhões de ton.**



Bovino
1.2 milhões de ton



Ovino
76 mil ton.



Mistura
55 mil ton.



Caprino
7 mil ton.



Importações
1.8 bilhões €
510 mil ton.



32% do Queijo Produzido é Exportado

Exportações
2.7 bilhões €
415 mil ton.

QUEIJO QUALIFICADO

Produtores Agrícolas



29 mil Produtores de Leite

Estabelecimentos Transformadores



52 Queijos com DOP/IGP



50 DOP

2 IGP

Produção
544 mil ton.

44% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

42% da Produção Total de Queijo no País

Volume de Negócios

4.1 bilhões €



3. ESPANHA

3.1 PRODUÇÃO DE LEITE

Espanha é um país com predominância na produção de ovinos e caprinos, tendo apresentado, em 2018, um efetivo de 2.4 milhões de ovinos leiteiros (num universo nacional de 15 milhões de ovinos) e 2.7 milhões de caprinos (embora não seja possível determinar quantos destes são de aptidão leiteira ou aptidão carne). O número de bovinos leiteiros nesse ano foi inferior a 1 milhão de animais, com 817 mil cabeças.

Em 2018 foram entregues a queijarias 8 milhões de toneladas de leite em Espanha. Apesar do predominante número de ovinos e caprinos, a maior parte do leite entregue a queijarias é de bovino, com 7 milhões de toneladas, comparativamente a 544 mil toneladas de leite de ovino e 461 toneladas de leite de caprino. Espanha detém 26% e 28% do leite de ovino e caprino entregue a queijarias da União Europeia.

Animais	Bovinos leiteiros		Ovinos		Caprinos*	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Nº de animais (x1000 cabeças)	823.39	816.69	2 426.47	2 439.72	3 061.43	2 695.11

*Nota: no Eurostat não é feita distinção entre animais de aptidão leite e aptidão carne.

Tabela 18: Efetivos animais, 2018
Fonte: Eurostat. Animal populations by NUTS 2 regions[agr_r_animal]

Leite entregue a queijarias (2018)	X1000 toneladas	% Total de Leite	% total de leite da UE 28
Vaca	7 117.01	88%	4.52%
Ovelha	544.64	7%	26%
Cabra	461.38	6%	28%
Total	8 123.07	100%	---

Tabela 19: Leite entregue a queijarias de acordo com a espécie em Itália, 2018
Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta]

3.2 PRODUÇÃO DE QUEIJO

Em Espanha, de acordo com dados do Eurostat, em 2018 terão sido produzidas 474 mil toneladas de queijo, das quais 38% serão de vaca (1718 mil toneladas), 34% queijos de mistura (162 mil toneladas), 15% e 14% de ovelha e cabra, respetivamente. Espanha é responsável por 34% da produção de queijo de mistura da União Europeia, 31% de queijo de ovelha, 29% de queijo de cabra e apenas 2% de queijo de ovelha.

O consumo per capita de queijo foi de 8,9 kg por habitante em 2017, valor baixo comparativamente com os outros países produtores de queijo na União Europeia, incluindo Portugal.

Produção de Queijo (2018)	X1000 toneladas	% Total de Queijo	% Total de Queijo da UE 28
Vaca	178.83	38%	2%
Ovelha	69.60	15%	31%
Cabra	64.23	14%	29%
Outras espécies ou mistura	162.02	34%	34%
Total	474.68	100%	5%

Tabela 20: Queijo produzido (x1000 toneladas) por espécie, Espanha, 2018
 Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pabta])

País	Alemanha	Países Baixos	Grécia	Espanha	França	Itália	Portugal
Consumo per capita (kg/hab)	21,4	22	9,5	8,2	26,4	21,7	12,8*

*INE

Tabela 21: Consumo per capita de queijo
 Fonte: Statista, 2020

3.3 IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE QUEIJO

Em Espanha as importações de queijo são superiores às exportações (288 mil toneladas/1 bilião de euros e 108 mil toneladas/488 milhões de euros, respetivamente, em 2017). As importações são realizadas maioritariamente de outros Estados Membros da UE (99%). Em termos de exportações de queijo, 71% são intra-EU (76 mil toneladas, 312 milhões de euros).

Importações				Exportações			
Extra-UE		Intra-UE		Extra-UE		Intra-UE	
Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)
2 097 753	3 675	1 012 443 254	2 872 895	176 494 735	315 043	311 651 540	763 745

Tabela 22: Importações e Exportações de queijo (intra e extra-EU), 2017, Espanha
 Fonte: Eurostat, EU trade since 1988 by HS2,4,6 and CN8 [DS-645593]

3.4 PRODUTOS COM DOP/IGP

Em Espanha, no ano de 2020 encontram-se registados 359 produtos qualificados com DOP/IGP/ETG na plataforma oficial eAmbrosia. Em 2017, o mercado espanhol de produtos com estas qualificações (excluindo produtos com ETG e vinhos aromatizados) atingiu o valor de 6.2 biliões de euros em vendas (AND-International, 2019).

Dentro dos produtos qualificados os vinhos com DOP/IGP são os mais significativos, seguidos dos produtos agroalimentares.

Dentro dos produtos agroalimentares com DOP/IGP, os mais significativos são os queijos, frutas/vegetais e óleos/gorduras. As principais DOP nesta categoria são o Queijo Manchego e Melocotón de Calanda, que corresponderam a 30% do valor das vendas de produtos agroalimentares com DOP/IGP em 2017 (AND-Internacional, 2019).

Cerca de 32% do valor das vendas dos produtos com DOP/IGP em Espanha foi em exportações. Espanha contribuiu para 3% das vendas intra-UE de produtos agroalimentares com DOP/IGP (129 milhões de euros e 7% nas exportações destes produtos para fora da UE (116 milhões de euros).

Espanha contribuiu para 8% das vendas totais dos produtos com DOP/IGP na UE em 2017, particularmente com os seus vinhos com DOP.

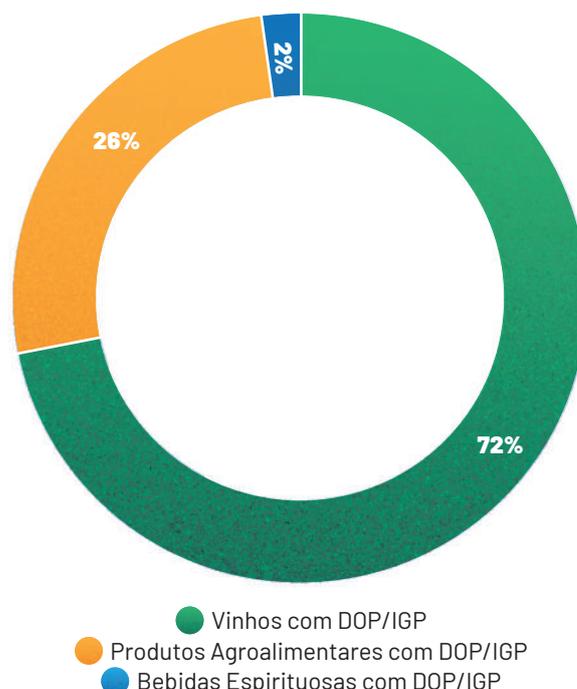


Gráfico 11: Proporção das vendas DOP/IGP segundo a categoria de produto, Espanha, 2017
Fonte: AND-International, 2019



3.5 SETOR DOS QUEIJOS COM DOP/IGP

Em 2018 a fileira dos queijos com DOP/IGP em Espanha – 28 queijos DOP/IGP - envolveu 1.123.473 cabeças de gado, 5.889 produtores primários e 495 transformadores, 194.126.806 litros de leite e 28.604,86 toneladas de queijo qualificado (Gobierno de Espana, 2019). Do queijo elaborado de acordo com os cadernos de especificações, 99% é qualificado com DOP/IGP, demonstrando-se a importância da qualificação para os produtores.

Em termos de valor económico, os queijos com DOP/IGP em Espanha ascenderam aos 297,95 milhões de euros em 2018 (Gobierno de Espana, 2019). Em 2017 os valores de venda foram 284 milhões de euros, tendo-se registado um crescimento de 13 milhões de euros no espaço de 1 ano.

Em Espanha (2018), os queijos com DOP/IGP representaram apenas 6% da produção nacional de queijo, (em termos de volumes de produção), 5% do valor de vendas de todos os produtos DOP/IGP de Espanha e 3% do valor de vendas de queijos com DOP/IGP na União Europeia.

O preço dos queijos com DOP/IGP em Espanha varia entre 5,90€/kg (Queso de L'Alt Urgell y la Cerdanya) e 22€/kg (Queso Casin), observando-se um preço médio, em 2018, de 10,55€/kg à saída da queijaria (Gobierno de Espana, 2019). O Queijo Manchego (DOP) é o queijo qualificado mais significativo em Espanha com 53,92% da quantidade (toneladas) de queijo e um valor vendas de 185 milhões de euros.

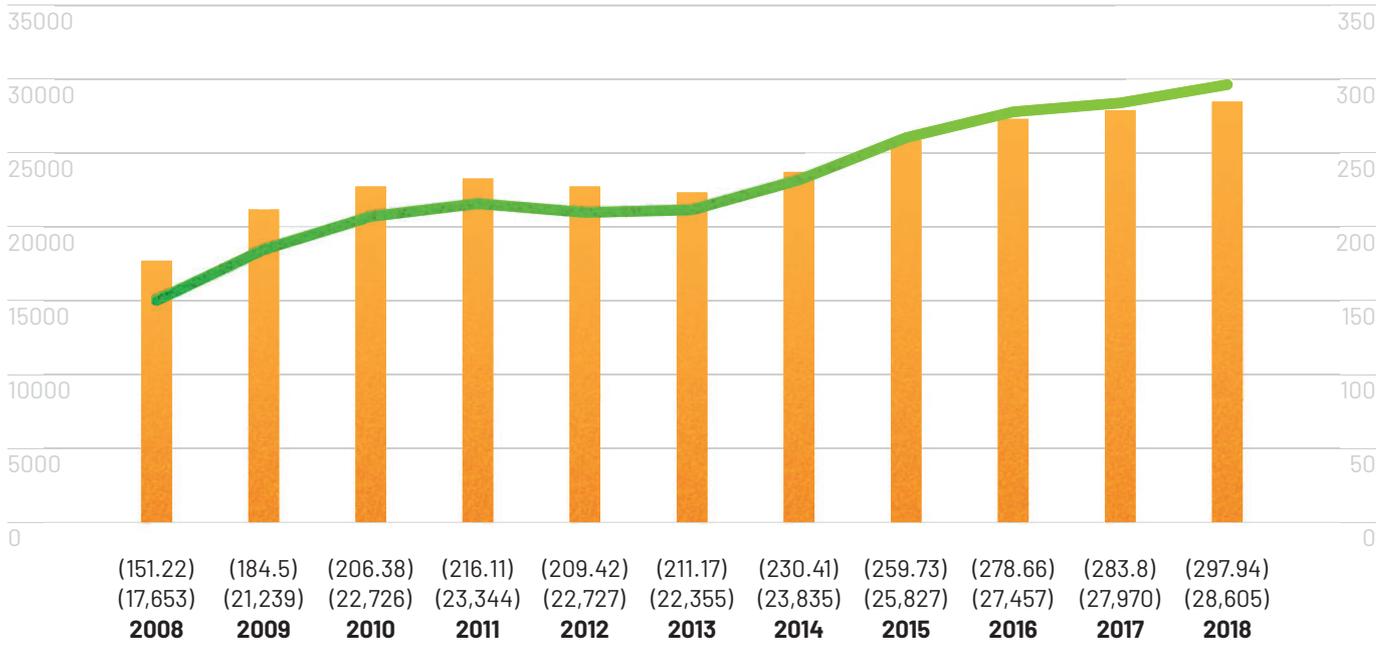


Gráfico 12: Evolução da comercialização em quantidade (toneladas - eixo vertical esquerdo) e volume de negócios (milhões de euros - eixo vertical direito) dos Queijos com DOP/IGP em Espanha entre 2008-2018
Fonte: Gobierno de Espana, 2019

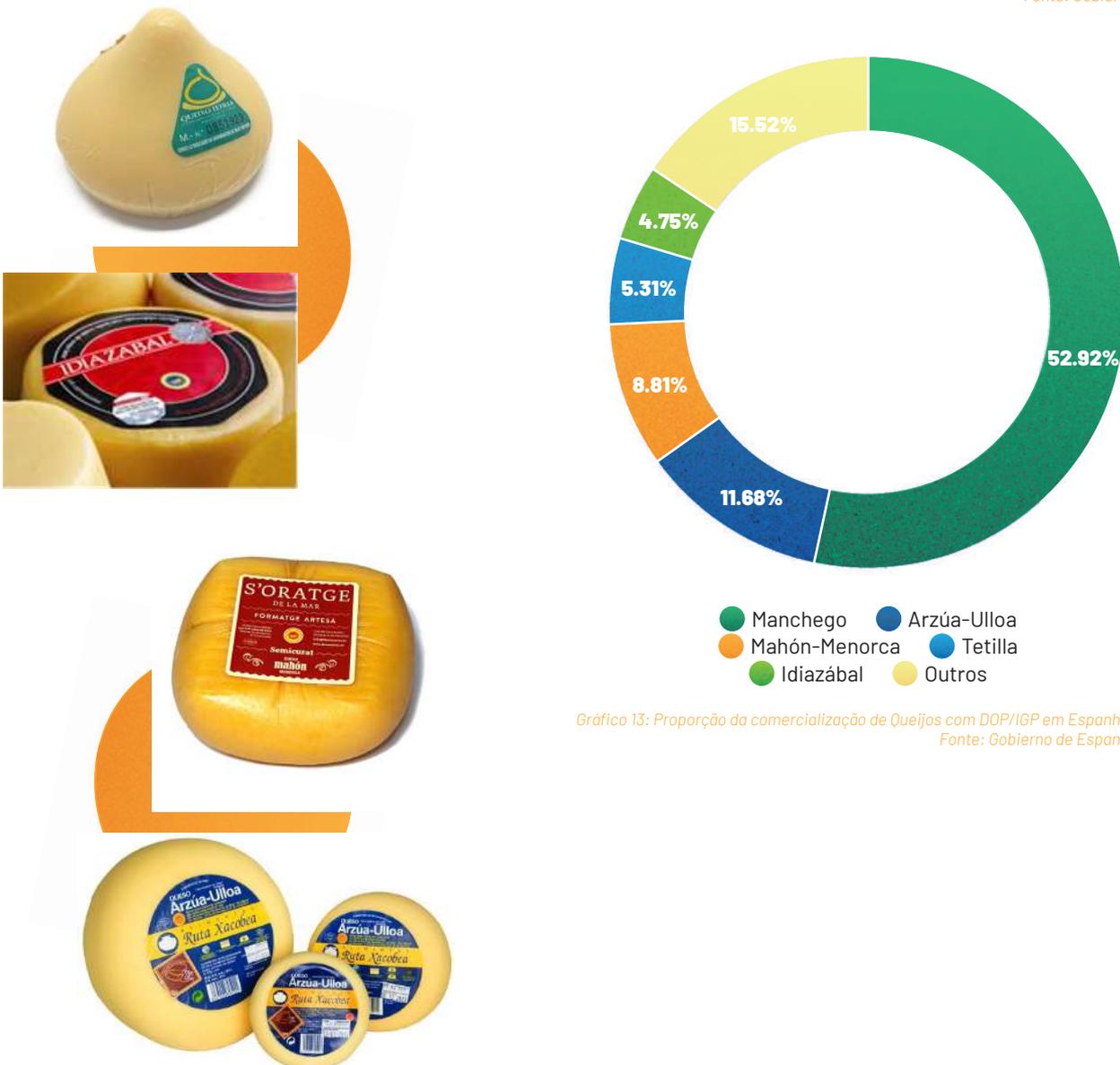


Gráfico 13: Proporção da comercialização de Queijos com DOP/IGP em Espanha, 2018
Fonte: Gobierno de Espana, 2019

LEITE E QUEIJO

ESPANHA



Caprinos
2.7 milhões



Ovinos
2.4 milhões



Bovinos
817 mil



Consumo per Capita de Queijo
8,2 kg/hab



Ovinos
544 mil ton.

Caprinos
461 mil ton.

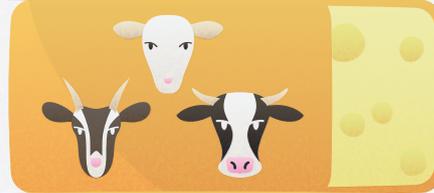
Bovinos
7.1 milhões de ton.

TOTAL
8.1 milhões de ton.

TOTAL 475 mil ton.



Bovino
179 mil ton.



Mistura
162 mil ton.



Ovino
70 mil ton.



Caprino
64 mil ton.



Importações
1 bilhão €
288 mil ton.



23% do Queijo Produzido é Exportado

Exportações
488 milhões €
188 mil ton.

QUEIJO QUALIFICADO

Produtores Agrícolas



Produtores de Leite

495 Estabelecimentos Transformadores

28 Queijos com DOP/IGP



DOP

IGP

Produção
28 mil ton.

3% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
298 milhões €

6% da Produção Total de Queijo no País



4. GRÉCIA

4.1 PRODUÇÃO DE LEITE

No ano de 2018, na Grécia, num universo de 12 milhões de animais ruminantes (bovinos leiteiros, ovinos e caprinos) os efetivos animais leiteiros são dominados pelos pequenos ruminantes, destacando-se os ovinos leiteiros com cerca de 6,6 milhões de animais (em cerca de 8 milhões de ovinos no total - 69% das cabeças), seguidos dos caprinos (3.6 milhões de animais, 30%). Os bovinos são os ruminantes leiteiros menos significativos neste país, não ultrapassando as 95000 cabeças (1%).

Quando verificadas as quantidades de leite entregues a queijarias (1.4 milhões de toneladas) verifica-se que a maior parte do leite corresponde a leite de ovelha (47%). Apesar do número mais reduzido de bovinos leiteiros comparativamente aos ovinos e caprinos, a produção de leite de bovino é ainda significativa, representando 43% do leite entregue a queijarias em 2018. O leite caprino entregue a queijarias no mesmo ano corresponde apenas a 11% do leite total.

Em termos de produção de leite na UE, a Grécia destaca-se no leite de ovelha, sendo responsável por 32% do leite de ovino entregue em queijarias na União Europeia (2018).

Animais	Bovinos leiteiros		Ovinos		Caprinos*	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Nº de animais (x1000 cabeças)	97	95	6 464.10	6 619.40	3 767.80	3 626

*Nota: no Eurostat não é feita distinção entre animais de aptidão leite e aptidão carne

Tabela 23: Efetivos animais, Grécia, 2017 e 2018
Fonte: Eurostat. Animal populations by NUTS 2 regions[agr_r_animal]

Leite entregue a queijarias (2018)	X1000 toneladas	% Total de Leite	% total de leite da UE 28
Vaca	620.90	43%	0.39%
Ovelha	672.90	47%	32%
Cabra	152.50	11%	9%
Total	1 446.30	100%	---

Tabela 24: Leite entregue a queijarias de acordo com a espécie, Grécia, 2018
Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])

4.2 PRODUÇÃO DE QUEIJO

No setor da transformação, segundo dados de 2018, 91% do queijo produzido na Grécia corresponderá a queijo de mistura, com uma produção anual de cerca de 198 mil toneladas. O Queijo de vaca corresponderá apenas a 9% da produção com um pouco acima de 20 mil toneladas. Não foram produzidos queijos puros de ovelha ou de cabra. A Grécia é responsável por 42% da produção de queijo de mistura na União Europeia. O queijo de mistura mais famoso no país será o Queijo Feta com DOP, feito com leite cru ou pasteurizado de ovelha ou

mistura de ovelha e cabra, caracterizado pelo processo de salmoura em barris de madeira ou metálicos.

O consumo per capita anual de queijo na Grécia estima-se que seja de 9,5 kg por habitante (Statista, 2020).

Produção de Queijo (2018)	X1000 toneladas	% Total de Queijo	% Total de Queijo da UE 28
Vaca	20.70	9%	0.2%
Ovelha	0.00	0%	0%
Cabra	0.00	0%	0%
Outras espécies ou mistura	198.60	91%	42%
Total	219.30	100%	2%

Tabela 25: Queijo produzido (x1000 toneladas) por espécie, Grécia, 2018
 Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])



4.3 IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE QUEIJO

No ano de 2017 foram importadas 76 mil toneladas de queijo para a Grécia, num valor de 458 milhões de euros. Os queijos são importados, praticamente, de outros estados membros da UE (99,9%).

Cerca de 35% da quantidade de queijo produzido na Grécia será exportado, na sua maioria para países dentro da União Europeia (88%). As exportações atingiram, no ano de 2017, 427 milhões de euros.

Importações				Exportações			
Extra-UE		Intra-UE		Extra-UE		Intra-UE	
Valor (€)	Quantidade (x100kg)						
265 957	678	457 762 901	1 302 303	58 793 678	90 932	368 756 020	672 256

Tabela 26: Importações e Exportações de queijo (intra e extra-EU), Grécia, 2017
 Fonte: Eurostat, EU trade since 1988 by HS2,4,6 and CN8 [DS-645593]

4.4 PRODUTOS COM DOP/IGP E QUEIJOS

O mercado dos produtos DOP/IGP/ETG na Grécia perfez um valor de vendas de aproximadamente 1.2 biliões de euros em 2017, o que corresponde entre 4 a 8% do mercado total de produtos agroalimentares e bebidas do país. Em termos de exportações de produtos com DOP/IGP (2017) a Grécia perfez 339 milhões de euros intra-EU e 70 milhões de euros extra-EU (AND-International).

4.5 SETOR DOS QUEIJOS COM DOP/IGP

No ano de 2017, na Grécia os queijos representaram 62% (739 milhões de euros) do valor total das vendas dos produtos agroalimentares com DOP/IGP do país, denotando-se a importância destes produtos no setor das DOP/IGP. Em 2017, os queijos com DOP/IGP da Grécia representaram 9% da produção de queijos qualificados na UE. Em 2016, o setor de queijos com DOP/IGP na Grécia foi o mais significativo em termos de quota de mercado, correspondendo a 36% do total de produção de queijo no país (comparativamente aos outros países da União Europeia).



LEITE E QUEIJO

GRÉCIA



Ovinos
6.6 milhões



Caprinos
3.6 milhões



Bovinos
95 mil



Consumo per Capita de Queijo
9,5 kg/hab



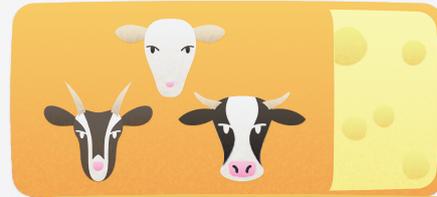
Bovinos
620 mil ton.

Caprinos
152 mil ton.

Ovinos
672 mil ton.

TOTAL
1.4 milhões de ton.

TOTAL **219 mil ton.**



Mistura
198 mil ton.



Bovino
20 mil ton.



Importações
458 milhões €
130 mil ton.



35% do Queijo Produzido é Exportado
Exportações
428 milhões €
76 mil ton.

QUEIJO QUALIFICADO

Produtores Agrícolas



Produtores de Leite

Estabelecimentos Transformadores



23 Queijos com DOP/IGP



DOP

IGP

Produção

9% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
739 milhões €
36% da Produção Total de Queijo no País



5. PAÍSES BAIXOS

5.1 PRODUÇÃO DE LEITE

Nos Países Baixos, em 2018 foram entregues nas queijarias cerca de 14 milhões de toneladas de leite, 98% de origem bovina, 2% caprina e 0% ovina. Em termos de cabeças animais, os bovinos leiteiros também dominam, com 1.5 milhões de cabeças face a 14 mil ovinos leiteiros (num total de 754 mil ovinos) e 517 mil caprinos.

Em 2018, o leite de bovino correspondeu a 98% do leite entregue a queijarias. Os Países Baixos destacam-se em termos de leite de cabra, sendo responsáveis pela produção de 20% do leite de cabra da UE.

Animais	Bovinos leiteiros		Ovinos		Caprinos*	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Nº de animais (x1000 cabeças)	1 665.00	1 552.00	0.00	14.00	546.00	517.00

*Nota: no Eurostat não é feita distinção entre animais de aptidão leite e aptidão carne

Tabela 27: Estatísticas Animais, Países Baixos, 2018.
Fonte: Eurostat. Animal populations by NUTS 2 regions[agr_r_animal]

Leite entregue a queijarias (2018)	X1000 toneladas	% Total de Leite	% total de leite da UE 28
Vaca	13 881.00	98%	8.82%
Ovelha	0.00	0%	0%
Cabra	340.00	2%	20%
Total	14 221.00	100%	---

Tabela 28: Leite entregue a queijarias de acordo com a espécie, Países Baixos, 2018
Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pabta])

5.2 PRODUÇÃO DE QUEIJO

Nos Países Baixos são produzidas 902 mil toneladas de queijo (2018), na sua grande maioria de leite de vaca (98%). No entanto, em termos de queijo produzido na UE, são responsáveis por 10% da produção de queijo de cabra.

Os holandeses são grandes consumidores de queijo, com um consumo per capita anual de 22 kg (Statista, 2020). Apesar disso, dada a grande produção desse produto no país, a maioria do queijo produzido será exportado (Statista, 2020).

Produção de Queijo (2018)	X1000 toneladas	% Total de Queijo	% Total de Queijo da UE 28
Vaca	880.00	98%	9%
Ovelha	n.d.	n.d.	n.d.
Cabra	22.00	2%	10%
Outras espécies ou mistura	n.d.	n.d.	n.d.
Total	902.00	100%	9%

Tabela 29: Queijo produzido (x1000 toneladas) por espécie, Países Baixos, 2018
 Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])

5.3 IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE QUEIJO

Os Países Baixos importaram 370 mil toneladas de queijo em 2017, 96% dessas a partir de países intra-UE. O valor das importações nesse ano correspondeu a 1.2 bilhões de euros.

De facto, verifica-se que 99,87% das 902 mil toneladas de queijo produzido são exportadas, principalmente para outros países da União Europeia (761 mil toneladas, 84% das exportações) como, por exemplo, para a Alemanha ou para a Bélgica (Statista, 2020). As exportações de queijo terão ascendido aos 3.6 bilhões de euros em 2017.

Importações				Exportações			
Extra-UE		Intra-UE		Extra-UE		Intra-UE	
Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)
22 069 208	40 493	1 223 958 477	3 662 531	593 063 654	1 396 892	2 970 871 003	7 611 054

Tabela 30: Importações e Exportações de queijo intra e extra-EU, Países Baixos, 2017
 Fonte: Eurostat, EU trade since 1988 by HS2,4,6 and CN8 [DS-645593]

5.4 PRODUTOS E QUEIJOS COM DOP/IGP/ETG

O mercado dos produtos com DOP/IGP nos Países Baixos representou 1.6 bilhões de euros em vendas em 2017, sendo dominado pela classe dos produtos agroalimentares - 99% do valor total de vendas. O setor dos queijos qualificados nos Países Baixos é muito significativo, uma vez que o valor de vendas alcançado se deve essencialmente aos queijos Gouda Holland (IGP), Hollandse geitenkaas (IGP) e Noord-Hollandse Gouda (DOP). Estes três queijos totalizam 17% do valor das vendas do setor do queijo com DOP/IGP da EU (AND-International, 2019).

As exportações de produtos com DOP/IGP nos Países Baixos aumentaram vertiginosamente entre 2010 e 2017, devido ao registo das IGP Gouda Holland e Hollandse Geitenkaas (de 19 000 euros para 124 milhões de euros)(AND-International, 2019).

O mercado dos queijos com DOP/IGP nos Países Baixos é composto por 7 queijos, 4 com DOP e 3 com IGP e atingiu o valor de vendas de 1.56 biliões de euros em 2017, tendo aumentado 1675% entre 2010 e 2017. Os queijos curados de vaca dominam o setor dos queijos com DOP/IGP dos Países Baixos com 84% das vendas de queijo com DOP/IGP do país (AND-International, 2019).



LEITE E QUEIJO

PAÍSES BAIXOS



Bovinos
1.5 milhões



Caprinos
517 mil



Ovinos
14 mil



Consumo per Capita de Queijo
22 kg/hab



Bovinos
13.89 milhões de ton.



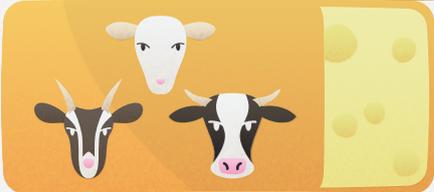
Caprinos
340 mil ton.

TOTAL
14 milhões de ton.

TOTAL **1.9 milhões de ton.**



Bovino
880 mil ton.



Mistura
22 mil ton.



Importações
1.2 bilhões €
370 mil ton.



99% do Queijo Produzido é Exportado
Exportações
3.5 bilhões €
901 mil ton.

QUEIJO QUALIFICADO

Produtores Agrícolas



Produtores de Leite

Estabelecimentos Transformadores

7 Queijos com DOP/IGP



4 DOP

3 IGP

Produção

17% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios

1.56 bilhões €



6. ALEMANHA

6.1 PRODUÇÃO DE LEITE

A Alemanha é responsável por 1/5 da produção de leite de vaca da UE (2018). Com cerca de 4 milhões de bovinos leiteiros, um volume de produção de leite superior a 30 milhões de toneladas e 39.000 trabalhadores associados ao setor, é considerado o maior produtor de produtos lácteos da UE e o quarto a nível mundial (GTAI, 2018). Os ovinos leiteiros são os animais menos significativos do setor, com apenas 12 mil animais. No caso dos caprinos, em 2018 foram contabilizadas 146 mil cabeças.

O setor leiteiro neste país é dominado pelo leite de bovino, que corresponde a 99,95% do leite entregue a queijarias na Alemanha (Eurostat). O leite de pequenos ruminantes é praticamente negligenciável no setor global lácteo deste país.

Animais	Bovinos leiteiros		Ovinos		Caprinos	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Nº de animais (x1000 cabeças)	4 199.01	4 100.86	12.11	13.30	140.00	146.00

Tabela 31: Gráfico 14: Efetivos animais, Alemanha, 2017 e 2018
Fonte: Eurostat

Leite entregue a queijarias (2018)	X1000 toneladas	% Total de Leite	% total de leite da UE 28
Vaca	32 490.95	99.95%	20.64%
Ovelha	n.d.	0.00%	n.d.
Cabra	15.52	0.05%	1%
Total	32 506.47	100%	---

Tabela 32: Leite entregue a queijarias de acordo com a espécie, Alemanha, 2018
Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])

6.2 PRODUÇÃO DE QUEIJO

Com 2.2 milhões de toneladas de queijo (2018) a Alemanha é também o país com maior volume de produção de queijo da UE sendo responsável por cerca de 24% da produção deste produto. O queijo produzido na Alemanha será produzido a partir essencialmente de leite de bovino, não tendo sido encontrados valores referentes à produção de queijo de pequenos ruminantes nesse país.

A Alemanha será também o país da UE com um dos maiores consumos per capita de queijo, atingindo os 21,4 kg/habitante (Statista, 2020).

Produção de Queijo (2018)	X1000 toneladas	% Total de Queijo	% Total de Queijo da UE 28
Vaca	2 244.71	n.d.	24%
Ovelha	n.d.	n.d.	n.d.
Cabra	n.d.	n.d.	n.d.
Outras espécies ou mistura	n.d.	n.d.	n.d.
Total	2 245.80	n.d.	22%

Nota: n.d. – não disponível

Tabela 33: Queijo produzido (x1000 toneladas) por espécie, Alemanha, 2018
 Fonte: Eurostat (Milk collection (all milks) and dairy products obtained - annual data [apro_mk_pobta])

6.3 IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES DE QUEIJO

Da quantidade de queijo total produzido em 2018, a Alemanha terá exportado mais de metade (54%, 1.209.997 toneladas), tendo as exportações alcançado um valor de 3.9 biliões de euros nesse ano. A Alemanha terá importado 821.413 toneladas de queijo, correspondentes a um valor de 3.8 biliões de euros.

Importações				Exportações			
Extra-UE		Intra-UE		Extra-UE		Intra-UE	
Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)	Valor (€)	Quantidade (x100kg)
256 152 334	313 981	3 516 097 902	7 900 157	440 968 236	1 231 409	3 475 289 833	1 068 565

Tabela 34: Importações e Exportações de queijo (intra e extra-EU), Alemanha, 2017
 Fonte: Eurostat, EU trade since 1988 by HS2,4,6 and CN8 [DS-645593]

6.4 SETOR DOP/IGP/ETG NA ALEMANHA

A Alemanha é o terceiro país com maior valor de vendas de produtos com DOP/IGP/ETG na UE, com 8.7 biliões de euros (61% para produtos agroalimentares, 37% vinhos e 2% bebidas espirituosas). Dentro dos produtos agroalimentares qualificados, as cervejas e os produtos à base de carne são os mais significativos (42% e 24% respetivamente) (AND-International, 2019).

6.5 SETOR DOS QUEIJOS COM DOP/IGP

A Alemanha conta atualmente com 9 queijos registados com denominação de origem (eAmbrosia, 2020). Apesar da grande apetência para a produção de produtos lácteos, verifica-se que a Alemanha não fará grande aposta nas denominações de origem no setor dos queijos. Em 2017 o volume de vendas dos queijos com DOP/IGP na Alemanha ascendeu aos 85 milhões de euros, tendo correspondido, em 2017, a apenas 1% do valor total de vendas de queijos com DOP/IGP na UE (AND-International, 2019).



LEITE E QUEIJO

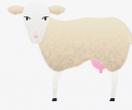
ALEMANHA



Bovinos
4.1 milhões



Caprinos
146 mil



Ovinos
13 mil



Consumo per Capita de Queijo
21,4 kg/hab

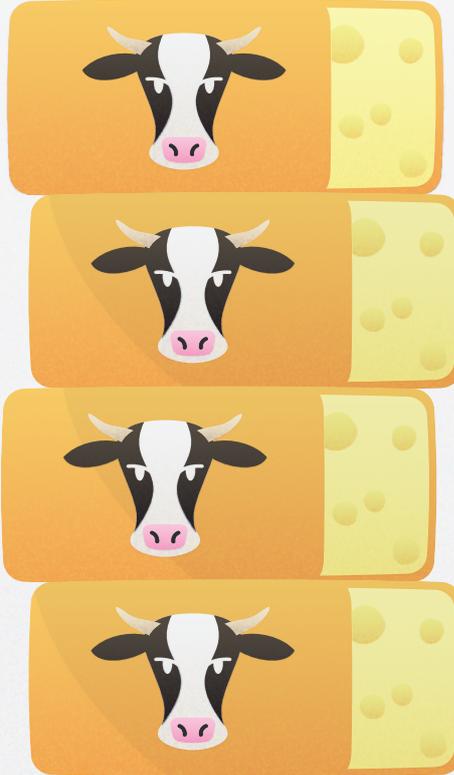


Caprinos
15.5 mil ton.

Bovinos
32.5 milhões de ton.

TOTAL
32.5 milhões de ton.

TOTAL **2.2 milhões de ton.**



Bovino
2.2 milhões de ton



Importações
3.8 bilhões €
821 mil ton.



54% do Queijo Produzido é Exportado
Exportações
3.9 bilhões €
1.2 milhões ton.

QUEIJO QUALIFICADO

Produtores Agrícolas



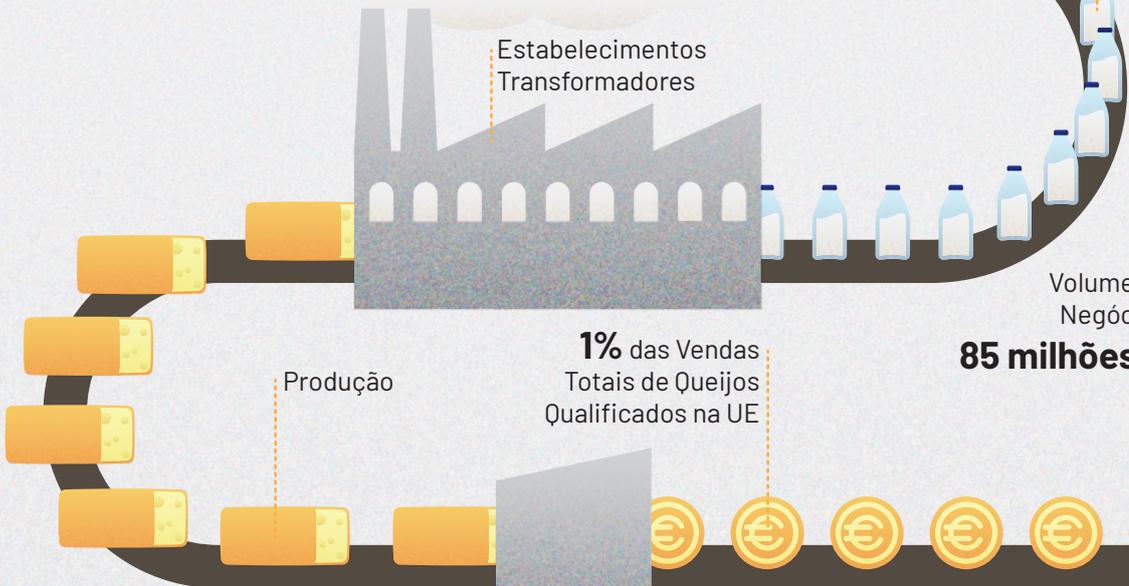
Produtores de Leite

Estabelecimentos Transformadores

9 Queijos com DOP/IGP

6 DOP

3 IGP



1% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
85 milhões €

7. PORTUGAL

7.1 PRODUÇÃO DE LEITE

Em Portugal, no ano de 2018, registaram-se 802 mil animais associados à produção leiteira, nomeadamente 235 mil bovinos leiteiros, 291 mil ovinos leiteiros (ovelhas e borregas leiteiras) e 276 mil caprinos, nomeadamente fêmeas adultas e chibas cobertas (tabela 36).

No ano de 2018 a Região Autónoma dos Açores foi NUT II com o maior número de bovinos leiteiros, com 91 mil animais, seguida da região Norte (81 mil animais). A região Centro é a NUT II portuguesa onde o efetivo de bovinos leiteiros é menos significativo. O efetivo de bovinos leiteiros em Portugal cresceu 1% entre 2014 e 2018 (tabela 37).

Efetivos (milhares de cabeças)	Bovinos Leiteiros	Ovinos Leiteiros (fêmeas e malatas)	Caprinos (cabras e chibas cobertas)**
Portugal	235.47*	291.07	276.00

*Eurostat, *Animal Populations by NTS 2 regions, 2018*.

**Nota: no caso dos caprinos não são distinguidos animais de aptidão leiteira e aptidão carne

Tabela 35: Efetivos leiteiros, Portugal, 2018

Fonte: Estatísticas INE

Bovinos leiteiros (milhares de cabeças)	2014	2015	2016	2017	2018	Varição 2014-2018
Norte	81.57	86.82	84.87	85.35	81.94	0%
Centro	0.06	0.06	0.08	0.08	0.07	14%
Área Metropolitana de Lisboa	30.17	30.25	28.38	27.08	26.70	-13%
Alentejo	8.01	8.88	8.90	8.82	8.94	10%
Algarve	25.01	26.22	26.45	26.33	26.16	4%
Região Autónoma dos Açores	88.71	90.73	89.96	90.66	91.37	3%
Região Autónoma da Madeira	0.31	0.31	0.27	0.32	0.30	-3%
Portugal	233.83	243.26	238.91	238.63	235.47	1%

Tabela 36: Efetivos de bovinos leiteiros, 2014-2018, por NUT II, Portugal

Fonte: Eurostat, *Animal Populations by NTS 2 regions, 2014-2018*

Em termos de ovinos leiteiros, a região Centro é a região mais significativa, com 209 mil animais (2018). No entanto, verifica-se que estes efetivos se encontram em decréscimo a nível nacional (-14% entre 2014 e 2018, tabela 37).

À semelhança dos ovinos leiteiros, a região Centro regista também o maior número de caprinos, tendo sido identificados 94 mil animais nessa região no ano de 2018. No entanto a nível nacional entre 2014 e 2018, verificou-se um decréscimo de 17% no número destes animais.

Ovelhas e borregas leiteiras (milhares de cabeças)	2014	2015	2016	2017	2018	Varição 2014-2018
Norte	35	31	29	26	25	-40%
Centro	232	226	223	216	209	-11%
Área Metropolitana de Lisboa	14	13	12	14	14	0%
Alentejo	48	47	47	45	42	-14%
Algarve	1	-	-	-	-	-
Região Autónoma dos Açores	-	-	-	-	-	-
Região Autónoma da Madeira	1	1	1	1	1	0%
Portugal	331	318	312	302	291	-14%

Tabela 37: Efetivo de ovinos leiteiros, 2014-2018, por NUT II, Portugal
Fonte: Estatísticas INE

Cabras e chibas cobertas (milhares de cabeças)	2014	2015	2016	2017	2018	Varição 2014-2018
Norte	83	78	75	70	70	70
Centro	112	112	102	97	94	94
Área Metropolitana de Lisboa	6	7	7	7	7	7
Alentejo	98	94	85	84	79	79
Algarve	11	14	13	13	13	13
Região Autónoma dos Açores	7	5	6	6	7	7
Região Autónoma da Madeira	5	6	7	7	6	6
Portugal	322	316	293	283	276	276

Tabela 38: Efetivo caprino (cabras e chibas cobertas), 2014-2018, por NUT II, Portugal
Fonte: Estatísticas INE

A produção de leite em Portugal é substancialmente inferior aos registos observados nos outros países da União Europeia, com 2.040.286 toneladas registadas no ano de 2018 (INE, 2018).

Verifica-se que Portugal segue as mesmas tendências dos restantes países, pois o leite de vaca é o leite com maior expressão no país (95%).

Leite (toneladas)	2014	2015	2016	2017	2018	Varição 2014-2018
Vaca	1 942 777	2 013 774	1 922 973	1 921 205	1 939 665	-0,2%
Ovelha	71 209	71 632	75 053	73 767	72 574	1,9%
Cabra	29 587	28 800	26 522	25 789	28 047	-5,5%
Total	2 043 573	2 114 206	2 024 548	2 020 761	2 040 286	-0,2%

Tabela 39: Produção de leite (toneladas) em Portugal, por espécie, 2014-2018
Fonte: Estatísticas INE

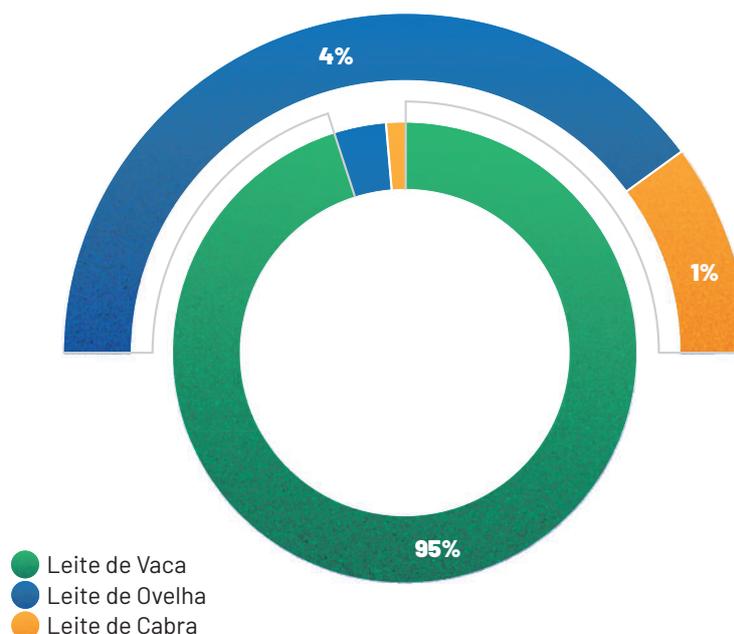


Gráfico 15: Proporção da produção do leite por espécie, Portugal, 2018
Fonte: Adaptado de Estatísticas INE

7.2 PRODUÇÃO DE QUEIJO

Em Portugal, no ano de 2018, foram produzidas 1.2 milhões de toneladas de produtos lácteos correspondendo, em maioria, a produtos lácteos frescos (cerca de 982 mil toneladas). Em termos de evolução, verificou-se uma diminuição de -7,6% na produção de produtos lácteos entre 2014 e 2018.

A produção de queijo em Portugal aumentou 6% entre 2014 e 2018. Os queijos com maior crescimento nesse intervalo foram o queijo de cabra e o queijo de mistura (29% e 31%, respetivamente).

Produtos Lácteos (toneladas)	2014	2015	2016	2017	2018	Varição 2014-2018
Frescos	1058085	964411	930988	930479	981792	-7,8%
Transformados	270514	272787	271864	288847	252768	-7,0%
Total	1328599	1237198	1202852	1219326	1234560	-7,6%

Tabela 42: Produção de produtos lácteos (toneladas), 2014-2018, Portugal
Fonte: Estatísticas, INE

Queijo (toneladas)	2014	2015	2016	2017	2018	Varição 2014-2018
Vaca	59042	57338	59874	62460	60701	3%
Ovelha	11434	11502	12051	11845	11653	2%
Cabra	2723	2650	2440	2966	3848	29%
Mistura	5337	5677	5934	6035	7770	31%
Total	78536	77167	80299	83306	83972	6%

Tabela 41: Produção de Queijo (toneladas), 2014-2018, Portugal
Fonte: Estatísticas, INE

Não obstante, o queijo produzido com leite de vaca continua a ser o tipo de queijo com maior expressão em Portugal (gráfico 16).

Segundo o inquérito anual realizado à produção industrial pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), no ano de 2018 foram produzidas cerca de 89 mil toneladas de queijo (que inclui queijos frescos não fermentados, requeijão, ralados ou em pó, queijos e pasta azul e outros queijos e queijos fundidos), vendidas cerca de 88 mil toneladas, atingindo os 441 milhões de euros (tabela 42).

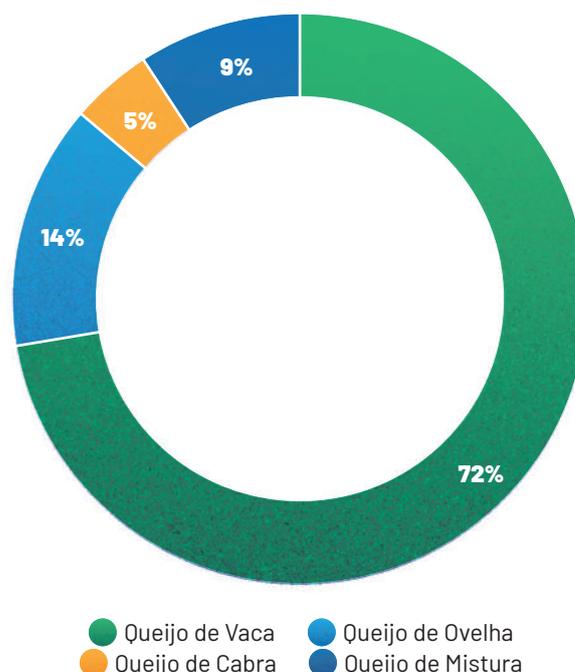


Gráfico 16: Percentagem de produção de queijo de acordo com a espécie, 2018, Portugal
Fonte: Estatísticas, INE

Categoria	Produção (ton.)	Comercialização (ton.)	Vendas (€)
Queijos frescos não fermentados e requeijão	9 588.01	9 567.78	38 978 623,00 €
Queijos ralados ou em pó, queijos de pasta azul e outros queijos	80 097.06	77 986.85	401 943 224,00 €
Queijos fundidos, exceto ralados ou em pó	97.56	95.99	435 331,00 €
Total	89 782.62	87 650.62	441 357 178,00 €

Tabela 42: Produção e comercialização de queijo, 2018, Portugal
Fonte: Estatísticas, INE

7.3 IMPORTAÇÕES E EXPORTAÇÕES

Em Portugal, no ano de 2018, verificou-se um saldo de balança comercial dos produtos agrícolas e agroalimentares (que inclui os produtos lácteos) negativo (importações superiores às exportações). O grupo do Leite e Lacticínios (que também inclui ovos de aves e mel natural) foi o terceiro grupo com a evolução mais desfavorável, com um défice de aproximadamente 50 milhões de euros, face ao ano anterior, superado apenas pelos grupos da Carne e miudezas comestíveis (défice de 96 milhões de euros) e Sementes e frutos oleaginosos (défice ligeiramente superior a 50 milhões de euros)(INE, Estatísticas Agrícolas 2018).

Entre 2014 e 2018 verificou-se uma diminuição de -23,6% em toneladas importadas de Leite e Produtos Lácteos e um aumento de 0,3% em vendas (atingindo-se aproximadamente 503 milhões de euros em importações em 2018). A importação de queijos e requeijão especificamente aumentou 24,7% de 2014 para 2018 (toneladas). Os principais países fornecedores destes produtos agrícolas e agroalimentares, que inclui os lacticínios, são a Espanha, França e Alemanha (de INE, Estatísticas Agrícolas 2018). As importações de queijo em Portugal são realizadas essencialmente de países intra-UE (Eurostat, 2019).

Importações	2014		2015		2016		2017		2018		Variação 2014-2018 (toneladas)	Variação 2014-2018 (euros)
	Toneladas	Euros (milhões)										
Leite e Lactínicos	171 864	130.4	138 854	108.2	124 650	89.6	88261	78.5	87976	76.8	-95,4%	-69,8%
Leitelho, leites acidificados, etc	131 292	157.5 19.8	135 702	158.4	126 543	147.7	125979	154.8	130872	160.7	-0,3%	2,0%
Soro de leite	9 423	30.3	11 319	22.1	10 359	24.0	10777	28.3	10600	32.0	11,1%	38,1%
Manteiga	9 378	162.9	9 089	27.7	8 984	26.6	7758	27.5	7801	28.2	-20,2%	-7,4%
Queijo e requeijão	44 879	501.1	48 304	157,9	51 683	164,3	54330	186,7	59586	204,8	24,7%	20,4%
Total	366836		343268	474.4	322219	452.4	287105	476.0	296835	502.6	-23,6%	0,3%

Tabela 43: Evolução das Importações de Leite e Produtos Lácteos, 2014-2018, Portugal
Fonte: Estatísticas Agrícolas, INE 2015-2019

Entre 2014 e 2018 verificou-se uma diminuição tanto em quantidade exportada como em valor de exportação (-37,4% e -5,6% respetivamente) no setor do Leite e Produtos Lácteos em Portugal, tendo-se registado, em 2018, um valor de exportação de 219 mil toneladas e 267.3 milhões de euros. No entanto, para o mesmo intervalo, registou-se um aumento nas exportações para os grupos do leitelho e leites acidificados, soro de leite e manteiga.

As exportações de queijo têm vindo a diminuir, tendo-se registado um valor de exportações de 8851 toneladas e 37.6 milhões de euros em 2018 (tabela 44). No caso específico do queijo, em 2017, cerca de metade (54%) do produto foi exportado para países extra-UE (Eurostat, 2019).

Importações	2014		2015		2016		2017		2018		Variação 2014-2018 (toneladas)	Variação 2014-2018 (euros)
	Toneladas	Euros (milhões)										
Leite e Lactínicos	242 488	152.4	238 004	139.8	161 555	118.5	148701	118.3	129103	102.2	-87,8%	-49,2%
Leitelho, leites acidificados, etc	16 555	27.1	13 843	27.0	11 183	21.6	18594	30.7	32866	42.2	49,6%	35,7%
Soro de leite	19 744	13.5	19 652	12.8	18 668	9.9	32032	15.5	34490	17.2	42,8%	21,1%
Manteiga	13 315	45.2	18 765	56.5	17 677	53.0	15343	73.0	13985	68.0	4,8%	33,6%
Queijo e requeijão	9 220	43.8	8 342	39.3	9 432	39.8	9343	40.0	8851	37.6	-4,2%	-16,4%
Total	301322	282.2	298606	275.6	218515	243.0	224013	277,7	219295	267.3	-37,4%	-5,6%

Tabela 44: Evolução das Exportações de Leite e Produtos Lácteos, 2014-2018, Portugal
Fonte: Estatísticas Agrícolas, INE 2015-2019

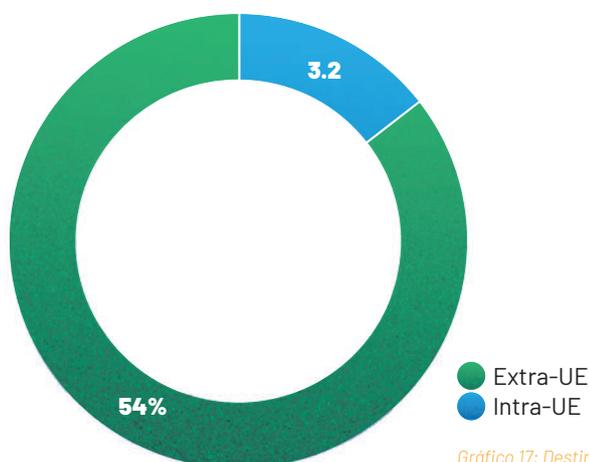


Gráfico 17: Destino das Exportações de Queijo, 2017, Portugal
Fonte: Eurostat, Eurostat, EU trade since 1988 by HS2,4,6 and CN8 [DS-645593]

7.4 APROVISIONAMENTO E CONSUMO

Segundo dados de 2018, Portugal apresenta um grau de autoaprovisionamento de 93,8% para o conjunto dos produtos lácteos. No caso específico do queijo, o grau de autoaprovisionamento tem vindo a diminuir desde 2016, tendo-se registado em 2018 um valor de 70,9%.

Em Portugal, na generalidade, o consumo de leite e derivados aumentou 1% entre 2017 e 2018, em grande parte devido a um aumento de 6,5% registado no consumo de queijo (+ 8 mil toneladas). O consumo per capita de queijo encontra-se nos 13,4 kg/hab em 2018 (Adaptado de INE, Estatísticas Agrícolas 2018).

7.5 PRODUTOS NACIONAIS COM DOP/IGP/ETG

Portugal, país de contrastes paisagísticos e enraizados costumes, é detentor de um extenso leque de produtos agroalimentares tradicionais, associados a várias regiões do país, com costumes culturais e sociais próprios, que têm uma influência significativa no modo de fazer destes produtos.

O valor de vendas destes produtos em Portugal ascendeu aos 1.8 biliões de euros, em 2017, em grande parte devido aos vinhos com DOP, responsáveis por 90,7% desse valor – gráfico 18 (AND-International, 2019). As vendas de produtos com DOP/IGP aumentaram 49% entre 2010 e 2017. Os produtos agroalimentares com DOP/IGP foram os que registaram um maior crescimento nesse período (127%)(tabela 45).

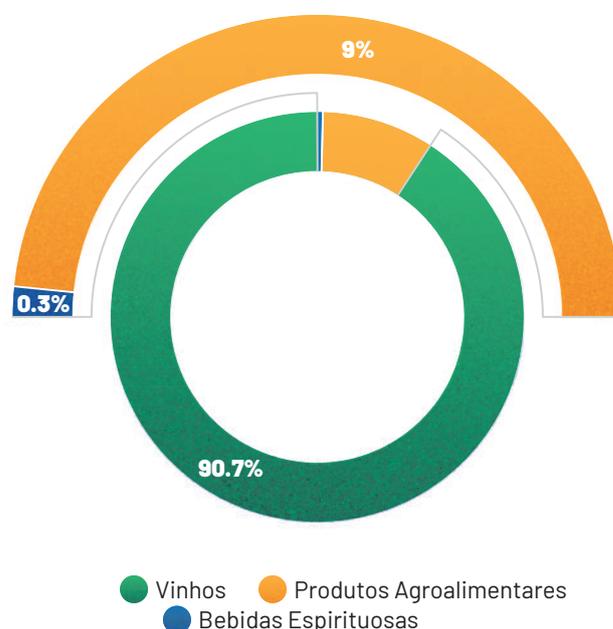


Gráfico 18: Participação das várias classes de produtos no volume de vendas dos produtos com DOP/IGP, 2017, Portugal
Fonte: AND-International, 2019

Produtos com DOP/IGP Volume de Vendas (x1000 euros)	2010	2017	Varição 2010-2017	Número de produtos com denominações (2017)
Agroalimentares	72 718	165 360	127%	136
Vinhos	1 164 866	1 676 021	44%	40
Bebidas Espirituosas	3 687	5 601	52%	11
Total	1 241 271	1 846 981	49%	187

Tabela 45: Valor das Vendas de Produtos com DOP/IGP, 2010-2017, Portugal
Fonte: AND-International, 2019

No ano de 2017 encontravam-se registados em Portugal 187 produtos com DOP/IGP, cujo volume de vendas correspondeu a cerca de 10-12% da produção total do setor nacional de alimentos e bebidas (AND-International, 2019). No panorama da EU, Portugal em 2017 (AND-Internacional, 2019):

- destacou-se com 10,4% do número de indicações geográficas registadas na classe produtos agroalimentares com DOP/IGP;
- deteve 2,4% do mercado total de produtos com DOP/IGP.

Em 2017, as exportações portuguesas de produtos com DOP/IGP ultrapassaram os 751 milhões de euros, sendo os vinhos a classe de produtos qualificados com maiores valores de exportação. A exportação destes produtos para países intra-UE é mais significativa (57% do valor económico das exportações).

A classe dos produtos agroalimentares com DOP/IGP/ETG correspondeu a cerca de 88.5 milhões de euros em 2018. Dentro da classe dos produtos agroalimentares com DOP/IGP a classe mais significativa em termos de volume e valor de produção foram os frutos, com 23% da produção total do país (DGADR, 2018).

Classe	Exportações intra-UE			Exportações extra-UE		
	2 010	2 017	Evolução 2010-2017	2 010	2 017	Evolução 2010-2017
Produtos						
Agroalimentares	29 506 000,00 €	51 120 000,00 €	73%	10 037 000,00 €	31 887 000,00 €	218%
Vinho	377 375 000,00 €	380 609 000,00 €	1%	229 317 000,00 €	287 568 000,00 €	25%
Bebidas Espirituosas	3 000,00 €	5 000,00 €	56%	12 000,00 €	19 000,00 €	62%
Total	406 884 000,00 €	431 735 000,00 €	6%	239 365 000,00 €	319 473 000,00 €	33%

Tabela 46: Valor das exportações intra e extra União Europeia dos produtos com DOP/IGP, 2017, Portugal
Fonte: AND-International, 2019

Produtos DOP/IGP/ETG em Portugal (2018)	Produção DOP/IGP/ETG			Produção Total do País ⁽¹⁾	Produção (DOP/IGP/ETG) / Produção Total do País (%)
	Nº	Unidade: t (azeite: hl)	Valor da Produção (euros)	Unidade: t (azeite: hl)	
Queijos, requeijão e Travia	17	1 558	9 195 718	83972	2%
Carnes Bovino	13	2 415	8 295 064	94 026	3%
Carnes Ovino	9	26	199 413	15 733	0,2%
Carnes Caprino	6	4	---	1 177	0,4%
Carnes Suíno	2	1	4 592	383 217	0,0003%
Carne de Aves	1	4	35 762	283 878	0,001%
Produtos à base de carne	41	952	7 611 824	n.d.	---
Mel	9	40	352 604	10 030	0,4%
Azeite	7	27 360	1 444 892	1 094 433	2%
Frutos	24	213 622	54 952 321	915 457	23%
Hortícolas e Cereais	4	26	---	592 480	0,004%
Produtos de Pastelaria	7	512	6 464 201	n.d.	---
Sal e flor de sal	2	301	---	19 934	1,5%
Peixe e Produtos do Mar	1	---	---	---	---
Total	143	---	88 556 389	---	---

Legenda: 1: n.d.: não disponível. (1): Estatísticas Agrícolas 2018, Estatísticas da Pesca 2018 (INE); t: toneladas.

Tabela 47: Produtos com DOP/IGP/ETG, 2018, Portugal
Fonte: Adaptado de Inquérito aos Agrupamentos de produtores de produtos com DOP/IGP/ETG 2018 (DGADR)

7.6 QUEIJOS COM DOP/IGP EM PORTUGAL

Identificam-se atualmente 11 denominações de origem, 13 queijos com DOP (a denominação da Beira Baixa inclui 3 queijos), 1 queijo com IGP, 2 requeijões com DOP e a Travia da Beira Baixa (DOP).

Os queijos com DOP/IGP/ETG, correspondem apenas a 2% da produção total de queijo do país, tendo observado em 2018 um valor de produção de cerca de 9 milhões de euros (no entanto nem todas as entidades gestoras disponibilizaram o valor de produção dos queijos que representam no ano de 2018, pelo que o valor de produção deverá ser superior). No ano de 2017, estima-se que a produção de queijo com

DOP/IGP portuguesa tenha correspondido apenas a 0,2% da produção de queijos qualificados na União Europeia (16.4 milhões de euros em 9.03 bilhões de euros).

Quando revisitadas as produções de queijos com DOP/IGP/ETG em Portugal, verifica-se que entre 2014 e 2018 se verificou um aumento de produção de 12%, embora entre 2017 e 2018 se tenha verificado uma diminuição de -18% na quantidade produzida (gráfico 19).

Produto	Produção (kg)	Valor da Produção (€)
Queijo Amarelo da Beira Baixa	79 505	952 311
Queijo de Azeitão	226 125	---
Queijo de Cabra Transmontano	12 609	---
Queijo de Castelo Branco	44 210	567 037
Queijo de Évora ⁽¹⁾	23 700	---
Queijo de Nisa	79 889	---
Queijo do Pico	863	---
Queijo Mestiço de Tolosa (com IGP)	5 020	---
Queijo Picante da Beira Baixa	27 475	346 570
Queijo Rabaçal ⁽¹⁾	9 314	---
Queijo S. Jorge	762 529	4 941 188
Queijo Serpa ⁽¹⁾	83 790	---
Queijo Serra da Estrela	150 750	2 339 640
Queijo Terrincho	7 630	---
Requeijão da Beira Baixa	0	0
Requeijão Serra da Estrela	44 520	48 972
Travia da Beira Baixa	0	0
TOTAL	1 557 930	9 195 718

Tabela 48: Queijos com DOP de Portugal: produção e volume de negócios, 2018
Fonte: DGADR, 2018

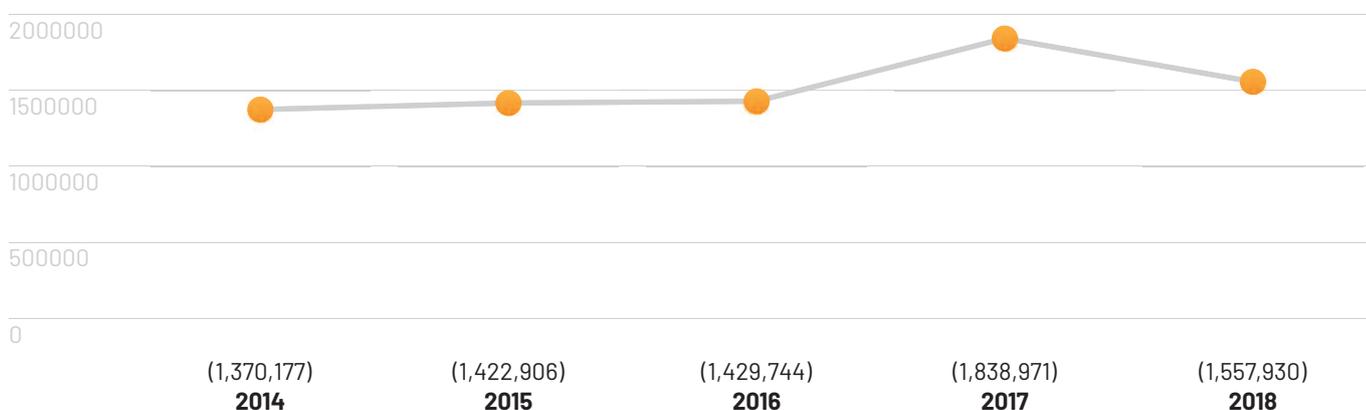


Gráfico 19: Evolução da produção (kg) de queijos qualificados em Portugal, 2014-2018
Fonte: Adaptado de Inquérito aos Agrupamentos de produtores de produtos com DOP/IGP/ETG 2014-2018, DGADR

O queijo português com DOP com maior volume de produção (49% da produção de queijos com DOP) e de vendas é o Queijo de S. Jorge, queijo de vaca produzido nos Açores, tendo representado a sua produção, em 2018, aproximadamente 5 milhões de euros, aproximadamente 54% do valor total da produção de queijos qualificados em Portugal (762 529 kg).

Em termos de preço de venda, no relatório dos produtos com DOP/IGP/ETG disponibilizado pela DGADR anualmente, a maior parte das entidades gestoras não disponibilizou o preço de venda mais frequente (incluindo IVA) dos queijos qualificados. No entanto, relativamente aos valores disponíveis verifica-se que, em 2018, o Queijo Serra da Estrela apresentou o preço mais elevado, 15,52€/kg, e o Queijo de S. Jorge com DOP apresentou o preço menos elevado (6,48€/kg). O preço médio dos queijos qualificados rondou os 11,88€/kg em 2018.

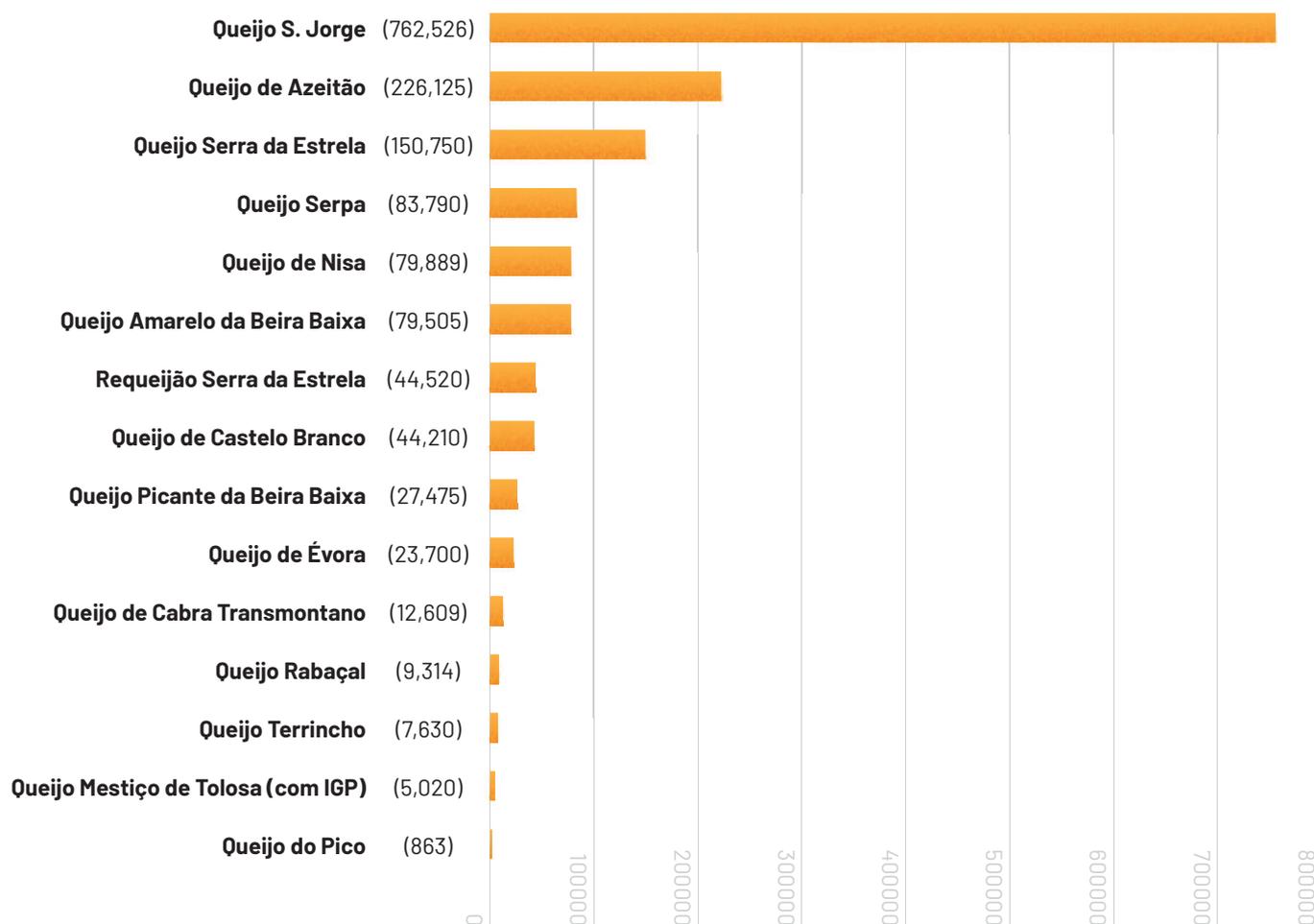


Gráfico 20: Comparação da quantidade de produção (kg) entre os vários queijos com DOP/IGP/ETG em Portugal, 2018
Fonte: DGADR, 2018



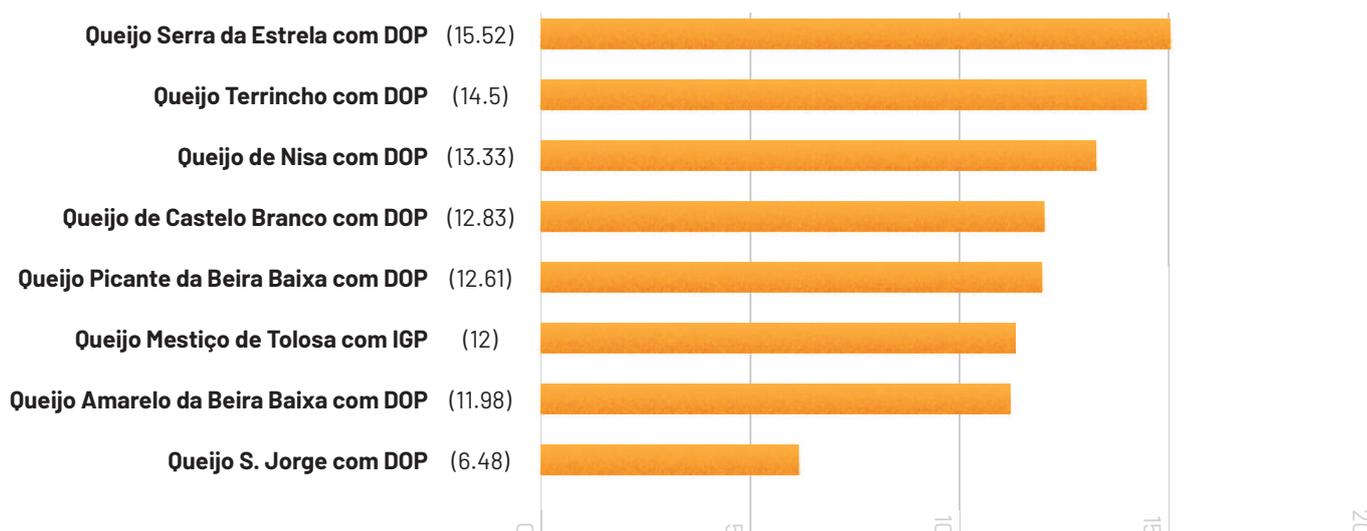


Gráfico 21: Preço do queijo mais frequente da 1ª transação, incluindo IVA, 2018
Fonte: DGADR, 2018

Assim como se observou no panorama nacional total de produção de queijo, os queijos produzidos a partir de leite de vaca são os mais significativos também no setor dos queijos com DOP/IGP/ETG, com 49% da quantidade total produzida. Os queijos de ovelha qualificados correspondem a 42% da produção total, seguidos dos queijos de mistura (8%). O queijo de cabra é o menos significativo no setor dos queijos com DOP/IGP/ETG em Portugal (gráfico 22).

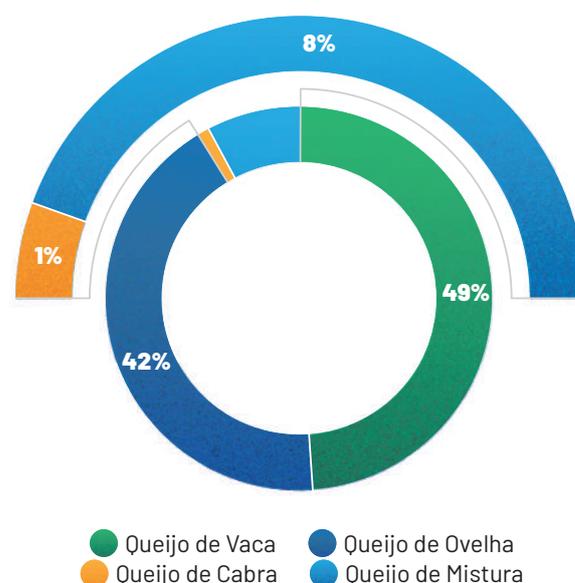


Gráfico 22: Proporção de produção (kg) de queijo com DOP/IGP/ETG de acordo com a espécie, 2018, Portugal
Fonte: Adaptado de DGADR (2018) e INE (2018)

Como indicado anteriormente, a produção de queijos qualificados corresponde apenas a 2% da produção total de queijo em Portugal. Os queijos de ovelha são os queijos qualificados com maior percentagem na produção total de queijo em Portugal – 5,7% (tabela 49).

Queijo	Produção nacional (t)	Produção de queijos com DOP e IGP (t)	% de queijo qualificado na produção total a nível nacional
Vaca	60701	763	1,3%
Ovelha	11653	661	5,7%
Cabra	3848	13	0,3%
Mistura	7770	121	1,6%
Total	83972	1558	1,9%

Tabela 49: Comparação percentual da produção de queijos com DOP e/ou IGP com a produção total de queijos em Portugal (2018) e de acordo com o tipo de queijo.
Fonte: Adaptado de DGADR (2018) e INE (2018)

LEITE E QUEIJO

PORTUGAL



Caprinos
276 mil



Ovinos
291 mil



Bovinos
235 mil



Ovinos
72.5 mil ton.

Caprinos
28 mil ton.

Bovinos
1.9 milhões de ton.

TOTAL
2 milhões de ton.

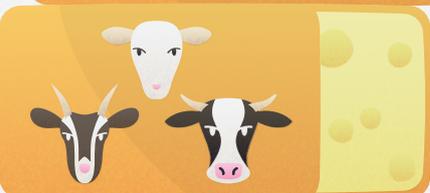
TOTAL **1.9 milhões de ton.**



Bovino
60.7 mil ton.



Ovino
11.7 mil ton.



Mistura
7.8 mil ton.



Caprino
3.8 mil ton.



Consumo per Capita de Queijo
13,4 kg/hab



Importações
205 milhões €
59.6 mil ton.



11% do Queijo Produzido é Exportado

Exportações
38 milhões €
8.9 mil ton.

QUEIJO QUALIFICADO

Produtores Agrícolas



Produtores de Leite

Estabelecimentos Transformadores



Volume de Negócios
9 milhões €

14 Queijos com DOP/IGP

13 DOP

1 IGP



Produção
1.6 mil ton.

0,2% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

2% da Produção Total de Queijo no País



INFOGRAFIA COMPARATIVA

LEITE E QUEIJO



Bovinos
3.500.000



Ovinos
1.600.000



Caprinos
1.200.000



Leite **25.400.000 ton.**

Queijo **1.900.000 ton.**

Consumo per Capita
26,4 kg/hab



FRANÇA



Importações
1.5 bilhões €
349.000 ton.

Exportações
3.0 bilhões €
679.000 ton.

QUEIJO QUALIFICADO

25% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
2.3 bilhões €



54 Queijos com DOP/IGP

Queijo DOP/IGP
227.000 ton.

12% da Produção Total de Queijo no País

LEITE E QUEIJO



Ovinos
5.000.000



Bovinos
1.900.000



Caprinos
986.000



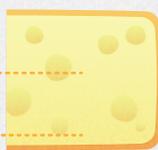
Búfalos
400.000



Leite **12.800.000 ton.**

Queijo **1.300.000 ton.**

Consumo per Capita
21,7 kg/hab



ITÁLIA



Importações
1.8 bilhões €
510.000 ton.

Exportações
2.7 bilhões €
415.000 ton.

QUEIJO QUALIFICADO

44% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
4.1 bilhões €



52 Queijos com DOP/IGP

Queijo DOP/IGP
544.000 ton.

42% da Produção Total de Queijo no País

LEITE E QUEIJO



Caprinos
2.700.000



Ovinos
2.400.000



Bovinos
817.000



Leite **8.100.000 ton.**

Queijo **475.000 ton.**

Consumo per Capita
8,2 kg/hab



ESPAÑA



Importações
1 bilhão €
288.000 ton.

Exportações
488 milhões €
188.000 ton.

QUEIJO QUALIFICADO

3% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
298 milhões €



28 Queijos com DOP/IGP

Queijo DOP/IGP
28.000 ton.

6% da Produção Total de Queijo no País

LEITE E QUEIJO

GRÉCIA



Ovinos
6.700.000



Caprinos
3.600.000



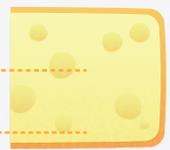
Bovinos
95.000



Leite **1.400.000 ton.**

Queijo **219.000 ton.**

Consumo per Capita
9,5 kg/hab



Importações
458 milhões €
130.000 ton.

Exportações
428 milhões €
76.000 ton.



QUEIJO QUALIFICADO

9% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
739 milhões €



23 Queijos com DOP/IGP

36% da Produção Total de Queijo no País

LEITE E QUEIJO

PAÍSES BAIXOS



Bovinos
1.600.000



Caprinos
517.000



Ovinos
14.000



Leite **14.000.000 ton.**

Queijo **902.000 ton.**

Consumo per Capita
22 kg/hab



Importações
1.2 bilhões €
370.000 ton.

Exportações
3.5 bilhões €
901.000 ton.



QUEIJO QUALIFICADO

Volume de Negócios
1.6 bilhões €



7 Queijos com DOP/IGP

17% da Produção Total de Queijo no País

LEITE E QUEIJO

ALEMANHA



Bovinos
4.100.000



Caprinos
146.000



Ovinos
13.000



Leite **32.500.000 ton.**

Queijo **2.200.000 ton.**

Consumo per Capita
21.4 kg/hab



Importações
3.8 bilhões €
821.000 ton.

Exportações
3.9 bilhões €
1.200.000 ton.



QUEIJO QUALIFICADO

Volume de Negócios
85 milhões €



9 Queijos com DOP/IGP

1% da Produção Total de Queijo no País

LEITE E QUEIJO

PORTUGAL



Ovinos
291.000



Caprinos
276.000



Bovinos
235.000



Leite **2.000.000 ton.**

Queijo **84.000 ton.**

Consumo per Capita
12,8 kg/hab



Importações
205 milhões €
59.600 ton.

Exportações
38 milhões €
8.900 ton.



QUEIJO QUALIFICADO

0,2% das Vendas Totais de Queijos Qualificados na UE

Volume de Negócios
9 milhões €



14 Queijos com DOP/IGP

Queijo DOP/IGP
1.600 ton.
2% da Produção Total de Queijo no País

PRODUÇÃO DE LEITE

Em termos de efetivos leiteiros, verifica-se que a Alemanha apresenta o maior efetivo bovino, com 4 milhões de animais. No caso dos ovinos leiteiros destacam-se a Grécia e a Itália, com 6.6 milhões e 5.0 de ovinos leiteiros respetivamente. A Grécia e a Espanha apresentam os maiores efetivos de caprinos (3.6 e 2.7 milhões).

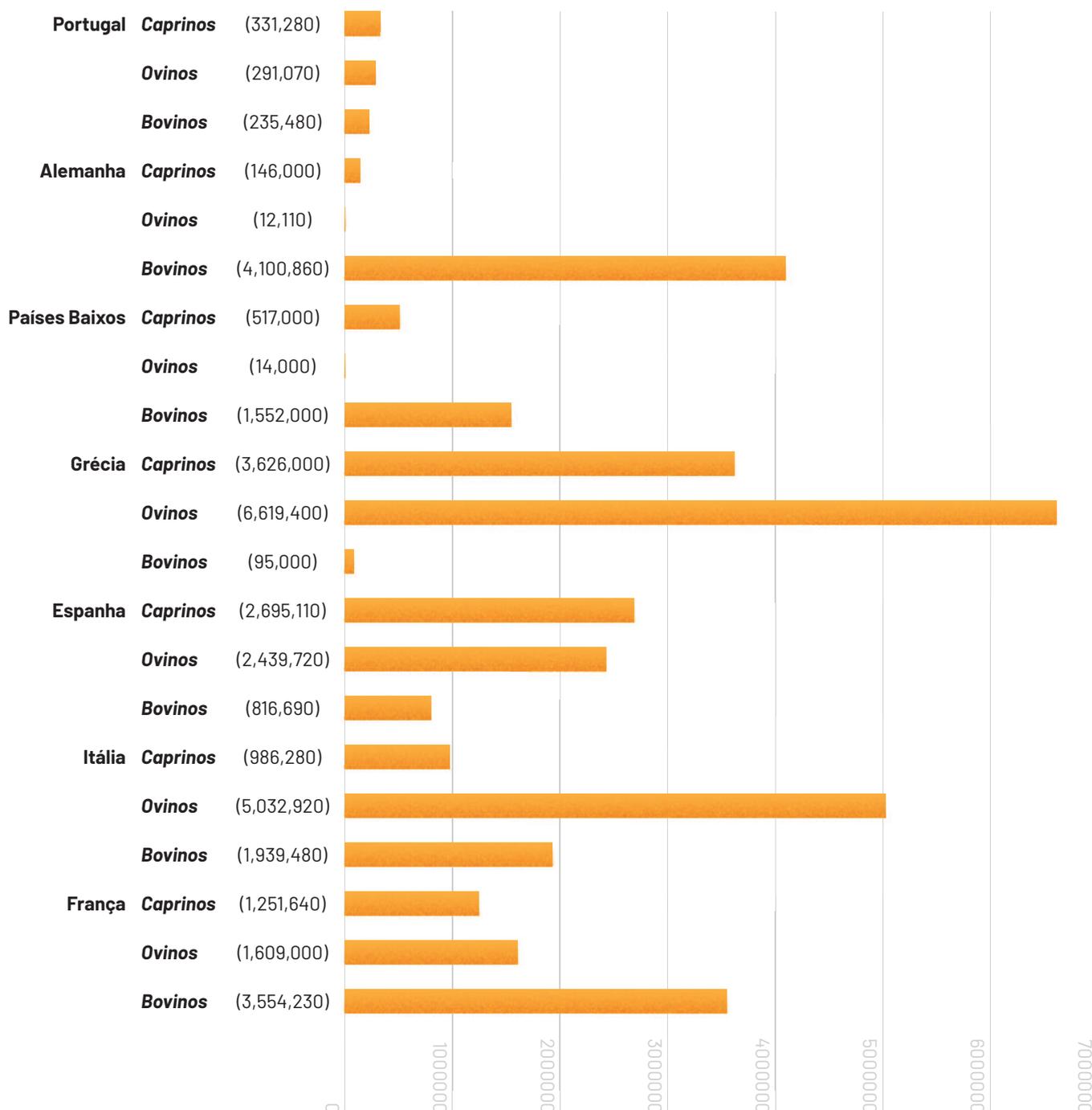


Gráfico 23: Efetivos Animais nos países estudados, 2018
Fonte: Eurostat e INE (Portugal)

A Alemanha é o país da UE com maior produção de leite – 32 milhões de toneladas.

A França e os Países Baixos ocupam o segundo e terceiro lugar da lista, respetivamente, com 25 milhões de toneladas e 14 milhões de toneladas. Portugal produziu 2 milhões de toneladas de leite em 2018.

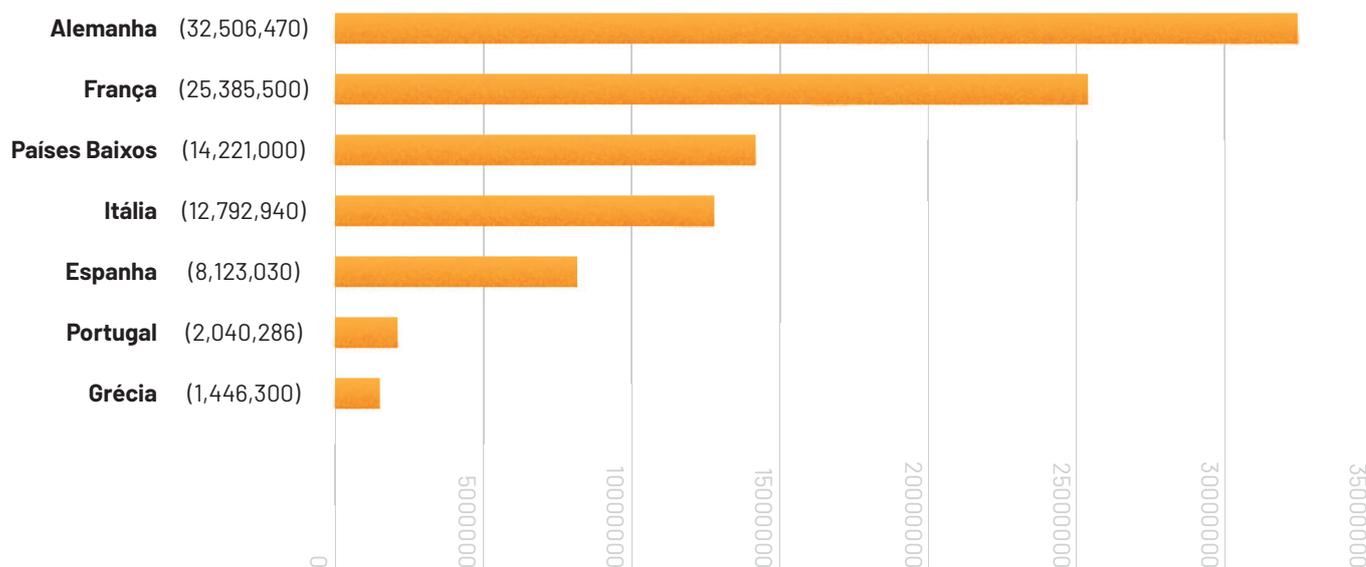


Gráfico 24: Produção de leite nos países estudados, toneladas, 2018
Fonte: Eurostat e INE (Portugal)

MERCADO DO QUEIJO

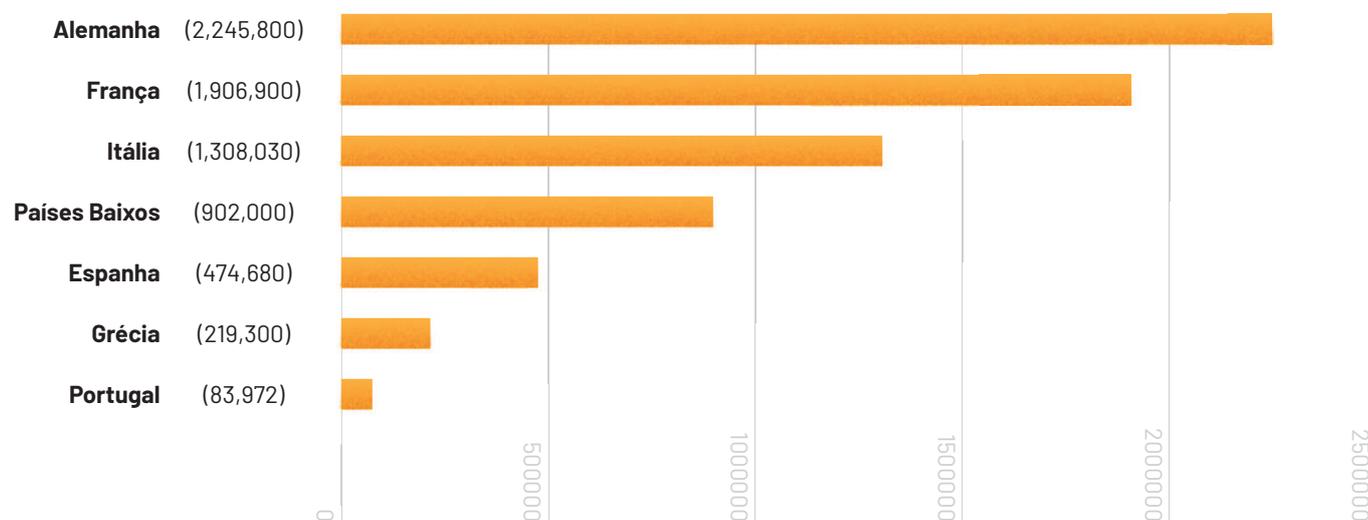


Gráfico 25: Produção de queijo nos países estudados, toneladas, 2018
Fonte: Eurostat e INE (Portugal)

A Alemanha não só é o maior produtor de leite da UE bem como o maior produtor de queijo: 2.2 milhões de toneladas (2018).

Os franceses são os maiores consumidores de queijo da UE, com um consumo per capita de cerca de 26,4 kg por habitante.

França e Itália ocupam o segundo e terceiro lugar da tabela, com 1.9 e 1.3 milhões de toneladas, respetivamente. Em Portugal a produção total de queijo em 2018 deverá ter alcançado as 84 mil toneladas.

Os Países Baixos e a Itália apresentam um consumo per capita inferior ao francês, embora também elevado: 22 e 21,7 kg por habitante, respetivamente. Portugal apresenta um consumo médio de queijo per capita de 15,4 kg por habitante, estando à frente de países com história de produção de queijo, como a Grécia (9,5 kg/hab) e Espanha (8,2 kg/hab).

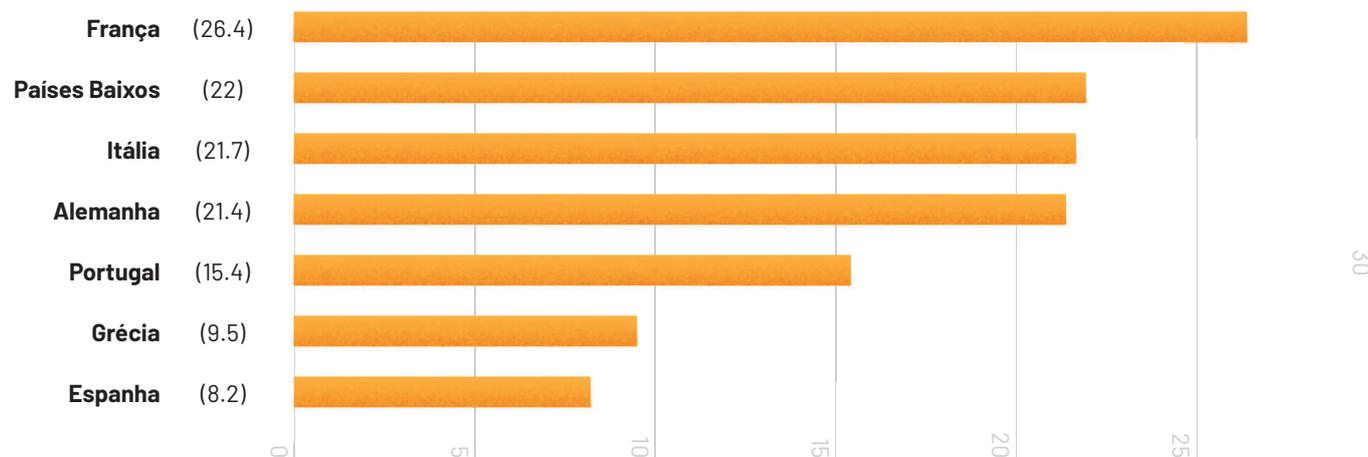


Gráfico 26: Consumo per capita, kg/hab, 2020
Fonte: Statista

A Alemanha o país maior exportador de queijo da UE (1.2 milhões de toneladas), bem como o maior importador de queijo dentro dos países estudados (821 mil toneladas).

Os Países Baixos são também grandes exportadores, com exportações de 900 mil toneladas. Portugal apresenta um balanço comercial negativo, apresentando maior valor de importações de queijo comparativamente às exportações (59.6 mil toneladas e 8.9 mil toneladas, respetivamente).

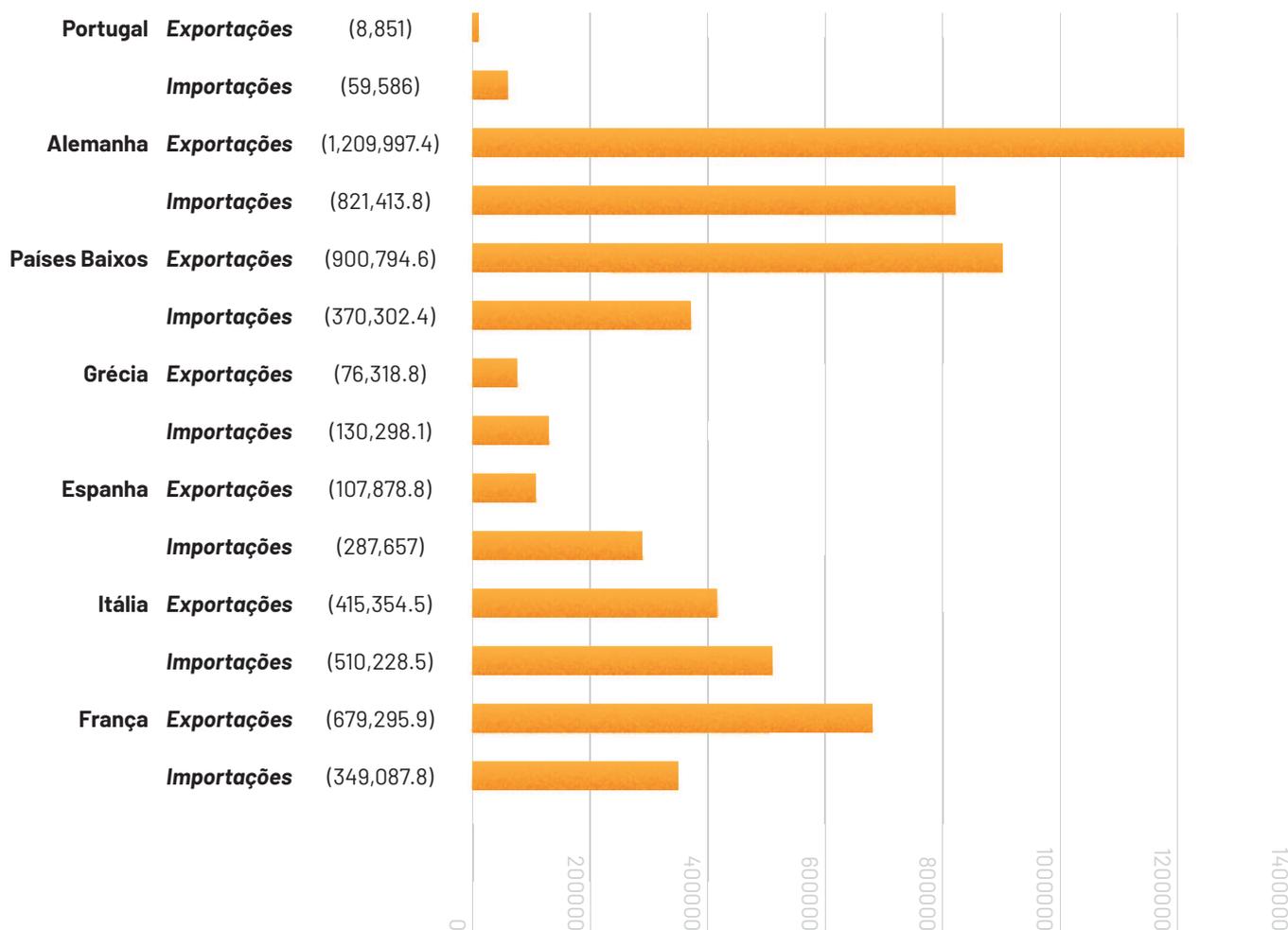


Gráfico 27: Exportações e Importações, toneladas, 2017
Fonte: Eurostat

MERCADO DOS QUEIJOS COM DOP/IGP

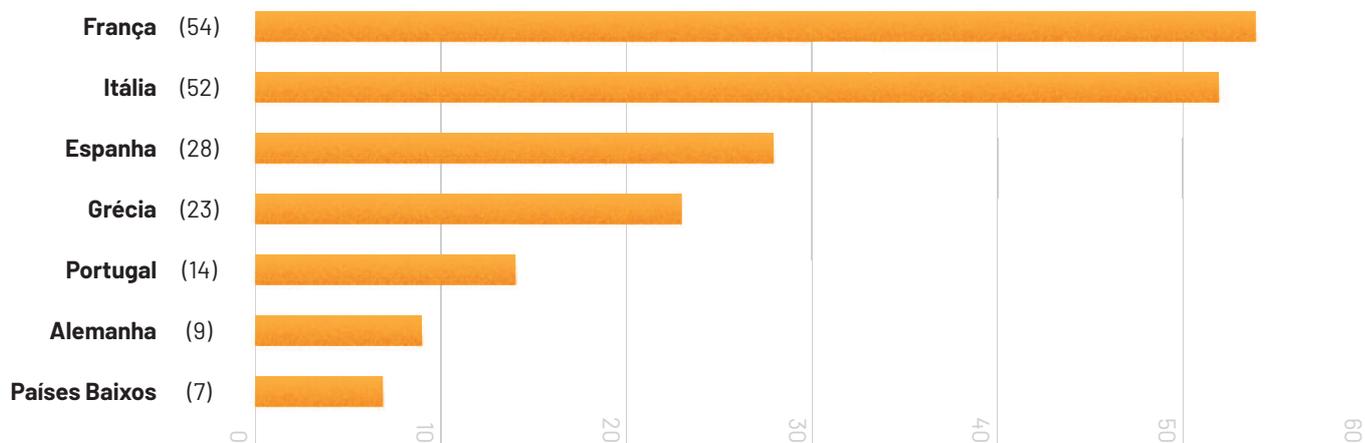


Gráfico 28: Número de queijos com DOP/IGP nos países estudados
 Fonte: eAmbrosia, AND-International, CNAOL, Gobierno de España, DGADR, ISMEA

Itália e França são os países mais significativos no mercado dos queijos qualificados na União Europeia.

Em termos de queijos com denominação de origem e indicação geográfica protegida, a França ocupa o primeiro lugar da lista, com 54 queijos qualificados. A Itália segue logo de seguida com 52 queijos protegidos. Portugal aparece em quinto lugar, com 14 queijos qualificados.

Itália é o país da UE com maior volume de negócios no que se refere a queijos com DOP/IGP, tendo auferido, em 2018, 4.1 biliões de euros.

A França segue a Itália com cerca de 2.3 biliões de euros. Portugal apresentou um volume de negócios substancialmente inferior aos países do topo da lista, tendo auferido apenas 9 milhões de euros.

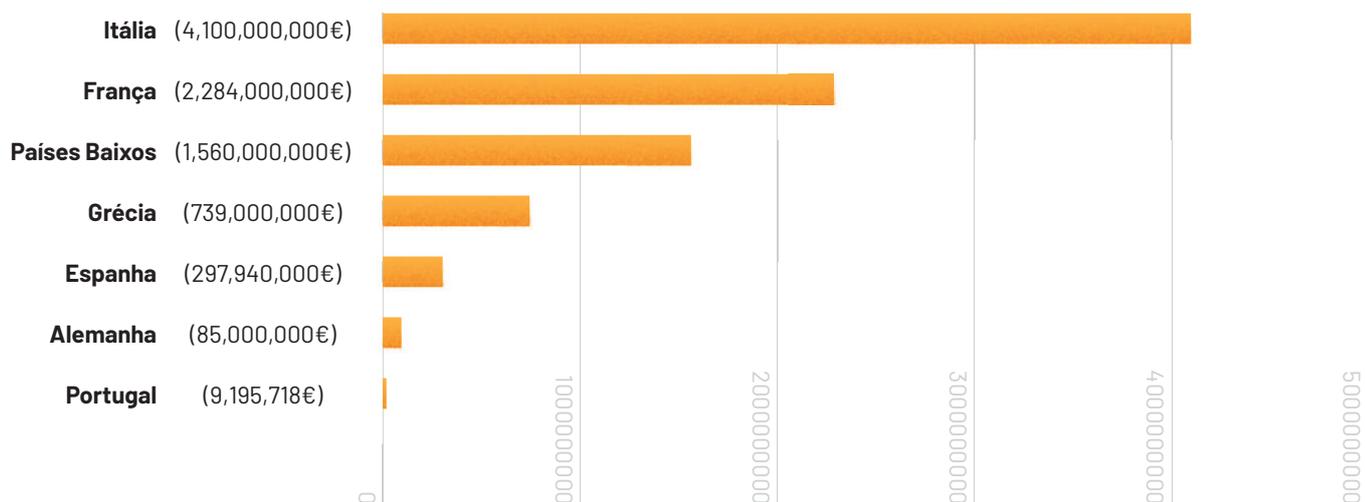


Gráfico 29: Valor de vendas dos queijos com DOP/IGP
 Fonte: AND-International, CNAOL, Gobierno de España, DGADR, ISMEA



**ANÁLISE
INTERNA**

A Análise Interna tem como objetivo a caracterização, de forma individualizada, dos três Queijos com Denominação de Origem Protegida do Centro: Queijos da Beira Baixa, Queijo Rabaçal e Queijo Serra da Estrela. A Análise Interna apresenta o estado da arte da produção de queijo qualificado na região Centro, com a identificação e reflexão sobre as fragilidades e pontos fortes de cada uma das fileiras, bem como constrangimentos e potencialidades comuns para o setor.

A Análise Interna realizada encontra-se dividida por denominação de origem, sendo apresentada em quatro segmentos distintos, de forma a abranger toda a fileira:

- Organização da Fileira;
- Produção de Leite;
- Produção de Queijo;
- Gestão, Controlo e Promoção.



**QUEIJOS DA
BEIRA BAIXA**

DENOMINAÇÃO DE ORIGEM PROTEGIDA: QUEIJOS DA BEIRA BAIXA

Reconhecidos com Denominação de Origem Protegida (DOP) em 1996, os Queijos da Beira Baixa incluem os queijos Amarelo da Beira Baixa, Queijo de Castelo Branco e Picante da Beira Baixa. São queijos curados, produzidos a partir do leite cru de ovino ou mistura de leite de ovino e caprino, cardo vegetal ou coalho animal e sal.



A área geográfica de produção fica circunscrita a todas as freguesias dos concelhos de Castelo Branco, Fundão, Belmonte, Penamacor, Idanha-a-Nova, Vila Velha de Rodão, Proença-a-Nova, Vila de Rei, Sertã, Oleiros, Mação e algumas freguesias do concelho da Covilhã.

O leite dos Queijos da Beira Baixa com DOP é produzido por ovinos e caprinos de raças autóctones ou outras raças adaptadas à região.

De acordo com o caderno de especificações, os rebanhos são mantidos ao ar livre todo o ano, tendo acesso ao ciclo natural das pastagens, bem como a algumas pastagens especialmente plantadas, sendo esta particularidade o segredo da qualidade destes queijos.



QUEIJO AMARELO DA BEIRA BAIXA

- Queijo de mistura (ovelha e cabra);
- Coagulante de origem animal;
- Mínimo 40 dias de cura (90 dias para o queijo velho).



QUEIJO DE CASTELO BRANCO

- Queijo de ovelha;
- Coagulante vegetal (cardo);
- Mínimo 40 dias de cura (90 dias para o queijo velho).



QUEIJO PICANTE DA BEIRA BAIXA

- Queijo de mistura (ovelha e cabra);
- Coagulante de origem animal;
- Mínimo 120 dias de cura;
- Cura em cama de palha de centeio.



ORGANIZAÇÃO DA FILEIRA

Os principais intervenientes da fileira dos Queijos da Beira Baixa com DOP (doravante designados por Queijos da Beira Baixa) são os produtores de leite, as queijarias e a entidade gestora, a Associação de Produtores de Queijo do Distrito de Castelo Branco (APQDCB).



Figura 1: Principais intervenientes e organização da fileira dos Queijos da Beira Baixa

ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES DE QUEIJO DO DISTRITO DE CASTELO BRANCO

A gestão da denominação de origem protegida da Beira Baixa é realizada pela Associação de Produtores de Queijo do Distrito de Castelo Branco, também responsável pela gestão das DOP Requeijão da Beira Baixa, Travia da Beira Baixa e da IGP Borrego da Beira.

No âmbito das suas competências, a APQDCB procura contribuir para assegurar a autenticidade, a qualidade e a reputação dos seus produtos. Neste sentido, realiza e colabora em atividades de promoção e divulgação de forma a valorizar e vigiar permanentemente o mercado para impedir usos abusivos ou não autorizados dos nomes protegidos. Resumidamente, a APQDCB foi responsável pelos seguintes projetos de investimento:

- 1998 a 2001: Medida 4 – IED do PAMAF, Formação, Organização e Divulgação de Estudos Estratégicos;
- 1998 a 2000: Medida 5 do PAMAF, Transformação e Comercialização de Produtos Agrícolas e Silvícolas – Ação 5.2 Incentivo aos Produtos Tradicionais Regionais;

- 1998: Medida 5 do PAMAF, Transformação e Comercialização de Produtos Agrícolas e Silvícolas – Ação 5.2 Incentivo aos Produtos Tradicionais Regionais, integrando um Consórcio de Agrupamentos que exploraram um ponto de exposição e venda de Produtos Tradicionais Portugueses na Expo 98;
 - 2004: Programa VALTESCO II, candidato ao Interreg III, em parceria com entidades Espanholas e Francesas;
 - 2004 a 2006: Programa Agris – Ação 8 Dinamização do Desenvolvimento Agrícola e Rural, implementação de um Plano de Dinamização da Fileira dos Queijos da Beira Baixa;
 - 2016 a 2018: Projeto BB Foods, no âmbito do PO Centro em parceria com outras três associações regionais.
- A ação da APQDCB, dada a sua natureza, recai principalmente nos operadores a jusante da fileira, nomeadamente os queijeiros. Os produtores de leite não terão uma representação oficial na fileira dos Queijos da Beira Baixa, recorrendo aos serviços e apoio técnico de associações de produtores agropecuários da região, como a Ovibeira e a Sanicobe. A produção de Queijo Beira Baixa, como para outras denominações de origem e indicações geográficas, implica alguns custos, nomeadamente a cota da APQDCB e os selos apostos em cada queijo. A cota é de igual valor para todos os intervenientes, independentemente da quantidade de queijos produzida e qualificada.

PRODUÇÃO DE LEITE

A produção de leite de pequenos ruminantes na Beira Baixa partilha alguma da sua história com a transumância dos rebanhos da Serra da Estrela, que se deslocavam para a área geográfica dos Queijos da Beira Baixa durante o Inverno, nomeadamente Campinas de Idanha, Campo Alcastrense e Cova da Beira. No início do século XVIII, o principal objetivo dos ovinos produzidos na Beira Baixa era a produção de lã destinada às tecelagens. O fabrico de queijo terá surgido como forma de aproveitamento da produção de ovinos, principalmente na região de Castelo Branco (Caderno de Especificações Queijo da Beira Baixa com DOP).

A caracterização da fileira produtiva do Queijo da Beira Baixa, para além dos documentos oficiais disponíveis e bibliografia consultada, dada a escassez de outro tipo de dados e informação, contemplou a realização de visitas de auscultação a 23 produtores pecuários (16 produtores de ovinos e 7 de caprinos) e a 6 queijarias, em dois momentos distintos do Programa de Valorização do Queijo da Região Centro. Os produtores visitados foram indicados por cada uma das queijarias, em conjunto com a APQDCB.

Segundo a Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR), no ano de 2018, encontravam-se a fornecer leite para o fabrico de Queijo Amarelo da Beira Baixa e Picante da Beira Baixa 94 explorações pecuárias, e 65 explorações pecuárias para o Queijo de Castelo Branco (gráfico 1).

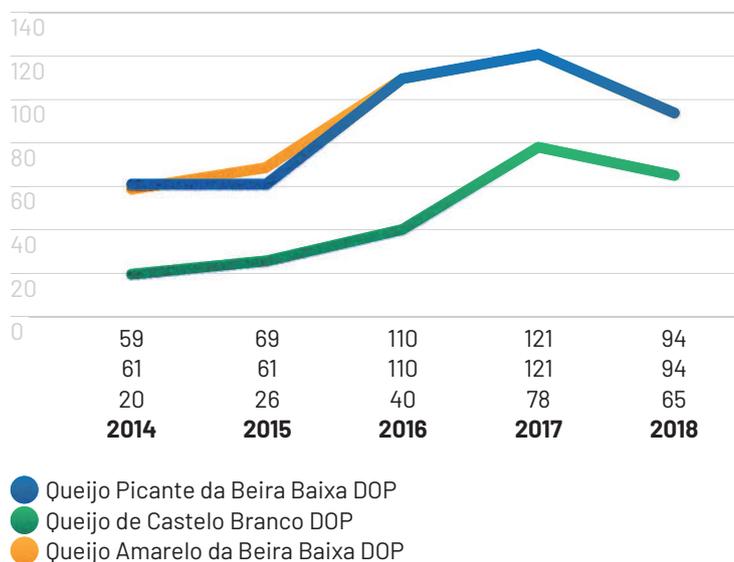


Gráfico 1: Evolução do número de explorações de ovinos e/ou caprinos fornecedoras de leite para os Queijos da Beira Baixa
Fonte: DGADR, 2014-2018

O número de explorações de ovinos e/ou caprinos fornecedoras de leite para o fabrico dos Queijos da Beira Baixa aumentou entre 2014 e 2018 (37% para o Queijo Amarelo da Beira Baixa, 69% para o Queijo de Castelo Branco e 35% para o Queijo Picante da Beira Baixa). No entanto, verificou-se uma diminuição do número de explorações associadas à qualificação DOP entre 2017 e 2018 para os três Queijos da Beira Baixa (-29% para Queijo Amarelo da Beira Baixa e Queijo Picante da Beira Baixa e -20% para o Queijo de Castelo Branco).

Segundo a APQDCB, em 2018, as explorações pecuárias fornecedoras das 5 queijarias produtoras de Queijos da Beira Baixa reuniam 32.396 pequenos ruminantes, 27.876 ovinos e 4.520 caprinos.

As explorações de pequenos ruminantes leiteiros das queijarias produtoras de Queijos da Beira Baixa apresentavam, no ano 2018, efetivos muito díspares: com variações entre as 35 e as 1250 cabeças. No caso dos ovinos, a maior parte das explorações possuía efetivos entre 101 a 200 cabeças (25%), seguido do escalão de 501 a 1000 cabeças (23%), de 201 a 300 cabeças (22%), de 301 a 400 cabeças (14%). Os escalões menos significativos são os escalões de 401 a 500 cabeças (7%), inferior a 100 cabeças (6%) e efetivos com mais de 1000 cabeças (3%) – gráfico 2.

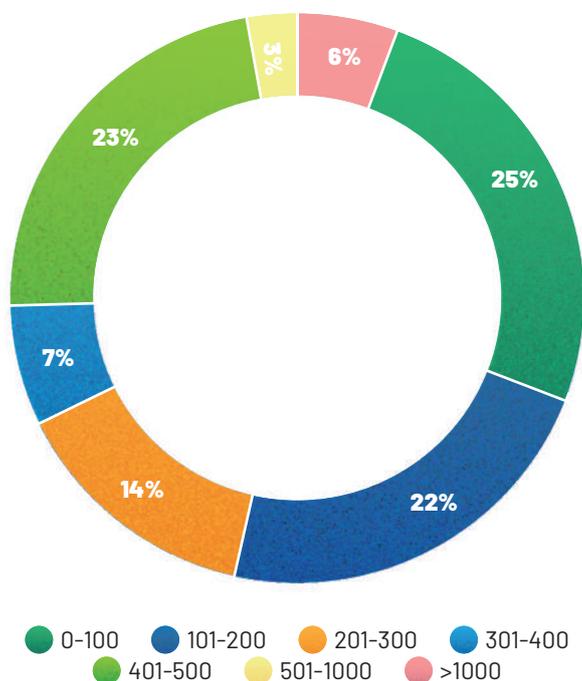


Gráfico 2: Dimensão das explorações pecuárias de ovinos na Beira Baixa, 2018
Fonte: APQDCB

No caso dos caprinos, para o mesmo ano, as classes mais significativas foram os efetivos com menos de 100 cabeças (39%) e efetivos entre 101 e 200 cabeças (32%). A classe menos significativa de efetivos foi entre 501 e 1000 cabeças (4%).

Na denominação de origem da Beira Baixa, não existe obrigatoriedade de utilização de raças autóctones. Segundo o caderno de especificações dos Queijos da Beira Baixa, para a produção destes queijos é obrigatória a utilização de leite cru de ovelha Merina ou outras raças de ovelhas bem adaptadas à região e leite cru de cabra raça Charnequeira ou outras raças de cabras bem adaptadas à região (em termos de clima, orografia e pastagens).

Atualmente, as explorações de leite de pequenos ruminantes da Beira Baixa trabalham essencialmente com raças cruzadas e/ou puras de ovinos (Lacaune, Assaf) e caprinos (Murciana, Florida) exóticos, devido à sua maior produtividade leiteira.

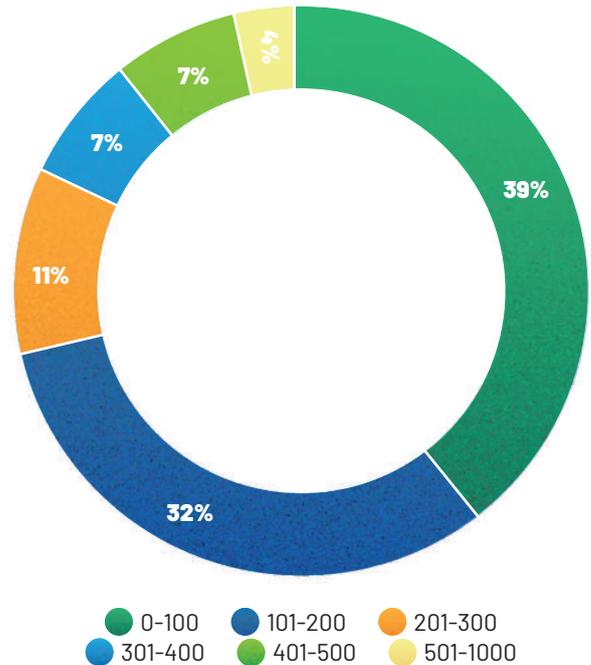
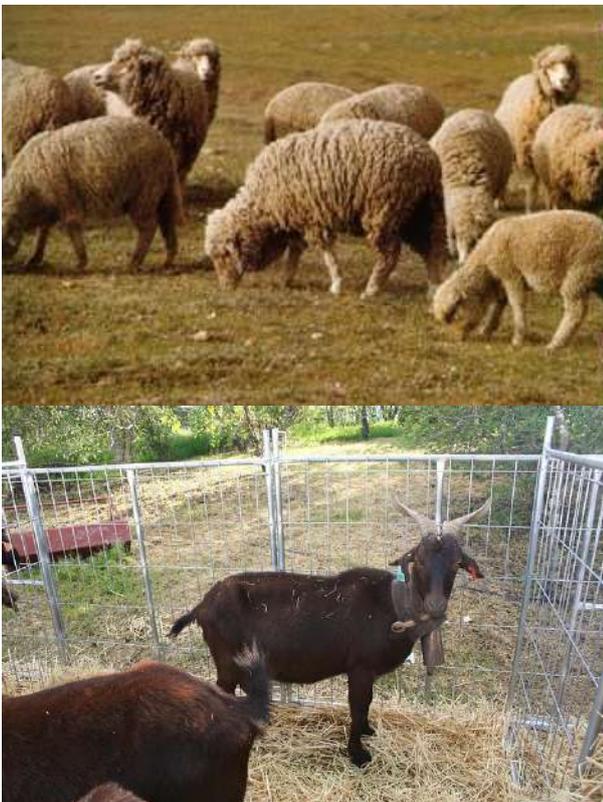


Gráfico 3: Dimensão das explorações pecuárias de caprinos na Beira Baixa, 2018
Fonte: APQDCB



Na fileira, as raças autóctones de ovelha Merino da Beira Baixa e de cabra Charnequeira, dada a sua produção limitada, têm sido substituídas por raças leiteiras exóticas e cruzamentos com essas raças.

De acordo a Ovibeira, a entidade responsável pelo melhoramento raças autóctones ovelha Merino da Beira Baixa e cabra Charnequeira, em 2019 encontravam-se registados apenas 5.887 exemplares de ovelhas Merino da Beira Baixa e 3.392 exemplares de cabras Charnequeira.

Na amostra de produtores de pequenos ruminantes da Beira Baixa visitados (ovinos e caprinos), apenas uma exploração de ovinos possuía exclusivamente uma raça autóctone: Churra Mondegueira.

A utilização de raças autóctones é um fator diferenciador e agregador de valor para os produtos alimentares de origem animal com produção de origem, uma vez que são um elo de ligação indiscutível ao território, encontrando-se também mais adaptadas à região e, por isso, serão capazes de aproveitar em maior grau os recursos locais. A falta de valorização do leite pela qualidade, normalmente superior nas raças autóctones, tem ditado, compreensivelmente, o decréscimo dos efetivos destas raças autóctones.

As raças exóticas, dado os seus níveis produtivos mais elevados, são tendencialmente exploradas em sistemas de maior intensificação, com um sistema alimentar mais controlado e, por isso, com menor recurso ao pastoreio em prados naturais e maior recurso a pastagens melhoradas, alimentos concentrados e confinamento. A utilização de raças exóticas pode ter um impacto negativo ao nível da descaracterização das particularidades organolépticas originais destes queijos. O futuro da agricultura passará pela adoção de práticas mais sustentáveis a nível ambiental, contrárias aos sistemas de produção mais intensivos. Não obstante, as raças exóticas produzem maior quantidade de leite, contribuindo, por isso, para uma melhor rentabilidade das explorações.

Em termos de classificação das explorações, estas são muito distintas. Segundo os inquéritos realizados, 64% dos produtores de ovinos alegam seguir um sistema de produção em extensivo, recorrendo principalmente ao pastoreio dos animais para a sua alimentação. Por outro lado, 36% das explorações afirmam aplicar um sistema de alimentação semi-intensiva que, embora não tenha uma definição legal, caracteriza-se pela utilização do pastoreio mas que prevê a inclusão algo significativa de alimentos exteriores à exploração, nomeadamente alimentos concentrados. No caso das explorações de caprinos verifica-se uma maior intensificação: 60% utilizam um sistema intensivo/semi-intensivo, com maior confinamento dos animais e recurso a alimentação externa.

Dada a dimensão dos efetivos leiteiros da Beira Baixa, a máquina de ordenha é já uma realidade frequente, estando presente em 96% das explorações. Também se identificou a presença de programas de software específicos para gestão da exploração. A profissionalização da produção pecuária é um fator positivo com impacto em toda a fileira. O controlo atento e a mecanização de algumas tarefas, permite melhorar o trabalho do produtor, mas também os resultados técnico-económicos da exploração, pelo controlo de vários índices produtivos, garantindo o fornecimento de leite em quantidade e em qualidade para as queijarias.

Em termos de controlo da qualidade do leite, esta é realizada pelas queijarias, como parte integrante dos seus sistemas de autocontrolo. O sistema de notificação dos resultados aos produtores de leite, bem como o grau de acompanhamento técnico em termos de qualidade do leite, varia para cada queijaria. Nem todas notificam os produtores dos resultados analíticos do leite, notificando apenas em casos de valores muito distantes dos valores mais usuais (no caso de contagens de células somáticas muito elevadas, por exemplo), ou quando os produtores pecuários solicitam os seus resultados. Algumas queijarias dispõem de técnico que acompanha os produtores pecuários, de forma a garantir a qualidade do leite desde a sua origem.

Dada a proximidade com a fronteira, a entrada de leite de pequenos ruminantes de origem espanhola na área geográfica de produção dos Queijos da Beira Baixa é também já uma realidade. O leite espanhol de pequenos ruminantes é comercializado em Portugal com preços mais competitivos comparativamente ao leite português, o que dificulta o escoamento de leite de pequenos ruminantes da região.

Um fenómeno que se tem verificado na região da Beira Baixa nos últimos anos é a procura, por parte de investidores privados, de terrenos para instalação de novas culturas agrícolas e frutícolas. Estes investidores têm interpelado os produtores pecuários que, face às dificuldades da atividade de produção de leite de pequenos ruminantes – preço do leite, preço dos fatores de produção, margem reduzida – poderão eliminar os animais e vender os seus terrenos a estes novos investidores, cessando a atividade.

Na fileira dos Queijos da Beira Baixa não existe nenhuma entidade diretamente relacionada com a fileira que defenda os interesses dos produtores de pequenos ruminantes. A APQDCB, dada a sua missão e natureza, tem como objetivo a defesa dos seus associados que serão queijeiros. Este facto dita o surgimento de desequilíbrios de valor na fileira por falta de interligação e conjugação de interesses entre os vários agentes.

PRODUÇÃO DE QUEIJO

De acordo com a DGADR, em 2018, os Queijos da Beira Baixa eram produzidos por apenas 5 queijarias. O número de queijarias produtoras de Queijos da Beira Baixa pouco tem variado ao longo dos anos (gráfico 4). Segundo uma pesquisa realizada na plataforma SIPACE (Sistema de Informação do Plano de Aprovação e Controlo dos Estabelecimentos) da Direção Geral de Alimentação e Veterinária, na área geográfica delimitada dos Queijos da Beira Baixa encontram-se registadas 54 entidades de processamento de leite e produtos lácteos, pelo que as queijarias com produção de Queijo da Beira Baixa correspondem apenas a 9% das queijarias do território.

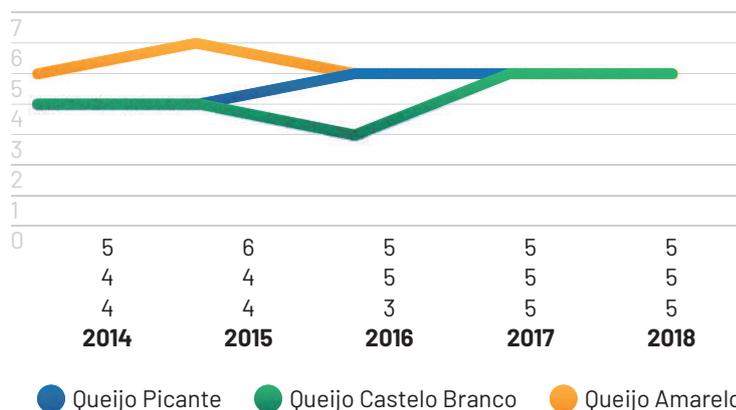


Gráfico 4: Evolução do número de queijarias produtoras de Queijo da Beira Baixa, 2014-2018
Fonte: DGADR, 2018

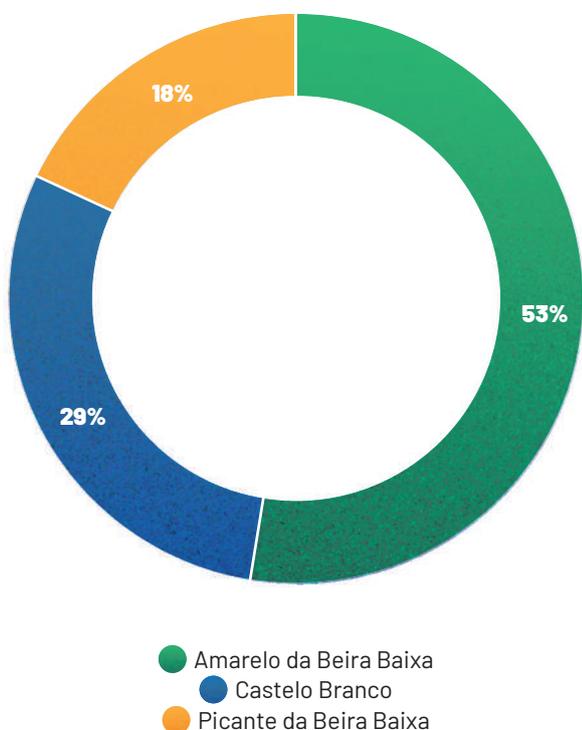


Gráfico 5: Proporção da produção (kg) de cada um dos três tipos dos Queijos da Beira Baixa
Fonte: DGADR, 2018

Cada queijaria adquire o leite necessário para a sua atividade a vários produtores pecuários, com efetivo ovino e/ou caprino, localizados dentro da área geográfica indicada anteriormente. Apenas uma queijaria dispõe de produção animal própria, adquirindo também parte do leite a outras explorações. A produção de queijo na Beira Baixa começou por ser uma atividade tradicionalmente vertical, na qual os queijos eram produzidos pelos próprios pastores. O aparecimento de comerciantes/afinadores de queijo, que compravam o queijo em fresco aos pastores e o curavam em estabelecimento próprio, ditou a evolução da atividade no sentido da especialização e separação da produção animal da transformação.

Em termos de capacidade de laboração diária, as cinco queijarias apresentam também diversas capacidades, variando entre os 3.000 litros e os 35.000 litros em épocas de maior produção, podendo laborar queijo com e sem DOP, a partir de leite de ovino, caprino e bovino. As queijarias apresentam assim, alguma dimensão e escala, caracterizando-se geralmente por processos produtivos com maior intervenção tecnológica. O caderno de especificações dos Queijos da Beira Baixa não refere a obrigatoriedade de utilização exclusiva do processo de fabrico manual, o que possibilita alguma variabilidade nas infraestruturas das queijarias e no processo de fabrico do queijo.

Em termos de quantidade de queijo produzida, em 2018, foram produzidos 151.190 kg de Queijos da Beira Baixa. O Queijo Amarelo da Beira Baixa é o que tem maior produção (53%), seguido do Queijo de Castelo Branco (29%) e Queijo Picante da Beira Baixa (18%)(gráfico 5).

Entre 2013 e 2018 registou-se uma diminuição generalizada da quantidade produzida dos três Queijos da Beira Baixa, sendo esta diminuição mais significativa no Queijo Amarelo da Beira Baixa (-45%). No mesmo espaço temporal, a produção de Queijo de Castelo Branco registou uma diminuição de -24% e a produção de Queijo Picante da Beira Baixa registou uma diminuição inferior, de -12%.

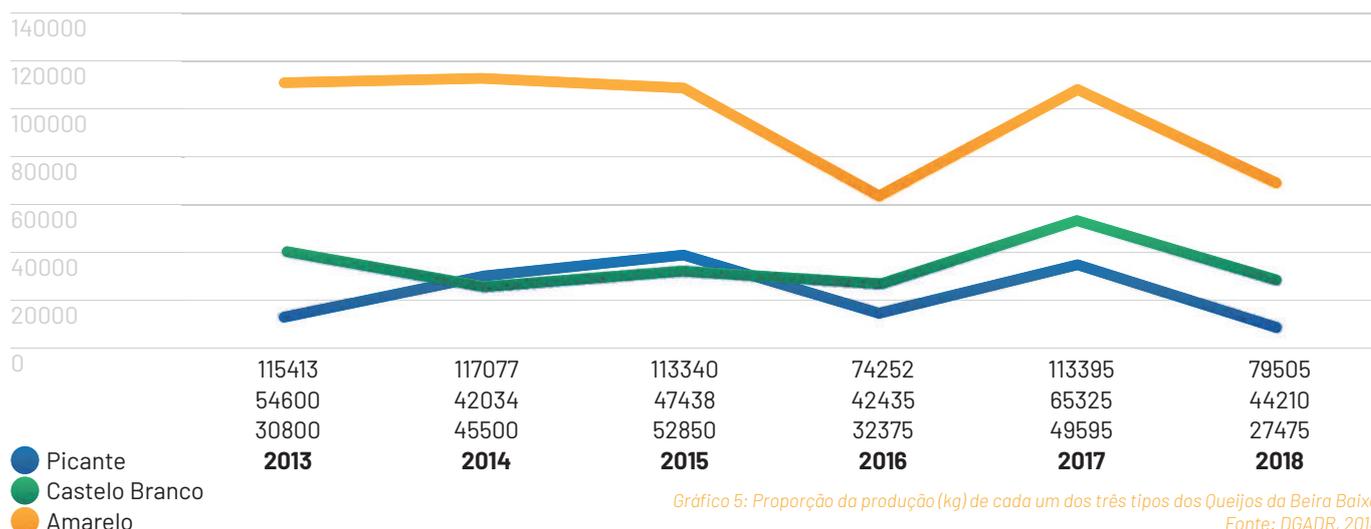


Gráfico 5: Proporção da produção (kg) de cada um dos três tipos dos Queijos da Beira Baixa
Fonte: DGADR, 2018

Em 2018, o preço de venda mais frequente (incluindo IVA) para os Queijos da Beira Baixa variou de acordo com o tipo de queijo. O Queijo de Castelo Branco foi o mais valorizado entre os três queijos, sendo comercializado a 12,83€/kg. O Queijo Picante da Beira Baixa registou, para o mesmo ano, um preço de 12,61 €/kg. O Queijo Amarelo da Beira Baixa foi o menos valorizado, comercializado a 11,98€/kg. Entre 2014 e 2018 verificou-se uma variação positiva no preço de venda dos três queijos. O Queijo Amarelo da Beira Baixa foi o que apresentou maior variação, 12%, seguido do Queijo Castelo Branco, 9%, e do Queijo Picante, 8%.

De acordo com o relatório da DGADR (2018), os Queijos da Beira Baixa são comercializados a um preço superior ao dos queijos semelhantes não qualificados: 14% superior no caso do Queijo Amarelo face a queijos semelhantes sem qualificação, 11% superior no caso do Queijo Castelo Branco e 5% no caso do Queijo Picante da Beira Baixa.

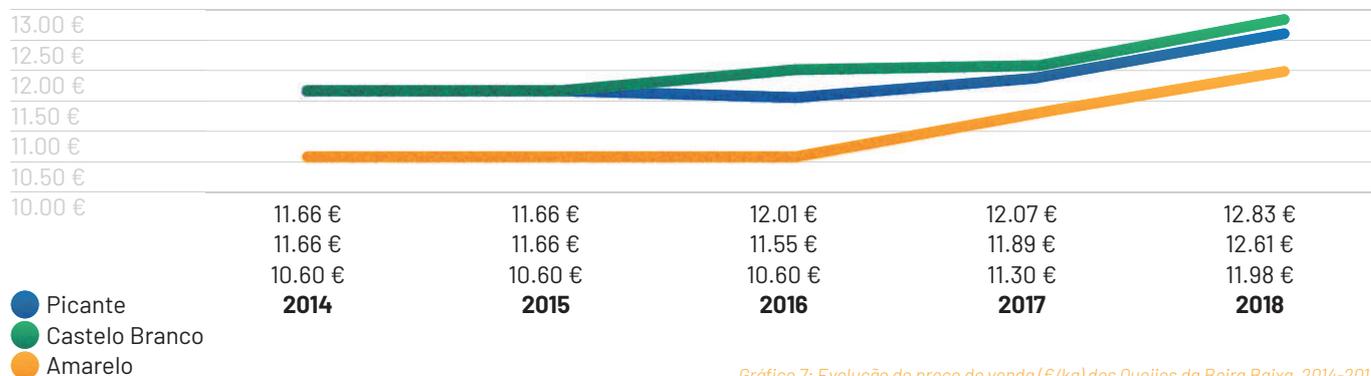


Gráfico 7: Evolução do preço de venda (€/kg) dos Queijos da Beira Baixa, 2014-2018
Fonte: DGADR, 2014-2018

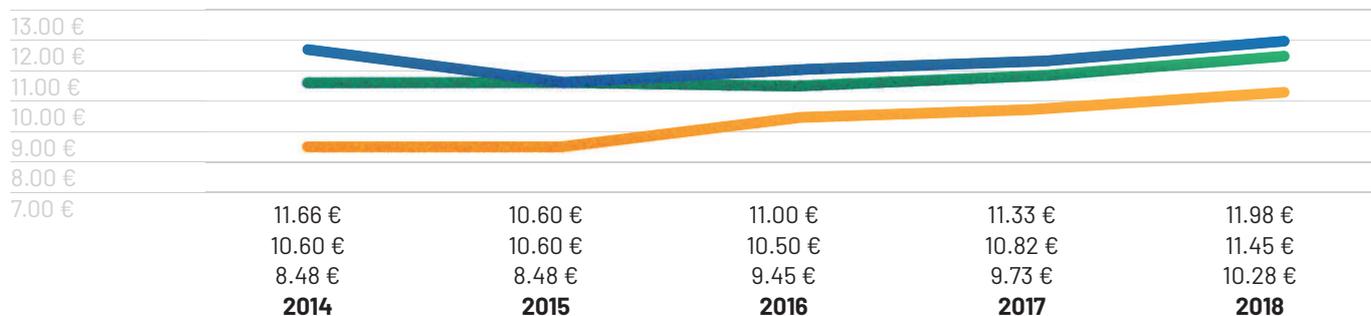


Gráfico 8: Evolução do Preço de venda de queijos de ovelha e cabra sem qualificação, 2014-2018
Fonte: DGADR, 2014-2018

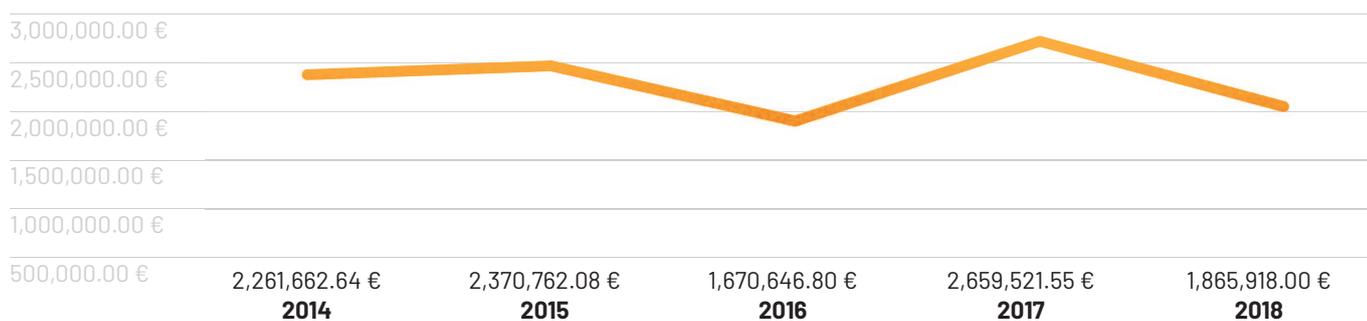


Gráfico 9: Evolução do Valor de Produção dos Queijos da Beira Baixa, 2014-2018
Fonte: DGADR, 2014-2018

Em termos de evolução de preço de venda no caso dos queijos de ovelha e cabra curados sem qualificação, verificou-se também um aumento entre 2014 e 2018: 18% no queijo “tipo” Amarelo, 7% no caso do queijo “tipo” Castelo Branco e 3% no queijo “tipo” Picante (queimoso).

Em 2018, o valor de produção dos Queijos da Beira Baixa correspondeu a cerca de 1.9 milhões de euros, sendo o Queijo Amarelo da Beira Baixa o queijo qualificado com maior valor de produção (952 mil euros).

Valor da produção	2014	2015	2016	2017	2018	Variação 2014-2018
Amarelo	1 241 016,20 €	1 201 404,00 €	787 071,20 €	1 281 364,00 €	952 310,89 €	-30%
Castelo Branco	490 116,44 €	553 127,08 €	509 644,35 €	788 473,00 €	567 037,46 €	14%
Picante	530 530,00 €	616 231,00 €	373 931,25 €	589 684,55 €	346 569,65 €	-53%
Total	2 261 662,64 €	2 370 762,08 €	1 670 646,80 €	2 659 521,55 €	1 865 918,00 €	-21%

Tabela 1: Evolução do Valor de Produção dos Queijos da Beira Baixa, 2014-2018
Fonte: DGADR, 2014-2018

Entre 2014 e 2018 verificou-se uma diminuição de -21% do valor de produção dos Queijos da Beira Baixa, sendo que o Queijo Picante da Beira Baixa foi o queijo com uma diminuição mais acentuada nesse intervalo temporal (-53%), seguido do Queijo Amarelo da Beira Baixa (-30%). O Queijo de Castelo Branco, pelo contrário, registou um aumento de 14% no seu valor de produção, tendo aumentado de 490 mil euros para 567 mil euros entre 2014 e 2018. Entre 2017 e 2018, verificou-se uma queda de -43% no valor de produção dos Queijos da Beira Baixa. Nesse período destaca-se negativamente o Queijo Picante da Beira Baixa, que registou uma queda de -70%. Segundo as queijarias produtoras de Queijos da Beira Baixa, a produção com DOP é inferior face à quantidade que podia ser qualificada, ou seja, os queijos são normalmente produzidos de acordo com as normas presentes no caderno de especificações, mas o queijeiro só coloca os devidos selos DOP quando o distribuidor/mercado de destino assim o exige. A percentagem de queijo qualificado no total do queijo produzido varia de acordo com a estratégia e visão comercial de cada queijaria. De acordo com a informação recolhida, três queijarias indicaram a percentagem de queijo qualificado (com DOP): 1%, 5% e 40% do total de produção.

As queijarias, na sua generalidade, não reconhecem vantagens na aposição da DOP, a não ser para exportação, pois o mercado local e nacional não valoriza as denominações de origem, preferindo apostar em produtos de linha própria, não qualificados.

De acordo com o relatório de Produção, Preços e Comercialização dos produtos DOP/IGP/ETG da Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR - 2018), 90% dos Queijos da Beira Baixa são escoados através das grandes superfícies, 5% por intermediários e 5% através da venda direta ao consumidor. No ano de 2018 não se identificou comercialização de Queijos da Beira Baixa no comércio tradicional, feiras, restauração e outras. Depreende-se, assim, que a venda dos Queijos da Beira Baixa é dominada pelas grandes superfícies, sendo que a venda direta e o canal HORECA não serão representativos para o escoamento destes produtos.

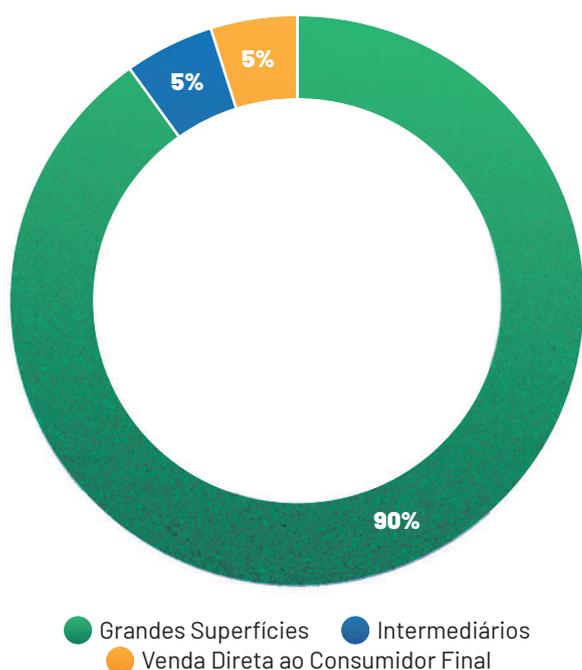


Gráfico 10: Modalidades de escoamento dos Queijos da Beira Baixa, 2018
Fonte: DGADR, 2018

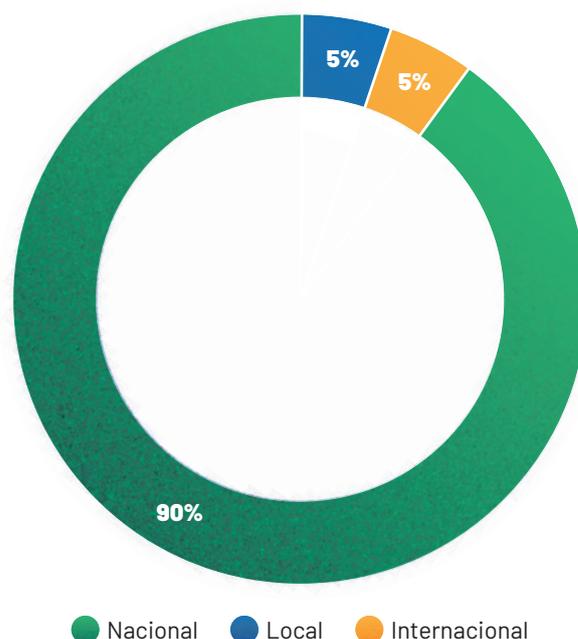


Gráfico 11: Mercado de destino dos Queijos da Beira Baixa, 2018
Fonte: DGADR, 2018

A comercialização dos Queijos da Beira Baixa é realizada principalmente no mercado nacional (90%), 5% no mercado local e 5% no mercado da exportação, principalmente para França e realiza-se exclusivamente pelos próprios industriais, não havendo intervenção de agrupamentos (DGADR, 2018).

Em termos de estratégia comercial, verificam-se diferenças de preço dos vários Queijos da Beira Baixa com DOP dependendo do estabelecimento/ponto de venda e produtor, e do tipo de queijo. De acordo com uma breve pesquisa realizada online, verificaram-se variações de preços entre diferentes plataformas de 30% para o Queijo Amarelo da Beira Baixa, 33% para o Queijo de Castelo Branco e 46% para o Queijo Picante da Beira Baixa

Queijos da Beira Baixa	Valor mínimo encontrado (€/kg)	Valor máximo encontrado (€/kg)	Varição
Amarelo	14,49 €	20,77 €	30%
Castelo Branco	14,49 €	21,09 €	33%
Picante	18,45 €	34,38 €	46%

Tabela 2: Variação do preço de venda por quilograma dos Queijos da Beira Baixa em diferentes pontos de venda online
Fonte: Própria

Como indicado anteriormente, a DOP Queijos da Beira Baixa inclui o Queijo Amarelo da Beira Baixa, o Queijo de Castelo Branco e Queijo Picante da Beira Baixa, com várias características organolépticas e vários tempos de cura. Para os Queijos Amarelo e Castelo Branco, existe ainda a possibilidade de produção de dois tamanhos de queijo, sendo os queijos com um tamanho inferior (0,2/0,35-0,5/0,55 kg) comumente designados por merendeira.

Em termos de particularidades de produção, o Queijo Picante da Beira Baixa apresenta maior grau de diferenciação face ao Queijo Amarelo da Beira Baixa e Queijo de Castelo Branco, pelas suas particularidades de cura, realizada sobre feixes de palha de centeio, em instalações de maturação e ambiente natural, com marcada sazonalidade.

O Requeijão e a Travia da Beira Baixa com DOP (adiante designados Requeijão da Beira Baixa e Travia da Beira Baixa) são produtos resultantes da laboração dos Queijos da Beira Baixa, e encontram-se também protegidos pela denominação de origem do mesmo nome.

Designa-se Requeijão da Beira Baixa, o produto resultante da precipitação ou coagulação, pelo calor, da lacto-albumina e lacto-globulina contidas no soro resultante do fabrico dos Queijos da Beira Baixa (Queijo de Castelo Branco, Queijo Amarelo da Beira Baixa, Queijo Picante da Beira Baixa).

A Travia da Beira Baixa é o produto resultante da precipitação ou coagulação, pelo calor, da lacto-albumina e lacto-globulina contidas no soro resultante do fabrico dos Queijos da Beira Baixa (Queijo de Castelo Branco DOP, Queijo Amarelo da Beira Baixa DOP, Queijo Picante da Beira Baixa DOP). A Travia da Beira Baixa apresenta-se como um produto fresco, que não sofreu qualquer fermentação, consistência mais ou menos pastosa, resultado da incorporação de algum rescaldão, aspeto granuloso, de cor branca e sabor láctico adocicado. Segundo os relatórios de Produção, Preços e Comercialização dos produtos DOP/IGP/ETG da DGADR, entre 2015 e 2018 não se registou qualificação nem de Requeijão nem Travia da Beira Baixa.

Em 2014 registou-se a qualificação de 60 kg de Requeijão da Beira Baixa, tendo sido comercializado a 3,86 €/kg (0,78 €/kg acima do produto semelhante não qualificado). No caso da Travia da Beira Baixa, no mesmo ano, foram qualificados apenas 3 kg, comercializados a 4,24 €/kg (os produtos semelhantes não qualificados foram comercializados a 3,39€/kg). O Requeijão e Travia da Beira Baixa são produtos que permitem aumentar ainda mais o leque de produtos lácteos da denominação de origem da Beira Baixa, permitindo a diferenciação da fileira e a entrada em novos mercados como, por exemplo, o canal HORECA. A Travia da Beira Baixa é um produto único, não existindo nenhum produto qualificado do género a nível nacional.

GESTÃO, CONTROLO E PROMOÇÃO

A promoção dos Queijos da Beira Baixa é realizada essencialmente pelos próprios produtores, de forma individual, muitas vezes sem capacidade de contratação de equipa técnica especializada para o fazer. Na fileira dos Queijos da Beira Baixa identifica-se alguma dificuldade na gestão e harmonização dos interesses profissionais e estratégicos entre as várias queijarias, não existindo uma visão comum para delinear orientações de desenvolvimento para a denominação de origem. A simples atribuição da denominação de origem não será por si só suficiente para o alcance de uma mais valia para o produto. A denominação de origem deve sim permitir a criação de estratégias promocionais e comerciais diferenciadas, de aplicação conjunta, que devem conseguir transmitir ao consumidor a especificidade do produto.

Cada queijaria promove a sua própria marca, não existindo um rótulo ou imagem comum para os Queijos da Beira Baixa, sendo os queijos qualificados apenas identificados pela denominação, selo comunitário da DOP e selo da entidade certificadora.



Os vários produtos com DOP e não qualificados pelas diferentes queijarias não são homogêneos em preço, qualidade e reconhecimento, pois as empresas operam em diferentes segmentos de mercado e apresentam estratégias e visões diferentes.

As iniciativas de promoção das queijarias passam, normalmente pela participação em feiras e concursos de queijo, pois os prémios arrecadados conferem credibilidade nacional e internacional aos produtos.

A qualidade dos Queijos da Beira Baixa já foi reconhecida a nível internacional através da atribuição de vários prémios: Medalha de Ouro para o Queijo de Castelo Branco no concurso internacional Great Taste Awards 2012 (organizado pela entidade britânica Guild of Fine Food), Medalha de Ouro para o Queijo Amarelo da Beira Baixa (World Cheese Awards, 2011, Inglaterra) e, para o mesmo tipo de queijo, o prémio de melhor queijo do mundo num concurso internacional realizado nos Estados Unidos da América em 2009.

Como exemplo de feira de queijos na área geográfica, identifica-se a Feira do Queijo da Soalheira, no Município do Fundão, que acolhe também um concurso de queijo tradicional e várias iniciativas: ateliês de pequenos queijeiros, aulas de cozinha, escolas do queijo, entre outras.



Para além dos queijos, a Beira Baixa é rica em produtos agroalimentares endógenos, alguns também com qualificação europeia DOP e IGP.

Em termos de produtos com denominação de origem, destacam-se os Vinhos da Beira Interior com Denominação de Origem Controlada (DOC), nomeadamente da sub-região da Cova da Beira, que abrange os concelhos de Castelo Branco, Covilhã, Fundão, Idanha-a-Nova, Penamacor e Vila Velha de Rodão. Os Azeites da Beira Interior com DOP, produzidos nas sub-regiões da Beira Alta e Beira Baixa, são azeites virgem extra e azeites virgens produzidos a partir de diferentes variedades de azeitona, nomeadamente Galega, Verdeal Cobrançosa e Cordovil, caracteristicamente com baixa acidez.

Consciente da necessidade de renovação geracional da atividade quejeira tradicional da região, o Município do Fundão desenvolve desde 2018 o projeto “Escolas do Queijo”, que tem como objetivo a preservação junto das gerações mais jovens. O projeto envolve cerca de 200 alunos de várias escolas, do ensino básico e secundário do concelho do Fundão, onde é explicado o processo de Afiinação dos Queijos da Beira Baixa e formas de apresentação, pelo presidente da APQDCB, mestre queijeiro Carlos Godinho.

A Beira Baixa apresenta também vários produtos com IGP. Identificam-se o Cabrito da Beira e o Borrego da Beira, a Azeitona Galega da Beira Baixa, o Pêssego da Cova da Beira e o prato Maranho da Sertã.

A riqueza gastronómica e agroalimentar da Beira Baixa não termina nos seus produtos qualificados: na região identifica-se também a produção de enchidos, pão, cogumelos, doces e compotas, feijão frade da Lardosa, melancia do Ladoeiro, Medronho de Oleiros, cereja, mel, ervas aromáticas, frutos secos e licores.

Neste âmbito identificam-se online duas iniciativas de co-promoção destes produtos endógenos da Beira Baixa: o projeto Beira Baixa Terras de Excelência e o projeto Portugal by Beira Baixa.

Projeto	Beira Baixa – Terras de Excelência	Portugal by Beira Baixa (BB.Foods)
Promotor(es)	<ul style="list-style-type: none"> Comunidade Intermunicipal Beira Baixa 	<ul style="list-style-type: none"> Associação Empresarial da Beira Baixa Associação de Apicultores do Parque Natural do Tejo Internacional (Meltagus) Associação dos Produtores de Azeite da Beira Interior Associação de Produtores de Queijo do Distrito de Castelo Branco
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar a competitividade dos produtos e produções agroalimentares do território da Beira Baixa Reforçar a identidade da marca Beira Baixa 	<ul style="list-style-type: none"> Promoção de produtos agroalimentares da Beira Baixa, nos mercados internacionais, sob uma identidade coletiva, alocada à marca e identidade do produtor.

Tabela 3: Exemplos de Projetos de Co-promoção de produtos agroalimentares da Beira Baixa.

Nos websites dos projetos citados anteriormente podem ser encontradas várias informações relacionadas com os Queijos da Beira Baixa, nomeadamente a descrição, o modo de fazer e o contacto dos produtores.

Verificam-se algumas utilizações indevidas do nome Queijos da Beira Baixa como forma de promoção de outros produtos. Abaixo encontra-se um exemplo de um website com venda de queijos online, no qual dentro do grupo “Queijos da Beira Baixa”, elenca vários queijos, de várias espécies (incluindo vaca), com e sem qualificação.



QUEIJO AMARELO DOP



Queijo Amarelo Castelo Branco DOP, obtido por esgotamento lento da coalhada, após coagulação de leite cru de ovelha e cabra, estreme por ação de uma infusão de cardo. É um queijo curado, de casca amarela ou amarela torrado heterogênea.

Em termos de presença digital, 4 das 5 queijarias produtoras de Queijo da Beira Baixa apresentam website próprio ou página nas redes sociais, onde podem ser encontradas informações relativamente a cada queijaria e aos produtos comercializados. Não foram identificadas plataformas de vendas de queijo online para nenhuma das queijarias.

O papel da APQDCB na promoção das várias denominações de origem pelas quais é responsável, será reduzida. A associação não dispõe de redes sociais e/ou website, canais que, na atualidade, são essenciais para uma divulgação e promoção de um produto. A(s) página(s) da associação deveriam ser o local agregador de toda a informação referente aos Queijos da Beira Baixa, desde as especificidades da produção, história, formas de consumo, quem são os produtores, onde se pode comprar os queijos, bem como a indicação de todas as ações de promoção/participações em eventos da associação e da denominação de origem.





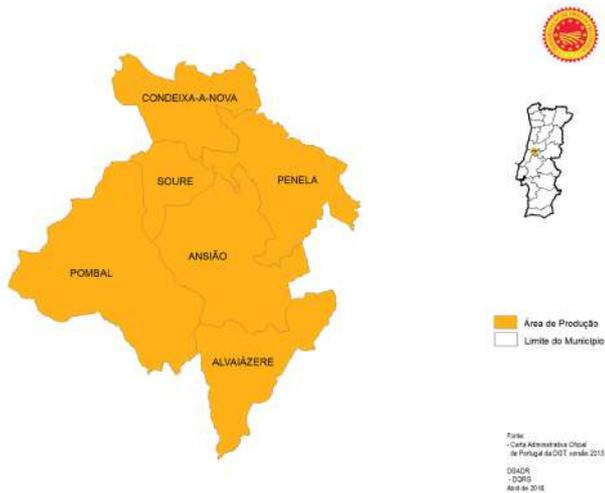
QUEIJO RABAÇAL

DENOMINAÇÃO DE ORIGEM PROTEGIDA:

QUEIJO RABAÇAL

Originário da serra com o mesmo nome, o Queijo Rabaçal com DOP (doravante designado Queijo Rabaçal) é um queijo curado de mistura de leite de ovelha e cabra, de fabrico artesanal.

É um queijo de pasta semidura e massa branca mate, com tamanhos entre 300 e 500 g, com um tempo mínimo de cura de 20 dias.



O Queijo Rabaçal é produzido com:

- Leite cru de ovelha;
- Leite cru de cabra;
- Coalho de origem animal;
- Sal.

O leite tem de ser proveniente de explorações pecuárias dentro da área geográfica delimitada, não havendo exigência de raças autóctones.

A área geográfica de produção inclui algumas freguesias dos concelhos de Penela, Alvaiázere, Ansião, Condeixa-a-Nova, Soure e Pombal.

Historicamente a área geográfica de produção caracteriza-se pelas superfícies extensas de ervas rasteiras onde os animais podem pastorear, entre as quais várias ervas medicinais conhecidas, como a erva de Santa Maria (*Chenopodium ambrosioides* L.) e *Capsella bursa-pastoris*, que alegadamente dão ao queijo o seu sabor distinto.



ORGANIZAÇÃO DA FILEIRA



A APRORABAÇAL – Associação de Produtores Rabaçal, é uma associação sem fins lucrativos constituída por produtores de leite de ovinos e caprinos e produtores de queijo da região demarcada do Queijo Rabaçal com DOP. São objetivos da APRORABAÇAL:

- Promover a produção de leite de cabra e ovelha e a produção de Queijo Rabaçal, com vista à manutenção e gestão da Denominação de Origem Protegida Queijo Rabaçal, assim como a obtenção do registo da diferenciação da qualidade para outros produtos pecuários da região;
- Promover o desenvolvimento regional e local através da realização, apoio e participação de eventos que se revistam de particular interesse;
- Promover a formação e transferência de conhecimento relacionadas com a gestão, a conservação e a exploração sustentável do Queijo Rabaçal e outros produtos regionais de qualidade diferenciada.

Fundada em 2014, a APRORABAÇAL é constituída por uma técnica a tempo parcial com formação de base em Engenharia Alimentar e conta ainda com o apoio técnico de um colaborador da Associação Terras de Sicó na realização de auditorias às queijarias produtoras de Queijo Rabaçal. A APRORABAÇAL possui cerca de 10 associados, entre produtores de leite e produtores de queijo.

Em termos de atividades promocionais/técnicas organizadas pela APRORABAÇAL destacam-se as seguintes:

- Participação na organização da Expositó – evento em regime de rotatividade pelos concelhos que integram as Terras de Sicó;
- Participação na organização do Mercado do Queijo e dos Romanos que decorre no concelho de Penela;
- Participação na Organização das jornadas de lacticínios, inseridas no Mercado do Queijo e dos Romanos;
- Candidatura para Instalação de Pastagens Melhoradas de Sequeiro no âmbito da GAL DLBC Terras de Sicó 2020- Operação 10.2.1.1- Pequenos investimentos na exploração agrícola.



PRODUÇÃO DE LEITE

A produção de leite para o fabrico de Queijo Rabaçal é mantida por cerca de 20 explorações pecuárias de ovelha e cabra dos concelhos de Penela, Ansião, Pombal, Alvaiázere e Soure. No caderno de especificações não existe qualquer indicação às raças utilizadas, sendo essa decisão deixada ao critério dos produtores. De acordo com a APRORABAÇAL, o sistema de exploração mais utilizado é o semi-intensivo. Os sistemas semi-intensivos caracterizam-se pela utilização simultânea de alimentação natural, com recurso a pastoreio, e alimentos animais concentrados, mais distantes da produção tradicional.

A região da serra do Rabaçal caracteriza-se pelo seu ecossistema pastoral de oliveiras, eucaliptos, pinheiros e ulmeiros de grande porte que cobrem superfícies extensas de ervas rasteiras e plantas aromáticas, como a erva de Santa Maria (*Chenopodium ambrosioides* L.) e outras ervas conhecidas pelas suas propriedades medicinais, como a *Capsella bursa-pastoris*. Segundo a tradição local, são estas ervas que dão o sabor distinto ao Queijo do Rabaçal.

Segundo Luís Matias, Presidente da Câmara Municipal de Penela, a escassez de pastagens e de matéria-prima – o leite – são os maiores desafios para a perpetuação e valorização do Queijo Rabaçal, sendo difícil a renovação geracional dos pastores e a fixação de novos profissionais na atividade. De acordo com a APRORABAÇAL, atualmente, cerca de 80% da alimentação dos animais é realizada através de alimentos concentrados, dada diminuição dos pastos disponíveis para os animais.

O Município de Penela tem desenvolvido algumas iniciativas na tentativa de contornar a diminuição do número de explorações de pequenos ruminantes. Uma iniciativa identificada é a futura construção de um mercado de gado no Rabaçal, a construir com recurso a fundos comunitários no âmbito do Programa de Desenvolvimento Rural 2020. O mercado de gado será um local onde os pequenos produtores poderão comprar, vender e valorizar os seus produtos.

De forma a contornar a falta de leite de cabra para a produção de queijo qualificado Rabaçal, em 2012, a Câmara Municipal de Penela, em parceria com o Instituto Pedro Nunes da Universidade de Coimbra, desenvolveu uma iniciativa local para a conservação da atividade da pastorícia e promoção da mesma dirigida ao público urbano, através da recriação de um antigo rebanho comunitário (rebanho comunitário 2.0). O projeto, designado FarmReal, consistiu no desenvolvimento de uma plataforma/app que permitia o acompanhamento real das cabras do rebanho, o seu comportamento, socialização, localização GPS, produção de leite, onde os utilizadores podiam ser pastores por um dia. Para o desenvolvimento do projeto foram recuperados vários currais em Ferraria de S. João, disponibilizados por um período de 12 anos. Não foi possível apurar os resultados do projeto.

A informação referente ao Queijo Rabaçal no relatório da DGADR referente à produção e comercialização de produtos com DOP/IGP/ETG é praticamente inexistente.

No alavão de 2004/2005, segundo a DGADR, a fileira do Queijo Rabaçal envolvia 200 explorações abastecedoras de leite. Este número sofreu uma diminuição de -900%, para 20 explorações nos dias de hoje. No alavão de 2004/2005, o Queijo Rabaçal era o queijo com DOP/IGP nacional com maior número de explorações pecuárias associadas. No entanto, mesmo com esse número de explorações, a quantidade de Queijo Rabaçal qualificado produzida foi muito reduzida, cerca de 400 kg. No ano de 2018, a produção de Queijo Rabaçal rondou os 9314 kg.

PRODUÇÃO DE QUEIJO

O Queijo Rabaçal é um queijo curado de pasta semi-dura a dura, branco-mate, com poucos ou nenhuns olhos pequenos e irregulares disseminados na massa, obtido por esgotamento lento da coalhada após coagulação da mistura de leites de ovelha e cabra por ação de coalho animal, de fabrico artesanal e proveniente da região delimitada. Em termos de apresentação, uma característica distintiva do Queijo Rabaçal DOP é o seu tamanho, sendo apresentado com um peso variável entre 300 e 500 g.

A individualidade do Queijo Rabaçal advém da mistura de leites de ovelha e cabra, alimentadas nas pastagens espontâneas em terrenos calcários, ricos em erva-de-santa-maria (tomilhinha), que conferem ao queijo o seu odor e sabor característicos. As características do Queijo Rabaçal são e foram reconhecidas ao longo do tempo. Eça de Queiroz refere o Queijo Rabaçal na sua obra “A Cidade e as Serras” (1845-1900): “Eu te digo... Cada queijo, um desses queijinhos redondos, como o Camembert ou o Rabaçal... educam o paladar”.

Atualmente, o Queijo Rabaçal é produzido apenas por duas queijarias. O número de queijarias tem-se mantido relativamente constante desde o início do reconhecimento e registo da denominação de origem. As queijarias produtoras de Queijo Rabaçal apresentam uma dimensão média a grande, não existindo queijarias com produção animal integrada. A produção do Queijo Rabaçal, atualmente, é essencialmente industrializada. Apesar de a fileira do Queijo Rabaçal ser a que apresenta menor produção comparativamente às restantes fileiras dos Queijos com DOP do Centro, verifica-se que a produção tem vindo a aumentar desde 2015, tendo-se registado, entre 2013 e 2018, um aumento de produção na ordem dos 71%, tendo sido produzidos em 2018, 9314 kg de Queijo Rabaçal.

De acordo com a APRORABAÇAL, apenas 5% do queijo produzido na área geográfica é qualificado e comercializado como Queijo Rabaçal. O preço médio do Queijo Rabaçal no produtor rondará os 17€/kg, sendo superior aos outros Queijos com DOP da Região Centro. Numa pesquisa online realizada, verificou-se que o preço de venda do Queijo Rabaçal varia de acordo com a plataforma de venda em questão, apresentando uma variação entre os 14,26 €/kg e os 22,83 €/kg.

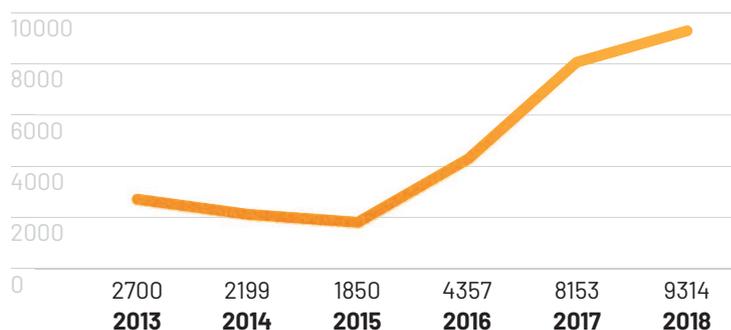


Gráfico 12: Evolução da produção (kg) do Queijo Rabaçal, 2013-2018
Fonte: DGADR, 2013-2018

Segundo a APRORABAÇAL, em termos de modalidades de escoamento, o Queijo Rabaçal é comercializado essencialmente em feiras (50%), em lojas de especialidade (25%), em hipermercados (15%) e também na restauração (10%). O Queijo Rabaçal é vendido maioritariamente no mercado local (85%) e o restante em mercado nacional (15%) não se identificando comercialização internacional.

GESTÃO, CONTROLO E PROMOÇÃO

Em termos de iniciativas de promoção do Queijo Rabaçal, identificam-se nos meios online eventos locais, nomeadamente feiras de produtos endógenos, como a Expositó, Mercado dos Queijos e dos Romanos e a Rota do Queijo Rabaçal.

EXPOSITÓ

Realizada de forma anual no mês de maio, em rotatividade entre os concelhos da associação Terras de Sicó (Alvaiázere, Ansião, Condeixa-a-Nova, Penela, Pombal e Soure), a Expositó promove o Queijo Rabaçal em conjunto com outros produtos agroalimentares e culturais da região, como os vinhos, cabrito, borrego, azeite, mel, pão, frutos secos, doces, enchidos, compotas, licores, artesanato e folclore.



MERCADO DO QUEIJO E DOS ROMANOS

O Mercado do Queijo e dos Romanos realiza-se no concelho de Penela. O certame tem como objetivo sensibilizar os visitantes para a atividade da pastorícia na região e produção do Queijo Rabaçal, sendo também animado pelas recriações históricas da época dos romanos. No evento é possível apreciar e adquirir Queijo do Rabaçal e outros produtos da região.

No ano de 2019, o Mercado do Queijo e dos Romanos incluiu o I seminário do Queijo Rabaçal, em parceria com a APRORABAÇAL, APQDCB e Estrelacoop, no âmbito do Programa de Valorização do Queijo da Região Centro. No mesmo ano foi desenvolvida a iniciativa de degustação do maior queijo Rabaçal do Mundo, produzido com 500 litros de leite.

A Associação Terras de Sicó desenvolveu, para promoção dos diversos produtos endógenos e costumes locais, várias rotas/trilhos nomeadas de acordo com esses mesmos produtos e costumes como, por exemplo, a Rota do Azeite, Rota do Vinho Terras de Sicó e Rota do Queijo Rabaçal. Nesta rota, entre o Castelo de Penela e o Vale do Rabaçal, podem ser observados vários marcos culturais, como o Museu da Villa Romana e Estação Arqueológica, onde se poderá provar o Queijo Rabaçal.

A APRORABAÇAL dispõe de redes sociais, nomeadamente página de Facebook, (<https://www.facebook.com/Aproraba%C3%A7al-591357051348422/>).

O caderno de especificações prevê a utilização de um selo/imagem comum para aposição no Queijo Rabaçal, o que permite alguma uniformização na imagem do queijo entre as várias empresas produtoras.

Os concelhos que integram a área geográfica de produção do Queijo Rabaçal – Condeixa-a-Nova, Penela, Ansião, Pombal e Alvaiázere, são abrangidos pelo sistema montanhoso Montejunto-Estrela, incluindo a Serra de Sicó. Em termos de natureza, este território é rico em biodiversidade, característica comprovada pelo Sítio Natura 2000 Sicó-Alvaiázere e Reserva Natural do Paul de Arzila. Os concelhos pertencentes à área geográfica do Rabaçal apresentam também uma oferta turística diversificada: identificam-se monumentos nacionais de interesse turístico como, por exemplo, a Torre do Relógio Velho, o Castelo de Pombal e Castelo de Penela, bem como museus relativos às mais variadas áreas: artesanato, arqueologia, ofícios tradicionais, pintura, entre outros. Para além do Queijo Rabaçal, este território é também rico noutros produtos agroalimentares endógenos, como o azeite, o vinho, o mel, a doçaria tradicional, produtos cárneos e cogumelos silvestres, potenciais sinergias em iniciativas promocionais.



**“O Queijo do Rabaçal
Tem uma fama afamada:
À revelia d’elle vendem
Queijos que não valem nada”**

José Leite de Vasconcelos (1858-1941), Etnografia Portuguesa

Também na fileira do Queijo Rabaçal se identificam situações de fraude e utilização abusiva do seu nome, existindo uma ideia generalizada que todo o queijo produzido no Rabaçal é Queijo Rabaçal. Como visto anteriormente, o Queijo Rabaçal é produzido com particularidades específicas, nomeadamente a espécie animal (ovelha e cabra), tratamento do leite (leite cru), utilização de coalho animal e tempo de cura específico, num processo produtivo com maior intervenção de mão-de-obra. Como exemplo de utilização abusiva: em 2015, a Autoridade de Segurança Alimentar e Económica procedeu à apreensão de 380 kg de queijo comercializados como Queijo Rabaçal sem a respetiva qualificação.



**QUEIJO
SERRA DA
ESTRELA**

DENOMINAÇÃO DE ORIGEM PROTEGIDA:

QUEIJO SERRA DA ESTRELA

Com mais de 1000 anos de história, o Queijo Serra da Estrela atinge o reconhecimento DOP em 1996.

O Queijo Serra da Estrela é um queijo de pasta semimole, com a forma de cilindro baixo, com um diâmetro de 15 a 20 cm e um peso que pode variar entre os 0,5 e os 1,7 kg, com cura mínima de 30 dias.

Para o Queijo Serra da Estrela Velho, o tempo de cura mínimo é de 120 dias, o que dá origem a um queijo de pasta semidura a dura, com poucos ou nenhuns olhos, de sabor mais forte.



Para a produção de Queijo Serra da Estrela é obrigatória a utilização de raças ovinas autóctones, designadamente Serra da Estrela e/ou Churra Mondegueira, perfeitamente adaptadas ao território e criadas em sistema extensivo tradicional e transumância.

Para além do leite cru, o Queijo Serra da Estrela é apenas feito com cardo vegetal (*Cynara cardunculus*, L.) e sal. Não leva quaisquer aditivos, sendo um queijo natural, um organismo vivo.

A área geográfica de produção é extensa, envolvendo 18 municípios de 4 distritos, numa superfície total de 3143,16 km².



O Queijo Serra da Estrela identifica-se através dos seguintes símbolos:

- Símbolo DOP¹;
- Marca de Caseína²: símbolo comestível colocado na base do queijo com sequência numérica para efeitos de rastreabilidade;
- Holograma da Casa da Moeda³;
- Número licenciamento da queijaria;
- “Rótulo” comum (círculo amarelo ou vermelho).

ORGANIZAÇÃO DA FILEIRA

A fileira do Queijo Serra da Estrela com DOP (doravante designado por Queijo Serra da Estrela) é composta por entidades e agentes de várias naturezas e objetivos, nomeadamente produtores de leite, queijarias, entidade de controlo e certificação, entidade gestora, entidade qualificadora, e todas as outras que apoiam a atividade em algum nível, como as associações e cooperativas de produtores.

Nos parágrafos seguintes serão explicadas a missão e atribuições de cada uma dessas associações da fileira.



Figura 16: Principais intervenientes e organização da fileira do Queijo Serra da Estrela

ESTRELACOOP

A Estrelacoop – Cooperativa de Produtores de Queijo Serra da Estrela, localizada em Celorico da Beira, é a entidade gestora da denominação de origem protegida “Serra da Estrela”, que abrange os seguintes produtos: Queijo Serra da Estrela, Queijo Serra da Estrela Velho, Borrego Serra da Estrela e Requeijão Serra da Estrela.

Atualmente a Estrelacoop conta com 60 associados, dos quais 20 são produtores de Queijo Serra da Estrela, localizados em 8 dos 18 concelhos da área geográfica de produção do Queijo Serra da Estrela. A sua equipa técnica é constituída por uma equipa permanente de duas técnicas, uma Engenheira Alimentar e uma Administrativa.

As áreas de atuação da Estrelacoop são as seguintes:

- Acompanhamento no processo de qualificação;
- Apoio técnico na validação das condições estruturais dos produtores de Queijo Serra da Estrela de forma a reunirem todos os critérios para a qualificação;
- Elo de ligação entre o Organismo de Controlo e Certificação (Beiratradición) e os produtores;
- Implementação do sistema de HACCP para queijarias, através da recolha das amostras dos produtos para análises laboratoriais.



Em termos de missão e objetivos a Estrelacoop visa:

- Produção e/ou comercialização do Queijo Serra da Estrela e dos seus derivados e todos os produtos de origem ovina;
- Tipificação dos produtos indicados anteriormente;
- Comercialização de produtos e equipamentos relacionados com a agro-pecuária.

A Estrelacoop dispõe ainda de sala de painéis de prova para o Queijo Serra da Estrela, critério essencial para a obtenção da DOP – Queijo Serra da Estrela.

ANCOSE

A ANCOSE – Associação Nacional de Criadores de Ovinos Serra da Estrela é uma organização de ovinicultores sem fins lucrativos, fundada no ano de 1981 e reconhecida como Instituição de Utilidade Pública em 1988. A sua sede localiza-se em Oliveira do Hospital, e possui ainda dois núcleos de proximidade em Celorico da Beira e Nelas, contando com aproximadamente 20 colaboradores.

Embora de âmbito nacional, privilegia a sua atividade no solar da raça Ovina Serra da Estrela que compreende os territórios correspondentes à bacia hidrográfica do rio Mondego, abrangendo os concelhos de Seia, Gouveia, Celorico da Beira, Guarda, Fornos de Algodres, Manteigas, Oliveira do Hospital, Tábua, Arganil, Mangualde, Nelas, Carregal do Sal, Penalva do Castelo, Tondela e Viseu.

Atualmente a ANCOSE conta com cerca de 667 associados e intervém em 2.495 explorações de pequenos ruminantes.

A ANCOSE desenvolve atividades nas seguintes áreas:

- **Melhoramento Animal:** contraste leiteiro ininterrupto, recolha e organização da informação genealógica e intervenções a vários níveis como maneio reprodutivo (inseminação artificial, sincronização de cios, utilização de machos selecionados). Atualmente é a entidade gestora do Livro Genealógico da raça Serra da Estrela e foi o 1º centro de colheita de sêmen de pequenos ruminantes a ser licenciado em Portugal.
- **Sanidade Animal:** agrupamento de defesa sanitária com atuação em 13 concelhos é responsável pela execução do Plano Nacional de Saúde Animal (identificação animal, rastreio sorológico, vacinações, desparasitações, desinfeção e desinsectização de instalações e viaturas); Posto de Informação e atendimento SNIRA e SNIRB.
- **Gestão e contabilidade agrícola:** em 131 explorações de associados;
- **Outros serviços:** tosquia mecânica, elaboração de projetos, candidaturas a subsídios, formação profissional, serviço de compra e venda de produtos de Associados e a Associados, através da empresa Sabores & Ambientes Serra da Estrela – Comercialização de Produtos Tradicionais, Lda; Apoio ao licenciamento de explorações pecuárias e queijarias.
- **Oficina Tecnológica/Queijaria:** unidade para fins experimentais, demonstrativos e formativa com duas colaboradoras com produção de queijo, requeijão, queijo creme, queijo fresco, iogurte e manteiga, transações comerciais com e para associados da ANCOSE e apoio técnico às queijarias e explorações.



• **Parceria em investigação científica:** cooperação em vários trabalhos no domínio da tecnologia, segurança alimentar, ambiente e sustentabilidade, com estabelecimentos de Ensino Superior e Centros de Investigação:

- Delimitação da área de Produção de Queijo Serra da Estrela;
- Caracterização e reconhecimento do Borrego Serra da Estrela com DOP;
- Caracterização e reconhecimento do Queijo Serra da Estrela “Velho” com DOP;
- Caracterização e reconhecimento do Requeijão Serra da Estrela com DOP;
- Queijo Serra da Estrela – da Quinta ao Prato: Cartilha de Boas Práticas (2014);
- Manual de Boas Práticas em Queijarias Tradicionais;
- Proposta e aprovação das derrogações em pequenas queijarias (ajustamento do controle analítico).

COAPE

A COAPE – Cooperativa Agro-Pecuária dos Agricultores de Mangualde, é uma instituição de carácter cooperativo multissetorial de referência na região, que responde aos anseios e necessidades dos seus milhares de associados (aproximadamente 4.800) em toda a sua abrangência, apresentando-lhes novas propostas, algumas delas arrojadas e inovadoras, de abordagem ao setor agrícola e pecuário.

Em termos de área de intervenção, a COAPE extravasa a delimitação geográfica regional (Mangualde), pois possui parceiros de outras regiões nacionais e internacionais (Espanha, França e Suíça).

A COAPE é composta por quatro secções autónomas, de entre as quais a secção leiteira. A secção de Produtores de Leite de origem Ovina e Caprina, tem como principal



objetivo valorizar o produto “leite” de ovinos (em especial de ovelhas Serra da Estrela) e caprinos através da criação de uma Organização de Produtores de Leite (OPLeite), criada para organizar um grupo de dezenas de produtores de leite de ovinos da raça Serra da Estrela, autóctone do território, e caprinos do território, que tem por missão a recolha, controlo de qualidade, transporte, conservação e comercialização de leite. Atualmente pertencem a esta OP cerca de 40 produtores com ovinos Serra da Estrela que, no seu conjunto, totalizam cerca de cinco mil animais.

PRODUÇÃO DE LEITE

O Queijo Serra da Estrela distingue-se das outras denominações de origem pela obrigatoriedade da utilização das raças autóctones Serra da Estrela e Churra Mondegueira para a produção do leite que lhe dá origem.

As raças autóctones Serra da Estrela e Churra Mondegueira destacam-se pelo seguinte:

- Encontram-se adaptadas ao contexto de clima e pastagens locais, o que permite diminuir os custos com a incorporação de alimentação externa à exploração;
- Conseguem acompanhar as alterações sazonais das pastagens através da transumância, prática milenar ainda hoje mantida pelos resilientes pastores da Serra da Estrela;
- Produzem um leite não estandardizado, cuja qualidade depende da época do ano e do ecossistema alimentar local;
- O seu leite apresenta valores de teor butíroso e teor proteico mais elevados comparativamente às raças exóticas, permitindo obter um rendimento queijeiro superior, ou seja, são necessários menos litros de leite para obter o mesmo peso de queijo;
- Fazem parte de um património que transcende a componente biológica e genética;
- São parte integrante de uma cultura e elementos chave da paisagem;
- Promovem a manutenção dos ecossistemas e da biodiversidade local.

A simbiose existente entre o maneio tradicional, pelo recurso aos prados naturais e transumância, e as particularidades da utilização de raças autóctones Serra da Estrela e Churra Mondegueira, confere ao leite propriedade únicas, irreproduzíveis noutros ecossistemas e com impacto direto na qualidade e diferenciação do Queijo Serra da Estrela.



Verifica-se uma escassa introdução de equipamentos e tecnologia, nomeadamente na ordenha, que se mantém manual, sendo a utilização de máquina de ordenha reservada apenas aos produtores de maior dimensão.

De acordo com dados fornecidos pela Estrelacoop, em 2019 estavam registadas 124 explorações de ovinos produtores de leite para fabrico de Queijo Serra da Estrela. Destas, apenas uma exploração é exclusivamente da raça Churra Mondegueira, com um efetivo de 120 animais.

Através da análise do gráfico 13 verifica-se que tanto o número de animais, bem como o número de explorações associados à fileira DOP Serra da Estrela, têm vindo a aumentar desde o ano 2014. No caso do número de animais, verificou-se um aumento percentual de 36% entre 2014 e 2019 e no caso das explorações, para o mesmo intervalo, um aumento de 49%, de 63 explorações em 2014, para 124 explorações em 2019.

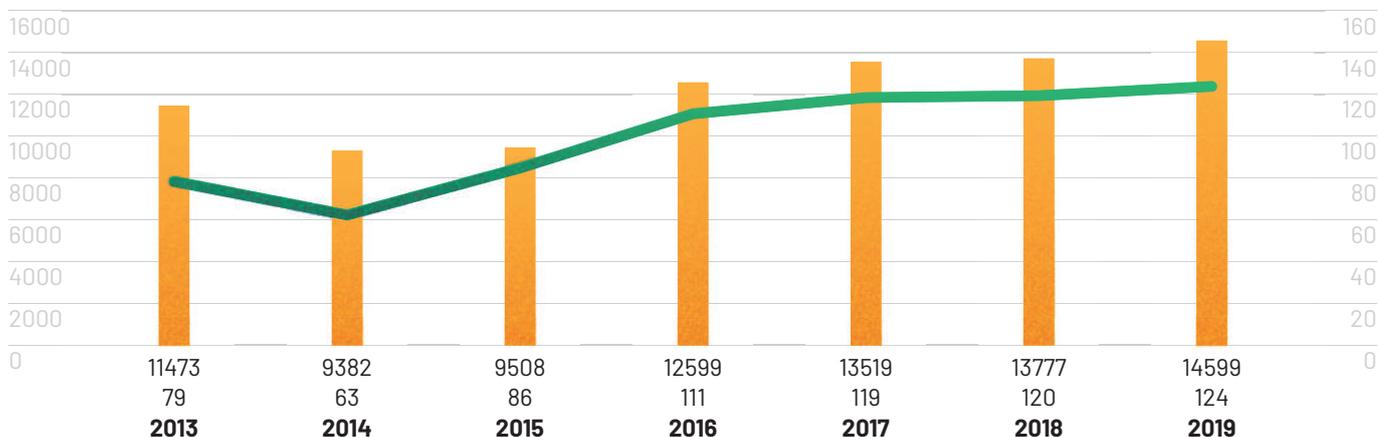


Gráfico 13: Evolução do número de explorações de ovinos e número de ovinos Serra da Estrela associados à fileira do Queijo Serra da Estrela. Fonte: Estrelacoop

Como se verificou no gráfico anterior, a adesão dos produtores pecuários à fileira de produção do Queijo Serra da Estrela tem demonstrado uma tendência positiva. No entanto, para melhor caracterização da realidade, devem distinguir-se dois cenários distintos: a evolução do efetivo total de ovinos Serra da Estrela a nível nacional e os efetivos ovinos Serra da Estrela registados para a produção de queijo qualificado, inscritos na entidade gestora (demonstrados no gráfico 13).

No cenário global da raça autóctone Serra da Estrela, verifica-se que o efetivo total de ovinos Serra da Estrela tem diminuído drasticamente ao longo dos anos. De acordo com uma publicação de Rui Dinis, técnico responsável pelo Livro Genealógico da Raça (2013), nos anos 80 o número de ovinos Serra da Estrela era de 275.674 cabeças, tendo diminuído para 70.000 cabeças em 2013 (uma queda de 75%). Segundo a ANCOSE, atualmente encontram-se inscritas cerca de 17.000 cabeças no Livro Genealógico da raça - uma diminuição de aproximadamente 94% do efetivo face à década de 80. No contraste leiteiro do alavão de 2018/2019 encontravam-se inscritos apenas 15.000 animais.

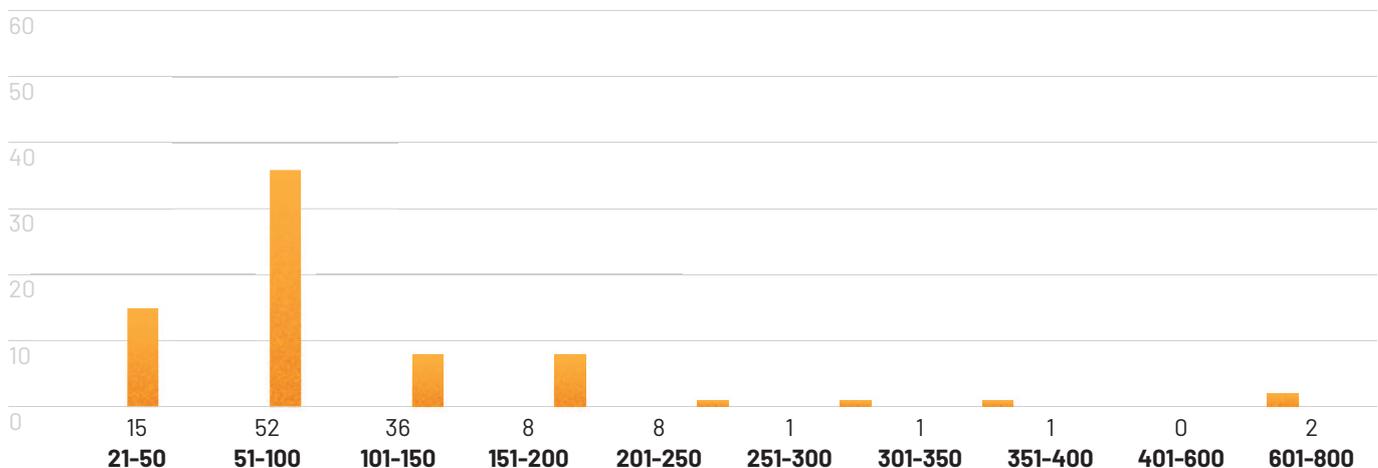


Gráfico 14: Dimensão das explorações pecuárias na Serra da Estrela em 2018. Fonte: Estrelacoop

Relativamente ao número de animais por exploração (encaçamento dos rebanhos), registados na Estrelacoop, no ano 2018, os efetivos variavam entre as 24 e as 725 cabeças, sendo que a maioria das explorações (42%) possuía entre 51 e 100 animais, ou seja, tratam-se de explorações de pequena dimensão com elevada dispersão territorial.

Na generalidade das explorações verifica-se que a atividade se encontra no limiar da rentabilidade, cujo peso dos subsídios à exploração e manutenção das raças autóctones é muito significativo para a atividade, representando cerca de 25% do rendimento anual do produtor. Desta forma, o pastor encontra-se descapitalizado, revelando incapacidade para a realização de novos investimentos, por exemplo no aumento do efetivo animal e nas tecnologias de produção tendo em vista a melhoria do manejo animal e o cumprimento das normas de higiene e segurança alimentar.

Acresce ainda a que se assiste a uma desvalorização do leite para a DOP Serra da Estrela: 1) o leite é pago à quantidade e não à qualidade, o que motiva os produtores a substituir os seus efetivos autóctones por raças exóticas, que produzem maior quantidade de leite, na expectativa de melhorarem os resultados da exploração; 2) a utilização de leite com características para a produção de queijo DOP na produção de queijo industrial; 3) a utilização de leite de origens não autorizadas na produção do Queijo Serra da Estrela.

PRODUÇÃO DE QUEIJO

Segundo a Estrelacoop, no ano de 2019 encontravam-se a produzir Queijo Serra da Estrela qualificado 29 queijarias. Verificam-se algumas oscilações ao longo dos anos no número de queijarias, designadamente assistiu-se a um aumento de 42% entre 2014 e 2017. A partir de 2017 o número de queijarias diminuiu.

Das 29 queijarias mencionadas, 5 não produzem leite adquirindo-o totalmente a outras explorações, 10 produzem todo o leite que laboram na própria exploração, enquanto que 14 queijarias adquirem a outros produtores apenas parte do leite que transformam em queijo.

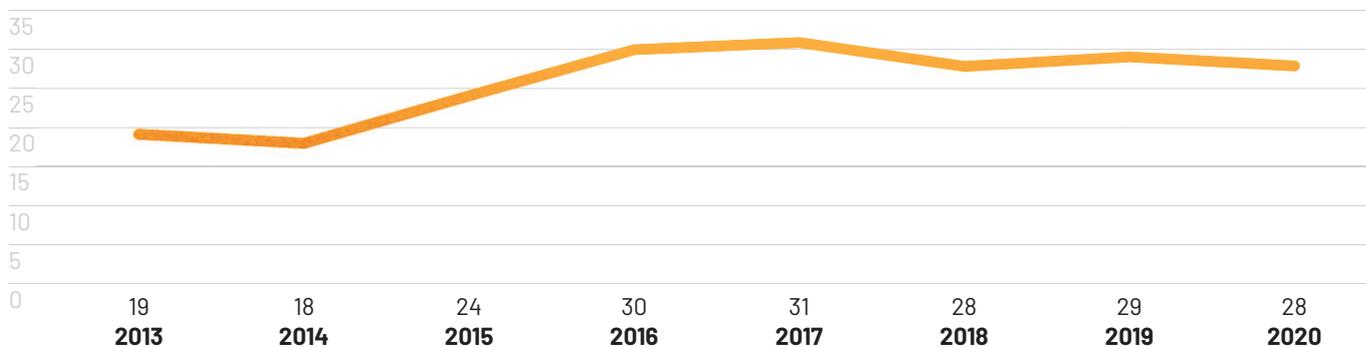


Gráfico 15: Evolução do número de queijarias produtoras de Queijo Serra da Estrela (2013-2020)
Fonte: Estrelacoop

Tipo de Atividade da Queijaria	Número de Queijarias	%
Queijaria sem Exploração Animal	5	17,2%
Atividade Verticalizada com Aquisição Parcial de Leite a Outras Explorações	14	48,3%
Atividade Verticalizada Autossuficiente	10	34,5%
Total	29	100%

Tabela 4: Distribuição das queijarias com produção de queijo Serra da Estrela segundo o tipo de atividade que desenvolvem, 2019
Fonte: Estrelacoop

Existe uma variação considerável entre as queijarias no que respeita ao número de litros de leite laborados por dia. Das 29 queijarias referidas, cerca de 75% (22 queijarias) processam menos de 250 Lt/dia, ao passo que apenas 3 queijarias (10,4%) processam mais de 750 Lt/dia. Verifica-se assim que a maior parte das queijarias são de dimensão reduzida.

Ainda de acordo com os dados remetidos pela Estrelacoop, anualmente, as queijarias recebem, em média, 35.837 litros de leite para laboração de Queijo Serra da Estrela, recebendo a de menor dimensão 915 litros e a de maior dimensão 211.756 litros.

Quantidade Diária de Leite Laborado (litros)	Número de Queijarias	%
≤ 100	15	51,7%
101 - 250	7	24,1%
251 - 500	4	13,8%
501 - 750	0	0,0%
751 - 1000	3	10,4%
Total	29	100,0%

Tabela 5: Distribuição das queijarias com produção de queijo Serra da Estrela de acordo com a quantidade diária de leite laborado, 2019
Fonte: Estrelacoop

Quanto à produção de queijo qualificado, em 2019 foram qualificadas 150.550 unidades de Queijo Serra da Estrela (gráfico 16), das quais se estima que 70% correspondam a queijos entre 0,500 e 0,700 kg e 30% a queijos de peso superior a 0,700 kg (Estrelacoop).

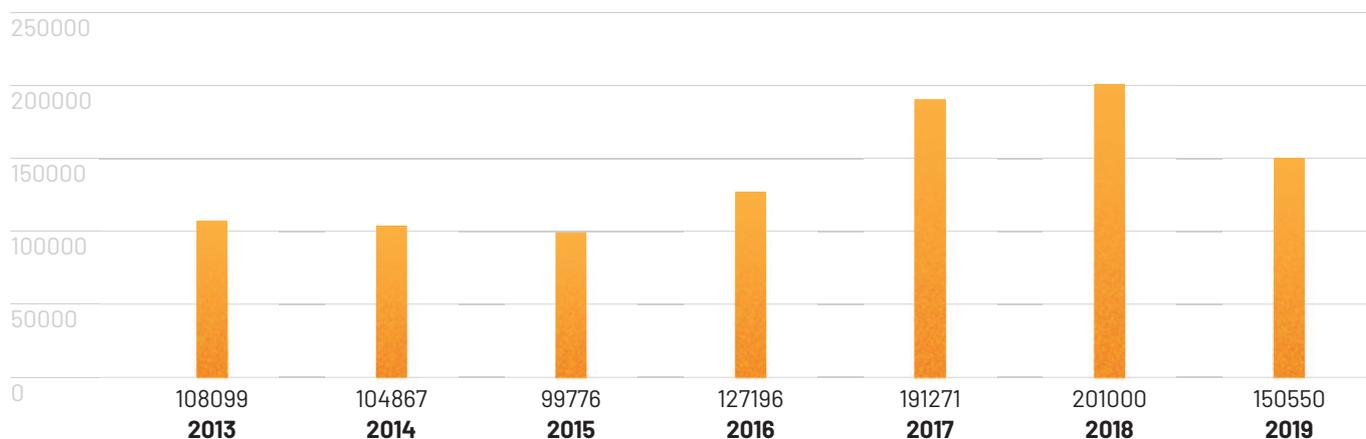


Gráfico 16: Distribuição das queijarias com produção de queijo Serra da Estrela de acordo com a quantidade diária de leite laborado, 2019
Fonte: Estrelacoop

Uma das tendências atuais de mercado é a seleção de produtos de dose unitária ou de pequena dimensão, para agregados familiares tendencialmente inferiores e consumidores com menor poder de compra. Uma oportunidade de intervenção na fileira do Queijo Serra da Estrela é a produção de produtos de tamanho inferior, para acompanhar as tendências de mercado. Apesar da perpetuação das características do Queijo Serra da Estrela ser muito importante para a valorização deste produto, as suas formas de apresentação devem acompanhar as tendências de consumo, nomeadamente nas formas de embalagem e disponibilização do queijo em tamanhos menores.

Entre 2013/2014 e 2014/2015 verificou-se uma diminuição de -3% e -5% no número de unidades de Queijo Serra da Estrela. Entre 2015 e 2018 verificou-se um aumento de cerca de 50% no número de unidades qualificadas. No entanto entre 2018 e 2019 verificou-se uma diminuição de -34%, cerca de 50.000 unidades, apesar do ligeiro aumento verificado no número de animais associados à denominação de origem entre esses anos (6%).

Ano	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Varição	-3%	-5%	22%	33%	5%	-34%

Tabela 7: Taxas de variação do número de Queijos Serra da Estrela
Fonte: Adaptado dos dados da Estrelacoop



Gráfico 17: Evolução do Preço de venda do Queijo Serra da Estrela, 2013-2018
Fonte: DGADR, 2018

Em 2018, o preço mais frequente (incluindo IVA) para Queijo Serra da Estrela qualificado rondou os 15,52 €/kg. O preço de venda do Queijo Serra da Estrela manteve-se estável em torno dos 15,00€/kg entre 2013 e 2015, tendo-se observado entre 2015 e 2016 uma queda de -7,1%, tendo voltado a aumentar entre 2016 e 2018.

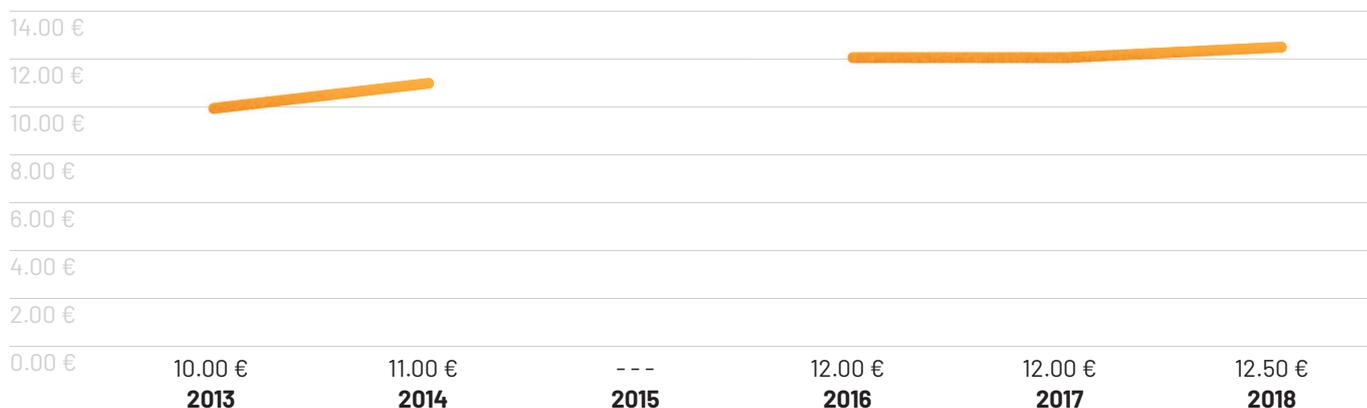


Gráfico 18: Evolução do Preço de venda do queijo de ovelha curado sem qualificação entre 2013 e 2018
Fonte: DGADR, 2018 (Nota: os dados para o ano de 2015 não se encontravam disponíveis)

Segundo os dados da DGADR, os queijos de ovelha curados sem qualificação são comercializados a um preço inferior comparativamente ao Queijo Serra da Estrela (19% inferior em 2018). Apesar de não haverem dados disponíveis para o ano de 2015, através do gráfico 18 verificou-se geralmente uma tendência de crescimento positiva dos preços dos queijos não qualificados, que aumentaram 20% entre 2013 e 2018.

Pelo contrário, apesar do preço superior, o preço do Queijo Serra da Estrela observou uma queda de -7,1% entre 2015 e 2016 e o aumento de preço verificado entre 2013 e 2018 foi de apenas 3%.

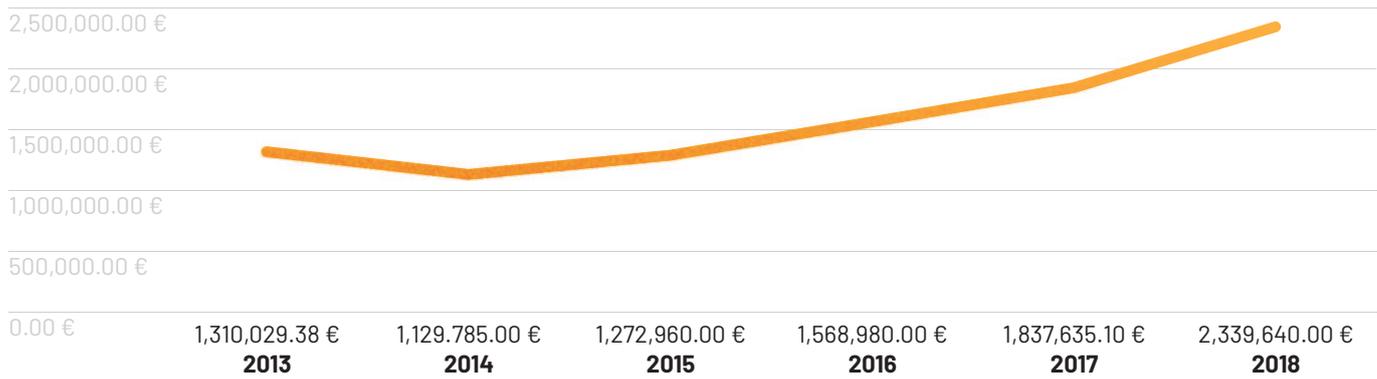


Gráfico 19: Evolução do Valor de Produção do Queijo Serra da Estrela entre 2013 e 2018
Fonte: DGADR, 2013-2018

O valor da produção do Queijo Serra da Estrela tem vindo a aumentar desde 2014 passando de 1.1 milhões de euros no ano 2014 para aproximadamente 2.3 milhões de euros no ano 2018. Em período homólogo verifica-se que a produção de queijo correspondeu a um crescimento de 48% (em unidades produzidas), o que justifica o incremento no volume de negócios, considerando que o preço se manteve praticamente inalterado desde o ano 2015 até ao ano 2018.

De acordo com os dados da DGADR, em 2018, o principal canal de escoamento do Queijo Serra da Estrela é a grande distribuição (hipermercados), através da qual foram comercializados 81,2% do Queijo Serra da Estrela. Os canais intermediários representam 15% do escoamento do Queijo

Serra da Estrela, no entanto, no relatório não é possível aferir se os intermediários correspondem ou não ao canal HORECA. Finalmente, as feiras representam apenas 3% das vendas dos queijos qualificados. O comércio tradicional, venda direta ao consumidor final e a restauração são canais de escoamento residuais do Queijo Serra da Estrela (0,3%, 0,3% e 0,2%, respetivamente). Desta forma, percebe-se que o Queijo Serra da Estrela (com Denominação de Origem Protegida) não é comercializado diretamente ao consumidor final, não existe qualquer referência a quantidades vendidas diretamente nas queijarias, bem como, a venda em feiras e certames não é representativa para a venda de queijo qualificado. O mercado do Queijo com DOP Serra da Estrela é, atualmente, o mercado da grande distribuição (supermercados e hipermercados).

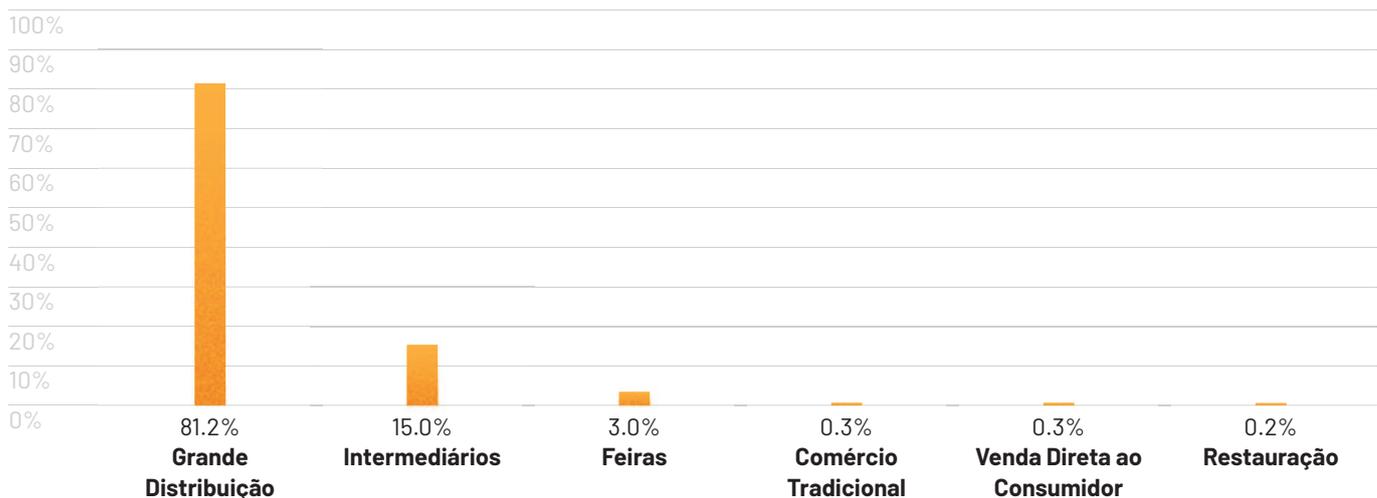


Gráfico 20: Modalidades de escoamento do Queijo Serra da Estrela, 2018
Fonte: DGADR, 2018

O mercado alvo do Queijo Serra da Estrela é o mercado nacional que representa 90% de todo o queijo com DOP que é comercializado. A comercialização do Queijo Serra da Estrela no mercado local (correspondente à área de produção deste queijo) é residual - apenas 2%. O mercado externo representa apenas 8% da comercialização de Queijo Serra da Estrela. Existem 3 queijarias que já exportam Queijo Serra da Estrela para Espanha, França, Luxemburgo, Reino Unido e Brasil.

Verifica-se ainda que a estratégia comercial adaptada por parte das queijarias é a da competição pelo preço mais baixo, tal como se pode depreender da análise à imagem apresentada em seguida. A disparidade de preços entre Queijos Serra da Estrela de diferentes produtores chega a ultrapassar os 10 euros de diferença.

O Queijo Serra da Estrela Velho (DOP) resulta da cura prolongada (superior a 120 dias) do Queijo Serra da Estrela amanteigado, sendo por isso mais duro, seco e quebradiço, com um sabor mais intenso, levemente picante e salgado. Historicamente o Queijo Serra da Estrela Velho resulta de Queijos Serra da Estrela amanteigados cujas características finais não foram completamente atingidas, passando por isso por um período de cura superior. Isto significa que, normalmente, não há produção consciente e estratégica de Queijo Serra da Estrela Velho, este é o resultado de Queijos Serra da Estrela menos "perfeitos". A sua produção não é sequer contabilizada no relatório oficial dos produtos com DOP nacionais da DGADR.

Não obstante, o Queijo Serra da Estrela Velho é um produto que apresenta maiores custos de produção devido à cura prolongada - de mão-de-obra e energéticos - bem como regista perdas de peso superiores face ao amanteigado. Dado o seu sabor apurado e marcante, é um produto que poderá não atrair o consumidor comum, sendo mais característico para nichos de mercado específicos.

As estratégias comerciais, de política de preços e de valorização do Queijo Serra da Estrela, comparativamente ao Queijo Serra da Estrela (amanteigado), são dispare e variáveis de produtor para produtor (tabela 8). De acordo com uma breve pesquisa realizada online, verifica-se que a diferença de preços (€/kg) entre o Queijo Serra da Estrela Velho e Serra da Estrela (amanteigado) varia entre 12% e 36%.

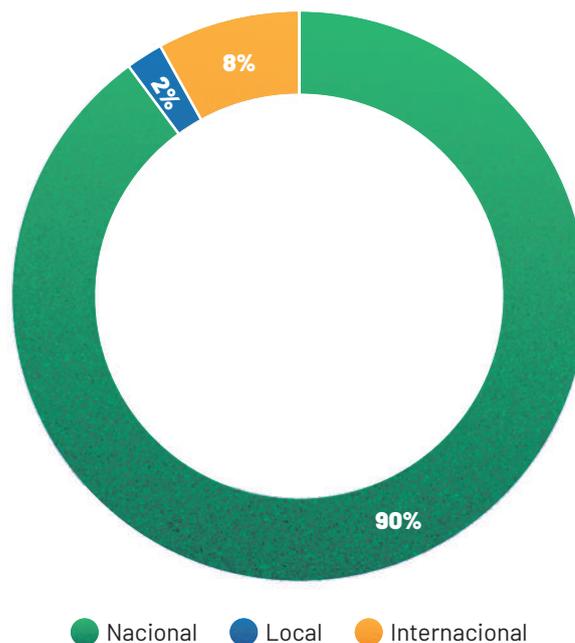


Gráfico 21: Mercado de destino do Queijo Serra da Estrela, 2018
Fonte: DGADR, 2018

Produtor	Preço do Queijo Serra da Estrela (€/kg)	Preço do Queijo Serra da Estrela Velho (€/kg)	Diferença Percentual
1	23,13 €	29,29 €	21%
2	21,54 €	28,00 €	23%
3	24,45 €	27,71 €	12%
4	19,47 €	23,53 €	17%
5	25,56 €	40,00 €	36%
6	25,00 €	30,00 €	17%

Tabela 8: Variação do preço por kg do Queijo Serra da Estrela e Queijo Serra da Estrela Velho entre diferentes produtores

O Requeijão Serra da Estrela com DOP (adiante designado por Requeijão Serra da Estrela) é o produto obtido por precipitação ou coagulação, pelo calor, das proteínas contidas no soro resultante da laboração do Queijo Serra da Estrela. Apresenta-se como uma massa cremosa e ligeiramente granulosa de cor branca. Os ingredientes utilizados e a área geográfica de produção são, naturalmente, coincidentes com o Queijo Serra da Estrela. Cada unidade de requeijão pode apresentar entre 150 a 400 g.

Segundo o Relatório de Produção, Preços e Comercialização dos produtos DOP/IGP/ETG de 2018 (DGADR), o Requeijão Serra da Estrela é produzido e comercializado por 9 queijarias, a partir do leite de 86 explorações pecuárias, tendo sido produzidas nesse ano 44.520 kg de requeijão.

Para o produto com DOP, o preço, em 2018, rondou os 1,10€/kg, sendo superior ao preço para produtos semelhantes, mas sem qualificação (0.80€/kg). O valor de produção para este produto em 2018 foi de 48.972€.

O Requeijão Serra da Estrela é comercializado na totalidade pelos próprios produtores, não se tendo identificado intervenção de agrupamentos. Em termos de modalidades de escoamento, a maior parte deste produto é comercializado nas grandes superfícies (95,8%), seguidas do comércio tradicional (3%). A quase totalidade do Requeijão Serra da Estrela (98%) é comercializada no mercado nacional (exterior à zona de produção).



De acordo com testemunho da Estrelacoop, no caso do Requeijão Serra da Estrela, os produtores raramente optam pela sua qualificação, dada a sua perecibilidade. O produto sem qualificação é escoado maioritariamente para os restaurantes e unidades de venda locais, pela dificuldade das condições de transporte e conservação deste produto. A entidade gestora reconhece a importância deste produto pois, apesar de ser um subproduto da produção do queijo, este é muito importante para a diversificação da atividade e melhoria da rentabilidade económica das queijarias. Embora ainda não existam dados disponíveis para o impacto da pandemia da COVID-19 no requeijão, dado o seu escoamento quase exclusivo através do canal HORECA local, prevê-se que o escoamento deste produto tenha sido fortemente afetado.

GESTÃO, CONTROLO E PROMOÇÃO

A gestão da DOP Serra da Estrela é uma competência da Estrelacoop, como já referido anteriormente. Cumpre a esta entidade efetuar o acompanhamento do processo de qualificação do queijo, apoiar na sua comercialização e valorização económica.

As mais antigas menções ao Queijo Serra da Estrela remontam ao século XII, tornando-o o mais antigo dos queijos portugueses. O Queijo Serra da Estrela é um produto de qualidade e diferenciação reconhecida por prémios já obtidos, nomeadamente no ano 2019, o Queijo Serra da Estrela Velho (com DOP) da Queijaria Vale da Estrela (Mangualde) foi galardoado com a Medalha de Prata no concurso de queijos internacional "Mondial du Fromage", realizado em França, um dos três concursos de queijo mais conceituados da Europa.



É, desde 2011, também uma das 7 Maravilhas da Gastronomia de Portugal, reconhecendo o seu sabor único. Mais recentemente, em 2020 o Queijo Serra da Estrela arrecada ainda o Prémio Cinco Estrelas – Regiões (inquérito nacional, com nomeações diretas pela população, que mede o grau de satisfação dos consumidores relativamente a produtos, serviços e marcas, identificando assim ícones nacionais gastronómicos, culturais e naturais de Portugal). O selo “Portugal Cinco Estrelas” constitui para os consumidores uma garantia de escolhas acertadas dos melhores produtos e serviços portugueses.



Fruto da história e prestígio conquistado pelo Queijo Serra da Estrela, verifica-se que alguns operadores utilizam indevidamente os termos “Serra” e “Serra da Estrela” para queijos que não são qualificados. A produção de queijos de ovelha amateigados, mas não qualificados na região, juntamente com a utilização abusiva da denominação Serra da Estrela, pelos próprios produtores e comerciantes dentro da área geográfica de produção, contribui para a desvalorização da denominação de origem, confundindo o consumidor em relação à imagem e valor percebido do Queijo Serra da Estrela.

O facto de existir um rótulo comum (selo DOP) do Queijo Serra da Estrela que é partilhado entre as queijarias, facilita a identificação visual do queijo com DOP, nos vários pontos de venda sem comprometer a imagem individual de cada queijaria (círculo amarelo, ou vermelho no caso do Queijo Serra da Estrela Velho, em torno da marca própria de cada produtor). A aposição da marca de caseína demonstra o compromisso da fileira na rastreabilidade do Queijo Serra da Estrela, reforçando a confiança perante o consumidor. São vantagens acrescidas do Queijo Serra da Estrela.

Relativamente às ações promocionais do queijo com DOP poderemos identificar diversas ações realizadas maioritariamente por entidades públicas, municípios, comunidades intermunicipais, associações de desenvolvimento e operadores privados.

Tratam-se de ações que são realizadas de forma individual e desgarrada de qualquer articulação ou estratégia comum de promoção e valorização do Queijo Serra da Estrela.

No cômputo geral da região da DOP da Serra da Estrela, foi possível identificar 10 feiras/mostras gastronómicas associadas à promoção do queijo e de outros produtos endógenos dos territórios, tais como o vinho e o fumeiro. No entanto, nestes eventos não se denota a valorização do queijo com DOP. Efetivamente, são realizadas feiras do queijo, mas não se tratam de eventos exclusivos para o queijo com DOP, pelo que, tal como já foi referido anteriormente, as feiras não são um canal representativo no que se refere aos canais de escoamento do queijo com DOP, estas representam apenas 3% do total de queijos comercializados.



É ainda possível identificar outras iniciativas de promoção do Queijo Serra da Estrela como, por exemplo, “Ser pastor por um dia”, promovido pelo Município de Seia, a Festa da Transumância, no âmbito do consórcio do Provere iNature, que aproximam os turistas da realidade dos pastores, eventos de showcooking com atuação de vários chefs de renome, sendo exemplo disso o evento “Queijo Serra da Estrela à Chef” promovido pela Comunidade Intermunicipal de Viseu Dão e Lafões.

A diversificação da atividade de produção de queijo por via do turismo é também uma estratégia que se tem vindo a desenvolver na região da Serra da Estrela, identificando-se operadores turísticos que promovem as suas unidades de alojamento com a inclusão de experiências associadas à pastorícia, à ordenha e à produção do queijo.

Um outro exemplo de sinergia entre o turismo e os produtos alimentares endógenos passou pelo Programa de Hosted Buyers no território das Beiras e Serra da Estrela. Este programa, promovido pela Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela, contemplou várias atividades relacionadas com a fileira do Queijo Serra da Estrela. Os participantes tiveram a oportunidade de visitar a Quinta Madre de Água, que possui queijaria com produção de leite própria. Na Quinta Madre de Água participaram na ordenha, acompanharam a chegada das ovelhas ao estábulo, observaram a sua alimentação e realizaram a experiência da ordenha com o acompanhamento do próprio pastor.

Verifica-se que as ações promocionais do Queijo Serra da Estrela são realizadas de forma não articulada entre as diferentes entidades públicas e privadas que intervêm no território, e não foi possível identificar uma estratégia de promoção e comunicação centralizada, por exemplo, na entidade gestora da DOP, tal como se verifica noutros países da União Europeia. A Estrelacoop não dispõe de web site próprio, comunicando apenas através da sua página de Facebook (<https://www.facebook.com/estrelacoop.coopprodqse/>).

Relativamente à presença digital, verifica-se que 41% das queijarias dispõem de website próprio com informação sobre os seus produtos e o método de fabrico do queijo que os consumidores podem consultar.

Em termos de vendas online, apenas 32% das queijarias com produção de Queijo Serra da Estrela apresentam loja online ou espaço dedicado no site para a realização de encomendas dos seus produtos.







DIAGNÓSTICO DE BENCHMARKING

CAMPANHAS PROMOCIONAIS INOVADORAS

O sucesso de fileiras de produtos com DOP depende da especialização, diferenciação e aplicação de estratégias de comercialização e marketing gastronómico, o que permite projetar uma imagem de qualidade e terroir. Na fileira dos Queijos com DOP da Região Centro verifica-se uma grande debilidade nas estratégias de comercialização e marketing, que são inexistentes ou ineficientes.

Como exemplos de sucesso na projeção de campanhas de promoção inovadoras distinguem-se os queijos com DOP Manchego, Parmigiano-Reggiano e queijos de Sardenha

QUEIJO MANCHEGO

Ciente da expansão da oferta de queijos com uma imagem semelhante, o Queijo Manchego, produzido na zona de Mancha, Espanha, desenvolveu uma campanha publicitária com o objetivo de dar a conhecer os elementos únicos diferenciadores e identificativos desta denominação de origem, tão valorizada pelo consumidor nacional e internacional. O principal meio de difusão da mensagem é uma campanha televisiva, a nível nacional, apoiada por um website criado especificamente para oferecer mais detalhe e informação mais específica acerca do Queijo Manchego, através de um vídeo de 80 segundos onde são apresentados o território manchego e o processo de produção (<https://unicoqueso-manchego.es/>).

O foco promocional na rotulagem do Queijo Manchego é a realização de campanhas promocionais televisivas nas quais é explicado como se distingue o Queijo Manchego de outros semelhantes.

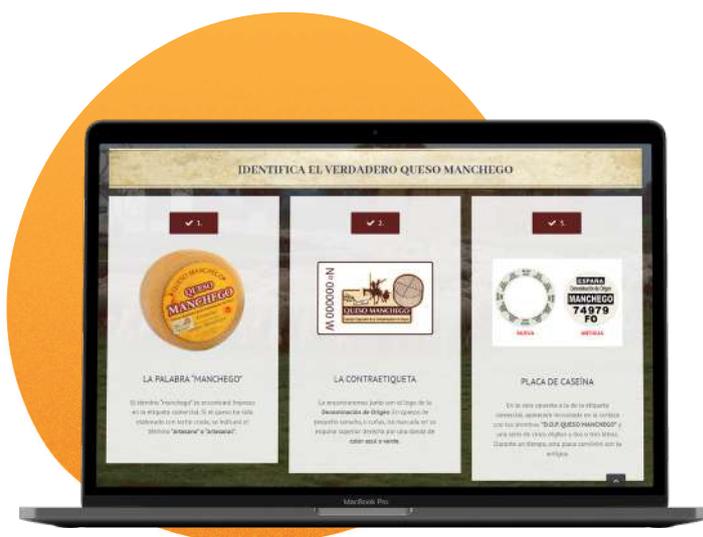


Figura 1: Exemplo de informação/conteúdos presentes no website promocional do Queijo Manchego. Fonte: <https://unicoquesomanchego.es/>

It is the concept encapsulated in the 'food of life' claim: the King of Cheeses, a genuine, natural, delicious Italian product, can be enjoyed at different times of the day and is a perfect ally for health and psycho-physical well-being. Rich in nutrients, it is indispensable for children's growth, for the health of teenagers and the elderly, and for providing energy for playing sports.

Riccardo Deserti
Diretor do Consórcio



Figura 2: Exemplo de campanha publicitária do Queijo Parmigiano-Reggiano com DOP. Fonte: <https://www.parmigianoreggiano.com/>

QUEIJO PARMIGIANO-REGGIANO

Em 2018, o Queijo Parmigiano-Reggiano foi considerado a DOP mais influente do mundo, de acordo com "The Most Influential Brands 2018", publicação da empresa IPSOS. De acordo com o estudo realizado, os consumidores percecionam o Queijo Parmigiano-Reggiano como um produto de confiança (por isso sentem-se confortáveis a publicitá-lo junto dos seus pares) e com valores que transpõem o próprio produto - o papel ativo na sociedade (promoção do país e promoção da sustentabilidade ambiental). É mais do que um produto, é um estilo de vida.

O mesmo estudo aclamou também o sucesso das estratégias de posicionamento da marca aplicadas pelo consórcio, criadas com o objetivo de transmitir aos consumidores os benefícios e vantagens do consumo do Queijo Parmigiano-Reggiano. O Consórcio aposta com fulgor nas atividades de promoção, marketing e relações públicas tendo investido para o efeito, em 2018, 20.3 milhões de euros.

QUEIJOS DE SARDENHA

Como exemplo de estratégia de promoção conjunta de várias denominações de origem destaca-se a iniciativa 3 Pecorini. O Projeto 3 Pecorini resulta de um esforço de cooperação entre os três consórcios para proteção dos queijos com DOP de Sardenha - Pecorino Romano, Pecorino Sardo e Fiore Sardo - com o auxílio concedido pela Região Autónoma da Sardenha. Este projeto tem como objetivo promover estes queijos na Europa e Estados Unidos.

O objetivo do projeto, com ações a decorrer por um período de 3 anos - de julho de 2017 a junho de 2020 - será dar a conhecer os três queijos, principalmente em Itália, Alemanha, Reino Unido, França e Estados Unidos, bem como consolidar a presença dos queijos com DOP de Sardenha nos mercados onde já se encontram estabelecidos e introduzi-los em mercados com maior potencial de desenvolvimento.



Figura 3: Exemplo de promoção conjunta - Projeto 3 Pecorini.
Fonte: <https://www.3pecorini.com/>



A base do projeto consiste no desenvolvimento de uma identidade comum e diferenciadora para os três queijos, com uma premissa muito simples: **“Não é uma ovelha qualquer. Não são os queijos habituais”**. As campanhas de promoção serão uma oportunidade de divulgação destes produtos, da sua história de produção artesanal e do espelhamento dos seus valores entre consumidores e especialistas nacionais e internacionais. O projeto engloba a realização de várias ações, com várias atividades de comunicação para empresas alvo e consumidor final, com mais de 1500 dias de exposições e 200 dias de ações de degustação em pontos de venda.

QUEIJO TÊTE DE MOINE COM DOP

Outro exemplo de forte aposta na promoção e estratégias de divulgação e comunicação é a DOP Queijo Tête de Moine na Suíça.

Para fortalecer a sua presença nos pontos de venda, a fileira Tête de Moine juntou-se com as fileiras dos queijos Emmental, Gruyère e Appenzeller para formar uma equipa de representantes (aproximadamente 50 pessoas). As equipas são responsáveis por visitar os pontos de venda de queijo (no mínimo 10 vezes por ano) e lojas com potencial interessante de forma a verificar a disponibilidade do produto, a sua apresentação, e a realização de medidas promocionais de forma a motivar a equipa de vendas a colocar os produtos em destaque. Foram aproveitadas principalmente ocasiões especiais, como o dia da mãe e o dia dos namorados para atualizar a oferta e garantir a presença todo o ano nas lojas.



Figura 5: Queijo Tête de Moine com DOP, Suíça
Fonte: <https://www.fromagesdesuisse.fr/fromages-suisses/assortiment/tete-de-moine-aop>

ATIVIDADES	Ações (Suíça e outros países)
FEIRAS	20 feiras para público em geral/ano Grüne Woche - Berlim, Mostra Internacional de Agricultura em Paris e cerca de 20 outras feiras
DEGUSTAÇÃO	Em pontos de venda nacionais durante 210 dias Na Alemanha 200 dias - França 240 dias - Benelux 72 dias Itália e Espanha, EUA, Rússia, Finlândia em colaboração com as casas do comércio
MARKETING TERRITORIAL	Oferta de raspadores, medidas de marketing comercial (panfleto), representação na Alemanha e participação em vendas com desconto
EVENTOS/PARTICIPAÇÕES	Festival Tête de Moine (competição de estátuas de feno, de queijos e tábua de queijos) Competição Saignelégier Saint-Martin Porrentruy Fair of Chainton Reconvillier
PROMOÇÃO	Concurso nacional de consumidores Visitas a queijarias Promoções na Alemanha e França Vencedor de atividades por loja (França e Bélgica) Oferta de produto e brochuras nos voos da companhia aérea SWISS Apoio a atleta suíço Rémi Couche
MEDIA	Campanhas na televisão, rádios nacionais, jornais de grande distribuição Campanha nacional de comunicação na França

QUEIJO DE SERPA COM DOP

Para a internacionalização de produtos agroalimentares, o desenvolvimento de campanhas de informação e promoção dos produtos são um passo importante. O Projeto Queijo Serpa Impulso à Internacionalização, foi criado com o objetivo de potenciar a internacionalização das PME produtoras de queijo de leite de ovelha do Baixo Alentejo, com destaque para o Queijo Serpa com denominação de origem protegida. Para além de contemplar a participação dos seus agentes em feiras nacionais e internacionais (Reino Unido, Espanha, França, Alemanha, Bélgica) e visitas de prospeção, supôs a criação de website e redes sociais (Facebook e Youtube), onde podem ser consultadas várias informações acerca dos queijos de ovelha do Alentejo, desde as características, fabrico, quais os produtos disponíveis, a região de origem, os produtores, sugestões de corte de queijo e de como servir (instrumentos e método), receitas e notícias do setor. O projeto contemplou também a criação de folhetos com informações sobre o Queijo Serpa em várias línguas (Português, Francês, Inglês, Espanhol e Alemão).



Figura 6: Queijo Serpa
Fonte: <https://www.serpacheese.com/projeto>

QUEIJO SERRA DA ESTRELA COM DOP

O Queijo Serra da Estrela Velho produzido pela Queijaria Vale da Estrela é, desde outubro de 2019, parte integrante no menu da autoria do Chef Vítor Sobral oferecido a bordo dos voos da TAP. A parceria permite a difusão da gastronomia portuguesa com alcance internacional, dado a conhecer aos milhares de passageiros da TAP as suas características únicas.



Figura 7: Queijo Serra da Estrela Velho (DOP) a bordo da TAP
Fonte: <https://www.valedaestrela.pt/queijo-tap/>

Figura 8: Campanha publicitária "Say Azores Cheese"
Fonte: <http://sayazorescheese.eu/>



QUEIJO DE S. JORGE COM DOP

O Queijo de S. Jorge, denominação de origem protegida dos Açores, é produzido, armazenado, curado e embalado pela Uniqueijo – União de Cooperativas Agrícolas de Lacticínios de S. Jorge. A fileira do Queijo de S. Jorge é constituída também por quatro outras cooperativas associadas: a Cooperativa Agrícola de Lacticínios de Norte Pequeno (posto de leite), Finisterra – Cooperativa de Lacticínios do Topo, Cooperativa dos Lourais e Cooperativa da Beira. A Uniqueijo, entidade gestora do Queijo de S. Jorge, dispõe de instalações que permitem um controlo rigoroso dos produtos, sendo apoiada por dois laboratórios.

O Queijo de S. Jorge encontra-se disponível com cura de 3, 4, 7, 12 e 24 meses em formato inteiro (10 kg), quartos, cunhas de 400 g bem como o centro do queijo (rolo) e ralado embalado em atmosfera protetora (estes disponíveis com cura mínima de 4 meses).

A denominação de origem Queijo de S. Jorge, juntamente com outros queijos do arquipélago, encontra-se atualmente a desenvolver o projeto EU FREE GRAZING DAIRY, a par com o slogan "Enjoy it's from Europe", com o objetivo de promover no Canadá o queijo produzido a partir de animais que são criados nas pastagens dos Açores. A campanha promocional "Say Azores Cheese) para entrada neste novo mercado baseia-se na importância social, ambiental e económica da atividade de produção de queijo nos Açores.

- Indústrias modernas e inovadoras;
- Pastagens sustentáveis 365 dias por ano;
- Explorações familiares de pequena dimensão;
- Qualidade microbiológica do leite (alegando que animais não confinados apresentam menores índices de microrganismos no leite);
- Leite com elevados níveis de ómega-3 devido à alimentação dos animais com erva fresca;
- Bem-estar animal;
- Produto de excelência – "Marca Açores".

ICONS OF EUROPEAN TASTE

O projeto Icons of European Taste, foi criado com o objetivo de juntar produtores de Presunto de San Daniele com DOP, Queijo Grana Padano com DOP e Presunto de Parma com DOP numa campanha promocional financiada pela União Europeia (programa Enjoy It's From Europe), através da participação em vários eventos em conjunto. No website podem ser encontradas várias informações referentes aos produtos, os eventos e receitas (<https://www.iconsofeuropeantaste.eu/>).



Figura 9: Locais de origem das DOP Presunto de San Daniele , Queijo Grana Padano e Presunto de Parma
Fonte: <https://www.iconsofeuropeantaste.eu/>

FATORES DE DIFERENCIAÇÃO DO PRODUTO

Os produtos protegidos com indicações geográficas mereceram este selo fruto da sua história de produção, ligação com o meio ambiente e saber-fazer transmitido de geração em geração até aos dias de hoje. No entanto, fruto das alterações ambientais, sociais e económicas, muitas especificidades dos produtos e métodos de produção foram mutando e evoluindo. A preservação das especificidades de cada produto é essencial não só para a sua qualidade, mas também para efeitos de imagem e comunicação.

Na produção de queijos com denominação de origem identificam-se dois fatores de diferenciação:

- utilização de leite cru e obrigatoriedade de critérios específicos de transformação: leite que não foi sujeito a processos de termização ou pasteurização, mantendo por isso a sua microflora natural e característica;
- utilização de raças leiteiras autóctones: alimentadas em grande parte com os recursos da região de origem.

Estes dois fatores permitem a diversidade e diferenças competitivas dos produtos, tornando cada queijo único confirmando indubitavelmente a sua ligação ao território.

Através da leitura de vários cadernos de especificações referentes aos queijos com DOP e IGP de França, Itália, Espanha, Reino Unido e Portugal, à data de concretização do presente Plano Estratégico e de Marketing, verifica-se que em Portugal todos os queijos qualificados são produzidos com leite cru, independentemente da espécie animal utilizada. Itália é o país onde a percentagem de queijos qualificados produzidos a partir de leite cru é inferior (apenas 35%). Este fator diferenciador poderá ser um ponto chave nas estratégias de comunicação dos Queijos com DOP do Centro.

País	Leite			
	Cru	Tratado termicamente ¹	Possibilidade de leite cru ou tratado termicamente	Omisso ²
Espanha	46%	11%	43%	0%
Itália	35%	8%	45%	13%
França	66%	2%	25%	7%
Reino Unido	24%	29%	29%	18%
Portugal	100%	0%	0%	0%

1. Tratado termicamente: sujeito a termização ou pasteurização;
2. Omisso: não indicado/clarificado no caderno de especificações

Tabela 24: Possibilidades de tratamento do leite utilizado na confeção dos queijos qualificados.

Em matéria referente à utilização de raças leiteiras autóctones para a confeção de queijos qualificados, Portugal já não será tão rígido. Apenas 3 queijos exigem explicitamente a utilização exclusiva de raças autóctones: Queijo de Cabra Transmontano (cabra Serrana), Queijo Serra da Estrela (ovelha Serra da Estrela e Churra Mondegueira) e Queijo Terrincho (ovelha Churra da Terra Quente). Nos restantes essa informação ou é omissa, ou seja, não há qualquer referência a raças (4), permitem a utilização simultânea de raças autóctones e/ou exóticas (4) ou referem vagamente algumas raças

específicas, nomeadamente na seção referente à ligação do produto com o meio, embora não especifiquem nem obriguem à sua utilização.

Dos cinco países estudados, França e Espanha serão os países com maior número de queijos qualificados com obrigatoriedade de raça autóctone (48% e 43% respetivamente).

País	Raças				
	Autóctones	Exóticas	Possibilidade de utilização de raças Exóticas e/ou autóctones	Omisso	Refere raças, mas não obriga a utilizar
Espanha	43%	7%	46%	4%	0%
Itália	13%	3%	23%	63%	0%
França	48%	0%	27%	18%	7%
Reino Unido	29%	0%	6%	59%	6%
Portugal	21%	0%	29%	29%	21%

Tabela 25: Percentagem de utilização de raças autóctones.

RAÇA

A utilização de raças autóctones como fator diferenciador do produto final – queijo – é uma estratégia de promoção e marketing utilizada pela maior parte das fileiras de queijos com DOP. As raças autóctones transpõem uma imagem de produtos artesanais e locais, características procuradas atualmente pelos consumidores. Para além disso o leite destas raças, quando criadas em sistemas maioritariamente extensivos, apresenta normalmente valores de proteína e gordura mais interessantes para a produção de queijo, apesar da menor quantidade de leite produzida.

Os queijos Manchego, Fiore Sardo e Idiazabal são exemplos de denominações de origem que utilizam raças de ovinos autóctones.

A utilização e preservação das raças autóctones para os queijos com DOP, é tão crucial que várias entidades gestoras e concelhos reguladores já desenvolveram estratégias para o controlo deste fator. Neste âmbito destaca-se o Queijo Idiazabal, pelo desenvolvimento de um teste de ADN que permite confirmar que o leite destinado à elaboração do queijo Idiazabal tem origem nas raças autóctones Latxa e Carranzana.

Outro exemplo da preservação da raça autóctone pode encontra-se na Sardenha. Os cadernos de especificações dos queijos Pecorino Romano e Pecorino Sardo não exigem a utilização da raça Sarda. No entanto, reconhecendo a necessidade de preservar a sua raça autóctone, os consórcios do Queijo Pecorino Romano e Pecorino Sardo irão pedir alterações aos atuais cadernos de especificações para colocar a obrigatoriedade de exploração da raça Sarda para a produção de leite (atualmente esta obrigação só se verifica para o Fiore Sardo).



Figura 10: Da esquerda para a direita: raça Manchega (Queijo Manchego), raça Sarda (Fiore Sardo), raça Latxa e raça Carranzana (Queijo Idiazabal).
 Fonte: <https://www.agrodigital.com>; <https://it.3pecorini.com>; <https://www.pinterest.com.au/pin/626985579343456915/>; <https://www.oviespana.com>

ESPECIFICAÇÕES DA PRODUÇÃO

No mercado saturado dos produtos lácteos, os agentes do setor procuram diferenciar-se através da aplicação de especificidades de produção do queijo, desde requisitos de produção animal, até à transformação do queijo.

Como exemplo destaca-se o Queijo Parmigiano-Reggiano, queijo de vaca italiano que, apesar da disseminação e vulgarização da sua imagem, é um produto de grande especificidade. É um produto artesanal, com um código de práticas muito específicas:

- proibição de alimentação de animais com silagem (alimentos fermentados);
- ordenha duas vezes por dia;
- a utilização de culturas starter naturais;
- a forma natural de retirar a gordura do leite;
- dois anos de maturação

Estas particularidades distinguem o queijo Parmigiano-Reggiano do seu conterrâneo mais próximo e semelhante, a DOP Grana Padano. A sua entidade gestora – Consórcio do Queijo Parmigiano-Reggiano – encontra-se bem organizada nos seus esforços de promoção para destacar os aspetos culturais e tradicionais. Para além da promoção e controlo/melhoramento da produção do queijo, o consórcio desenvolveu também um regulamento para a alimentação dos animais, para a aplicação das marcas de rastreabilidade, uma lista de produtores de alimentação animal aprovados, bem como certifica a origem e a qualidade do queijo que é exportado.



Figura 11: Queijo Parmigiano Reggiano e Queijo Grana Padano
Fonte: <https://www.parmigianoreggiano.com/download-area/>; <https://vinhosemsegredo.com/2012/06/07/harmonizacao-queijo-grana-padano/>

Outro exemplo de especificações de produção é a DOP Tête de Moine, da Suíça. Para proteger a denominação, os agentes da fileira desenvolveram também um regulamento específico para as queijarias com produção própria de leite: produção sazonal, biológica, onde está interdita a descorna dos animais, sendo apenas autorizada a laboração máxima de 500 litros de leite por dia em tanque de cobre sobre lenha.

A utilização de leite cru na transformação do queijo é uma das particularidades de alguns queijos com DOP, sendo um dos elos de ligação entre os produtos e o território, pelo conjunto de práticas que são aplicadas na sua conservação, bem como pelo distinto sabor do queijo originado a partir da flora microbiana específica do leite, que não é eliminada por pasteurização. Para a maioria dos profissionais, o leite cru deve ser considerado como uma fonte de diferenciação e de avaliação, não como uma restrição. Esta mensagem deve ser transmitida entre todos os operadores da fileira e, obviamente, com os consumidores.

utilização do fator “leite cru” como elemento de diferenciação de oferta verifica-se, por exemplo, nos queijos com DOP Crottin de Chavignol e Camembert de Normandie, que assim se diferenciam de produtos semelhantes não qualificados.



Figura 12: Crottin de Chavignol DOP com referência ao leite cru
Fonte: <https://www.refletsdefrance.fr>

SENSIBILIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES PARA AS DOP

Em Portugal não se identificam estratégias de divulgação e sensibilização dos consumidores para o significado das denominações de origem, indicações geográficas protegidas e tradições especiais garantidas, pelo que ainda se verifica algum desconhecimento destes selos e das vantagens que estes podem trazer para ambos os produtores e consumidores.

Pelo contrário, em França identifica-se a iniciativa Fromages AOP (fromages-aop.com): website francês criado por duas associações francesas intimamente ligadas à fileira dos queijos com DOP em França - o Conseil National des Appellations d'Origine Laitières (CNAOL) e o Centre National Interprofessionnel de l'Économie Laitière (CNIEL).

Fromages APO explica de uma forma dinâmica e didática, através de texto, imagens e vídeo, a história e conceito de produtos DOP, os seus valores e também as fichas técnicas de todos os queijos DOP franceses, separadas por queijos de vaca, ovelha e cabra.

Nas fichas técnicas de cada um dos produtos é indicado também sugestões de harmonizações com vinhos e outros alimentos (pão, frutos secos, etc.) bem como técnicas de corte para cada queijo e sugestões de receitas que utilizam o queijo em questão. A página dispõe ainda de um local onde os consumidores podem sugerir receitas com os queijos com DOP. No website podem ainda encontrar-se notícias sobre os queijos com DOP franceses e todos os eventos onde estão presentes. Por fim, no website podem ainda ser encontrados jogos, nos quais os consumidores podem tentar posicionar cada DOP na sua região de origem.

A página encontra-se em francês, no entanto apresenta também versão em inglês e alemão, apelando a vários mercados.



Figura 13: Exemplos de vídeos explicativos sobre o significado e importância das denominações de origem
Fonte: <https://www.fromages-aop.com/>

O embalamento e a apresentação são elementos chave para a imagem do produto, embora sejam muitas vezes subestimados. Têm como funções atrair a atenção dos consumidores, publicitar os benefícios e ingredientes do produto, proteger e permitir a conveniência da utilização de um produto.

APRESENTAÇÃO DOS PRODUTOS

Os produtos DOP, IGP e ETG. regem a sua produção por cadernos de especificações, de forma a manterem as suas características originais ao longo dos tempos. No entanto, alguns critérios, desde que não alterem as características físico-químicas e sensoriais dos produtos, deverão evoluir no sentido de responderem às tendências de mercado como, por exemplo, a procura de produtos de menor tamanho e fácil consumo.

QUEIJOS COM DOP DE SARDENHA

Os consórcios das várias fileiras de queijo com DOP devem desempenhar um papel muito ativo no âmbito da evolução das denominações de origem que representam. No caso dos queijos com DOP de Sardenha, foram pedidas várias alterações aos cadernos de especificações para adequar estes queijos ao mercado, sem sacrificar a qualidade e a autenticidade, no que toca a formas de apresentação. Como exemplo nesta fileira destaca-se a queijaria Argiolas Formaggi, que comercializa queijos com DOP de Sardenha em várias formas de apresentação (inteiros, em porções, ralados, em snack), e com designs apelativos.



Figura 14: Queijos com DOP de Sardenha ralados Argiolas Formaggi
Fonte: <https://www.argiolasformaggi.com/grattugiati/>



Figura 15: Queijo Comté com DOP de 18 meses de cura, ralado e em fatias.

QUEIJO COMTÉ

Na denominação de origem Queijo Comté, a simbiose entre os agentes da fileira e especialistas de marketing traduziu-se na ampla gama de produtos criada, adaptada a vários tipos de consumidores: queijos com 18 meses de cura e 24 meses de cura e várias formas de apresentação, com o intuito de responder às atuais tendências de mercado de procura por produtos de fácil consumo, como queijo ralado para uso culinário e queijo fatiado.

QUEIJO TÊTE DE MOINE

Outro exemplo de apresentação diferenciadora é a desenvolvida pelo queijo com DOP Tête de Moine. Este queijo não deve ser cortado para consumo à fatia, mas sim seccionado em finas rosetas com um aparelho criado especificamente para esse efeito: a Girolle[®] ou Pirouette[®]. Este tipo de corte não só altera a estrutura da pasta, mas também potencia o sabor do queijo, pelo maior contacto com o ar.

A PIROUETTEbox é uma embalagem funcional que contém um instrumento para fatiar o Queijo Tête de Moine em rosetas, bem como uma cobertura de forma a ser conservado no frigorífico. O instrumento vem sempre acompanhado com metade de queijo Tête de Moine. O instrumento é reutilizável e a lâmina é lavável, tem um tamanho pequeno, ideal para oferecer. É um produto exclusivo da Suíça e feito a partir de materiais 100% recicláveis. Para além da Pirouettebox a DOP Tête de Moine disponibiliza ainda uma máquina de aço inoxidável criada para fatiar o queijo em rosetas (Rosomat[®]).



Figura 16: Exemplos de embalagem e apresentação do Queijo Tête de Moine
Fonte: <https://www.maisondelatetedemoine.ch>

TI PIACE

A marca de petiscos gourmet Ti Piace, de Joseph e Dulce Elderink, nasceu da necessidade de valorização do seu produto principal, o leite de vaca, produzido na vacaria na Herdade das Pedras, Alentejo. Na queijaria, o leite de vaca não só é transformado em queijo, como o queijo resultante é valorizado pela sua combinação com outros alimentos (azeitonas, cogumelos, figos, pimentos...), sendo por isso a Queijaria Tipiace um bom exemplo de segmentação de produto.



Figura 17: Exemplo de Segmentação de produto:
Pérolas de Queijo e Cogumelos Recheados.
Fonte: <http://www.tipiace.pt/produtos.html>

A SIMBIOSE DAS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS/GASTRONÓMICAS E DOS PRODUTOS AGROALIMENTARES ENDÓGENOS

O desenvolvimento de simbioses entre serviços e produtos é uma estratégia de valorização dos produtos agroalimentares endógenos em territórios rurais de baixa densidade. Estas experiências permitem aos consumidores aceder à cultura dos territórios de uma forma mais completa e imersiva, pela interação com os produtores, transformadores, chefs, entre outros.



Figura 18: Experiência Le Maison du Gruyère
Fonte: <https://www.lamaisondugruyere.ch>

LE MAISON DU GRUYÈRE

Le Maison du Gruyère foi a primeira queijaria da Suíça com experiências turísticas ligadas ao setor do queijo. Foi criada em 1969 (inicialmente designada Laiterie de Gruyères) com o objetivo de promoção do Queijo Gruyère com DOP e a sua área geográfica de produção. No ano de inauguração atraiu 100.000 visitantes. Dada a idade das instalações, nos anos 90 a queijaria foi sujeita a obras e levou à construção de uma nova queijaria, abrindo as suas portas no ano de 2000. As novas instalações foram dotadas de novas tecnologias, novas câmaras de cura e um museu interativo com uma galeria que permite aos visitantes ver o processo de produção ao vivo 3 a 4 vezes ao dia. Para além disso o local dispõe também de uma loja (Marché Gruérien) onde se pode adquirir o queijo, artesanato local e lembranças, e ainda um restaurante. No restaurante podem ser degustados pratos com Queijo Gruyère, bem como especialidades regionais confeccionadas com produtos locais.

Em 2015 Le Maison du Gruyère recebeu 650.000 visitantes, sendo que 150.000 visitaram a exibição “Queijo Gruyère com DOP., uma viagem ao centro dos sentidos” (Gruyere PDO, a journey to the heart of senses). A visita, com uma duração de 30-45 minutos, decorre com áudio e fones, disponível em 13 línguas. Le Maison du Gruyère é ainda a sede da Interprofissão do Queijo Gruyère, que junta os produtores de leite, queijeiros e afinadores.

urante o Verão Le Maison du Gruyère tem uma parceria com outra queijaria, Moléson-sur-Gruyère, através da iniciativa de Le Sentier des fromageries, uma rota de queijos que consiste em dois trilhos que permite aos visitantes desfrutarem da herança cultural e paisagística da fileira do Queijo Gruyère (pastos, chalets, etc.).

RESTAURANTE RACLETT'HOUSE CHEZ EDDY, SUÍÇA

A valorização comercial de produtos como os queijos com DOP exige uma estratégia de marketing coletiva e baseada nas comunidades locais, que devem ser protagonistas e beneficiárias. Os restaurantes e hotéis locais são, assim, canais importantes para o escoamento e promoção dos produtos agroalimentares endógenos.

Como exemplo de simbiose entre restauração e produtos endógenos identifica-se o restaurante Raclett'house Chez Eddy, em Bruson, no cantão de Valais, Suíça.

Pequeno restaurante em Bruson que serve o Queijo com DOP Raclette de Valais na sua forma tradicional: o queijo é aquecido e raspado diretamente para o prato. O dono é conhecido na região pois é delegado em feiras nacionais e internacionais e festivais da associação interprofissional Raclette du Valais AOP (entidade gestora do queijo). O restaurante está aberto todo o dia e todo o ano e para além do queijo serve também outros produtos e pratos típicos (fondue servido em 8 variedades e carnes curadas). Os produtos do restaurante podem ainda ser comprados no local ou online no site do restaurante.



Figura 19: Logótipo Restaurante Chez Eddy.
Fonte: <https://www.racletthouse.ch/>

SAVEURS DU VALAIS

A iniciativa Saveurs du Valais (<https://www.valais.ch/fr/activites/gastronomie-terroir/restaurants-saveurs-du-valais>) é uma associação promovida pela Câmara de Agricultura de Valais, Gastrovalais (associação de restaurantes) e a associação dos hotéis de Valais, criada em 2017 com o objetivo de promover os produtos típicos de Valais e valorizar os produtores, transformadores e restaurantes. A associação envolve 48 restaurantes no cantão, que servem pelo menos 3 pratos e 2 sobremesas baseadas nos produtos com DOP e IGP de Valais, 8 vinhos e uma seleção de queijos e carnes curadas de Valais. Os restaurantes que participam na iniciativa são reconhecidos por um selo colocado na porta dado pela associação, que regularmente controla se os critérios de adesão são cumpridos.



Figura 20: Catálogo de restaurantes Saveurs du Valais
Fonte: <https://www.valais.ch/fr/activites/gastronomie-terroir/restaurants-saveurs-du-valais>

FEIRAS DE QUEIJO – FEIRA NACIONAL DE QUEIJO, TRUJILLO

A Feira Nacional de Queijos de Trujillo (Cáceres, Espanha) realiza-se na primeira semana de Maio, na cidade de Trujillo (Plaza Mayor), contando com mais de 34 edições. Neste evento, para além da alargada e diversa montra de queijos artesanais, podem também ser apreciados outros produtos, como vinho e cerveja.

Na edição de 2019, o certame envolveu 81 expositores em 108 stands, 550 variedades de queijo, 200.000 visitantes e criação de 50 empregos na sua organização.

Os produtores de queijo participantes na feira são maioritariamente produtores pecuários de cabras e ovelhas que fabricam o seu próprio queijo (atividade vertical). A produção destes queijos será artesanal, sendo a Feira um ponto importante de venda e promoção para estes produtores.

Apesar da grande variedade de queijos presentes na feira, são essencialmente três queijos os grandes protagonistas: os três queijos com D.O.P. da região da Extremadura: Torta del Casar (queijo de ovelha), Quesos de la Serena (queijo de ovelha) e Queijo Ibores (queijo de cabra). Para além dos queijos da Extremadura podem ainda ser encontrados queijos de outras regiões de Espanha, bem como queijos de origem internacional, sendo todos os anos a organização convida um novo país produtor de queijo para o certame.



Figura 21: Feira Nacional de Queijo, Trujillo, Espanha
Fonte: http://pt.elperiodicoextremadura.com/noticias/distrito-do-caceres/xxxiv-feria-do-queijo-contara-com-uma-centena-expositores_134199.html



Figura 22: Ticket de degustação
Fonte: Própria

A Feira Nacional de Queijos de Trujillo é mais do que um evento de mostra e degustação de queijos. O Queijo é também protagonista noutras atividades, destacando-se:

- Oficinas de produção de queijo (para crianças de idade escolar e também para adultos);
- Demonstrações de elaboração de queijo artesanal, com leite de ovelha cru, coalho e sal;
- Integração dos restaurantes de Trujillo, que desenvolvem menus onde o queijo é o principal protagonista desde as entradas até à sobremesa;
- Organização de concurso de queijos, com atribuição de prémios de muito prestígio e importantes para efeitos promocionais, com quatro categorias (queijo de ovelha de pasta dura e pasta mole; queijo de cabra de pasta mole e pasta macia). No ano de 2019 foi alcançado um novo recorde, com 95 queijos participantes neste concurso.

O comité executivo da feira é definido anualmente, sendo composto por representantes de diferentes entidades e profissionais independentes (por exemplo: municípios, Ministérios, entidades gestoras das DOP, associações comerciais, fábricas de queijo).

Em termos de apoios da Feira identificam-se as seguintes entidades:

- Mrgt: empresa de organização de eventos para empresas e profissionais;
- Cajal Mendralejo: seguradora (?)
- Turismo Y Tauromaquia (Diputación de Badajoz)
- Diputación de Cáceres
- Trujillo (Deja que comence la magia)
- Junta de Extremadura

Para as degustações foi criado um sistema de tickets, através dos quais é possível provar queijo, vinho ou cerveja. Cada degustação (ou tapa) tem o custo de 0,50€ (algumas ligeiramente superior), sendo que cada ticket permite 10 degustações. Estes tickets serão comercializados em vários stands no recinto da feira durante os 4 dias de feira (não havendo limite de tickets por pessoa), ou com alguns dias de antecedência nos escritórios da Institución Ferial de Trujillo.

ESTRATÉGIAS DE COORDENAÇÃO E MANUTENÇÃO DE UMA FILEIRA AGROALIMENTAR

ESTUDOS DE MERCADO

Para o sucesso de uma fileira agroalimentar com DOP é essencial o conhecimento do produto, dos mercados, presença e da concorrência. O setor agroalimentar caracteriza-se pela sua fluidez e flutuação constantes, pelo que será necessário um estudo e análise frequente das suas dinâmicas e evolução, bem como o acompanhamento dos indicadores técnicos e económicos de cada uma das denominações de origem, para planeamento e decisão.

QUEIJOS FRANCESES

A fileira do Queijo Rocamadour com DOP consulta e revê frequentemente os seus eixos de desenvolvimento descritos num plano de comunicação que inclui todas as informações referentes à fileira: entidade gestora, setor, produto, mercados, consumidores, ações estratégicas passadas, diretrizes estratégicas de marketing e comunicação do produto, com objetivos e metas. É um setor eficiente, com uma produção de 1070 toneladas (2015) e um crescimento regular anual de 2 a 3%.

Alguns setores de queijos franceses com DOP, como o Cantal, Comté e Reblochon, criaram um sistema de partilha de informação de dados, embora com estrita confidencialidade. Os dados recolhidos (litros recolhidos, volumes de queijo produzido e comercializado, preços) têm como objetivo permitir estudos económicos, permitindo aos responsáveis das entidades gestoras e de controlo a tomada de decisões estratégicas e medidas corretivas adequadas.



Figura 23: Queijo Rocamadour
Fonte: https://rians-restauration.com/sites/default/files/images/produits/rocamadour_300.jpg

ESTUDO SOBRE MARKETING DIGITAL – FUNDAÇÃO QUALIVITA

A fundação italiana Qualivita é uma entidade com vasta experiência técnica e científica na temática dos sistemas de qualidade do setor agroalimentar, em particular dos produtos com DOP, IGP e ETG reconhecida pelo ministério italiano das Políticas Agro-alimentares e Florestais.

Durante o ano de 2019 realizou o projeto WEB DOP, a primeira pesquisa sobre a presença on-line e atividade digital dos produtos com denominações de origem italianas, através de inquéritos às entidades gestoras/consórcios dos vários produtos, bem como monitorização dos vários canais digitais das denominações e indicações geográficas. O objetivo do estudo foi reunir informações capazes de promover estratégias de promoção, proteção e marketing digital destes produtos. Os resultados do trabalho podem ser consultados no seguinte link: <https://www.qualivita.it/wp-content/uploads/2019/03/WEB-DOP-REPORT.pdf>.



Figura 24: WEB DOP Qualivita.
Fonte: <https://www.qualivita.it/news/qualivita-web-dop-i-big-data-digitali-sulle-dop-igp-italiane/>

Os resultados do estudo revelaram um aumento da presença online dos produtos DOP/IGP alimentares italianos, sendo que 62% destes produtos apresentam website oficial e 53% redes sociais oficiais (aumentos de 23% e 63% respectivamente nos últimos dois anos). As entidades gestoras reconhecem que os websites são importantes cartões de visita dos produtos e que as redes sociais são uma ferramenta poderosa para a difusão da informação, que devem apresentar não só iniciativas promocionais pontuais, mas atividades fruto de programação anual. Verifica-se também um grande recurso a influencers. As ações de divulgação online não só são dirigidas aos consumidores, mas também a operadores e distribuidores.

ORGANIZAÇÃO DE FILEIRA

ASSOCIATION DE GESTION DES ODG LAITIERS NORMANDS



Figura 25: Queijos com DOP da Normandia
 Fonte: <https://www.routedesfromagesdenormandie.fr>

Em França, a dinâmica das negociações a montante e a jusante do setor leiteiro conduziu à criação de organizações e associações de produtores. Esta organização permite às entidades gestoras a negociação equilibrada entre produtores e transformadores, com o objetivo de valorização do produto. Neste caso destaca-se o setor com DOP da Normandia, que inclui os queijos Camembert de Normandia, Pont-L'Evêque, Livarot e Neufchâtel, pela criação da ASSOCIATION DE GESTION DES ODG LAITIERS NORMANDS (Associação de Gestão das Entidades Gestoras Leiteiras da Normandia). Esta associação realiza ações comuns às três DOP, como gestão, promoção e estudos, em estreita relação com as associações de produtores, permitindo fazer progressos relativamente à reavaliação do preço do leite pago aos produtores e ao prémio do leite para queijos com DOP face ao leite convencional. A associação possibilita reunir recursos humanos, técnicos e financeiros e sua missão é promover os 4 queijos com DOP da Normandia.

QUEIJO ROQUEFORT

Outro exemplo de sucesso de organização de fileira é o modelo da denominação de origem Roquefort. Desenvolvido nos séculos 19 e 20, face à falta de leite de ovelha na região, o modelo orientou-se para a intensificação e mecanização da atividade. Face ao excesso de leite produzido os atores foram obrigados a diversificar a sua produção. Correndo o risco de perder as características originais do queijo Roquefort, a fileira foi a primeira em França a desenvolver sistemas de controlo e melhoria da qualidade dos produtos. A fileira é composta por dois tipos de atores principais: produtores de leite e queijeiros industriais, representados pelas Federação Régionale des Syndicats d'Éleveurs de Brebis e Fédération des Syndicats des Industriels de Roquefort, respetivamente. Estes mantêm uma relação próxima e estruturada, através da negociação anual do preço do leite, de acordo com a qualidade e o mercado. O poder de cada um dos intervenientes é equilibrado, uma vez que o peso da votação é igual e as decisões são tomadas por unanimidade. Em 1930 as duas federações criaram a Confédération de Roquefort, organização interprofissional e entidade gestora de denominação de origem Roquefort até aos dias de hoje.



Figura 26: Queijo Roquefort
 Fonte: <http://www.soyez-roquefort.fr/>

INVESTIGAÇÃO

Dada a importância dos produtos agroalimentares com DOP/IGP ou ETG para o dinamismo dos territórios rurais, o constante desenvolvimento de investigação sobre os mesmos é crucial para a sua sobrevivência, para melhorar a sua qualidade e capacidade de resposta a questões de segurança alimentar, gestão da atividade e mercados, oferecendo aos agentes da fileira melhor qualidade de vida.

FROMAGES DE TERROIRS

Como exemplo de investigação de queijos com DOP, destaca-se a Rede Tecnológica Fromages de Terroirs (<http://www.rmtfromagesdeterroirs.com/>). É uma rede de operadores franceses – entre produtores e comunidade de investigação – qualificada em 2008 pelo Ministério da Agricultura e Pescas, criada com o objetivo de organizar e interligar recursos humanos para promover o intercâmbio entre investigadores e indústrias de queijo locais, gerando projetos que atendam as necessidades do setor. O seu trabalho resulta em materiais de interesse coletivo para os vários atores da fileira: conhecimento científico e técnico, desenvolvimento de ferramentas e apoio técnico (apoio à decisão, por exemplo), redação de manuais, entre outros.

Atualmente a rede Fromages de Terroirs trabalha em temas como a microflora do leite e queijo, gestão de recursos alimentares (pastagens), impacto das condições de fabrico no queijo, sustentabilidade e perceção do consumidor.

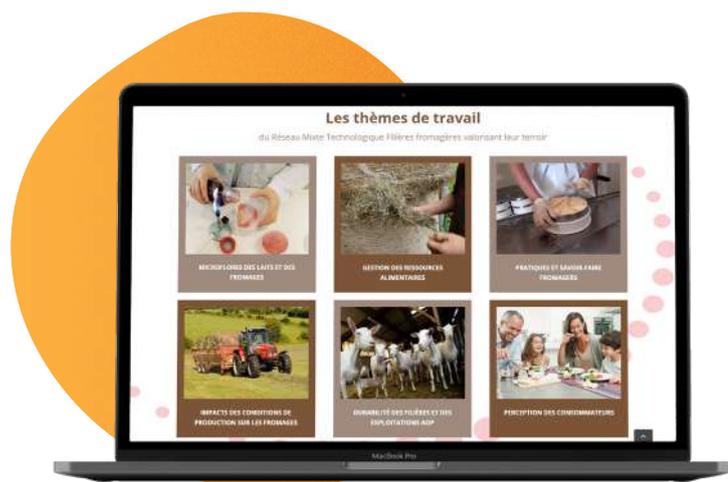


Figura 27: Áreas de Investigação
Fonte: <http://www.rmtfromagesdeterroirs.com/>

FORMAÇÃO/EDUCAÇÃO PARA A ATIVIDADE

Considerando a constante evolução e saturação do mercado dos produtos agroalimentares, os operadores das fileiras da área devem manter-se atualizados nas várias temáticas relacionadas com a atividade, para conseguirem singrar num mercado cada vez mais competitivo. Para além disso, a continuidade das produções com DOP depende da capacidade de fixação de produtores pecuários e transformadores nos territórios, através de ações de sensibilização nas camadas mais jovens.

ESCOLA DE PASTORES DO QUEIJO IDIAZABAL



Figura 28: Escola de Pastores Gomiztegi, País Basco.
Fonte: Própria

A Escola de Pastores de Gomiztegi, localizada no País Basco, é originada em 1997 após reflexão e conclusão da necessidade de revitalizar o setor ovino leiteiro na região, considerando-se que a formação dos operadores será a estratégia e o caminho para o sucesso da atividade e perpetuação da produção do Queijo Idiazabal. O projeto pretende dar uma formação base completa, pressupondo formação teórico-prática focada em temas transversais a toda a fileira do leite e do queijo, desde o cuidado e manejo de rebanho de raça autóctone Latxa até à produção e comercialização do queijo. O sucesso desta escola de pastores deve-se à abrangência e grande componente prática dos conteúdos lecionados (produção animal, fabrico de queijo Idiazabal, gestão e marketing conjunto), mas também na criteriosa seleção dos seus alunos.

A FORMAÇÃO NO QUEIJO COMTÉ

No setor dos Queijo Comté, os novos produtores pecuários são obrigados a frequentar uma formação inicial de três dias sobre o setor e 1,5 dias por ano de formação técnica e operacional, com participação na educação comunitária. Na denominação de origem Queijo Comté, a renovação geracional dos atores é antecipada: os produtores estão frequentemente envolvidos nas escolas secundárias de forma a consciencializar os estudantes para o setor, bem como com função de recrutamento. Essas intervenções permitem também transmitir e partilhar os valores do produto. Os afinadores e queijeiros também são obrigados a apresentar uma formação prática.

ENTIDADES DE ESTRATÉGIA DE MARKETING COLETIVO

A valorização comercial de produtos agroalimentares endógenos pode ocorrer a vários níveis: forma individual (produtores), através de associações (cooperativas leiteiras, entidades gestoras, associações interprofissionais), bem como através de entidades de marketing “chapéu”. Estas últimas entidades são criadas a partir da necessidade de reduzir a perda de oportunidades de mercado devido à falta de conhecimento e orçamento para o investimento em ações de promoção.

ASSOCIATION DES FROMAGES TRADITIONNELS DES ALPS SAVOYARDES (AFTALP)

A AFTALP (Association des Fromages Traditionnels des Alps Savoyardes) é uma associação responsável pela promoção dos oito queijos com DOP e IGP da região: Abondance, Beaufort, Chevrotin, Emmental de Savoie, Raclette de Savoie, Reblochon, Tome des Bauges, and Tomme de Savoie.

Cada um destes queijos/denominação de origem é gerido por uma associação interprofissional, que reúne os vários elos de cada uma das fileiras. Para além da promoção realizada pela AFTALP, que consiste principalmente na comunicação nas redes sociais e nos media tradicionais, na organização de festivais, participação de feiras, atividades de experimentação, na Rota dos Queijos de Savoie, a AFTALP é também representante dos interesses dos Queijos de Savoie face às autoridades locais e governamentais e agentes económicos.



Figura 29: Logótipo AFTALP
Fonte: <https://www.fromagesdesavoie.fr/fr/>



Figura 30: Queijos de Savoie
Fonte: <https://www.fromagesdesavoie.fr/fr/les-fromages-de-savoie.html>



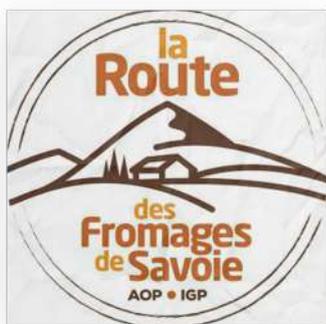
Figura 31: Organização Interna da AFTALP

Para além das entidades gestoras de cada um dos queijos, a AFTALP trabalha também em conjunto com outras organizações:

- Consórcio Interprofissional Leiteiro de Savoy (Interprofession Laitière des Savoies);
- Ministério de Agricultura de Savoie Mont Blanc (Chambre d’Agriculture Savoie Mont Blanc);
- Escola Nacional dos Industriais de Leite e de Carne (National School for the Dairy and Meat industries);
- Savoie Mont Blanc Tourism.

A organização interna da AFTALP pode ser consultada na figura 31. A estratégia de comunicação desenvolvida pela AFTALP é gerida com o auxílio de uma empresa externa especializada, que trabalha também com os outros associados, de forma a manter a coerência entre a mensagem principal transmitida, uma vez que os oito queijos representados terão diferenças entre eles e diferentes posicionamentos no mercado. Não obstante, a AFTALP ultrapassou este desafio através da ênfase dos elementos comuns dos vários queijos, responsáveis pelo sabor e qualidade diferenciados: pastos de montanha, biodiversidade dos pastos, raças autóctones, saber-fazer. Estes elementos comuns encontram-se sintetizados pelo slogan “Queijos de Savoie: Uma História Verdadeira” (Les Fromages de Savoie: Une Histoire Vraie).

As principais iniciativas de promoção da AFTALP são a Rota dos Queijos de Savoie (Route des Fromages de Savoie), o Festival dos Queijos de Savoie (Fête des Fromages de Savoie) e as atividades escolares (Ateliers Scolaires).



ROTA DOS QUEIJOS DE SAVOIE

- Envolve 74 agentes (explorações, queijarias, afinadores)
- A AFTALP define os requisitos mínimos de qualidade para participação e dá formação aos parceiros.



ATIVIDADES ESCOLARES

- Permitem dar a conhecer aos alunos os processos de produção dos Queijos de Savoie através de workshops e materiais didáticos
- As atividades são desenvolvidas pelos produtores, queijeiros e afinadores, devidamente treinados e pagos pela AFTALP
- No ano de 2017 foram realizados 50 workshops nas escolas e 50 no festival gastronómico Semaine du Goût.

FESTIVAL DOS QUEIJOS DE SAVOIE

- Realizado anualmente em Junho, com localização rotativa entre as diferentes áreas geográficas
- Organizado pelas comunidades locais e pelas entidades gestoras com envolvimento da AFTALP
- Envolve demonstrações de produção de queijo e de produtos, degustações, venda direta, restauração, jogos e espetáculos
- A edição de 2018 contou com 16.000 visitantes, 2500 refeições vendidas, 1 tonelada de queijo vendido e 280 kg de queijo utilizado em degustações.



O orçamento total da AFTALP em 2018 foi de 1.300.000€, destinado às atividades de promoção, custos com recursos humanos e custos gerais da organização. Para a promoção são destinados cerca de 430.000€, que são distribuídos pela rota, festival e atividades escolares e outras atividades como campanhas promocionais, participação em eventos e feiras nacionais e internacionais (gráfico 1).

O financiamento das atividades da AFTALP é realizado essencialmente através de:

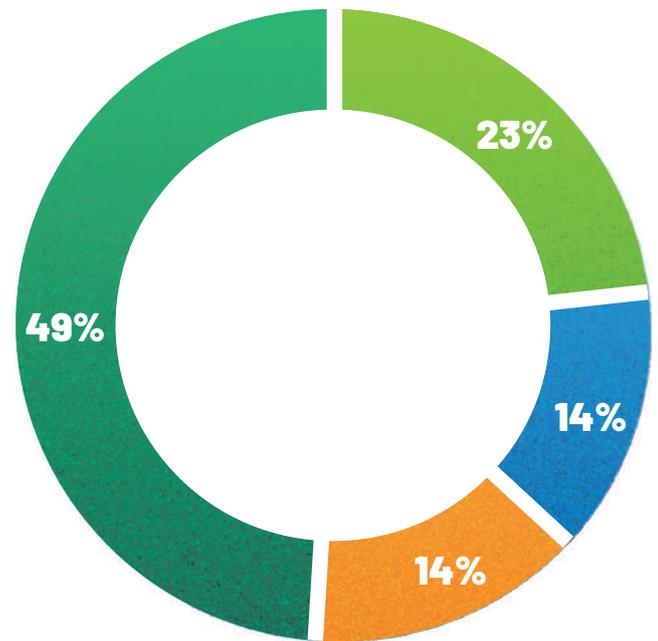
- Financiamento privado através do pagamento de cotas pelos associados de acordo com a sua tipologia, definidas pelas várias entidades gestoras, de acordo com o tipo de queijo produzido e a quantidade de leite necessária para produzir uma unidade de queijo.
- Financiamento público (em menor grau comparativamente ao financiamento privado).

A junção de fundos a partir dos vários atores das várias fileiras permite assim à AFTALP explorar sinergias promocionais e implementar estratégias em escala que não seriam possíveis realizar de forma individual por parte das várias entidades gestoras.

Como fatores positivos da fileira dos Queijos com denominação de origem de Savoie e da AFTALP, distinguem-se:

- A proteção do preço do leite e maior remuneração do leite pela criação de cooperativas leiteiras;
- A coexistência de cooperativas leiteiras com explorações familiares permite a manutenção dos ecossistemas e saber-fazer locais, o que permite melhorar e reforçar a imagem dos Queijos de Savoie nos consumidores e desenvolver sinergias com o turismo;
- A fileira dos queijos de Savoie protegidos é quase duas vezes mais rentável que a média dos queijos franceses (médias respetivas: 13,87€/kg e 9€/kg);
- A obrigatoriedade de requisitos de produção que diferenciam os Queijos de Savoie: pastagens de montanha e produção de feno local, transumância, explorações extensivas, raças autóctones, utilização de leite cru e diferenciação entre as queijarias de quinta e as queijarias mais industriais (média de preço de venda do queijo Reblochon artesanal - 16€/kg e mais industrial 11€/kg);
- A obtenção de económica de escala para ações de promoção pela contribuição de vários agentes da fileira;
- A limitação da influência de produtores industriais que atualmente têm conseguido influenciar as especificações dos produtos com DOP e IGP em seu benefício (leites pasteurizados, produção animal intensiva, etc.) para redução de custos.

DISTRIBUIÇÃO DO ORÇAMENTO ANUAL DA AFTALP DESTINADO ÀS ATIVIDADES DE PROMOÇÃO



- Rota dos Queijos de Savoie ●
- Festival dos Queijos de Savoie ●
- Atividades Escolares ●
- Outras Atividades ●

PRODUTORES DE LEITE
QUEIJEIROS
AFINADORES

Valor fixo por litro de leite transformado nos queijos protegidos cobrado e transferido pela Fédération Départementale des Cooperatives Laitières, para a AFTALP

Aquisição dos selos de caseína coloridos (verde para queijos de quinta e vermelho para os restantes).

Não pagam cota diretamente à AFTALP, mas adquirem os queijos a queijeiros associados, contribuindo por isso para a fileira.

AFIDOP – ASSOCIAÇÃO DOS QUEIJOS COM DOP ITALIANOS

A AFIDOP – Associação dos Queijos com DOP Italianos é uma associação que envolve e estabelece relações entre as principais entidades gestoras dos queijos com DOP de Itália. A associação envolve várias fileiras, desde queijos frescos a queijos curados, de diferentes espécies, de produções em grande escala e pequena escala, com o objetivo de comunicar e promover a diversidade como fator de qualidade superior (ser uma enciclopédia dos queijos), informar das atividades institucionais desenvolvidas e dos vários queijos associados.

O website da AFIDOP apresenta um motor de busca que permite procurar os queijos por nome, região ou espécie, bem como os vários queijos com DOP de Itália, respetiva história, entidade gestora, contactos e receitas.



Figura 33: Website AFIDOP
Fonte: <http://www.afidop.it/>

ESTRATÉGIAS DE PROMOÇÃO POR ORGANIZAÇÕES REGIONAIS/LOCAIS

De forma a agregar recursos humanos e financeiros na promoção de vários produtos agrícolas, culturais e turísticos do mesmo território, identificam-se iniciativas de criação de entidades, por parte dos governos locais e regionais europeus, com o objetivo de promoção integrada dos seus recursos endógenos.

Uma organização desta natureza é, por exemplo, a Agrarmarketing Tirol (AMTirol) na Áustria, fundada por vários organismos governamentais como, por exemplo, o Município de Tirol e a Câmara da Agricultura de Tirol. A AMTirol funciona como plataforma agregadora para o marketing agrícola, integrando a produção, transformação, comercialização e turismo de Tirol. A associação representa cerca de 120 produtos, 1100 produtores, 50 refinadores, 133 agricultores e 218 hotéis, restaurantes e pontos de venda de produtos de Tirol.

Os exemplos de atuação da entidade são os seguintes:

- Gestão do selo de qualidade “Quality of Tyrol – raised and processed in Tyrol” (produzido e transformado em Tirol);
- Projeto Awareness Tyrol: promove a utilização de produtos locais na indústria hoteleira e de catering, através da atribuição de selo comprovativo da utilização desses produtos;
- Projeto Ambassadors of Awareness Tyrol: promove a comunicação de todas as empresas envolvidas no projeto Awareness Tyrol, contando com 205 embaixadores que reportam à AMTirol feedback e informação sobre os stocks, preços e vendas dos produtos;
- Projeto Alp Life: pretende contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo nas zonas de montanha da região, através da promoção de experiências relacionadas com a fileira leiteira;
- Rota Tyrolean Schnapps: itinerário turístico que envolve 41 destilarias que oferecem experiências e degustações;
- Escola na Quinta: desenvolvimento de trilhos, visitas a explorações, degustações e atividades de aprendizagem direcionadas a escolas para fomentar o interesse dos jovens nos produtos locais;
- Outras atividades: competições locais de culinária, festivais agrícolas, mercados, publicação de 8 revistas especializadas em queijos e agricultura da região.



Figura 34: Selo de Qualidade Quality of Tyrol; Participantes no projeto Awareness Tyrol
Fonte: <http://xn--qualitt-bxa.tirol/produkte/kaiser-brie/>

EXEMPLO DE MARCA-PAÍS: WINES OF PORTUGAL

A criação da marca Wines of Portugal, materializa-se em 2010 quando num estudo de mercado realizado em 2008 nos Estados Unidos e no Reino Unido, por iniciativa do Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), se inferiu que Portugal não projetava para o exterior a imagem de um país produtor de vinho. A maturidade do mercado mundial dos vinhos ditou a necessidade de uma marca-país, de forma a criar vantagens competitivas para os vinhos portugueses.

A marca é propriedade registada do Instituto da Vinha e do Vinho e é representada por uma comissão executiva, composta por representantes das várias entidades do setor (Instituto da Vinha e do Vinho, Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, ViniPortugal, Associação Nacional das Denominações de Origem Vitivinícolas, Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira). A comissão executiva tem como funções:

- impor o cumprimento do manual de utilização de uso da marca;
- definir os princípios orientadores para a marca entre os diferentes agentes;
- definição da metodologia de avaliação/monitorização da marca.

A coordenação das ações de promoção da marca e a gestão de base de dados e materiais para eventos é realizada essencialmente pela ViniPortugal (Associação Interprofissional para a Promoção dos Vinhos Portugueses).

Qualquer entidade cuja atividade se encontre relacionada com os vinhos portugueses poderá utilizar a marca, desde que os vinhos sejam de uvas produzidas e vinificadas em Portugal como, por exemplo: D.O.C, I.G., vinhos com indicação de casta e/ou ano de colheita, etc.

Para a utilização da marca foi desenvolvido um manual de utilização prática da marca, onde se encontram definidos os componentes do logotipo da marca (Wines of Portugal, a assinatura – a World of Difference e o símbolo – P) e onde podem ser aplicados.



Figura 35: Exemplo de aplicação dos elementos da marca Wines of Portugal
 Fonte: <http://www.winesofportugal.info/?market=2>

Com a mensagem “A world of difference” a marca Wines of Portugal pretende evidenciar as características distintivas dos vinhos portugueses:

- Diferenciadores devido às regiões de origem (terroir): as variedades de uva, as técnicas, as pessoas;
- Vinhos versáteis e de aplicação na gastronomia;
- Vinhos de qualidade com boa relação qualidade/preço.

De acordo com o Plano Estratégico para a Internacionalização do Setor dos Vinhos de Portugal (ViniPortugal) a estratégia assenta na promoção articulada de três níveis de intervenção:

- Marca-país: Wines of Portugal (ViniPortugal);
- Marcas regionais: denominações de origem, indicações geográficas;
- Marcas privadas: empresas proprietárias das marcas.

Estes três níveis têm diferentes importâncias de acordo com os mercados: nos grandes mercados exteriores e emergentes a Marca-país é mais significativa, sendo que nos mercados mais próximos e estabelecidos, as denominações de origem (em particular o Vinho do Porto) são mais relevantes. A estratégia de comunicação será mais eficaz quando complementada de forma coerente pelas ações das marcas privadas, que são indispensáveis à internacionalização. Os planos de comunicação das marcas privadas centram-se em iniciativas:

- de negociação com cadeias ou lojas especializadas;
- adaptação de rótulos ao mercado em questão;
- trabalho direto de força de vendas e incentivos à equipa de vendas do importador/agente.

A criação de sinergias entre os Wines of Portugal com outras fileiras (turismo, produtos agroalimentares com denominação de origem – azeites e queijos – gastronomia e conservas) é essencial para a imagem e notoriedade dos produtos.

As estratégias de promoção e internacionalização dos Wines of Portugal assentam na organização e/ou de múltiplos eventos de natureza diversa como, por exemplo:

- Provas de Vinhos (existência de salas de provas específicas em Lisboa e no Porto):
 - Provas verticais (são provados diferentes anos de produção de um mesmo vinho)
 - Provas varietais (vinhos com duas variedades de uva)
 - Tertúlias Vínicas

- Feiras ou Festivais de Gastronomia e Vinhos para consumidores e/ou profissionais;
- Conferências;
- Visitas inversas de sommeliers;
- Formação em vinhos com prova;
- Comitativas de compradores com organização de one-to-one meetings;
- Formação para equipa de vendas no local de trabalho;
- Jantares vínicos;
- Visitas inversas de compradores do canal HORECA, importadores e distribuidores;
- Promoção no ponto de venda;
- Ações de valorização da marca Wines of Portugal: filmes institucionais, catálogo digital (App Wines of Portugal), eventos de promoção para utilização da App;
- Academia de Vinhos de Portugal:

- Consiste em dois programas: um para canal HORECA e outro para a Distribuição e Retalho, ambos com três níveis (tabela 27)

- Programa A Copo (programa de avaliação do trabalho de formação implementado junto dos profissionais de restauração, que inclui visitas mistério, classificação dos estabelecimentos, criação de materiais de comunicação e relatório de melhorias);
- Concurso Vinhos de Portugal;
- Fórum anual dos Vinhos de Portugal: momento de reunião da fileira e discussão de temas transversais ao setor e momento de apresentação dos planos de promoção e marketing das diversas entidades do setor.

INICIA
INTERM
AVANÇ

“Como qualificar o serviço de vinho – a Copo”

“O essencial do Vinho”

“Vinho e gastronomia”

Tabela 27: Níveis dos programas de formação Academia de Vinhos de Portugal.

O DE PROMOÇÃO NACIONAL: SWITZERLAND CHEESE MARKETING

A Switzerland Cheese Marketing (SCM) é uma organização de marketing suíça sem fins lucrativos, fundada com o objetivo de criar uma imagem apelativa para os queijos suíços através da realização de campanhas orientadas para os consumidores, do mercado nacional e internacional (Itália, França, Alemanha, Espanha e Bélgica), que enfatizam os valores comuns partilhados pelos vários queijos.

A organização é composta por associados de várias naturezas e dos vários níveis da fileira como, por exemplo, a Federação de Produtores de Leite Suíços, a Fromarte (Associação de Produtores de Queijo Suíço Artesanal) e cerca de 16 associações representantes de várias tipologias de queijos (Emmentaler, Sbrinz, Raclette, etc.) e 38 produtores e exportadores de queijo. A principal ferramenta promocional da organização é o website onde podem ser encontradas informações relativas à cultura dos produtos lácteos na Suíça, características dos queijos, receitas, nutrição e itinerários da região.



Figura 36: Logótipo SCM
Fonte: <https://www.cheesesfromswitzerland.com/en/>



Figura 37: Gama de Queijos Suíços
Fonte: <https://www.cheesesfromswitzerland.com/en/cheese-varieties>

