



LIFE16-CCA IT 000011

Market research/Product sheet: Medronho

Appendix to the Action C7-3



DESERT ADAPT, LIFE16-CCA IT 000011

2023



LIFE Project Number: LIFE16-CCA IT 000011

LIFE Project name: DESERT ADAPT

Data Project

Project location:	Italy, Portugal and Spain
Project start date:	01/09/2017
Project end date:	01/09/2022 Extension date: 01/09/2022
Total budget:	€ 4.075.040
EU contribution:	€ 2.439.761
(%) of eligible costs:	60%

Data Beneficiary

Name Beneficiary:	Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli" (IT)
Contact person:	Ms Simona Castaldi
Postal address:	Via Vivaldi 43, 81100 Caserta, Italia
Telephone:	+39 823 274646
E-mail:	Simona.CASTALDI@unicampania.it
Project Website:	Still to come

Report information

Name	Market research/Product sheet: Medronho
Related action	C7-3
Produced by	ADPM
Original delivery time	April 2023
Actual delivery time	April 2023
Version number	1



Conteúdo

CONTEÚDO	3
1 TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO.....	4
2 POTENCIAIS USOS DO PRODUTO OU SERVIÇO	5
3 ANÁLISE DE MERCADO.....	7
TIPOS DE MERCADO.....	7
PREVISÃO DE MERCADO	8
POTENCIAIS VANTAGENS E AMEAÇAS RELACIONADAS COM A COMERCIALIZAÇÃO DA SOLUÇÃO, PRODUTO OU SERVIÇO.....	9
4 POTENCIAIS CLIENTES.	10
5 ASSOCIAÇÕES E AGRUPAMENTOS DE PRODUTORES.....	10
ANEXOS	11



1 Tipo de produto ou serviço

Descrição: Os frutos apresentam uma superfície esférica granulosa com 2 a 3 cm de diâmetro. Demoram cerca de um ano até estarem completamente maduros altura em que apresentam uma coloração exterior vermelha e polpa amarela e pesam entre 3 a 8 g. Cada fruto contém cerca de 10 a 15 sementes de coloração castanha-clara e forma elíptica e com 2 a 3 mm de comprimento.

O medronho tem um conjunto amplo de utilizações desde o consumo do fruto fresco, até à produção de aguardente, compotas, mel ou à utilização enquanto planta ornamental, entre outras. No entanto, o fruto é sobretudo destinado à produção de aguardente o que se justifica pelo elevado valor acrescentado desta utilização por unidade de produto e pelo seu posicionamento como produto de nicho.



Particularidade:

O fruto colhido é maioritariamente utilizado para produção de aguardente, havendo, no entanto, uma parte que é destinada a outras bebidas como a melosa e outros licores, uma parte que é transformada em doces e outra parte que é perdida por não ser apanhada ou por se deteriorar¹.

¹ Estudo Económico do Desenvolvimento da Fileira do Medronho, Fórum Florestal

História: O medronheiro é uma espécie nativa da Região Mediterrânica e da Europa Ocidental, uma vez que se podem encontrar espécies nativas na zona ocidental da Irlanda, nas regiões de Landes e da Bretanha em França e no Norte de África. A espécie adaptou-se ao clima mediterrânico durante os períodos de frio do Quaternário, tendo sido uma das poucas espécies a sobreviver a esta era.

É uma espécie mediterrâneo-atlântica que aparece consociada às Quercíneas, particularmente ao sobreiro e à azinheira, ocorrendo em azinhais, sobreirais e bosques mistos, nos montados e em zonas de matos resultantes da sua degradação. Também em ravinas e barrancos e, por vezes, em pinhais, zonas de costa e eucaliptais.

2 Potenciais usos do produto ou serviço

Entre os benefícios do medronho para a saúde, destaca-se a atividade antioxidante, que é “superior à de frutos de outras proveniências” e a “presença de ácidos gordos insaturados, entre os quais ómega-3 e 6, com um papel no controlo dos níveis de colesterol, na saúde da pele e dos ossos. Destaca-se ainda a presença de betacaroteno (outro antioxidante natural), e das vitaminas E e C. Com uma elevada presença de açúcares na composição do medronho, o seu valor energético é relativamente elevado, reforçando-se com a maturação pelo que se apresenta como um alimento a considerar na dieta alimentar.

A planta (medronheiro) e o fruto (medronho) têm diversas utilizações, sendo aqui abordadas 3 opções:

- **Fruto Fresco:**

Quando se trata de fruto para consumo em fresco, a melhor altura para a colheita é quando este se encontra amarelo. Colhido nesta fase, o fruto irá maturar normalmente, mesmo à temperatura ambiente, e terá uma firmeza ideal para armazenamento e transporte.

- **Fruto para transformação:**

Quando se trata de fruto para transformação, é preferível apanhar os medronhos já vermelhos. A colheita é feita em várias passagens pois, em cada planta, os frutos encontram-se normalmente em fases de amadurecimento diferentes.

- **Planta ornamental**

A folhagem verde e densa do medronheiro e a sua capacidade de resistência fresca após o corte apresenta o medronheiro como uma opção de uso por floristas e paisagistas. Também o caule, pela sua maneabilidade se apresenta como uma boa opção para a cestaria tradicional.

Dos produtos finais que se obtém do medronheiro, destacam-se, pela sua relevância e/ou potencial de crescimento no mercado, os seguintes:

Tipo de uso	Descrição
Fruto Fresco	Os frutos frescos, em calda ou congelados, a polpa enlatada, podem ser consumidos sem transformação ou utilizados em pastelaria, geladaria, ou em sobremesas diversas.
Aguardente	A aguardente, produto da destilaria em alambique de medronho fermentado, corresponde a um líquido cristalino e tem, em média, um teor alcoólico bastante elevado: entre 40% a 50%.
Licor, gin, cerveja	Estes produtos resultam de distintos processos de transformação do medronho maduro e tem vindo a ganhar espaço no mercado em nichos selecionados.
Compotas e Geleias	O doce e a geleia de marmelo são produtos tradicionais das regiões onde este fruto se desenvolve
Planta Ornamental	Como planta de corte ou em ornamentação de jardins o medronheiro apresenta-se como uma solução com elevada procura de mercado.
Melosa	A melosa algarvia apresenta-se como uma bebida resultante de uma combinação de aguardente de medronho com o mel
Cestaria (madeira)	Artesanato feito a partir de ramos mais jovens e flexíveis do medronheiro. Apesar de já pouco utilizado, por desaparecimento da arte de cestaria, é um produto com potencial
Produtos inovadores	Ex: Trufa de medronho (com licor ou aguardente), pão de medronho, gelado de medronho, vinagre ou gelatina de medronho.

A exploração piloto, não dispõe de unidade de transformação e/ou de conservação, pelo que se consideram os mercados de comercialização do fruto fresco para venda direta ou para a indústria transformadora.

Referências:

Boas Práticas na Produção de Alfarroba e Medronho em Agricultura Biológica, Associação de Defesa do Património de Mértola, 2018

Silvicultura do medronheiro: Drapc.gov.pt, <https://www.drapc.gov.pt> › base › documentos

<https://florestas.pt/descobrir/da-tradicao-do-medronho-as-novas-formas-de-o-saborear/>

<https://www.cres.pt/medronho>



3 Análise de mercado

O valor económico da fileira do medronho é ainda pouco expressivo, sendo a produção de aguardente a principal utilização.

A venda da aguardente de medronho (e de parte dos demais produtos derivados do medronho) está maioritariamente concentrada no mercado local e em turistas que visitam a região algarvia, sendo importante ligar o aumento da produção à dinamização de novos canais de venda e mercados alvo

Tipos de mercado			
Nome da solução, produto ou serviço	Clientes alvo de cada produto:	Mercado alvo para cada produto	Informação básica sobre concorrência
Fruto Fresco	Consumidor final no canal e-commerce Grandes superfícies e lojas gourmet Importadores especializados	Produto em cuvete, refrigerado – mercado nacional Produto em caixas refrigerado de 2,5Kg para mercado espanhol Produto em cuvete não refrigerado – venda online	O produto fresco no mercado nacional tem ainda fraca concorrência. A esmagadora maioria dos produtores destinam a produção para a indústria da aguardente.
Fruto para transformação:	Indústria transformadora: - aguardente de medronho, gin ou cerveja; - compotas e geleias, conserva e desidratação de frutos; - logurtes, pastelaria, gelataria, etc	Mercado local e regional	A produção de medronho é ainda insuficiente para satisfação da procura dos derivados deste fruto. A concorrência é efetuada ao nível de preços com outros produtores regionais. O fator que mais influencia o preço é a escassez do produto em anos de menor produção. O aumento atual das áreas de produção está a ser acompanhado pelo aumento da visibilidade do produto e do esforço de valorização do mesmo pelo que não se estima que a concorrência venha a condicionar o desenvolvimento do negócio.
Planta ornamental:	- Floristas e revendedores de produtos florais	Local, regional e nacional	Mercado muito condicionado pelas cadeias de fornecimento já existentes. Fraco poder concorrencial dos produtores.

Referências utilizadas:

Manual competitividade e mercados para culturas emergentes - A cultura do medronho, AJAP, 2018

Previsão de mercado			
Nome da solução, produto ou serviço	Descrição das condições de mercado atuais.	Procura.	Desenvolvimentos no preço.
Fruto Fresco:	O mercado do medronho em fruto fresco é atualmente muito reduzido. O elevado preço do produto e o desconhecimento do produto pelos consumidores pode estar na origem deste fenómeno. O medronho não é, em Portugal, um fruto com tradição no consumo em fresco. O produto não se encontra facilmente disponível para compra em fresco nos mercados retalhistas.	As atuais expectativas indicam que o consumo do medronho em fruto fresco vai aumentar nos próximos anos. A exigência de manuseamento e de refrigeração (tratando-se de um produto bastante perecível) podem condicionar a disponibilização deste produto no mercado	12 euros Kg (e-commerce, 2022)
Fruto para transformação:	A procura de medronho para aguardente é muito elevada nas suas regiões de produção. Nos últimos anos tem-se vindo a registar uma aumento das áreas cultivadas de medronheiro e aparecido os primeiros pomares regados. A procura de medronho para produtos mais inovadores é localmente associada às zonas de produção, mas é um mercado de crescimento que pode ser de interesse no futuro próximo.	É expetável que com a certificação de origem e/ou de qualidade dos produtos à base de medronho o valor deste fruto venha a aumentar	O preço do medronho para transformação é muito variável. É principalmente a abundância e/ou a escassez que fazem flutuar os preços de campanha.
Planta ornamental:	O mercado das plantas ornamentais está estabilizado.	Mercado estabilizado	Preço muito variável ao longo do ano

Referências utilizadas:

MANUAL BOAS PRÁTICAS PARA CULTURAS EMERGENTES - A CULTURA DO MEDRONHO, AJAP, 2017

Vida rural, 2017, medronho

<https://www.reformaagraria.pt/loja-agricola/fruta/medronhos/frescos/>

Estudo Económico de Desenvolvimento da Fileira do medronho, Forum florestal

O medronheiro é uma espécie autóctone portuguesa principalmente utilizado para a produção de aguardente e caracterizada por ter um impacto ambiental e social positivo para os ecossistemas nos quais se insere. O medronheiro apresenta uma particularidade interessante para a comunicação em marketing do produto que é o facto de ser uma espécie que, devido às suas características, pode ser utilizada como corta fogo, uma vez que atrasa a progressão de incêndios florestais. Após a ocorrência de incêndios, o medronheiro é uma das primeiras

espécies a brotar, regenerando-se através de rebentos da torga e retomando a frutificação em três a quatro anos. Esta característica de sustentabilidade ambiental é relevante para mercados mais sofisticados.

Potenciais vantagens e ameaças relacionadas com a comercialização da solução, produto ou serviço			
Nome da solução, produto ou serviço	Explicar vantagens de selecionar este produto ou serviço.	Recomendações relativas à melhor forma de comercializar o produto ou serviço	Quais as principais ameaças ao mercado?
Fruto Fresco:	O produto fresco apresenta um preço mais elevado que o vendido para transformação	Desenvolver parcerias com entidades locais (autarquias em certames do setor agroalimentar e turístico, , lojas gourmet, restaurantes e estabelecimentos hoteleiros e de turismo rural) para, reduzindo as cadeias de distribuição, divulgar e promover o produto junto dos potenciais consumidores. Degustações e provas. Venda e promoção online Contacto direto (prospeção e promoção) junto dos mercados-alvo (feiras de referência para produtos biológicos) Campanhas de marketing a reforçar a sustentabilidade ambiental e social da cultura do medronho e dos benefícios do seu consumo para a saúde humana alinhado com o Green Deal e com as atuais tendências de consumo (Anexos 1 e 2)	O mercado ainda é relativamente reduzido. O elevado preço associado ao produto e o desconhecimento dos consumidores quanto aos benefícios do produto são a principal ameaça ao negócio. Sendo um produto bastante perecível, exige um planeamento muito rigoroso dos intervalos de venda, gerando muitas perdas.
Fruto para transformação:	A venda de medronho para fabrico de aguardente é a principal utilização deste fruto nas regiões do Alentejo e algarve.	A valorização e promoção da aguardente de medronho atualmente em curso assente na indicação geográfica protegida (IGP para o Medronho do Algarve e o crescente controlo de qualidade deste produto derivado do medronho, permite considerar um valor acrescentado adicional para o produtor. Apostar numa promoção associada à sustentabilidade ambiental e social é uma aposta para aumentar o valor destes produtos junto dos clientes finais	O mercado encontra-se em crescimento e, apesar da produção também estar a aumentar com novas áreas de plantação de medronheiro, não se espera que a concorrência seja uma ameaça neste produto. De relevar que a aguardente de medronho é um produto de referência da região do algarve e já também de alguns concelhos do Alentejo e tem vindo a beneficiar de forte promoção dos municípios e entidades de promoção do turismo associado aos produtos locais e à gastronomia.
Plantas ornamental:	Valor residual na exploração	Venda direta junto dos distribuidores e floristas locais	Mercado estabilizado

4 Potenciais clientes.

Identificar os potenciais clients de cada produto. Identificar pelo menos cinco potenciais clientes para cada produto ou serviço.

Clientes			
Nome da solução, produto ou serviço	Nome e localização	Website/contactos	Observações
Fruto fresco	e-commerce	https://www.reformaagraria.pt/loja-agricola/fruta/medronhos/frescos/	
Fruto para transformação:	Destilarias certificadas		
Planta ornamental:			

5 Associações e Agrupamentos de produtores

Clientes			
Denominação	Localização	Website/contactos	Observações
Arbutus – Associação para promoção do medronho	Travessa do Botequim, Nº 6 7630-185 Odemira	https://www.arbutusassociacao.pt/ www.medronho-sw.pt arbutus.associacao@gmail.com TELEFONE: 938 229 782	A Associação tem como fim: -Defender, divulgar, e valorizar o medronho e todos os saberes e tradições que lhe estão associados; -Representar, defender e promover a salvaguarda dos interesses comuns dos associados; -Contribuir para o desenvolvimento económico, social e técnico dos nossos associados através de ações de sensibilização e de formação; -Desenvolver e promover a marca Medronho SW (Criada em parceria com a Câmara Municipal de Odemira)
APAGARBE - Associação de Produtores de Medronho do Barlavento Algarvio	Largo da Senhora do Pé da Cruz 8550-328 Monchique	lojamm@sapo.pt TELEFONE: 289 870 700	tem por objetivo, entre outros, credibilizar cada vez mais a genuinidade e qualidade da aguardente de medronho
CPM – Cooperativa Portuguesa do Medronho, CRL	Parque Empresarial de Proença-a-Nova, Edifício da Incubadora de Empresas 6150-579 Proença-a-Nova	EMAIL: cpmedronho@gmail.com TELEFONE:(+351) 925 273 263	A Cooperativa Portuguesa de Medronho crl dedica-se a promover a cultura do medronheiro e o cooperativismo

Anexos

Anexo 1: Green Deal



Fonte: Adaptado e traduzido de https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_en

Anexo 2: As 10 grandes tendências do Agroalimentar 2023

Redefinição do valor

- Quanto maior for a capacidade para combinarem benefícios económicos com claros objetivos de sustentabilidade e saúde, maior será o sucesso das marcas

Nutrição acessível

- Os consumidores procuram alto valor nutricional pelo preço certo e referem que, dado o aumento do custo de vida, procuram alimentos cada vez mais simples e nutritivos

Impulso geracional

- Criar produtos transparentes, que respondam às necessidades e preferências de cada grupo demográfico, continua a ser essencial para qualquer marca.

Plant-based, desvendando uma nova narrativa

- Os consumidores pedem o desenvolvimento de produtos vegetais inovadores, que não se limitem a imitar carne ou laticínios

Cultivar o futuro

- Os consumidores procuram a sustentabilidade dos processos produtivos: “mais natural/orgânica”, se se posicionam como “melhor para o ambiente” ou se ajudam “a reduzir riscos para a saúde”

Qualidade com rapidez

- Os consumidores procuram formas simples e convenientes de garantir a sua “ingestão diária de nutrientes”

Saboreando o digital

- Aposta em experiências reais combinadas com experiências virtuais, incluindo uma aposta no metaverso – seja para dar resposta a questões funcionais, ou seja, para impulsionar a vertente de entretenimento.

Gastos “por vingança”

- Crescimento da compra única por impulso “quando o produto alimentar ou bebida é inovador em aroma/gosto”- chamados pequenos prazeres

Descodificar a saúde

- Comunicação simples na embalagem, suportada por certificação credível (como o Nutri-Score), é uma fonte obrigatória para os consumidores interessados nos benefícios para a saúde e no valor nutricional de um produto.

Positivamente imperfeitas

- A transparência e a honestidade na informação que as marcas veiculam sobre a dificuldade que enfrentam no que diz respeito à sustentabilidade são apreciadas pelos consumidores

Fonte: Adaptado de Portugal Foods, 2023