



INFORMAÇÃO MAIO | 2024

Cofinanciado por:

## Congresso Nacional do Azeite: Valpaços, 17 de Maio de 2024

O CEPAAL - Centro de Estudos e Promoção do Azeite do Alentejo (CEPAAL) levou a cabo a 7ª edição do Congresso Nacional do Azeite, organizado em parceria com a CAP Confederação dos Agricultores de Portugal, com a Cooperativa de Olivicultores de Valpaços e com a Câmara Municipal de Valpaços, no âmbito da *Feira Nacional de Olivicultura – Olivalpaços*. A 7ª edição do mais importante fórum nacional de debate e esclarecimento, foi um grande ponto de encontro para os profissionais da área e fonte de partilha de conhecimento e divulgação de informação, sobretudo técnica, que este ano contou com a presença do Ministro da Agricultura e Pescas. Mais de 200 profissionais do sector e 20 reputados oradores e especialistas debateram 3 grandes temas: «Olivoturismo/Oleoturismo, uma realidade?», «O Preço do Azeite: Mitos e Tabus» e «Alterações Climáticas, o futuro hoje».

- Olivoturismo é nova oportunidade de valorização da marca Portugal

Foi enaltecido o papel do azeite na dieta portuguesa, que conjuga uma vertente mediterrânica e outra atlântica, sublinhando-se a necessidade de se criar uma estrutura, na construção da qual devem estar envolvidos os vários intervenientes públicos e privados, de modo a afirmar o olival nacional no contexto do turismo. Este esforço deverá incluir igualmente a modernização, a preparação e adequação do sector para esta nova oportunidade de valorização e de internacionalização da marca Portugal. Alavancar e aumentar o conhecimento sobre o azeite, bem como sobre a riqueza e diversidade da sua cultura e do património nacional olivícola, criar rotas e um marketplace para o oliveturismo como forma de tornar o sector mais rentável, apostar num turismo de qualidade em territórios marcadamente rurais, investindo de forma eficiente numa matriz que interligue serviços e regiões num trabalho em rede, foram apontados como sendo os principais aspectos a ter em conta neste contexto.

- Preços do azeite: é preciso encontrar equilíbrio, informar e comunicar

O preço do azeite que se tem vindo a registar está relacionado com o incremento significativo dos custos de produção e com o desequilíbrio entre a procura e a oferta; foi adiantado que, possivelmente, o preço do azeite ainda que venha a diminuir, não será para valores semelhantes aos de há 3 ou 4 anos, sendo que o preço justo deverá situar-se entre os 6-7€ / kg na produção. Alertando-se para as diferenças entre as várias regiões produtoras, com o Alentejo onde prevalece o olival intensivo de regadio e a de Trás-os-Montes e Beira onde predomina o olival tradicional de montanha e de sequeiro, não irrigado e não passível de mecanização, foram debatidas as fragilidades do olival de montanha, agudizadas pela seca dos últimos anos, que intensificaram ainda mais a sua fraca ou nula rentabilidade, sendo urgente decidir o que se vai fazer com este património e de que forma pode ser valorizado para não se extinguir. Neste contexto, concluiu-se igualmente que o grande desafio passa pela construção de uma rede nacional que aproveite a água das chuvas que é perdida para o mar e a redistribua de forma justa e equitativa. A resposta passará igualmente pela formação/educação sobre os preços e custos envolvidos na produção, pelo oliveturismo, pela comunicação do papel do olival na sustentabilidade ambiental e do seu inestimável contributo para a redução da pegada de carbono e coesão territorial, bem como

da sua sustentabilidade social e económica, na promoção da economia circular e na criação de melhores políticas dirigidas especificamente ao sector.

- Olival pode ter papel determinante para acelerar e garantir neutralidade carbónica

Foi referida a importância que as DRAP podem ter neste contexto ambiental e a dificuldade que é passar a mensagem da importância e papel da economia circular no olival, sendo essencial que academia, associações, empresas e agricultores trabalhem em rede. O incremento da biodiversidade nos solos, incentivos ao pastoreio, agricultura de precisão, regra controlada, e caracterização da diversidade adaptada aos recursos hídricos, foram apontados como alguns dos aspectos determinantes neste contexto. Sendo que o olival tem um importante papel a desempenhar na redução dos gases com efeito de estufa já que ajuda a diminuí-los, deve ser reconhecido e valorizado por este facto; foi igualmente sublinhado que há um longo caminho a percorrer no que diz respeito à sua mitigação e que esta implica a adopção de instrumentos financeiros e uma transformação do modelo económico, bem como de mais e melhor informação e trabalho conjunto dos vários players, incluindo o sector financeiro e dos seguros. Destacando a importância da valorização da biomassa residual e do impacto positivo da redução das emissões de carbono no aumento da eficiência da produção, concluiu-se também que a acção climática para além de ser uma questão de sustentabilidade é também uma questão de negócio, visando valorizar o olival e o azeite.

Fonte: texto base CEPAAL

- Discurso do Presidente da CAP, Álvaro Mendonça e Moura, na sessão de encerramento do Congresso

*Falar dos azeites portugueses em geral e nos de Trás-os-Montes e Alto-Douro em particular, tornou-se sinónimo de um produto de qualidade, reconhecido dentro e fora de portas. Prova deste facto são as múltiplas atribuições de prémios de topo em variados certames consagrados a nível mundial.*

*A história da afirmação destes nossos azeites, produzidos muitas vezes por agricultores com uma longa experiência de vida, traduz uma simbiose entre o conhecimento “técnico” e o “empírico”, que ao se complementarem originaram inovação e novas perspectivas em benefício de toda a fileira.*

*Actualmente a superfície olivícola em Portugal é superior a 375.000 hectares e a produção em 2022 rondou as 130 mil toneladas, das quais mais de 85% foram produzidas no Alentejo. Em 2023, calcula-se que a produção nacional seja de 150.000 toneladas, em que mais de 100 mil t sejam produzidas em regadio no Alentejo.*

*Na transição do Séc. XX para o Séc. XXI, a média de produção de azeite no nosso País situava-se nas 37.500 toneladas e entre 2005 e 2015 subiu para as 58 mil. Um marco decisivo foi a campanha 2015 onde se atingiram quase 110 mil toneladas - o dobro -. Este facto deve-se integralmente à entrada em funcionamento do Empreendimento de fins múltiplos de Alqueva, que despoletou o maior investimento no sector agrícola das últimas*

*décadas em Portugal, catapultando-nos para patamares de produção impossíveis de atingir caso não existisse.*

*Voltando a Trás-os-Montes e Alto Douro, porque é nesta região onde estamos, gostaria de reflectir um pouco sobre o enquadramento da realidade olivícola presente, onde predomina o olival tradicional de sequeiro.*

*Na maioria das novas plantações, a condução do olival manteve-se em regime de sequeiro, o que acarreta fortes constrangimentos na produção de azeitona, uma vez que é exactamente no período crítico do ciclo cultural da oliveira que a água escasseia.*

*Não se trata de uma opção dos agricultores: tal como noutras regiões do País, não existe ou é demasiado difícil e dispendioso o acesso a água que permita a instalação do regadio.*

*Alqueva mudou parte significativa do Alentejo, mas, por si só, não resolve o problema do País no seu todo, incluindo muitas zonas desse mesmo Alentejo. Foi e é um extraordinário empreendimento, significou um investimento impensável há anos, mas a sua principal virtude foi a de demonstrar de forma inequívoca a importância do regadio na agricultura actual em que os três vectores da sustentabilidade têm de existir em paralelo. Sem economia, não há vertente social e ambiental.*

*Esta agricultura, empresarial e dinâmica, é a única compatível com o nível de vida que os agricultores de hoje, em especial os mais jovens, ambicionam e aceitam abraçar. Não é a paisagem que os atrai, é a economia. A paisagem é uma consequência, um resultado. Falarmos exclusivamente de paisagem no nosso território agrícola nordestino leva ao abandono, aos fogos e, logicamente, ao desmantelamento progressivo da coesão territorial.*

*Ou seja, é fundamental projectar novos regadios, modernizar os existentes e facultar apoios aos agricultores, atempadamente, dando ênfase ao acesso à água, desde o seu armazenamento à sua utilização, como instrumento dinamizador e catalisador de uma agricultura que permita vidas dignas em todo o território, sem excepção, e nesta região e no olival em particular.*

*A ausência deste elemento potenciador faz com que no panorama olivícola a região de Trás-os-Montes e Alto Douro se afaste paulatinamente da representatividade que tinha na produção nacional, apesar de ainda ser a segunda região produtora. Insisto, o regadio, moderno e tecnológico é, direi mais, tem de ser, também aqui uma prioridade.*

*Face a esta conjuntura, a sustentabilidade técnica e económica do olival tradicional a nível nacional, e do transmontano em particular, pese embora todos os esforços e progressos ocorridos nos últimos anos, encontra-se francamente ameaçado: custos de produção elevados, limitações ao nível da mecanização, dispersão e reduzida dimensão das parcelas, produtividades baixas associadas ao regime de sequeiro e a fenómenos de safra e contra-safra muito acentuados.*

*Contudo, e porque alterações em agricultura são e devem ser progressivas e contínuas - esta olivicultura, para além da sua função produtiva, apresenta características que podem e*

*devem ser tidas como essenciais pelo poder político, tendo em vista a sua manutenção e o seu apoio, a fim de se lhe acrescentar valor:*

*Apenas três exemplos:*

- Fraco efeito poluente, pelo uso reduzido de factores de produção (fertilizantes, produtos fitofarmacêuticos...)*
- Manutenção dos sistemas agrícolas tradicionais, já que é conduzido na sua quase totalidade em regime extensivo de sequeiro, contribuindo para a manutenção do “mosaico” agrícola na paisagem rural;*
- Conservação dos recursos, por se tratar sobretudo de cultivares tradicionais, com um real valor genético que importa proteger e potenciar.*

*Nos últimos 20 anos assistiu-se a uma alteração completa do paradigma do azeite produzido na região, associado à renovação tecnológica e ambiental dos lagares e à antecipação da colheita em mais de um mês do que era tradicionalmente efectuado.*

*Hoje, fruto do uso de novas técnicas e conceitos associados à “nova” olivicultura e ao azeite de qualidade, Trás-os-Montes e Alto Douro é considerada, a nível mundial, uma região produtora de azeites de excelência. Saudamos as iniciativas de I&D que hoje em dia decorrem em Portugal, congregando num mesmo Grupo, Instituições de Ensino Superior, Organizações de Agricultores e Produtores. Entendemos que estas parcerias deverão ser mais reforçadas e promovidas, como forma de aquisição de conhecimentos e da sua efectiva valorização junto dos verdadeiros destinatários da mesma – os agricultores.*

*Mas, ter somente qualidade não chega, é preciso vendê-la! A afirmação e diferenciação desta, através das Denominações de Origem Protegida (DOP) e das Indicações Geográficas Protegidas (IGP) deverão ser uma realidade, pelo que a Administração terá de dar rapidamente uma atenção especial a esta questão, a par do que acontece noutros países europeus.*

*O consumo per capita médio da UE variou no período 2007-2021 entre os 4,2 kg e os 3,5 kg, descendo abruptamente para 2,9 kg em 2022. Se considerarmos exclusivamente o consumo per capita médio nos quatro principais países produtores – Espanha, Grécia, Itália e Portugal, verificamos que 2022 é o pior ano no período considerado, com 7,9 kg/habitante.*

*Muitos factores têm contribuído para este facto, mas é sem dúvida na exportação que se evidencia uma janela de oportunidade decisiva para o rendimento dos olivicultores. “Abrir mercados”, não só é necessário como imperativo, dado que estamos num mercado global, sujeitos à concorrência de produtos provenientes não só dos nossos parceiros comunitários, mas também de países terceiros como a Turquia, Marrocos ou a Tunísia que, cada vez mais, adquirem competências e concorrem de igual para igual como os nossos produtos.*

*No que toca ao mercado brasileiro, é imperioso manter os canais técnicos e diplomáticos abertos, já que em 2022 o Brasil representou praticamente 1/4 das nossas exportações e é*

*o destino preferencial de azeites nacionais embalados, embora o seu peso tenha vindo a diminuir nos últimos anos face ao cada vez maior peso das exportações do azeite a granel.*

*Por outro lado, é necessário continuar e apoiar o trabalho que vem sendo desenvolvido na “conquista” de novos mercados emergentes, entre os quais se destacam os países do Norte da Europa, a América do Norte e o mercado asiático, com especial ênfase para o Japão. A procura de novos mercados, não se deve, contudo, cingir-se somente a países terceiros, pelo que é necessário investir no mercado interno europeu, sobretudo nos países do norte da Europa, onde o azeite é utilizado sobretudo pelas suas propriedades ligadas à saúde. Nos países produtores e, em especial em Portugal, urge criar a “cultura do azeite” com acções dirigidas à população em idade escolar – a CAP defende a criação de um programa de Azeite Escolar, a par do que acontece com a fruta e com o leite, mas também acções de “educação” do público em geral, focalizadas nas Escolas de Hotelaria e Gastronomia. É necessário que a “cultura” do azeite, bem como de outros produtos da gastronomia portuguesa, seja valorizada e promovida tal como acontece com o vinho.*

*Verifica-se uma cada vez maior quota nas expedições de azeite a granel para Espanha e Itália que, em 2022, representaram cerca de 68% do volume e 50% do valor total do azeite expedido e exportado por Portugal. A comercialização de azeite a granel está definitivamente consolidado e explica-se sobretudo porque alia a qualidade, não só à dimensão dos lotes, como à precocidade das campanhas no Alentejo (região de onde é a maior parte ou mesmo a totalidade deste azeite é oriundo), já o seu começo coincide com uma enorme apetência do mercado por azeites novos.*

*Este sector, apesar das características muito distintas de exploração dos olivais é um dos grandes responsáveis pela criação da pujante dinâmica agrícola que se tem verificado nos últimos anos no País.*

*Com efeito, ficou provado que, bem direccionado, o apoio público à olivicultura funcionou como uma enorme força motriz, que contribuiu para que o investimento privado no sector tenha aumentado, traduzindo-se directamente no rendimento dos agricultores e, não menos importante, na manutenção da actividade agrícola nas zonas mais remotas, contrariando o êxodo rural, o abandono e o abandono do interior.*

*Por este facto, a existência de uma associação interprofissional sectorial faz todo o sentido estar em funcionamento, como pólo dinamizador e agregador de toda a fileira oleícola do país. Com efeito, embora reconhecida oficialmente, a AIFO (Associação Interprofissional da Fileira Oleícola) não está em funcionamento por vicissitudes várias que urge ultrapassar, nomeadamente por parte da Administração.*

*Em Portugal, não se espere que a competição pelos meios financeiros disponíveis permitam considerar sectores tímidos, sejam eles quais forem. A olivicultura não o é certamente. O Estado, ao possuir os meios que outros produzem através dos impostos que todos pagamos, tem o dever de lhes atribuir uma boa utilização, proporcionando condições para que o sector privado continue a investir e possa operar as transformações necessárias à evolução da economia e da sociedade.*

*Os olivicultores, independentemente das regiões de produção onde se inserem, têm sido, de forma inequívoca, um excelente exemplo deste facto.*