



Estudo do Setor das Plantas Aromáticas, Medicinais e Condimentares em Portugal 2021

ANA M. BARATA, VIOLETA R. LOPES/BPGV, INIAV I.P.

RESUMO

Este estudo teve por objetivo principal o setor primário da fileira das PAM abrangendo a primeira transformação, focado na produção nos últimos dois anos e considerando o território nacional. O **propósito** foi o de caracterizar, avaliar e analisar a evolução do setor na medida em que foi possível comparar com o referencial do estudo de 2012-2013 e com os resultados obtidos em outras análises realizadas no contexto de projetos.

Para isso, foi produzido um inquérito digital para o setor produtivo, abrangendo a produção, a tecnologia de produção, a comercialização e a perspetiva do produtor, que foi enviado via eletrónica para o grupo de contactos que constituiu a matriz de inquiridos elaborada. No fecho da recolha das respostas obtiveram-se 46 respostas. O território de origem das respostas foi sobre 15 NUT III e a NUT I Reg. Autónoma da Madeira.

O estudo teve também o intento de traçar uma descrição geral e atualizada sobre as PAM num quadro de atividades direta e indiretamente envolvidas na fileira e na cadeia de valor deste grupo de plantas. Há conclusões retiradas a propósito do investimento no conhecimento, formação e inovação. Para sublinhar a importância da padronização e uniformização dos conceitos, legislação, designações e identificações, que se movem na fileira das PAM, foram reunidas as que se entendeu mais necessárias.

Sucintamente: O setor produtivo consolidou o perfil de produção de plantas secas em MPB, mantendo-se em explorações de pequena dimensão de que resulta o problema de conquistar escala suficiente para o mercado. O patamar tecnológico das explorações também tem caminho a realizar com os momentos-chave. A plantação, a proteção das plantas, a colheita, a destilação – aqueles onde é necessária maior intervenção e dinâmica porque são sobretudo realizados manualmente e, no caso da 1ª transformação – destilação – ainda não é prática corrente nas explorações. O produto final é vendido ao intermediário/armazenista e para o mercado nacional. As perspetivas do produtor são de futuro com uma marca associada, mantendo o carácter biológico e a produção de plantas secas.

Nos últimos tempos é cada vez mais evidente o crescimento de um consumidor mais atento para a recuperação de hábitos de vida saudáveis e mais próximo dos saberes tradicionais. Isso resultou em um aumento do interesse em todo o mundo sobre as plantas aromáticas e medicinais (PAM) como



remédios medicinais naturais e uso gastronómico, o que se reflete em uma demanda crescente por produtos PAM nos mercados europeus.

Segundo o Eurostat, as PAM são a produção de “plantas ou partes de plantas para fins farmacêuticos, fabrico de perfumes ou para consumo humano. As plantas culinárias distinguem-se dos legumes (plantas hortícolas), na medida em que são utilizadas em pequenas quantidades e dão aos alimentos mais sabor do que substância” (CPSA/SB/625.rev.7, ESTAT/E-1/JS/AC, Lux). Assim, como operadores da fileira das PAM, tem-se os coletores que recolhem o material vegetal na natureza, os produtores agrícolas que semeiam e plantam as espécies procuradas pelo mercado, os armazenistas que concentram as produções e/ou as recolções, e

os “secadores” locais onde se faz a secagem do material fresco; acrescenta-se os processos da destilação, a indústria alimentar, a indústria química transnacional, a indústria de cosmética. Observa-se também a distribuição específica, os ervanários, a distribuição alimentar, a indústria de cosmética natural e os distribuidores de produtos naturais alternativos. Os produtos iniciais são produtos frescos, que po-

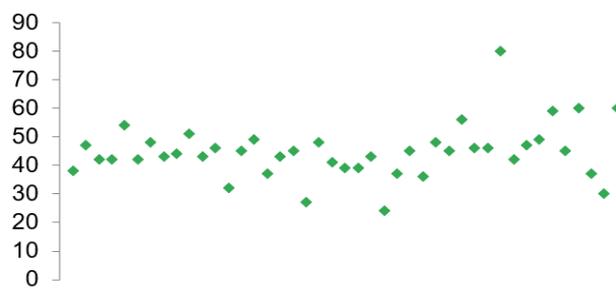
dem ser transacionados em verde, em seco, em óleo essencial, hidrolato e outros extratos; os produtos finais podem ser vendidos em granel, sem grandes mais-valias ou então embalados e rotulados com valor acrescentado como são os produtos frescos embalados, frescos envasados, os produtos secos para infusões, óleos essenciais em frasco, óleos essenciais para cosmética e perfumes, cremes para cosmética e fitoterapia, aromas para detergentes e outros produtos sanitários ou de higienização, extratos para farmácia e medicina.

O panorama atual requer agora I&D inovador em PAM para aumentar a produtividade, qualidade e possibilidades de valorização, mas como uma etapa anterior é essencial ouvir e estudar os consumidores e suas expectativas sobre as PAM, e, portanto, desenvolver estratégias de marketing focadas em questões como processos produtivos (rastreadibilidade, desenvolvimento de produtos de nicho); evolução dos produtos oferecidos; internacionalização do setor.

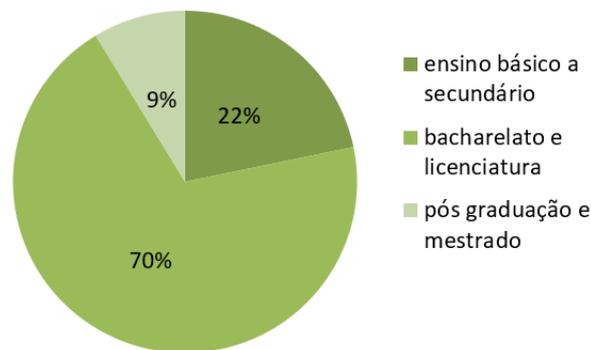
É muito importante a conformidade com questões como a gestão ambiental adequada e a conservação dos habitats para o crescimento natural de plantas aromáticas e medicinais. Para atender a esses critérios, é necessária a comunicação e o *networking* de todas as partes interessadas. Isso inclui coletores, cultivadores, processadores, empresas, institutos de investigação e apoio governamental.

Para o desenvolvimento do plano de ação para a valorização das PAM o primeiro passo é a caracterização do setor/fileira das PAM com as diversas atividades e agentes/operadores da fileira.

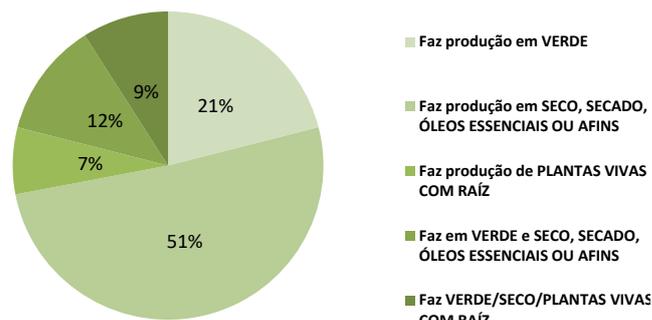
Idade (anos)



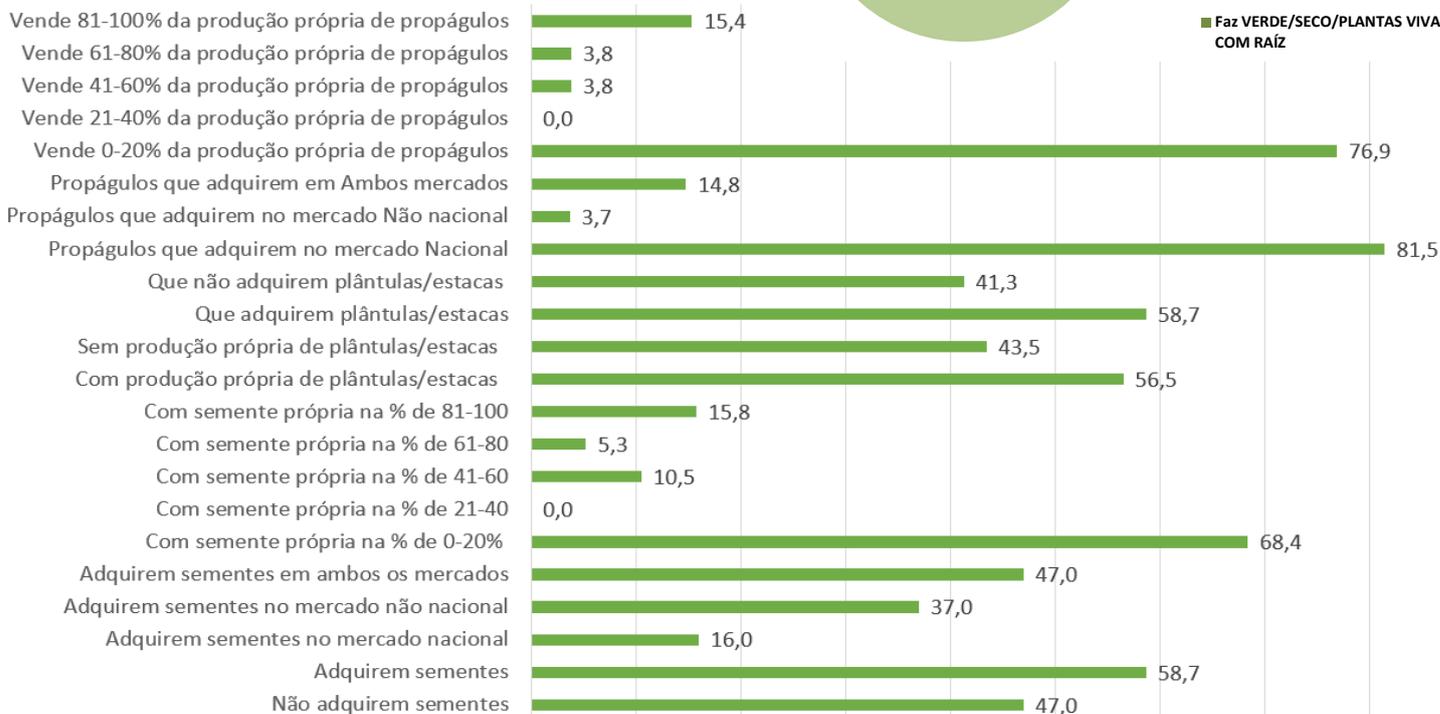
Habilitações



Produto final



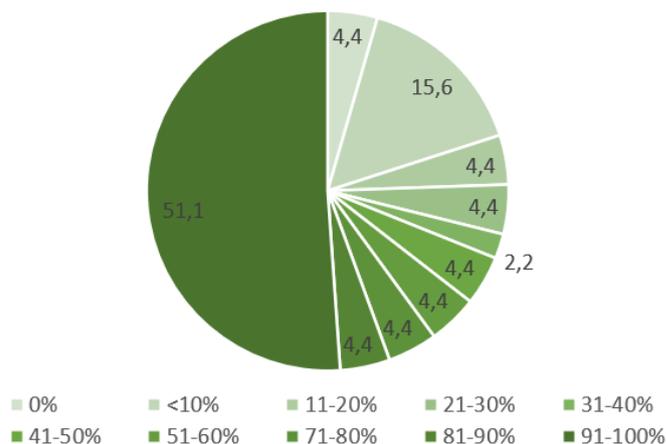
Caracterização das explorações inquiridas quanto ao fator de produção semente/ propágulo (% de respostas)



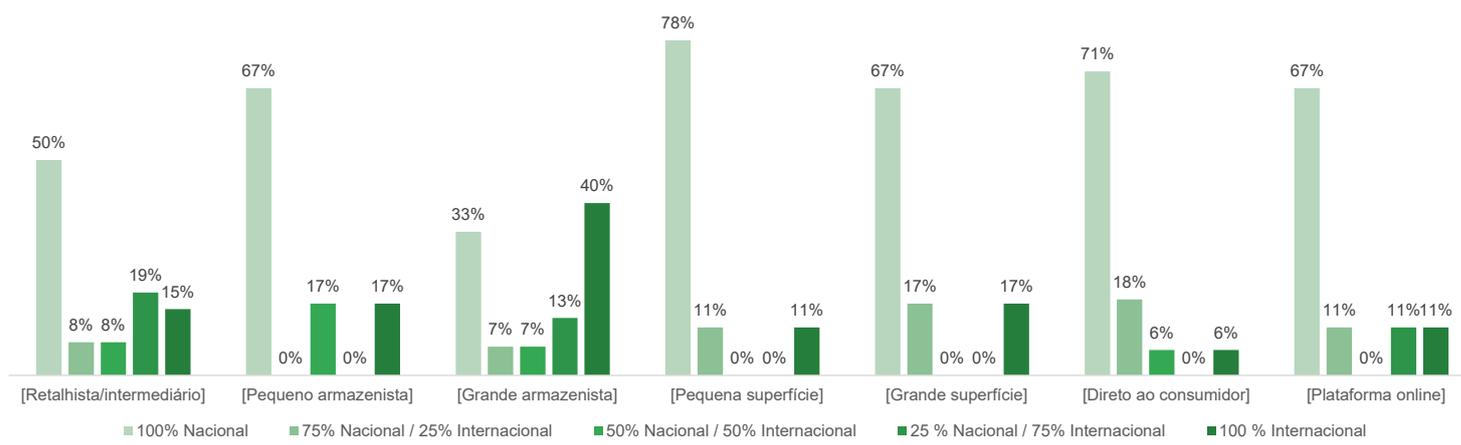
Nº de menções das 5 principais espécies comercializadas, por valor económico

Lúcia-lima	20
Tomilho-limão	20
Hortelã-pimenta	12
Alecrim	8
Erva Príncipe	6
Hortelã	5
Salsa	5
Coentros	4
Erva-cidreira	4
Sálvia	4
Equinácea	4
Eucalipto	4
Manjerição	4
Alfazema	3
Orégão	3
Tomilho-vulgar	3
Aloé vera	3
Rosmaninho menor	3
Esteva	2
Perpétua roxa	2
Stevia	2
Tomilho	2
Cebolinho	2

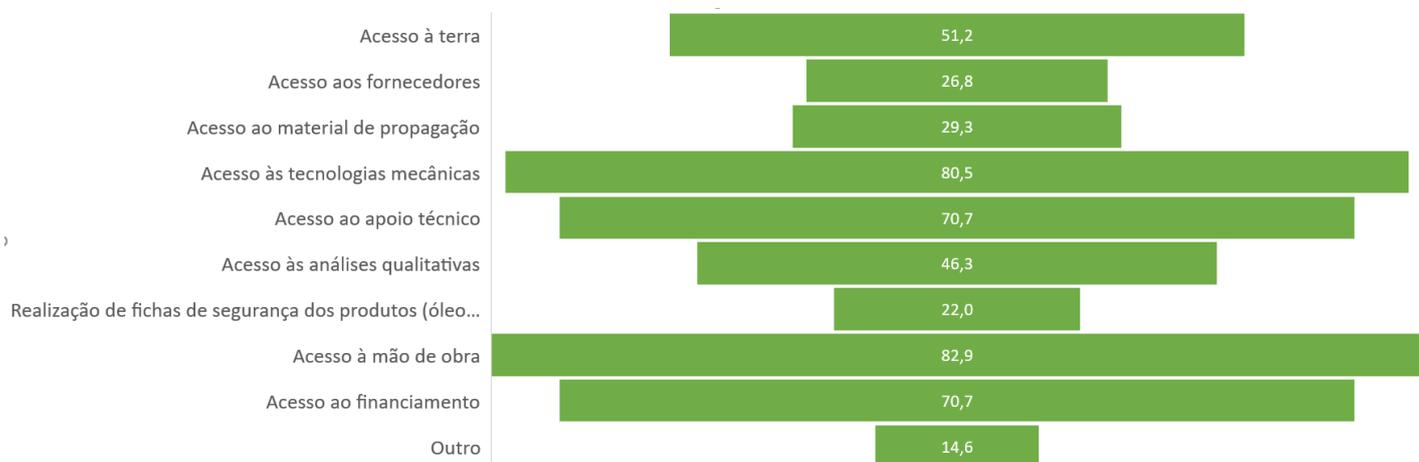
Contributo das PAM no rendimento da exploração (% de respostas)



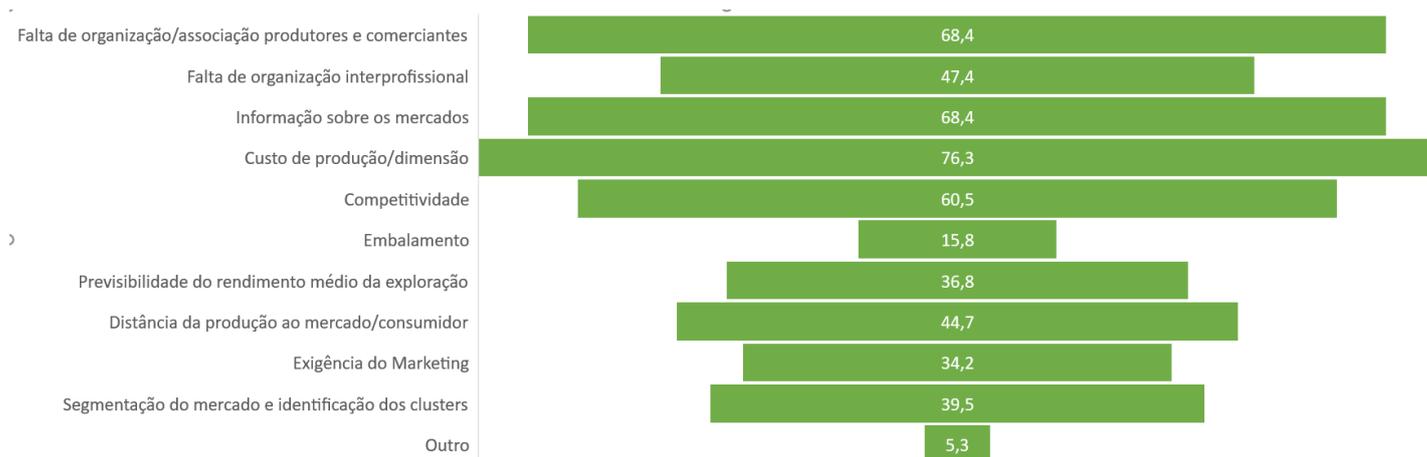
Modo de implantação no mercado nacional/ internacional



Desafios para a produção nomeados pelos inquiridos (% de respostas)



Quais os 5 principais condicionalismos que enfrenta na venda/ colocação no mercado dos seus produtos? (% de respostas)



Principais problemas do setor nomeados pelos inquiridos (% de respostas)



Principais tendências para o futuro do setor no negócio das PAM (% de respostas)



Ver documento completo em <https://www.ccpam.pt/estudo-do-setor-das-plantas-aromaticas-medicinais-e-condimentares-em-portugal/>