



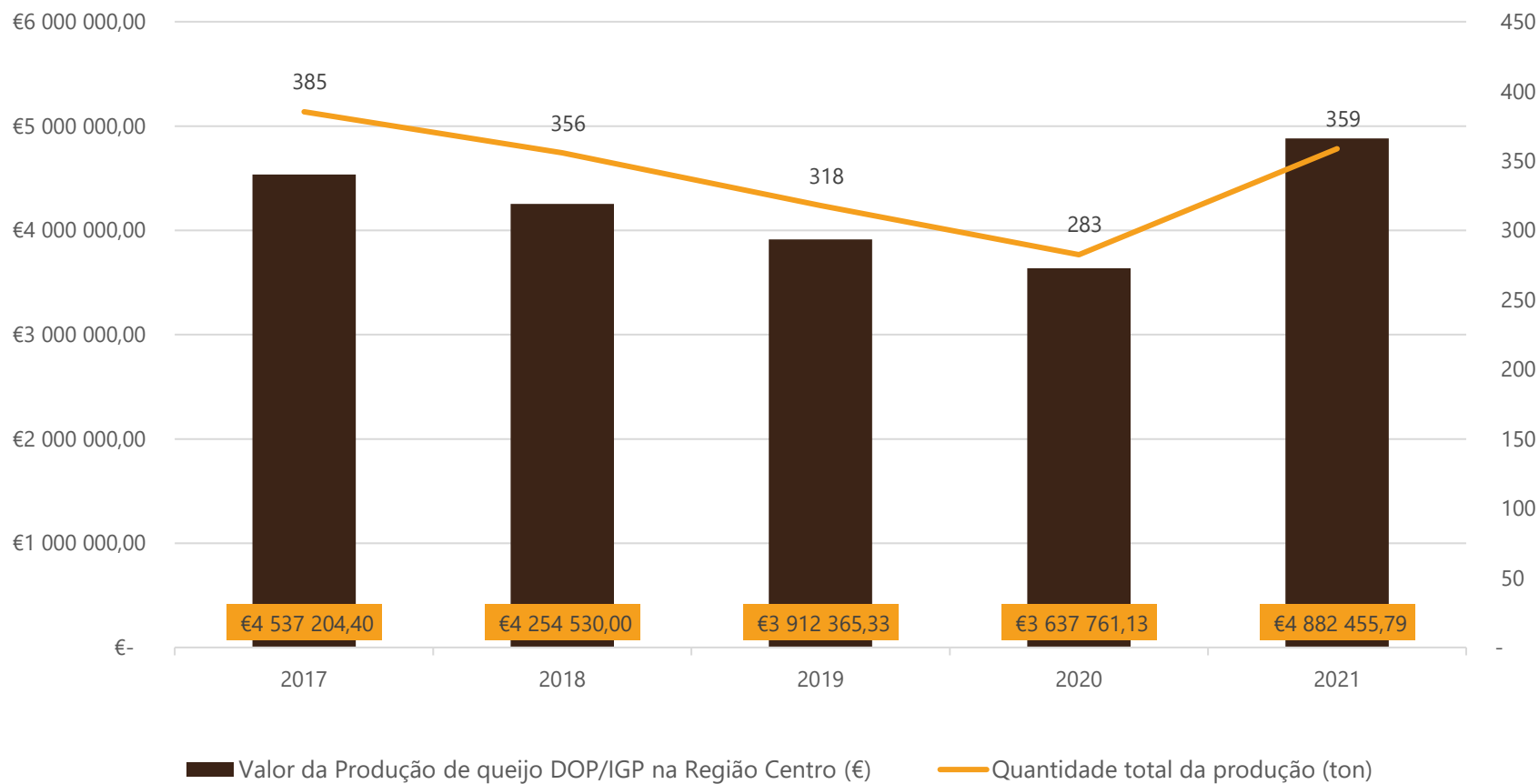
Programa de Valorização da Fileira do Queijo da Região Centro





VALOR ECONÓMICO
QUEIJOS DOP

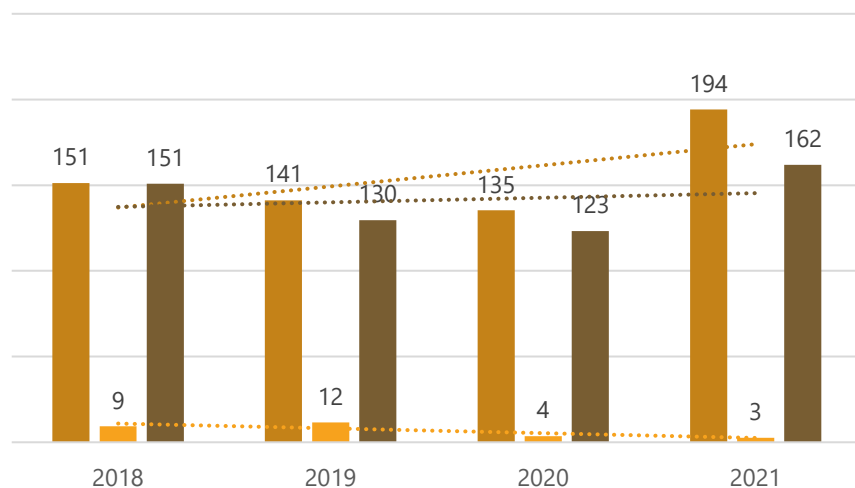
Valor Económico e Quantidade de Queijos DOP na Região Centro



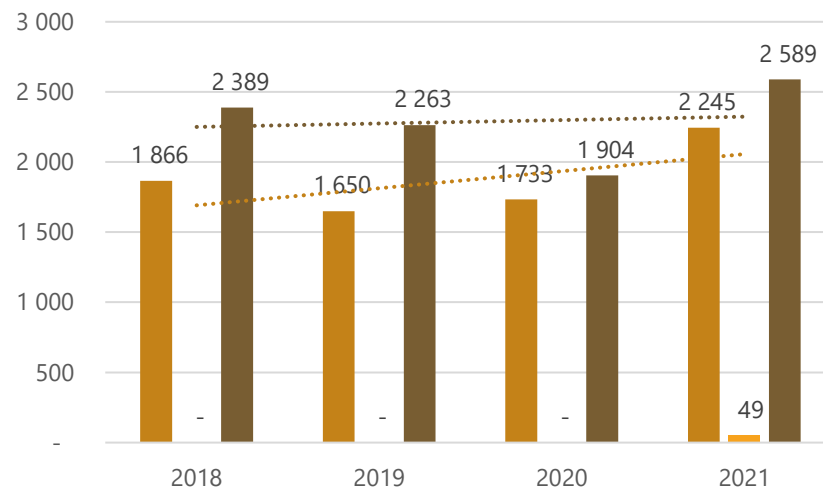
Valor Económico e Quantidade por Queijo DOP



QUANTIDADE (TON)



VALOR ECONÓMICO (MIL €)



■ Queijo Beira Baixa com DOP

■ Queijo Rabaçal com DOP

■ Queijo Serra da Estrela com DOP

..... Linear (Queijo Beira Baixa com DOP)

..... Linear (Queijo Rabaçal com DOP)

..... Linear (Queijo Serra da Estrela com DOP)

Evolução dos preços



PRODUTO QUALIFICADO DOP (€/KG)

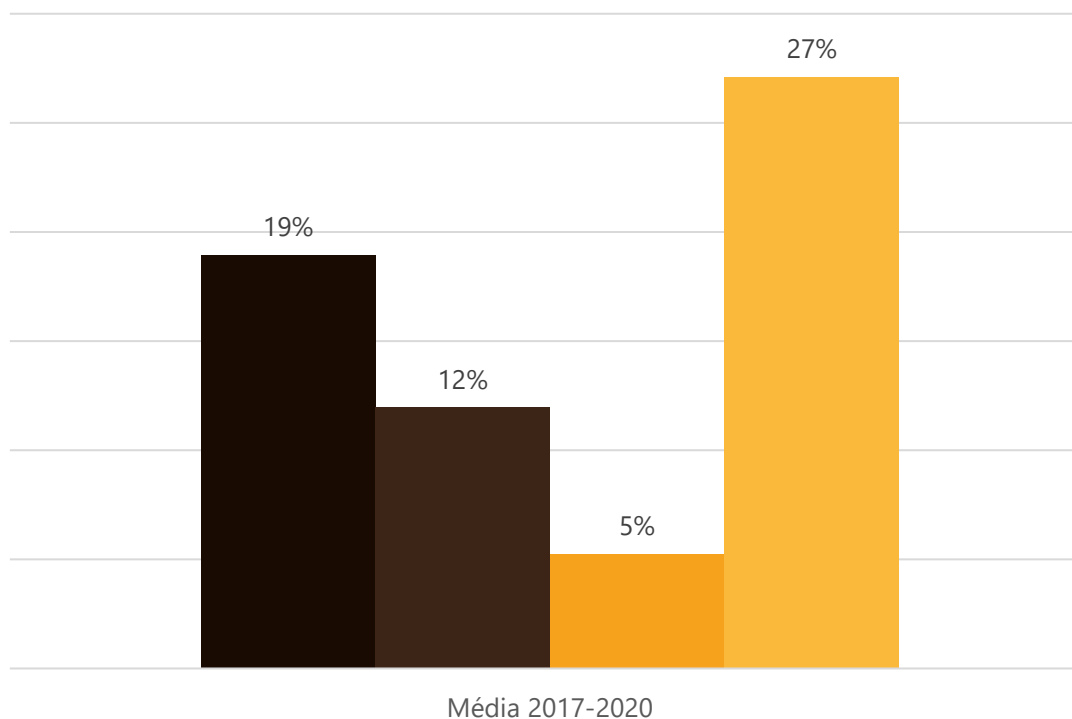
	2017	2018	2019	2020	2021
Queijo Amarelo da B.B.	11,30 €	11,98 €	11,37 €	12,60 €	10,60 €
Queijo de Castelo Branco	12,07 €	12,83 €	12,23 €	13,40 €	11,66 €
Queijo Picante da B.B.	11,89 €	12,61 €	11,90 €	12,50 €	13,25 €
Queijo Rabaçal	-	-	-	-	18,00 €
Queijo Serra da Estrela	15,05 €	15,52 €	17,13 €	15,25 €	16,00 €
Requeijão Serra da Estrela	1,50 €	1,10 €	1,20 €	1,20 €	-

PRODUTO NÃO QUALIFICADO (€/KG)

	2017	2018	2019	2020	2021
Queijo Amarelo da B.B.	9,73 €	10,28 €	9,37 €	10,34 €	-
Queijo de Castelo Branco	10,82 €	11,45 €	10,82 €	12,04 €	-
Queijo Picante da B.B.	11,33 €	11,98 €	11,30 €	11,85 €	-
Queijo Rabaçal	-	-	-	-	-
Queijo Serra da Estrela	12,00 €	12,50 €	13,00 €	12,00 €	-
Requeijão Serra da Estrela	1,00 €	0,80 €	n.d.	0,65 €	-



DIFERENÇA DE PREÇOS ENTRE QUEIJO COM DOP E QUEIJO SEM QUALIFICAÇÃO (€/KG)



■ Queijo Amarelo da B.Baixa DOP ■ Queijo de Castelo Branco DOP ■ Queijo Picante da B.Baixa DOP ■ Queijo Serra da Estrela DOP



DESAFIOS FUTUROS



Limitações	Consequências	Ações
<ul style="list-style-type: none">• Fraca rentabilidade das explorações• Aumentos dos custos de produção• Atividade muito exigente e de baixa notoriedade social• Dimensionamento das explorações e dificuldade de acesso à terra	<ul style="list-style-type: none">• Entrave para a atração de novos investimentos no setor• Diminuição dos efetivos e número de explorações• Abandono da atividade pelos produtores já instalados• Dificuldade na transmissão geracional da atividade	<ul style="list-style-type: none">• Remunerar o pastor pelas funções ambientais• Valorizar o pastor como “Guardião da Paisagem”• Investimento público em áreas de acolhimento para pastores• Apoiar os pastores na transição energética e digital



Limitações	Consequências	Ações
<ul style="list-style-type: none">• Produção de queijos DOP não é comercialmente atrativa• Menor procura, maior controlo da atividade e matéria-prima mais cara• Escasso ou inexistente número de queijarias com produção 100% DOP• Forte dependência da grande distribuição	<ul style="list-style-type: none">• A produção de queijo DOP reduzida comparativamente à produção de queijo sem qualificação• Estratégia de mercado muito focada na competição pelo preço mais baixo• Apropriação indevida de nomes comerciais que se associam a queijos qualificados com DOP• Canibalismo praticado pelas marcas de queijos não qualificados que se assemelham aos queijos DOP	<ul style="list-style-type: none">• Apostar em estratégias de segmentação do produto e nos mercados externos• Apostar na comunicação e diferenciação dos queijos (cura, ingredientes naturais, etc.)• Adaptar a comercialização dos queijos às novas tendências de consumo (dimensão, embalagens)• Apostar no comércio online e venda direta através de plataformas digitais• Apostar em certificações (ambientais/orgânico) e concursos internacionais



Limitações

- Consumidor ainda pouco sensibilização para o consumo de queijo DOP
- Dinamização de eventos municipais/regionais que não diferenciam e valorizam o queijo DOP
- Incipiente valorização turística da atividade de produção de leite e queijo DOP

Consequências

- A produção de queijo DOP reduzida comparativamente à produção de queijo sem qualificação
- Estratégia de mercado muito focada na competição pelo preço mais baixo
- Apropriação indevida de nomes comerciais que se associam a queijos qualificados com DOP
- Canibalismo praticado pelas marcas de queijos não qualificados que se assemelham aos queijos DOP

Ações

- Continuar a aposta na sensibilização do consumidor para o consumo de queijos DOP
- Melhorar a presença e a informação digital para a promoção e defesa das denominações de origem
- Dinamizar eventos dirigidos ao consumidor final: mostras, feiras
- Apostar no marketing digital e tradicional: redes sociais, influenciadores digitais, trabalho jornalístico
- Apostar na promoção turística dos queijos DOP