

PRESIDENTE DO PORTUGUESE AGROFOOD CLUSTER FAZ BALANÇO DO "DIGITAL AGRIFOOD SUMMIT PORTUGAL" E ADVERTE

Cooperação entre as empresas é "a chave fundamental para ultrapassar as dificuldades"

Págs. IV e V



Destaques

FRANCISCO GOMES DA SILVA, DIRETOR-GERAL DA AGROGES

Portugal "não tem dado muita importância" à definição das práticas da condicionalidade na nova PAC



Pág. III

Destaques

Jovens agricultores excluídos do PDR 2020 devido a norma de análise após prazo de candidatura

Pág. II

ViniPortugal investe 7,5 milhões em promoção internacional

Págs. VI e VII

Jovens agricultores excluídos do PDR 2020 devido a norma de análise após prazo de candidatura

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Uma norma de análise – N3/A2/3.1/2020 – emitida pela Autoridade de Gestão do Programa de Desenvolvimento Rural (PDR 2020) em março de 2020, ou seja, vários meses depois de terminado o prazo de candidaturas para apoios a jovens agricultores, derivou no chumbo de “centenas de projetos de investimento”.

A informação sobre as razões da não elegibilidade destes projetos foi avançada à “Vida Económica” por dois jovens agricultores com candidaturas rejeitadas, que preferiram não se identificar, e foram confirmadas à “Vida Económica” pelo diretor-geral da consultora Consulai, Pedro Santos.

Também o diretor-geral da consultora Agrogres, Francisco Gomes da Silva, confirmou a situação, dizendo: “A situação que o Pedro Santos relata é profundamente verdadeira e absolutamente inacreditável. Subscrevo na íntegra”, disse o também docente do Instituto Superior de Agronomia e ex-secretário de Estado das Florestas e Desenvolvimento Rural.

“O problema é inacreditável, porque, por um lado, é uma regra que muda a meio do jogo, mas, por outro, mais grave ainda, é uma regra que é mudada através de uma orientação interna que não é do conhecimento de quem se candidata, nem das empresas consultoras, nem dos promotores. E quem se candidata tem de ter conhecimento das regras à partida. Não se faz. E mais: se é um objetivo político instalar jovens agricultores, se isso é, de facto, importante – e acho que isso é das coisas mais pacíficas –, como é que se criam obstáculos deste tipo? Não é certamente por obstáculos orçamentais. Não consigo perceber”, afirmou Francisco Gomes da Silva à “Vida Económica”.

Reclamação para a Autoridade de Gestão e recurso para o ministro do Planeamento

Pedro Santos, da Consulai, explica que em causa estava a “data de início de atividade das empresas dos jovens agricultores”. A Autoridade de Gestão do PDR 2020 considerou que os candidatos que tivessem dado início à atividade nas Finanças mais de seis meses antes da data de entrega da candidatura “ficavam excluídos do concurso”. E, mais ainda, “ficavam excluídos da oportunidade de se candidatarem a este apoio no futuro”. Isto porque, segundo o consultor, para o Ministério da Agricultura, que tutela o PDR 2020, o início de atividade nas Finanças é o ato que representa o início da atividade agrícola, mesmo que não tenha existido qualquer despesa ou receita com a atividade agrícola” antes desses seis meses.

“Pelo simples facto de o jovem ter dado início à empresa na data X, a empresa é excluída” dos apoios do



PDR 2020. “Parece estranho, mas é verdade”, lamenta Pedro Santos, considerando tratar-se de “uma incoerência administrativa que está a bloquear a elegibilidade destes projetos” para efeitos de apoios comunitários.

“Isto não era uma regra”, sublinha o responsável da Consulai. “Tanto assim é que a legislação vigente diz que posso instalar-me tendo apresentado há menos de um ano uma candidatura

- CIC Portugal 2020”. Só depois avançará “uma ação administrativa contra o Ministério da Agricultura”.

“Uma medida de proteção dos agricultores, não uma nova proibição”

O Ministério da Agricultura tem entendimento diferente. Instado pela “Vida Económica”, fonte oficial do gabi-

Se assim não fosse, diz o Ministério da Agricultura, o PDR 2020 “arriscava-se a penalizar fortemente os agricultores que, na perspetiva e na preparação duma candidatura, abrem atividade nas Finanças e começam a preparar a execução dos investimentos (que podem realizar desde a data da entrega da candidatura), imediatamente antes da data da entrega”.

“Decididas desfavoravelmente 593 candidaturas”

Por isso, diz o Ministério de Maria do Céu Antunes, “ao proceder à atualização da Norma de Análise, a Autoridade de Gestão definiu um período de tolerância para a aquisição de competências profissionais e preparação das candidaturas, considerando que não haverá impedimento à primeira instalação desde que a abertura de atividade e atividade exercida não exceda os seis meses antes da entrega da candidatura”.

A “Vida Económica” perguntou quantas candidaturas de jovens agricultores foram rejeitadas à luz desta norma de análise N3/A2/3.1/2020, mas o Ministério garante: “Nenhuma candidatura foi rejeitada com base em qualquer regra nova da Norma de Análise”, por não constituir “fundamento para a rejeição de candidaturas”.

Informa, porém, que, no âmbito das operações apresentadas ao 9.º Anúncio da Operação 311, que emparelha com o 4.º Anúncio da operação 312, “foram decididas desfavoravelmente 593 candidaturas”.

“Nalguns casos (não sendo possível, neste momento, concretizar quantos), o indeferimento deveu-se, efetivamente à existência de impedimento à primeira instalação, por existir abertura de atividade nas Finanças (com atividade agrícola exercida)”, revela o Ministério de Maria do Céu Antunes.

O Ministério da Agricultura garante: “Não é possível apoiar a primeira instalação de quem já está instalado”.

Ao abrigo do 9.º Anúncio da operação 311, acompanhado pelo 4.º Anúncio da operação 312, cuja apresentação de candidaturas decorreu entre 23 de setembro e 08 de novembro de 2019, foram formalizadas 1867 candidaturas. Apenas foram aprovadas 903, com um apoio de 24,9 milhões de euros

ao VITIS ou ter recebido nos últimos dois anos ajudas diretas. A única exceção a isso é eu ter feito isso em nome individual. E, para eles [Autoridade de Gestão do PDR], o simples facto de se ter cumprido as obrigações legais de pagar a um contabilista ou de pagar a escritura da sociedade é suficiente para não deixar ser elegível um jovem agricultor”, acrescenta Pedro Santos. O diretor-geral da consultora realça, aliás, que esse requisito de o jovem não poder ter atividade há mais de seis meses “só aparece na norma interna N3/A2/3.1/2020 ‘à posteriori’, no momento da candidatura isso era desconhecido”.

Bernardo Albino, advogado que representa Pedro Santos e a Consulai nestes processos, também falou com a “Vida Económica”. Revela que “ainda estamos numa fase administrativa” e não judicial, pelo que, para já, vão avançar com “uma reclamação para a Autoridade de Gestão e um recurso para o ministro do Planeamento”, que é o membro do Governo com a tutela dos fundos comunitários e “coordenador da Comissão Interministerial de Coordenação do Acordo de Parceria

nete da ministra Maria do Céu Antunes refere que “a regra de que o início de atividade nas Finanças, com exercício de atividade agrícola, antes da data de entrega da candidatura, constitui, em princípio, um impedimento à primeira instalação não é uma inovação da Norma de Análise N1/A2/3.1.2/2020, antes existindo desde a origem da definição do apoio aos investimentos de jovens agricultores nas explorações agrícolas”. E assegura que esta é “uma medida de proteção dos agricultores, e não uma nova proibição”.

Assume, contudo, que “as portarias do PDR 2020 apenas admitem duas exceções a esta regra” para que não haja impedimento à primeira instalação: 1) a atividade agrícola desenvolvida tem de ter “enquadramento em candidaturas que tenham sido aprovadas nos doze meses anteriores à submissão da candidatura no âmbito do regime de apoio à reestruturação e reconversão da vinha (VITIS)”; 2) estar enquadrada nas “ajudas à produção ou à atividade agrícola no âmbito do pedido único nos dois anos anteriores ao ano de apresentação da candidatura”.

Portugal “não tem dado muita importância” à definição das práticas da condicionalidade na nova PAC

A presidência portuguesa do Conselho da União Europeia deveria ser aproveitada para “fechar algumas questões que estão em aberto” quanto à nova Política Agrícola Comum (PAC) até 2027. Entre elas, “a percentagem dos pagamentos diretos a afetar aos eco-regimes, no âmbito do primeiro pilar”. Mas também as regras da condicionalidade no próximo quadro, que vai ser reforçada e que “vem, na prática, substituir o ‘greening’”. Em entrevista à “Vida Económica”, Francisco Gomes da Silva, diretor-geral da Agrogos, deixa o alerta: “Era extraordinariamente importante para Portugal, porque tem uma agricultura muito diversa, conhecerem-se os contornos exatos dessa condicionalidade”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Portugal assume a presidência do Conselho Europeu durante o primeiro semestre de 2021. Tem a expectativa de que se consigam estabilizar alguns pontos importantes da nova PAC?

Francisco Gomes da Silva – Seria bom que se conseguissem fechar algumas questões que estão em aberto, para além do acordo de princípio que já existe [continuidade das atuais regras da PAC em 2021-2022, sendo que as dotações nacionais durante este período de transição serão as acordadas para o Quadro Financeiro Plurianual 2021-2027 e os fundos de recuperação atribuídos ao FEADER (7,5 mil milhões de euros) serão disponibilizados aos Estados-membros para o período de 2021-2022]. Seria bom porque, uma vez que já sabemos o que se vai passar em 2021 e 2022, se conseguíssemos, durante o primeiro semestre, em termos comunitários, fechar um conjunto de questões associadas, conseguiríamos com alguma antecedência saber o que se iria passar em 2023, 2024, 2025 e 2026.

VE – E que questões gostaria de ver fechadas?

FGS – São, basicamente, as que estão em cima da mesa. Por um lado, qual é a percentagem dos pagamentos diretos a afetar aos eco-regimes, no âmbito do primeiro pilar, e qual é o valor mínimo. Sobre isso valia a pena perceber qual é a posição portuguesa, se vai querer o mínimo ou mais do que o mínimo. Isso é importante, porque tem implicações muito grandes sobre os direitos de pagamento base, porque quanto maior for a parcela dos eco-regimes, mais baixo será o valor dos direitos, que vão baixar e que, para além disso, vão todos convergir e ser iguais para toda a gente, coisa que hoje não são. Este processo de harmonização, conjugado com um corte, que vai para os eco-regimes, tem impacto no valor das ajudas diretas que os agricultores vão receber. Esse é um ponto importante.

VE – Não posso deixar de o questionar sobre uma recente entrevista do ministro do Ambiente, que disse querer fazer estender às florestas os pagamentos diretos. Que impacto prático é que isto poderá ter?

FGS – Antes de lhe falar na bondade da coisa, falo-lhe da regulamentação. E a regulamentação não o permite. Esse é um obstáculo. A não ser que se alterem tão profundamente os regulamentos da PAC, mas isso seria, não um 25 de abril, mas uma revolução muito grande. Objetivamente, a PAC é uma política agrícola, continua a ser, e não é uma política florestal, embora tenha cada vez mais uma componente que integra, e bem, a vertente florestal. Mas isso tem acontecido sobretudo no segundo pilar [da PAC], nos apoios ao investimento e, marginalmente, no primeiro pilar, porque algum tipo de floresta – entenda-se, os montados – são elegíveis para efeitos de primeiro pilar. Agora, o que o ministro [do Ambiente, Matos Fernandes] disse vai muito para além disso, porque fala em 1500 milhões do primeiro pilar [da PAC] para a floresta.

VE – Incluindo as verbas do PRR – Programa de Recuperação e Resiliência.

FGS – Da bazuca. Exatamente. Mas, primeiro, os regulamentos não o permitem. Agora, eu se estivesse no lugar do ministro do Ambiente, estaria a fazer o mesmo. E até a tentar mudar os regulamentos. Não é ao ministro do Ambiente que compete zelar pelos interesses da Agricultura.

VE – Os regulamentos, a serem mudados dessa forma tão profunda, sê-lo-iam para todos os Estados-membros ou Portugal teria autonomia para mudar apenas no seu próprio país?

FGS – Não. E não é crível que isso aconteça. Nem está em cima da mesa nas negociações que têm decorrido a nível europeu para esta reforma da PAC. Para mim, o ministro do Ambiente teve um lapso, eventualmente por desconhecimento. Mas, como sabe a força interna que tem, achou que podia dizer isso, porque, mesmo que os regulamentos não permitissem, ele, conseguiria mudar os regulamentos. Houve da parte dele um excesso de voluntarismo, foi com muita sede ao pote e, às tantas, falou de mais, digamos assim. Agora, se ele tivesse dito aquilo que disse, não relativamente ao primeiro pilar, mas relativamente ao segundo, aí acho que ele tem capacidade para o fazer. Aí estamos basicamente a falar de duas grandes componentes: uma, financia o investimento, e a floresta faz parte das medidas de apoio ao investimento, outra, pode financiar aquilo que se chama as medidas silvo-ambientais, que é o paralelo das agro-ambientais para as florestas. E, aí, é uma decisão nacional. A forma como Portugal vai distribuir o orçamento do segundo pilar no seu futuro PDR [Programa de Desenvolvimento Rural], aí, é uma decisão nacional.



Francisco Gomes da Silva, ex-secretário de Estado das Florestas e Desenvolvimento Rural, é diretor-geral da Agrogos.

VE – Aí, Portugal tem autonomia para decidir, é isso?

FGS – E tem mais autonomia do que tinha no passado. Neste quadro comunitário, os Estados-membros têm mais autonomia para definir os seus planos. Não há obstáculos ao apoio às florestas, por via do segundo pilar. Portanto, genericamente falando, se o ministro, à mesa do Conselho de Ministros, tiver poder suficiente, vai influenciar o desenho do PDR com certeza.

VE – Voltando àquilo que gostaria de ver estabilizado durante este primeiro semestre da presidência portuguesa, qual era o segundo ponto?

FGS – Para além do envelope financeiro que vai ficar afeto aos eco-regimes, há outra questão, muito importante, embora se calhar seja cedo para que fique fechada no primeiro semestre, que é: em que é que vão consistir, de facto, os eco-regimes? Ou seja, quais são vão ser as práticas premiadas através desse novo tipo de ajuda, que vem, na prática, substituir o ‘greening’, mas com o caráter mais exigente, do ponto de vista das práticas para o ambiente, a biodiversidade, o clima, etc.?

VE – Porque é que diz que não é crível que fique estabilizada neste primeiro semestre? É polémica?

FGS – Não é tanto por ser polémica. As atenções do ponto de vista da negociação normalmente centram-se muito nos envelopes financeiros e os conteúdos acabam por ficar para o fim. Certamente, neste momento há um esforço grande para haver uma decisão europeia sobre qual vai ser o montante mínimo a afetar aos eco-regimes – 20%, 30%, 40%, o que for – e, aí, há uma negociação em curso e em que é que isso se vai materializar só ocorrerá depois de fechado o envelope financeiro. E já não era mau que ficasse fechado no primeiro semestre o envelope dos eco-regimes para se poder passar rapidamente para a discussão do conteúdo.

VE – E para além dos eco-regimes?

FGS – Há uma questão a que não se tem dado muita importância e que é a definição das práticas do que constitui a condicionalidade. Na prática, é aquilo que torna um agricultor ou uma exploração elegível para receber apoios comunitários. No atual quadro já há um conjunto de condições de acesso – normalmente ligadas a boas práticas – para candidatura às agro-ambientais ou para exercer um direito de pagamento base e receber o ‘greening’. Ora, aquilo que consta das propostas, quer da Comissão, quer do Parlamento Europeu, a condicionalidade no próximo quadro [comunitário] vai ser reforçada.

VE – O que é que isso quer dizer?

FGS – Quer dizer que determinadas práticas que anteriormente podiam ser objeto de ajudas vão deixar de ser apoiadas porque vão deixar de ser obrigatórias. Já existem propostas sobre o que deve ser o contorno desta condicionalidade, mas era extraordinariamente importante para Portugal, porque tem uma agricultura muito diversa, conhecerem-se os contornos exatos dessa condicionalidade, porque aquilo que estiver dentro dela, por exemplo, em matéria ambiental, não pode ser objeto de apoio num eco-regime ou numa medida agro-ambiental.

Uma das coisas que estão propostas é que a prática de uma rotação na exploração passe a ser uma condição de acesso. Portanto, agricultores que não pratiquem uma rotação, que é uma coisa que, do ponto de vista agronómico e ambiental, é bom, porque diversifica as culturas e evita as monoculturas, mas, se passar a ser obrigatório, há um conjunto de explorações em Portugal que vão...

VE - Deixar de ser apoiadas?

FGS – Vão ter de ter uma alteração muito grande. As rotações são boas, de uma forma geral, mas, na nossa diversidade agrícola, há certas zonas do país onde as rotações não são viáveis. Ou porque a dimensão da propriedade é muito pequena ou porque há uma condicionante, por exemplo, de salinidades... estas coisas têm de ser definidas. E temos de estar muito atentos.

VE – E Portugal – o Governo – tem estado atento e a expor as particularidades da nossa agricultura?

FGS – Eu quero crer que sim. Não tenho nenhuma razão para acreditar que não e que isso tem sido negligenciado.

VE – Mas não tem vindo a público nada sobre isso?

FGS – Não. Não tem vindo. As propostas que estão em cima da mesa da Comissão e do Parlamento, os tais acordos de princípio que a ministra da Agricultura diz agora que não quer revisar – e bem, porque foram fechados na presidência alemã –, têm lá coisas muito claras e que não podem assumir tal como estão pela agricultura portuguesa.

PRESIDENTE DO PORTUGUESE AGROFOOD CLUSTER FAZ BALANÇO DO "DIGITAL AGRIFOOD SUMMIT PORTUGAL" E ADVERTE

Cooperação entre as empresas é "a chave fundamental para ultrapassar as dificuldades"

Em 2020, o setor agroalimentar "não cresceu em relação a 2019, mas não perdeu o patamar em que se encontrava", fruto da "resiliência" das empresas, o que permitiu manter as exportações "na casa dos 6,3 mil milhões de euros". Eis o diagnóstico do presidente do Portuguese Agrofood Cluster, que organizou a primeira edição da "Digital Agrifood Summit Portugal". Em tempos de pandemia e com o "Brexit" a dificultar as relações comerciais com o Reino Unido, Amândio Santos não tem dúvidas: "Cada vez mais identificamos a cooperação como uma chave fundamental para ultrapassar tantas dificuldades. Mais do que nunca, a cooperação é fundamental".

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – O "Digital Agrifood Summit Portugal" foi um evento pioneiro e com uma duração alargada – três dias. Que balanço é possível fazer?

Amândio Santos – Este foi, de facto, um enorme desafio que as entidades que constituem o Portuguese AgroFood Cluster abraçaram [consórcio constituído pela PortugalFoods, InovCluster, AgroCluster e PortugalFresh, reconhecido publicamente pelo Governo a 23 de fevereiro de 2017 e a cujo Conselho Estratégico preside a FIPA – Federação das Indústrias Portuguesas Agro-Alimentares]. E o Portuguese AgroFood Cluster conseguiu também mobilizar a ViniPortugal e a [marca] Wines of Portugal.

VE – Essa foi uma novidade, porque a ViniPortugal não integra o Portuguese AgroFood Cluster.

AS – Sim, foi muito importante, porque Portugal nunca comunicou, num só momento, todo o setor. A transversalidade de todo o setor agrícola, com as frutas, os legumes e as flores, através da Portugal Fresh, o vinho, o azeite, produtos claramente da terra, com os produtos transformados. Foi a primeira vez que conseguimos mobilizar todo o setor, com 74 empresas, num evento digital. É a demonstração de que o setor quer investir na transformação digital. Sabemos que o futuro obriga a que as empresas estejam preparadas para este nível de contacto com os mercados, porque as viagens e a presença física vão ser cada vez mais seletivas. Com Covid ou sem Covid, todos estamos a aprender uma nova forma de estar nos negócios. E esta cimeira veio permitir este processo de aprendizagem. A primeira grande prova do sucesso deste evento foi a oportunidade que todos tivemos de ver o que é estar num ambiente digital, virtual, em que os compradores aparecem e temos de os ir buscar. Temos de estar muito atentos a esta dinâmica digital. Nas feiras físicas, o

comprador ou entra no nosso stand ou espaço ou nós não o chegamos a conhecer. Muitos compradores passam e nem falamos, apenas levam o contacto. Neste evento digital, temos de ter a capacidade de captar a atenção do comprador.

VE – Até porque os compradores tinham de se inscrever para poderem participar no evento.

AS – Sim, tinham de se inscrever, agendavam reuniões, mas, muitas vezes, as empresas poderiam encontrar um comprador, apresentar-se e procurá-lo. Há essa dinâmica, de conseguir saber, no momento, quem é que está presente e à procura de quê. Muitos compradores aparecem e dizem 'procuro pera rocha' ou 'procuro conservas'. E a empresa que não estiver ativa nas plataformas de 'networking' perde uma oportunidade. Por isso é que muitas empresas conseguiram ter muito mais atratividade do que outras. Agora, eu diria que, pela recetividade das empresas, o objetivo foi atingido. Não digo isto por ser uma pessoa otimista por natureza. Digo, dos 'inputs' que recebemos das empresas, que nos pedem que isto não pare. A mensagem que fica é que este é um bom início. Tem de se iniciar por algum lado. Estamos conscientes de que há muita coisa a melhorar, mas o balanço é extraordinariamente positivo.

VE – Quantos compradores foi possível reunir e de quantos países?

AS – Nós tínhamos uma previsão de trazer largas centenas de compradores de 30 países. Tivemos presentes compradores de 64 países e centenas de visitantes. Mas compradores, que permitiram negócio às empresas e que estas identificam como profissionais do setor, tivemos 320, que estão registados e ficam numa base de dados do setor. E esta é uma novidade importante: este evento permite-nos criar uma base de dados global. Enquanto que, numa

terminado mercado, nós fortalecemos a nossa rede de relações no exterior. Ficamos muito satisfeitos, porque foi evidente o trabalho feito por nós, membros do



Amândio Santos, presidente do Portuguese Agrofood Cluster.

PAC [Portuguese AgroFood Cluster], pela consultora que trabalhou connosco, mas, acima de tudo, pela rede externa da ALCEP, que teve um papel muito, muito importante, porque conseguiu mobilizar de uma forma muito interessante a fileira externa. Tivemos pena pela China, porque não conseguimos que a nossa platafor-

constrangimentos que eles registaram, que a nossa plataforma fosse de acesso livre na China. E toda a rede de compradores que estava estruturada vamos ter de a passar para uma ação específica, no final do mês de fevereiro.

VE – Traçou, até ao momento, "um balanço extraordinariamente positivo". Mas uma coisa foi o 'networking' durante aqueles três dias e outra é como é que isso se vai traduzir em negócios. Tem uma expectativa igualmente positiva?

AS – Essa é sempre a pergunta muito importante quando investimos num evento de promoção, seja uma feira física, no exterior, seja, neste caso, uma feira virtual. A informação que fomos tendo é que houve negócios fechados durante a feira. Sabemos, por exemplo, que a [cadeia de supermercados norte-americana] Walmart fechou uma importante operação de pera rocha. Aquilo em que acreditamos é que as em-

presas têm de saber fazer cada vez melhor o trabalho de preparação para as feiras antes e após o evento. Não temos forma de medir, neste momento, o que é vai resultar em negócio. Por isso é que lhe dizia que há dois grandes objetivos com este evento. Primeiro: somos ou não capazes de mobilizar todo o setor agroalimentar? Somos capazes. Segundo: somos ou não capazes de trazer compradores profissionais a um evento digital organizado por um país? Formos capazes. E tivemos 250 reuniões bilaterais,

das 300 que estavam agendadas, com os compradores direcionados aos produtos que tínhamos expostos. Tivemos presentes 64 países. Agora, o importante é que as empresas nos apresentem no futuro próximo as oportunidades que se concretizaram em negócio. E acreditamos que elas vão aparecer. Há empresas que vão seguramente desenvolver esta rede de contactos que tiveram.

VE – Estamos no meio de uma pandemia, diagnosticada em março do ano passado, com fortes implicações para todos os setores de atividade. Que balanço faz das vendas e exportações durante 2020?

AS – O ano foi desafiante e ao mesmo tempo assustador, quando olhamos para aquele período de março/abril, em que parece que a nossa atividade implodiu, com confinamentos em toda a Europa e dificuldades em exportar para o mundo. Naquele momento, toda a economia e as empresas ficaram assustadas e a pergunta 'como é que vamos dar a volta a isto?'. As nossas empresas vivem muito da dinâmica do mercado interno.

VE – Sim, sobretudo as mais pequenas.

AS – Exatamente. E a quebra no consumo foi o primeiro impacto para as empresas, nomeadamente para as que estavam muito vocacionadas para o canal horeca, que ficaram privadas dos seus mercados. E isto teve consequências importantes. Os dois primeiros meses, março e abril, até maio, foram muito duros. Depois, no verão, recuperou, no final do ano continuou a recuperar e chegámos ao final do ano com um volume que estará em linha com 2019. O que podemos dizer é que o setor não cresceu em relação a 2019, mas não perdeu o patamar em que se encontrava. A resiliência do setor, no final do ano, é muito interessante, porque mantivemos as exportações na casa dos 6,3 mil milhões de euros. Somos um setor que não sofreu um impacto tão profundo como outros, mas estamos a viver momentos muito exigentes.

VE – Quais foram os mercados com mais quebras? É que, associadas à pandemia, há ainda as questões associadas ao "Brexit". Que constrangimentos houve com as vendas para o Reino Unido?

AS – Vimos alguns movimentos interessantes. Vimos os Estados Unidos e o Canadá a crescerem; vimos o Brasil, que, apesar de extremamente pressionado, seja com a pandemia, seja com as questões do real, manteve um comportamento muito interessante; vimos Angola a descambar de forma assustadora; muita pressão dos nossos parceiros europeus...

VE – O descambar de Angola é devido à pandemia ou tem outras causas?

AS – Angola é devido claramente às dificuldades que o país atravessa e que foram aceleradas pela pandemia. Apesar de não ser dos países com as estatísticas mais negativas quanto à Covid, Angola e o confinamento de Angola e o 'food service' em Angola, parou tudo. A distribuição moderna está toda parada em Angola. Hoje em dia o mercado de Angola está fortemente alavancado no informal. Angola é um destino para algumas empresas. E temos empresas que têm como único destino exportador Angola.

VE – Angola marcou pela negativa. E pela positiva?

AS – Eu diria Canadá e Estados Unidos. E o Brasil. São interessantes pela positiva. E depois temos os nossos parceiros tradicionais: Itália, França, Alemanha, que foram extremamente pressionados e sofrem todos. O Reino Unido tem essa agravante do "Brexit", mas que não foi o que pressionou em 2020. Foi, claramente, a pandemia. Em 2021, sim, o "Brexit" está a colocar uma série de desafios às empresas, porque há toda uma complexidade logística e burocrática que torna tudo mais difícil.

VE – Receia que possa haver quebras nas exportações para o Reino Unido em 2021?

AS – Creio que vai ser um mercado muito pressionado, que vai criar dificuldades e muita exigência, mas acreditamos que, com a normalização de todos os processos, sejam logísticos, sejam administrativos, o agroalimentar vai ter uma posição

Com o "Brexit", o Reino Unido vai ser um mercado muito pressionado, vai criar dificuldades e muita exigência, mas acreditamos que, com a normalização de todos os processos, logísticos e administrativos, o agroalimentar vai ter uma posição interessante"

interessante no Reino Unido. Mas o primeiro trimestre vai ser muito exigente e complexo.

VE – A tomada de posse do novo presidente americano Joe Biden pode abrir uma nova janela nas relações comerciais com os Estados Unidos?

AS – Os Estados Unidos são uma economia que Portugal tem de ver sempre como uma enorme oportunidade. E que exige uma estratégia muito bem definida e direcionada. A eleição do presidente Biden, trazendo estabilidade, reforça este cenário positivo e normal de relações. Vemos os Estados Unidos como um mercado de fortíssima aposta.

VE – A pandemia gerou em algum momento problemas logísticos ou de funcionamento das alfândegas que tivessem dificultado as exportações?

AS – Há problemas. Por exemplo, toda a disponibilidade de contentores marítimos. E o preço dos transportes marítimos tem sido penalizado, fruto da pandemia. O fluxo de flutuação de contentores é

muito mais lento, as próprias companhias vão flexionando as rotas de maneira muito mais eficiente. Dou-lhe um exemplo: o stress que existe nos portos na China provoca falta de contentores a nível internacional. Hoje, desalfandegar um contentor na China, fruto das proteções Covid que eles aplicam, é muito mais moroso. Pode estar na alfândega 15 dias para inspeção, desinfeção e afins. Isto provoca muita pressão sobre o fluxo internacional de contentores, o que leva logo a aumentos dos preços e a uma escassez da oferta. E, depois, há as operações logísticas. Hoje, o transporte para qualquer país tem constrangimentos e prazos muito mais dilatados. A cadeia logística está sob pressão.

VE – E isso traz agravamento dos custos para as empresas?

AS – Agravamento nos custos, na normalidade dos circuitos, na normalidade da disponibilidade dos transportes, é preciso planificar com muito mais segurança e antecedência, etc, etc. Há uma pressão sobre toda a cadeia de 'supply chain'.

"Digital Agrifood Summit Portugal" juntou centenas de compradores internacionais

A 1.ª edição da "Digital Agrifood Summit Portugal", que decorreu entre 20 e 23 de janeiro, juntou 'online' centenas de compradores internacionais de 61 países, que realizaram reuniões de negócios com as 74 empresas portuguesas que participaram nesta cimeira internacional "pioneira" do agroalimentar.

Organizada pelo Portuguese Agrofood Cluster – um consórcio composto pela PortugalFoods, pela Inovcluster, pela Agrocluster do Ribatejo e pela Portugal Fresh e a ViniPortugal – e pela Wines of Portugal, esta parceria promocional conjunta serviu para mostrar "o grande interesse que os produtos agroalimentares e os vinhos portugueses suscitam a nível internacional".

Vinhos, carne e peixe, queijos e charcutaria, azeites e azeitonas, frutas e legumes, pastelaria fina, cervejas, congelados, temperos, molhos, conservas e um vasto conjunto de produtos de qualidade encontraram neste evento a sua melhor montra digital.

A organização da feira faz um balanço "muito positivo" da iniciativa. "Acima das expetativas", até, revelando que este formato será para continuar no futuro, mesmo pós-pandemia, sendo "a prova de que as empresas agroalimentares nacionais estão preparadas para o desígnio da digitalização". O modelo 'online' assume-se, aliás, como "ferra-

menta vital para a promoção externa, proporcionando o contacto direto com potenciais clientes, de forma ágil e dinâmica".

Cerca de 300 empresas estrangeiras visitaram, ao longo dos quatro dias, a primeira edição da "Digital Agrifood Summit Portugal", que, em tempos de pandemia, serviu de montra ao setor agroalimentar português.

Estes compradores internacionais fo-



ram provenientes de 61 países, com destaque para Espanha (72), México (34), Canadá (29), Alemanha (28), Estados Unidos (27), Reino Unido (26) e Japão (25). Durante os quatro dias, a plataforma 'online' registou quase 700 registos, dos quais cerca de dois terços pertencentes a visitantes internacionais.

Os expositores foram ativamente contactados pelos visitantes para agendamentos de reuniões de trabalho, sendo

VE – Temos todos estes constrangimentos e a pandemia ainda está sem fim à vista. Como espera que corra o ano 2021 para o setor agroalimentar?

AS – Sem dúvida que ainda temos pela frente meses muito exigentes, muitos meses, até termos a normalidade e a confiança de que tudo está tranquilo e seguro. O ano vai ser muito desafiante, muito exigente, vamos ter de trabalhar muito mais para conseguir atingir os objetivos. O arranque do ano está difícil, muito complexo. Esperamos que os fluxos turísticos se possam reatar com alguma confiança, nomeadamente através do processo de vacinação, mas vamos ter um ano muito complicado. Acho que 2021 vai ser muito, muito exigente. Vemos muitas dificuldades. Vamos ter de continuar a ser muito criativos.

VE – Que conselhos deixa às empresas para enfrentarem estes desafios?

AS – Cada vez mais identificamos a cooperação como uma chave fundamental para ultrapassar tantas dificuldades. É indiscutível que os mercados são mais exigentes e nós temos de demonstrar capacidade produtiva e confiança aos mercados de que Portugal é capaz de produzir e é capaz de cumprir. E as empresas têm de se unir cada vez mais, serem capazes de trabalhar em rede e abordar os mercados com massa crítica. Mais do que nunca, a cooperação é fundamental. Mais do que nunca, este é o ano da cooperação.

que algumas empresas registaram "uma ocupação quase total da agenda durante os quatro dias da feira", revela a organização.

Por outro lado, o trabalho de angariação de compradores internacionais, feito em conjunto pelos canais diplomáticos nacionais e por uma empresa de consultoria internacional, "foi muito apreciado, havendo uma clara sintonia entre a procura e a oferta. Não podíamos estar mais satisfeitos com os resultados", afirma, por sua vez, Amândio Santos.

O responsável do Portuguese Agrofood Cluster é taxativo: "Se é certo que a presença física nos mercados internacionais é crucial para um setor que necessita de ser degustado, a verdade é que este evento demonstrou a capacidade do digital para identificar potenciais clientes, de forma muito ágil e prática. Fator que, associado aos menores custos de participação e de logística, à ausência de deslocamentos e à flexibilidade de horários, tornam estas feiras virtuais em importantes instrumentos de promoção externa".

A plataforma vai continuar 'online' até 20 de fevereiro para os utilizadores registados no evento. Pode ser utilizada para agendamento de reuniões de follow-up e visita aos stands virtuais, tendo os compradores acesso à informação das empresas e dos seus produtos.

Opinião

Portugal e seu concerto sinfónico em sistemas alimentares



Paulo Caruso Dias de Lima
Mestre em Jornalismo Global
pela Universidade Uninettuno
(Roma)

Conforme já anunciado, a Presidência portuguesa do Conselho Europeu, no primeiro semestre deste ano, posiciona as prioridades de maneira a concertar uma recuperação justa, verde e digital dos impactos da pandemia da COVID-19.

Os sistemas alimentares, como se nota, estarão no centro dos debates na cena internacional em 2021, como durante a Cimeira das Nações Unidas para os Sistemas Alimentares. Não é para menos. Parafrazeando o Secretário-Geral das Nações Unidas, António Guterres, “É inaceitável que a fome esteja aumentando em um momento em que o mundo desperdiça mais de 1 bilhão de toneladas de alimentos todos os anos. É hora de mudar a forma como produzimos e consumimos, inclusive para reduzir as emissões de gases de efeito estufa”. Ao mesmo tempo, a epidemia de sobrepeso e obesidade é galopante, e em todas as regiões do planeta, sem distinção de classe social, gênero e raça.

A mudança no paradigma para a transformação dos sistemas alimentares passa por questões emblemáticas, como o fortalecimento da agricultura familiar, que é responsável por 80% de tudo o que se produz globalmente; a adoção de medidas restritivas ao consumo de alimentos não-saudáveis e a valorização dos sistemas agrícolas territoriais, com reforço ao desenvolvimento local.

Facto é que, nas três áreas supramencionadas, Portugal tem se mostrado uma nação activa, pioneira e pujante, movendo-se em uma agenda construtiva e que tem buscado, inclusive, a co-participação de demais nações, com destaque para os membros da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). Tais áreas são parte integrante do núcleo do trabalho da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO), uma das agências da ONU mais engajadas nos processos e debates sobre sistemas alimentares previstos para o próximo ano.

Agricultura Familiar

Desde 2014, com o Ano Internacional das Nações Unidas para a Agricultura Familiar, Portugal, tem se mostrado uma das principais vozes sobre a temática no cenário global. Com a aprovação da Década da ONU para a Agricultura Familiar (2019-2028), o País consolidou-se como um dos membros do “Grupo de Amigos”, seletivo grupo de nações que conduz a agenda da agricultura familiar em nível global, e teve papel preponderante na coordenação dos esforços em prol da implementação das Diretrizes Regionais de Apoio à Agricultura Familiar na CPLP, em 2016.

Dois anos depois, foi um dos principais artefices da “Carta de Lisboa pelo

Fortalecimento da Agricultura Familiar”, um compromisso dos países lusófonos que vincula poderes públicos e os parceiros da CPLP no desenvolvimento das políticas de favorecimento da AF. No âmbito interno, e no mesmo ano de 2018, Portugal também foi pioneiro ao aprovar o Estatuto da Agricultura Familiar, que arrolou os princípios para a promoção de políticas públicas em favor da AF no território nacional.

No ano passado, Portugal ajudou igualmente a coordenar, no âmbito da CPLP, a criação do Centro de Competências para a Agricultura Familiar Sustentável, em São Tomé e Príncipe. A instituição promove trocas de conhecimento entre técnicos, professores de escolas agrícolas e pequenos produtores oriundos de países lusófonos.

Combate à obesidade

Em Portugal, a combinação de dietas pouco saudáveis e o aumento do estilo de vida sedentário precipitaram uma luta de saúde pública contra a obesidade infantil. As consequências desta situação têm implicações para o atingimento das metas mais amplas para as doenças não transmissíveis (DCNT) até 2030, ano-limite para o cumprimento da agenda

"Em Portugal, a combinação de dietas pouco saudáveis e o aumento do estilo de vida sedentário precipitaram uma luta de saúde pública contra a obesidade infantil. As consequências desta situação têm implicações"

para o desenvolvimento sustentável.

Como se sabe, a obesidade infantil é um problema complexo de saúde pública – causado por múltiplos fatores, que incluem o status socioeconômico e as questões culturais. Em meio a isso, a Organização Mundial de Saúde (OMS) reconhece a intervenção do governo português na implementação do imposto sobre as bebidas açucaradas, cuja ingestão em demasia é reconhecida uma das principais causas para tal problema.

Segundo o Comité da OMS para o Monitoramento da Obesidade Infantil em Portugal, entre 2008 e 2016 o número de crianças com excesso de peso no país decaiu de 37,9% para 30,7% e nas crianças obesas de 15,3% para 11,7%. Trata-se um avanço importante.

A OMS reconhece que a tributação costuma ser uma forma eficaz de estimular a mudança de comportamento e, ao mesmo tempo, e mostra-se como uma política pública eficaz de intervenção em um dos pontos cruciais da cadeia alimentar: o consumo. Este tipo de intervenção já é foco de um dos cinco objetivos de ação da Cimeira da ONU para o Sistema Alimentar, o de número 2, que visa “aumentar a demanda do consumidores por alimentos saudáveis e produzidos de forma sustentável (...) e facilitar a transição para dietas mais nutritivas”.

Do desenvolvimento local ao global

Mudar o paradigma dos sistemas alimentares não requer apenas o engajamento de governos nacionais. Regiões e cidades, de maneira geral, costumam apontar a direção ao implementarem políticas públicas locais de maneira bem-sucedida, tornando-as mais propícias a serem adotadas em escala mais ampla.

Isso verifica-se também em ações lideradas por organizações não-governamentais e cooperativas, como o Fruta Feia, iniciativa portuguesa que visa a conscientização de consumidores para reduzir o desperdício alimentar por meio do incentivo à aquisição de frutas e legumes fora de padrões considerados normais e ainda próprios para o consumo.

Nascido em 2013, no bairro do Intendente, em Lisboa, o projeto tem sido implantado em concelhos como Lisboa, Porto, Almada, Amadora, Cascais, Gaia e Matosinhos. Em 2015, a iniciativa transformou-se em um projeto cofinanciado pelo programa LIFE da União Europeia para a sua replicação em âmbito continental – o FLAW4LIFE – e que esse ano se tornou o primeiro projeto da história a vencer o Prêmio LIFE em duas categorias, Ambiente e

FREDERICO FALCÃO REVELA PLANO DE MARKETING E PROMOÇÃO PARA 2021 DA MARCA “WINES OF PORTUGAL”

ViniPortugal investe 7,5 milhões em promoção internacional

A ViniPortugal vai investir 7,15 milhões de euros este ano na promoção internacional. Trata-se de “um dos maiores investimentos em marketing” na história da associação interprofissional para a promoção internacional dos Vinhos de Portugal.

Em entrevista à “Vida Económica”, o presidente, Frederico Falcão, revela: “Prevmos pôr em prática 111 ações em 21 mercados, envolvendo mais de 350 agentes económicos”. Está prevista a participação “nas grandes feiras internacionais do setor”, assim como provas, masterclasses e jantares vînicos, para dar a conhecer os vinhos portugueses junto de importadores, “sommeliers”, influenciadores, “media” e outros profissionais.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – São vários os desafios que o setor do vinho enfrenta, desde a indústria vitivinícola ao comércio nacional e internacional, aos impactos económicos decorrentes da pandemia, às alterações climáticas e, até, à alteração dos padrões de consumo. Pergunto-lhe em primeiro lugar pelo comércio nacional e internacional de vinhos. Estamos no final de janeiro. Que balanço já é possível fazer?

Frederico Falcão – Com a pandemia que se instalou no início de 2020, os mercados, o consumo e os hábitos a nível global sofreram alterações como consequência das medidas restritivas que foram colocadas em marcha para conter a crise sanitária. Olhando para os números disponíveis, verifica-se que o setor mundial das bebidas alcoólicas e dos vinhos apresentou uma queda estimada entre 8% e 9%. Quando olhamos para o mercado nacional, os dados, que dispomos, e que reportam até setembro de 2020, apontam para uma perda, em valor, próxima dos 25%. Contudo, se aprofundarmos a análise e olharmos para as perdas de vinho no setor da restauração, esse valor sobe a quase 50%, o que se deve ao fecho da restauração e a uma interrupção abrupta do turismo.

Nos últimos anos, Portugal tem sido o maior consumidor de vinho ‘per capita’, que se explica pela forte ligação entre o consumo total de vinho e o número de turistas que nos visitam. Aquilo que hoje sabemos é que os turistas que nos visitam são surpreendidos pela qualidade dos nossos vinhos, bem como pela relação que esta tem com o preço, levando a que haja maior consumo de vinho. Perante o forte impacto que os setores da restauração e da hotelaria sofreram em 2020 e, infelizmente, continuarão a sentir durante ainda alguns meses, o consumo de vinho também foi afetado. Os dados

mostram que no mercado nacional houve um crescimento de vendas em valor na grande distribuição, embora com uma deslocalização para vinhos de preços mais baixos e para formatos maiores, como o bag-in-box.

VE – Como contam fechar o ano de 2020?

FF – Apesar deste quadro desfavorável e sabendo que a subida nas exportações não consegue compensar a enorme quebra do mercado nacional, é necessário fazer um balanço positivo das exportações. Ainda não temos os valores finais do ano de 2020, mas é assinalável registar um crescimento das exportações portuguesas de vinho, até novembro de 2020, de 3%, em valor, face ao ano anterior, atingindo um montante de 778 milhões de euros. Apesar do impacto gerado pela pandemia no mercado global, os vinhos portugueses continuam numa tendência de crescimento das exportações e temos forte convicção de que em 2020 se atinja um valor recorde de exportações de vinho.

VE – A que é que isso se ficou a dever?

FF – Para o desempenho positivo registado este ano contribuiu bastante o comportamento dos países terceiros fora do espaço da União Europeia, que estão a ter um crescimento de 25%, representando 422 milhões de euros. Em destaque está o Brasil, que subiu 21,4%, para mais de 61 milhões de euros em exportações, e que só desde janeiro deste ano cresceu mais de dez milhões de euros. Os Estados Unidos da América, com um crescimento de 4%, para 85 milhões de euros, e o Canadá, com um acréscimo de 6%, para 47 milhões de euros, são outros dois mercados em evidência. A Escandinávia acabou por ter um comportamento em contracção com o que foi registado no restante mercado europeu. Destaque para os desempenhos muito positivos de Suécia, com um crescimento de 36%, correspondente a 27 milhões de euros, Noruega, a subir 40%, para 14 milhões de euros, e a Finlândia, com um aumento de 40%, para os 10 milhões de euros.

VE – No domínio da promoção internacional, que alternativas têm sido encontradas ou estão a ser pensadas para substituir as feiras e as provas de vinhos?

FF – A promoção da fileira do vinho passa inevitavelmente por uma componente pessoal, de interação, de proporcionar uma experiência a quem prova os vinhos portugueses. Esse pressuposto foi colocado em causa com as restrições impostas à circulação de pessoas e à organização de eventos. Esta é uma realidade nova, e que acreditamos ser temporária, mas não poderá ser um travão à estratégia de promoção internacional dos vinhos portugueses. Pelo contrário, deve ser encarada como um desafio adicional para sermos mais criativos e competitivos no mercado global.

Devido às implicações impostas pela pandemia, 2020 foi um ano com poucas promoções em formato presencial e foi um ano de aprendizagem e de adapta-

ção. É com esse espírito que a ViniPortugal tem pensado para 2021 um conjunto de medidas alternativas caso não seja possível a realização de provas e eventos físicos. Estamos a falar desde ações de promoção no ponto de venda (lojas ou supermercados), campanhas publicitárias em televisão e feiras virtuais de vinho. São opções alternativas que temos desde já preparadas caso não possamos implementar na sua plenitude o Plano de Marketing e Promoção para 2021, que este ano visa aumentar a promoção externa da marca “Wines of Portugal”, investir em novos mercados e reforçar o nosso posicionamento em mercados tradicionais.

VE – Quanto vai investir a ViniPortugal em 2021?

FF – Este ano, pretendemos investir 7,15 milhões de euros na promoção internacional, o que consiste num dos maiores investimentos em marketing na história da ViniPortugal. Prevmos pôr em prática 111 ações em 21 mercados, envolvendo mais de 350 agentes económicos, nomeadamente a participação nas grandes feiras internacionais do setor, a realização de provas, masterclasses e jantares vînicos, para dar conhecer os vinhos portugueses junto de importadores, “sommeliers”, influenciadores, media e outros profissionais.

VE – Com o Brexit confirmado, como estão a correr as relações comerciais com o Reino Unido e as vendas para aquele país? Há retração? E os preços?

FF – Até ao final de 2020, o Reino Unido fazia parte dos países do mercado interno (mercado europeu). Com a confirmação do Brexit, a situação alterou-se e passámos a incluí-lo no grupo de países terceiros. No entanto, este não é um fator que cause retração, visto que temos em marcha uma estratégia de diversificação, com vários mercados prioritários muito relevantes em todo o mundo. Por enquanto, não sentimos alterações de preços e as relações comerciais mantêm-



Frederico Falcão, presidente da ViniPortugal.

-se semelhantes ao passado. A única alteração prende-se com alguns atrasos em processos mais operacionais, dado que todo o panorama é novo e existem ainda alguns estrangimentos de ordem burocrática. Ainda assim, temos esperança que estes estrangimentos deixem de ocorrer em breve.

VE – Apesar da pandemia, que é global, há mercados novos com potencial de expansão para os nossos vinhos?

FF – Para além de mercados novos onde a apetência para os vinhos portugueses já existe e há margem para se aprofundar essa relação, os resultados positivos das exportações em 2020 demonstram que a estratégia que tem vindo a ser seguida está a ser bem conseguida. Tanto em países terceiros, em mercados como o Brasil, Estados Unidos

Observatório de mercados internacionais “em processo de criação”

O observatório de mercados internacionais, que o presidente da ViniPortugal assumiu como estratégico quando assumiu a presidência da estrutura em maio do ano passado, “encontra-se em processo de criação”, revela Frederico Falcão à “Vida Económica”. Avança, aliás, que prevê, “durante o mês de fevereiro, que já consigamos dar as boas notícias ao nosso setor”.

Para Frederico Falcão não há dúvidas: “A criação de um observatório de mercados internacionais é fundamental para o setor. Precisamos de conhecer melhor os mercados para onde estamos a exportar, com dados fiáveis e que possam ser facultados aos agentes económicos atempadamente, para que estes possam estudar os mercados antes de decidirem investir”.

Para tal, diz o presidente da ViniPortugal, “importa ter uma equipa dedicada a interpretar e a tratar dados, capaz de apresentar a informação de forma direta, sucinta e rápida, para que todos os agentes económicos possam assimilar e integrar na sua estratégia”.

Com este novo instrumento na mão dentro em breve, Frederico Falcão acredita que as empresas “possam abordar os mercados de forma mais eficiente e eficaz”. Desde logo porque “o acesso à informação é essencial para a definição da estratégia das nossas empresas”.

da América e Canadá, como dentro da Europa, com destaque para a Suécia, Polónia e Finlândia.

Para 2021, não prevemos grandes alterações face ao passado no que a mercados prioritários diz respeito. Para além dos mercados tradicionais de exportação dos nossos vinhos, onde se inclui também França, Alemanha, Reino Unido e China, a ViniPortugal pretende também investir em iniciativas promocionais em novos mercados, nos quais ainda não tinha sido possível realizar ações. Nomeadamente o México e Dinamarca, aos quais adicionamos a Bélgica e a Ucrânia.

VE – Porquê?

FF – São novos mercados em termos de investimento, nos quais temos fortes expectativas e que iremos abordar este ano pela primeira vez. A China, apesar da queda em 2020, mantém-se um mercado estratégico para os vinhos portugueses.

VE – Os Estados Unidos da América (EUA) acabam de dar posse a uma nova Administração, que promete assumir uma relação mais amigável com o mundo e com a Europa. Tem esperança numa nova relação comercial com os EUA?

FF – Portugal não teve grandes estrangimentos com o anterior Administração dos EUA. Nos últimos anos, os EUA têm sido um dos mercados mais relevantes na exportação do vinho português, incluindo durante o ano de 2020, em que a exportação dos nossos vinhos para os EUA apresentou um comportamento satisfatório, marcado por um crescimento até novembro próximo dos 4%. O que esperamos é que as boas relações comerciais se mantenham e que não venham a ser criadas novas barreiras ao comércio.

VE – E a nível nacional? Com a restauração e hotéis fechados, que apostas estão a fazer com vista a travar as quedas no consumo?

FF – A ViniPortugal está claramente mais focada na promoção externa dos vinhos portugueses, pelo que a sua intervenção a nível nacional é mais reduzida. Embora não a deixe de fazer, não só através das suas iniciativas mais relevantes em território nacional – Concurso Vinhos de Portugal e Fórum Nacional Vinhos de Portugal –, como apoiando ações desenvolvidas por outras instituições e atores fundamentais do setor do vinho.

Em dezembro de 2020, realizámos uma campanha promocional em televisão, em conjunto com o Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, o Instituto do Vinho da Madeira e todas as comissões vitivinícolas nacionais. Foi uma grande iniciativa, que uniu, pela primeira vez, todas as regiões vitivinícolas nacionais, sem exceção. Esta ação é o resultado de uma cada vez melhor articulação deste nosso setor. Temos também previstas iniciativas de formação aos restaurantes no âmbito da campanha “A Copo”, assim como formação a vários restaurantes.

Conselhos diretivos dos baldios devem "gerir os seus espaços florestais"

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Em Portugal, "é reconhecida a existência cerca de 500 mil hectares de áreas baldias", estando constituídos "1400 conselhos diretivos", muitos dos quais se agrupam em secretariados ou associações distritais e, a nível nacional, na Baladi – Federação Nacional dos Baldios.

O diagnóstico é feito por Vasco Paiva, engenheiro florestal e autor do livro "O Despertar das Montanhas", publicado no final de 2020, que relata as lutas dos compartes antes do 25 de Abril na região do Vouga.

Questionado pela "Vida Económica", Vasco Paiva é muito crítico da forma como estas terras são geridas nos dias de hoje. Constatou que estão a constituir-se nove agrupamentos de Baldios, assim como outras associações, com protocolos com o Estado, que "permitem uma maior escala e apoio administrativo e técnico para a elaboração de Planos de Gestão Florestal (PGF)". E refere que "está prevista a constituição de 20 agrupamentos", sendo 10 da iniciativa e responsabilidade da Baladi e os outros 10



Vasco Paiva, engenheiro florestal e autor do livro "O Despertar das Montanhas".

da responsabilidade da Forestis (Associação Florestal de Portugal).

Diz, no entanto, que "o Estado, através dos Serviços Florestais, agora ICNF,

não cumpriu em devido tempo com a elaboração dos PGF, que eram da sua responsabilidade". Com a criação destes agrupamentos de baldios, "são os próprios conselhos diretivos que estão a assumir essa função".

E assumem "uma intervenção ativa sobre o espaço florestal", garante este engenheiro florestal, uma vez que, "hoje, os conselhos diretivos de baldios começam a dispor de técnicos florestais, o que é um importante avanço". E também "começam a dispor de brigadas de sapadores florestais". Ou seja, "há um novo olhar e uma intervenção ativa dos compartes sobre o espaço florestal".

"Pelo que conheço, não há grandes áreas de baldios arrendadas às indústrias de celulose ou outras. Na área do eucalipto suponho que serão pouco mais de 2000 hectares, até porque, no geral, não são áreas interessantes, devido ao solo, altitude e clima, para essa produção". No setor do pinho, diz, "também me parece que esses arrendamentos são escassos". Aliás, "não será esse o caminho", refere. Para este engenheiro florestal, muito embora possam existir "entendimentos mutuamente vantajosos", deviam ser "os compartes e os seus con-

selhos diretivos a "gerir os seus espaços florestais". Quando muito, podiam "contratualizar a venda da madeira conforme fosse do seu interesse".

Baldios "têm de ser vistos nas suas múltiplas valências"

Vasco Paiva lembra que "os baldios foram devolvidos aos povos a partir da Lei 39/76". E, na sua opinião, "a produção florestal, nos baldios ou em áreas de particulares, tem de ser interessante para os compartes e proprietários". Mais, "os baldios e os espaços florestais têm de ser vistos pelas suas múltiplas valências", diz. A resina, a cortiça ou os frutos (castanhas, nozes e outros) e tudo o que proporcionam no subcoberto – criação de gado, produção de mel, ervas aromáticas ou medicinais, cogumelos, frutos silvestres ou outros – são receitas importantes.

Como o são os seus recursos hídricos (rios e peixes), as águas subterrâneas e a sua captação. O engenheiro florestal deixa, por isso, um alerta: "Há diversas fontes de águas minerais cuja exploração está a ser feita por empresas sem que os compartes dos baldios sejam ressarcidos por essa atividade".

Ficha Técnica: Edição e coordenação: Teresa Silveira | Email: teresasilveira@vidaeconomica.pt | Paginação: Célia César e Flávia Leitão | Periodicidade: Mensal

PUB

UM VIRUS QUE NOS (RE)UNE: reflexões da FEUC

Uma obra com conteúdos inéditos sobre a pandemia que visa identificar possíveis caminhos para um bom regresso à "normalidade".

Um importante auxílio para todos aqueles que não podem ficar indiferentes ao grande tema que continua a dominar as nossas vidas e a condicionar o nosso futuro coletivo.

O livro está dividido em 8 seções:

- as filosofias do vírus e a condição humana
- vulnerabilidades que acentuam desigualdades
- economia política, crise e finanças
- políticas públicas, saúde e União Europeia
- a cidade, riscos e violências
- a sociedade digital em construção
- empresas, trabalhadores e indústrias globais
- direitos humanos, solidariedades e alternativas

Com contributos de:

António Martins, Boaventura de Sousa Santos, Carlos Fortuna, João Arriscado Nunes, João Cravinho, João Pedroso, João Rodrigues, João Veríssimo Lisboa, Mário Augusto, José Manuel Pureza, José Reis, José Soares da Fonseca, Hermes Augusto Costa, Nazaré da Costa Cabral, Patrícia Moura e Sá, Pedro André Cerqueira, Rahul Kumar, Susana Jorge, Teresa Almeida Cravo

Pedidos para: **VidaEconómica** - R. Gonçalo Cristóvão, 14, r/c • 4000-263 PORTO
Tel. 223 399 400 • E-mail encomendas@vidaeconomica.pt

(recortar ou fotocopiar)

Nome _____ Nº Contribuinte [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] [] []

Morada _____

C. Postal [] [] [] [] - [] [] [] [] E-mail _____

Solicito o envio do livro **UM VIRUS QUE NOS (RE)UNE: REFLEXÕES DA FEUC**

Pago por transferência bancária para o IBAN PT50 0033 0000 45313889113 05 (é necessário enviar comprovativo)

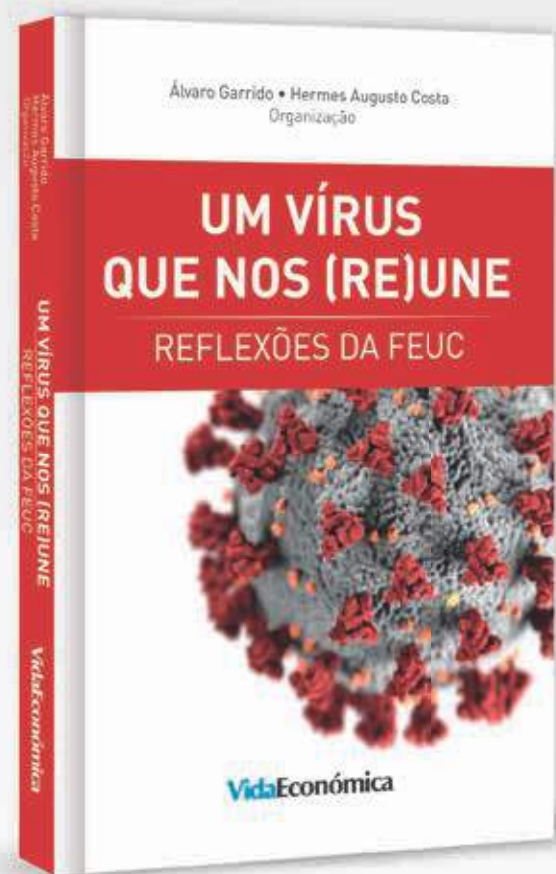
Para o efeito envio cheque/vale nº _____, s/ o _____, no valor de € [] [] [] [] [] []

Solicito envio de referência de multibanco para o email _____

Solicito o envio à cobrança. (Acrescem 4€ para despesas de envio e cobrança).

ASSINATURA _____

Autorizo que a Vida Económica Editorial S.A. trate e utilize os meus dados pessoais, constantes deste formulário, para efeito de ações de marketing e promoção de produtos, serviços, campanhas e eventos da Vida Económica Editorial S.A. Mais declaro ter sido informado que a qualquer momento poderei requerer o apagamento ou retificação dos meus dados pessoais, bem como opor-me a qualquer outra forma de tratamento desses dados, de acordo com a Política de Privacidade disponível em: <http://www.vidaeconomica.pt/politica-de-privacidade>.



Título: UM VIRUS QUE NOS (RE)UNE: reflexões da FEUC
Organizadores: Álvaro Garrido e Hermes Augusto Costa
Nº de págs.: 256 | Preço: € 14,40

Compre já em <http://livraria.vidaeconomica.pt> ou
encomendas@vidaeconomica.pt