

Conceito 12 – O Referencial Nacional de Certificação de Sustentabilidade do Setor Vitivinícola

O **Referencial Nacional de Certificação de Sustentabilidade do Setor Vitivinícola** (RNCSSV ou Referencial) foi desenvolvido pelo Instituto da Vinha e do Vinho, em articulação com o setor, sendo a ViniPortugal a entidade gestora. Este referencial foi lançado em 2022 com o objetivo de promover a sustentabilidade das organizações do setor, de diferentes tipologias de atividade (produção primária e transformação), dimensões e categorias (viticultor, vitivinicultor, vitivinicultor-engarrafador, destilador, engarrafador, etc.) e com diferentes níveis de maturidade na implementação de práticas sustentáveis. Contempla 86 indicadores, distribuídos por 17 capítulos e enquadrados em 4 áreas de intervenção, conforme descrito na Figura 1. Os operadores económicos, com base na sua realidade, poderão ter um número diferente de indicadores a cumprir, sendo alguns “Não aplicáveis” (N/A) e outros de cumprimento obrigatório (indicadores K.O.).

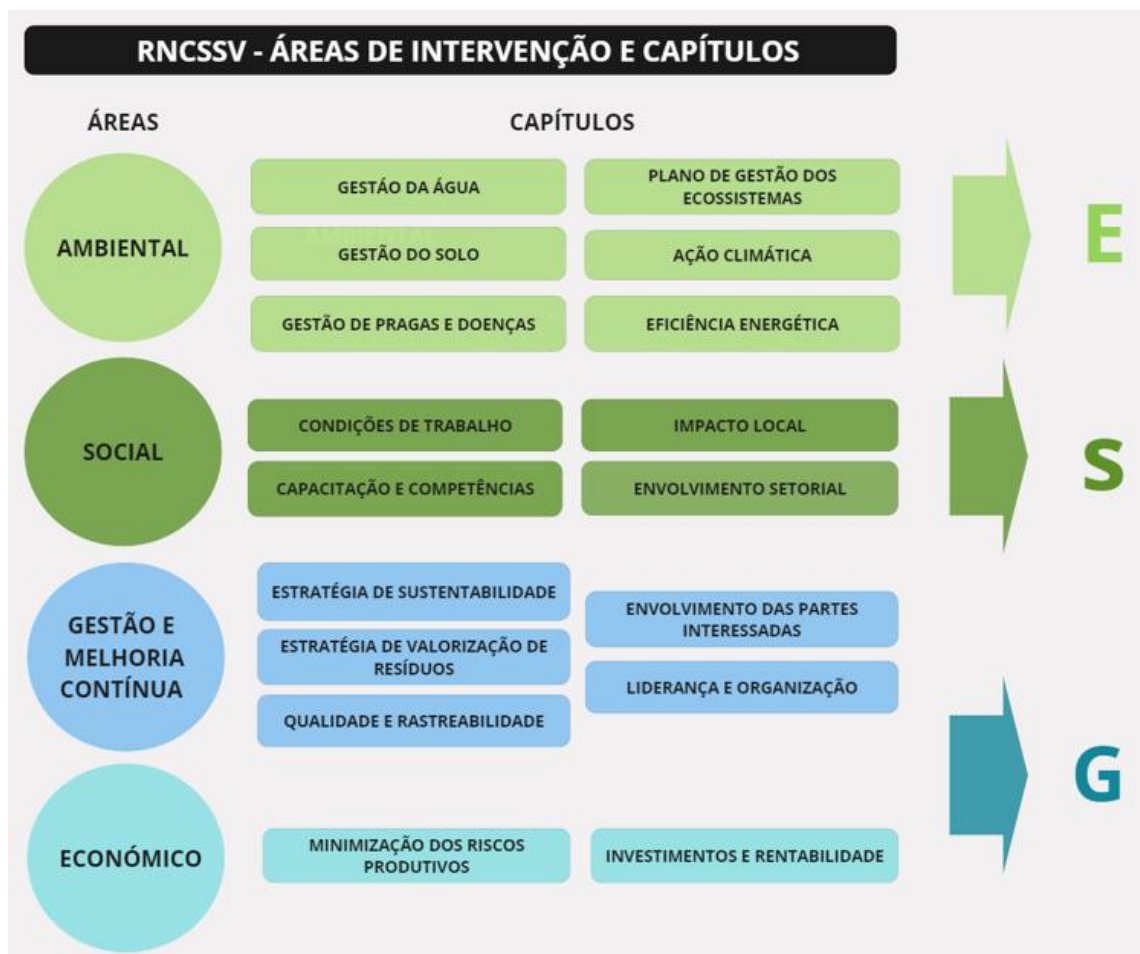


Figura 1 – Relação entre as Áreas de Intervenção e Capítulos previstos no RNCSSV e as dimensões ESG. Fonte: Félix, G.; Branco, C. e Gonçalves, G. (2024).

O RNCSSV destaca a relevância das estratégias ESG (Conceito 9, edição de abril de 2024), que abrangem as dimensões ambiental, social, económica e de boa governança das organizações. Esta abordagem é fundamental para o sucesso e a resiliência das empresas do setor, promovendo a geração de valor sustentável a longo prazo.

O Referencial encontra-se ancorado nos cinco princípios gerais da vitivinicultura sustentável definidos pela Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV). Na Figura 2, encontra-se evidenciada a relação entre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 das Nações Unidas e os princípios OIV, onde se pode ter uma melhor perceção da contribuição das organizações do setor certificadas no RNCSSV, para os ODS.



Figura 2 – Relação entre os cinco princípios gerais da vitivinicultura sustentável de acordo com a OIV e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Fonte: Félix, G.; Branco, C. e Gonçalves, G. (2024).

O RNCSSV criou o contexto ideal para o desenvolvimento de uma abordagem sustentada em estratégias ESG e enfoque na sustentabilidade em todas as suas dimensões (Ambiental, Social, Económica, Governança e Cultural) enquanto parte central da proposta de valor dos agentes económicos do setor, o que será o novo normal num futuro próximo. Uma estratégia ESG, ou de sustentabilidade, deve ser entendida como um imperativo pelas empresas do setor vitivinícola, considerando, por um lado, os desafios sentidos pelo setor, que vão desde os riscos associados às alterações climáticas, à perda de biodiversidade, à escassez de água, até à falta de mão de obra e, por outro, às tendências do mercado. Neste contexto, um dos maiores benefícios destas estratégias, para além do potencial de impacto positivo para a sociedade, traduz-se no aumento da competitividade do negócio e da marca, conforme fatores descritos na Figura 3 e, consequentemente, em prosperidade e sucesso económico. À medida que as expectativas relacionadas com a sustentabilidade ganham mais peso, sobretudo para consumidores e investidores, a pressão para a certificação também irá crescer. Convém às entidades, qualquer que seja a sua dimensão, iniciar a sua jornada de ação, de forma ponderada e faseada, para atingir os objetivos do Referencial e consequentemente os critérios ESG (Félix, G.; Branco, C. e Gonçalves, G., 2024).

Bibliografia

- IVV (2022). Referencial Nacional de Certificação de Sustentabilidade no Setor Vitivinícola. Disponível em: <https://www.ivv.gov.pt/np4/786/>.
- IWSR (2021). Can sustainable wines survive a cost of living crisis? Disponível em: <https://www.wineintelligence.com/category/topics/sustainability/>.
- Félix, G.; Branco, C.; Gonçalves, G. (2024). Estratégias ESG no Setor Vitivinícola. Vida Rural.

BENEFÍCIOS DAS ESTRATÉGIAS ESG PARA A COMPETITIVIDADE DO SETOR VITIVÍNICO

Tendências de Consumo

- Crescente procura por produtos sustentáveis
- Disposição para pagar + por sustentabilidade.

Gestão de Risco

- Identificação e mitigação de riscos
- Promoção de resiliência empresarial

Otimização de recursos

- Melhoria da eficiência operacional
- Redução de custos e vantagem competitiva

Acesso ao financiamento

- Facilidade de acesso a capital
- Apoio à inovação e crescimento

Acesso a Mercados

- Requisitos básicos de sustentabilidade para acesso a mercados internacionais

Cadeias de fornecimento

- Importância do cumprimento de requisitos ambientais e sociais
- Criação de valor em toda a cadeia

Reputação e diferenciação

- Melhoria da imagem e reputação da marca
- Diferenciação no mercado competitivo

A produção sustentável atrai globalmente um número crescente de consumidores, sobretudo nas camadas mais jovens, com predisposição para pagar um preço que incorpore um prémio de sustentabilidade para além da qualidade. As tendências demográficas e de estilo de vida a longo prazo alavancam a valorização de vinhos de produção sustentável.

As estratégias ESG ajudam as empresas a identificar e mitigar de forma proativa os riscos operacionais, de mercado, regulamentares e os riscos reputacionais associados às questões ambientais, sociais e de governação a que estão expostas. Esta abordagem promove a resiliência e a viabilidade a longo prazo, o que torna a empresa mais competitiva.

Iniciativas ESG como o uso de energias renováveis, redução de fitofármacos, resíduos circulares, redução do peso das garrafas, digitalização de processos, entre outras, conduzem a poupanças e otimização da eficiência operacional, permitindo melhorar resultados e obter uma vantagem competitiva sobre os concorrentes menos sustentáveis.

No contexto regulatório atual, promotor de uma transição para economias mais verdes e prósperas, as empresas com bom desempenho ESG têm acesso mais favorável ao capital, o qual é essencial à inovação e ao crescimento. A sustentabilidade é já um requisito básico de acesso a vários mercados internacionais de valor acrescentado, tal como os países nórdicos, nos quais a certificação é um requisito essencial. Também a participação em cadeias de fornecimento de grandes empresas é muitas vezes condicionada pelo cumprimento de requisitos ESG.

A adoção de estratégias ESG contribui para a imagem positiva e reputação da marca, diferenciando-a dos concorrentes que não refletem preocupações ambientais, sociais e corporativas nas suas estratégias de negócio e comunicação. No mercado do vinho, onde coexistem inúmeras marcas e produtos similares de elevada qualidade, uma marca que traduz uma proposta de valor sustentável tem vantagem competitiva.

Figura 3 - Benefícios das estratégias ESG na competitividade do setor vitivinícola (adaptado de Félix, G.; Branco, C. e Gonçalves, G. (2024)).