

Portugal tem de deixar de ser “o país do vinho bom e barato” e deve investir mais na promoção

Págs. IV e V



Destaque



Setor agroalimentar europeu mostrou um alto grau de resiliência durante a pandemia

Págs. II e III

Destaques



Indústria de laticínios e as cooperativas leiteiras têm de se “reinventar”

Págs. VI e VII

PAC fechada



Maria do Céu Antunes, ministra da Agricultura.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Após três anos de “negociações muito intensas”, ficou fechado, esta semana, no Luxemburgo, o acordo para a “PAC mais ambiciosa de sempre”. Nas palavras da ministra da Agricultura de Portugal, “esta Política Agrícola Comum (PAC) modernizada disponibiliza os instrumentos que permitem ao setor corresponder aos objetivos da União Europeia, os quais têm por base uma Europa mais resiliente, mais verde, mais digital, mais social e mais aberta ao mundo”.

Está, assim, concluída “uma das principais prioridades” da presidência portuguesa do Conselho da União Europeia, que, esta quinta-feira, 1 de julho, passou a pasta das negociações a Jože Podgoršek, ministra da Agricultura, Florestas e Alimentação da Eslovénia, a quem cabe assegurar a negociação técnica no próximo semestre.

Maria do Céu Antunes garante que, a nível nacional, a nova reforma da PAC se traduz numa “evolução positiva e vantajosa”, que “valoriza uma agricultura diversificada e contempla um reforço das matérias sociais e da redistribuição dos apoios à pequena e média agricultura, a par dos incentivos à tecnologia e inovação”.

Entre as medidas com mais impacto para Portugal está a inclusão, pela primeira vez, da dimensão social, valorizando os agricultores cumpridores e sancionando quem não cumpre a legislação. Os ecorregimes são outra novidade, integrada no primeiro pilar da PAC e com um “limite mínimo de 25% dos pagamentos diretos”, reservado para a promoção de práticas amigas do ambiente e do clima. Para Portugal, isso corresponderá a “cerca de 150 milhões de euros anuais de apoios diretos aos agricultores”.

Ficou ainda reservado um “envelope de pelo menos 3% dos pagamentos diretos para apoio aos jovens agricultores”, o que em Portugal se traduzirá em cerca de 18 milhões de euros anuais. E foi acordada a criação de “uma orientação mais justa e equitativa”, com a reserva de pelo menos 10% do primeiro pilar da PAC a ser aplicado através do pagamento redistributivo a favor das pequenas e médias explorações.

PORTUGAL “PROVOU IGUALMENTE SER RESILIENTE E CAPAZ DE SE ADAPTAR À NOVA REALIDADE”, DIZ UM DOS AUTORES DE ESTUDO EUROPEU

“Setor agroalimentar europeu demonstrou um alto grau de resiliência durante a pandemia”

“O setor agroalimentar europeu, como um todo, demonstrou um alto grau de resiliência durante a pandemia”. Quem o diz é Francesco Montanari, ‘Head of Regulatory Affairs’ da Arcadia International e um dos relatores do estudo “Impactos preliminares da pandemia de COVID-19 na agricultura europeia”, levado a cabo por vários especialistas para a DG AGRI, organismo da Comissão Europeia responsável pela política da União em matéria de agricultura e desenvolvimento rural. Sobre Portugal, o mesmo especialista não tem dúvidas: “O setor agroalimentar em Portugal provou igualmente ser resiliente e capaz de se adaptar à nova realidade”. As maiores dificuldades, à semelhança de outros Estados-membros, prenderam-se com o “encerramento e as restrições impostas à restauração”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Neste estudo, concluem que, durante a pandemia de covid-19, a cadeia de abastecimento agroalimentar da UE demonstrou um alto grau de resiliência. A produção da agroindústria baixou 1,4% em 2020, mas, em relação à média 2015-2019, cresceu 2,9%. Na Europa, quais foram os setores de atividade mais resilientes e quais foram os mais penalizados?

Francesco Montanari – Todos os setores, uns enfrentando mais desafios que outros, demonstraram um certo grau de resiliência e uma grande capacidade de se ajustar rapidamente às novas circunstâncias do mercado. No entanto, o canal da restauração foi altamente impactado pela pandemia devido às restrições que têm limitado o seu funcionamento em toda a Europa. Os setores agroalimentares mais dependentes deste canal sentiram, por isso, maiores dificuldades. A este respeito, o estudo destaca o caso do setor do vinho e da carne bovina, principalmente no que toca ao vinho de alta qualidade e à carne de vitela, pois, normalmente, são produtos consumidos fora de casa e as restrições impostas condicionaram esse consumo.

VE – Mas nem todos os setores enfrentaram a crise pandémica da mesma forma, verdade?

FM – Mesmo com todas as dificuldades que a pandemia foi impondo, o estudo identificou casos específicos que revelam um alto grau de resiliência. Com o fecho da restauração, várias estratégias comerciais foram adaptadas, proporcionando a introdução de novos modelos de negócios, incluindo o ‘e-

-commerce’ e as entregas ao domicílio e ‘take-away’, no caso de bares e restaurantes, o que garantiu, de certa forma, a continuidade do abastecimento agroalimentar. Certos setores que sentiram dificuldades no escoamento dos seus produtos também tiveram a capacidade de procurar soluções alternativas. Por exemplo, para evitar desperdício e garantir viabilidade económica, alguns setores converteram excecionalmente as suas linhas de produção para produtos mais procurados durante a crise pandémica. Isto é o que aconteceu no caso do vinho e do etanol, que foram em muitos casos convertidos em álcool para a produção de desinfetantes, bem como dos produtos avícolas, originariamente destinados à restauração, que sofreram ajustes para poderem ser vendidos no retalho.

VE – O vinho e a carne bovina enfrentaram grandes dificuldades na UE, segundo o vosso estudo. Como foi o comportamento destes setores em Portugal?

FM – Em geral, não só a carne bovina como também outras carnes de raças autóctones (por exemplo, cabrito e leitão) foram significativamente impactadas pelas restrições impostas a nível nacional, primariamente por causa do encerramento da restauração, um dos principais canais de escoamento destes produtos. Além disso, o consumo destas carnes está intimamente ligado a comemorações, como o Natal e a Páscoa:

as restrições impostas durante essas festividades contribuíram também para a diminuição da procura destas carnes.

VE – E o vinho?

FM – Da mesma forma, o vinho foi severamente impactado pela crise pandémica e não só pelas restrições impostas à restauração. A diminuição do número de turistas a visitar o país levou a uma quebra significativa de vendas, nomeadamente do vinho do Porto. No entanto, em termos quantitativos, o estudo relata que Portugal viu, em 2020, a produção de vinho subir 3,6% em valor face à média 2015-2019. Também as trocas comerciais, quer em valor quer em volume, foram positivas em 2020 quando comparadas com a média 2015-2019.

VE - De um modo geral, como avalia o comportamento do setor agroalimentar português durante a crise pandémica? Quais foram as maiores dificuldades?

FM - O estudo revela que o setor agroalimentar europeu, como um todo, demonstrou um alto grau de resiliência durante a pandemia. Embora essa análise não tenha sido feita ao nível dos vários Estados-membros, eu diria que o setor agroalimentar em Portugal provou igualmente ser resiliente e capaz de se adaptar à nova realidade. O abastecimento agroalimentar em Portugal nunca parou, mesmo quando, no início da pandemia, vivemos um certo

Variação nos volumes e valores de produção e exportação ao nível da UE para cada setor agroalimentar em estudo, com indicação da direção e variação percentual entre a média 2015-2019 e 2020

	Produção (volume)	Produção (valor)	Comércio Intra-UE (volume)	Comércio Intra-UE (valor)	Comércio Extra-UE (volume)	Comércio Extra-UE (valor)
Carne de vaca e vitela	↓ -1%	↓ -6%	↓ -6%	↓ -7%	↓ -1%	↓ -3%
Carne de porco	↑ 2%	↑ 9%	↓ -6%	↑ 5%	↑ 28%	↑ 54%
Carne aves	↑ 6%	↓ -0.4%	↑ 1%	↑ 7%	↑ 3%	↓ 3%
Carne de ovelha e cabra	↑ 5%	↓ -3%	↓ -9%	↓ -6%	↑ 17%	↑ 26%
Leite e produtos lácteos	↑ 3%	↑ 6%	↓ -1%	↑ 6%	↑ 10%	↑ 15%
Ovos	↑ 2%	↑ 1%	↑ 4%	↑ 1%	↓ -2%	↑ 3%
Açúcar e etanol	↓ -11%	Not available	↓ -0.3%	↓ -2%	↓ -46%	↓ -44%
Vinho	↓ -3%	↓ -5%	↓ -0.3%	↑ 5%	↓ -3%	↓ -2%
Frutas e vegetais	↑ 1%	↑ 10%	↑ 0.5%	↑ 10%	↓ -7%	↑ 4%

FONTE: Estudo “Impactos preliminares da pandemia de COVID-19 na agricultura europeia”.

‘panic-buying’, mas que acabou por ser rapidamente ultrapassado. Em termos de maiores dificuldades para Portugal, à semelhança de outros Estados-membros e como já referi, destacam-se sem dúvida o encerramento e as restrições impostas à restauração e o impacto nos setores que mais dependem desse canal. Em contrapartida, perante estas restrições, os bares e restaurantes mostraram na mesma resiliência, adaptando o seu modelo de negócio para opções ‘take-away’ e comércio online.

VE – As ajudas que foram dadas pelo Estado português foram suficientes?

FM – O estudo fornece um levantamento exaustivo das respostas nacionais, financeiras e não financeiras, para mitigar os efeitos prejudiciais da COVID-19 na cadeia agroalimentar entre março 2020 e janeiro 2021. O Estado português implementou, entre outras medidas horizontais, medidas específicas para diversos setores impactados. Portugal foi um dos treze Estados-membros a implementar medidas financeiras específicas para o setor do vinho (23 milhões de euros), nomeadamente para destilação de crise e armazenagem privada. Além disso, o setor das flores, carne de aves e ovos, carne de porco e leite de pequenos ruminantes receberam ajudas específicas, num total de 12.2 milhões de euros. Como muitas dessas medidas ainda estavam em curso de implementação quando realizámos o estudo e outras estavam

a ser introduzidas, é difícil poder dizer se as ajudas financeiras foram efetivamente suficientes. Aliás, uma das recomendações do nosso estudo realça precisamente a exigência de avaliar, futuramente, o impacto das ajudas estatais que foram disponibilizadas pelos vários países europeus durante a pandemia, também com o intuito de estabelecer se terão tido o efeito de distorcer a concorrência a nível europeu num dado setor.

VE – Assumem no estudo que a resposta da UE à crise pandémica foi “altamente eficaz na preservação da integridade do mercado único”, mas que as medidas adotadas no âmbito da Política Agrícola Comum (PAC) tiveram resultados mistos, tendo sido implementadas de forma parcial ou inconsistente nos Estados-Membros. Porque é que afirmam isso? O que é que falhou ao nível da UE?

FM – O estudo envolveu uma extensa consulta a todas as organizações profissionais que representam a cadeia agroalimentar a nível europeu. De forma geral, estes ‘stakeholders’ avaliaram positivamente as medidas que foram adotadas pela Comissão Europeia para garantir a livre circulação das matérias-primas agrícolas e dos produtos ali-



Francesco Montanari, ‘Head of Regulatory Affairs’ da Arcadia International e um dos relatores do estudo “Impactos preliminares da pandemia de COVID-19 na agricultura europeia”.

mentares, bem como dos trabalhadores do setor agrícola durante a pandemia.

Da mesma forma, ao nível da PAC, a introdução de medidas com vista a garantir flexibilidade na gestão das ajudas diretas e dos programas operacionais e na organização dos controlos a nível das explorações foram objeto de uma avaliação positiva. No entanto, as medidas de gestão dos mercados agrícolas adotadas no contexto da PAC tiveram um impacto mais limitado, por razões que variam consoante cada medida específica.

VE – Querem dar exemplos?

FM – Por exemplo, as medidas de ajuda à armazenagem privada para o setor da carne bovina acabaram por não incluir no próprio âmbito de aplicação a carne de vitela, que, face ao encerramento do canal da restauração, foi um dos segmentos mais afetados pela pandemia. No setor do vinho, os países produtores introduziram medidas de apoio diferentes (ajudas à destilação de crise, armazenagem privada e colheita em verde, entre outros) e com orçamentos de diferentes importâncias, tendo faltado, portanto, uma coordenação a nível europeu que assegurasse maior consistência na definição e implementação das medidas nacionais.

“A pandemia mostrou a vulnerabilidade intrínseca da cadeia agroalimentar a eventos que lhe são alheios”

Francesco Montanari, um dos autores do estudo “Impactos preliminares da pandemia de COVID-19 na agricultura europeia”, é taxativo: “A pandemia mostrou a vulnerabilidade intrínseca da cadeia agroalimentar a eventos que lhe são absolutamente alheios”, ou seja, que não dependem das “dinâmicas organizacionais e económicas próprias do setor agroalimentar”. O especialista deixa o alerta: “Esta é uma lição muito importante que tiramos da crise atual”. É que, diz, “a próxima crise que o setor agroalimentar será chamado a enfrentar poderá igualmente derivar de circunstâncias económicas, políticas ou até ambientais que fogem ao seu controle”.

VE – Que lições podemos tirar desta crise para o futuro?

FM – Sem dúvida que crises como aquela que ainda hoje estamos a viver

exigem respostas políticas que se baseiem numa abordagem do ‘prado ao prato’, pois todos os atores da cadeia agroalimentar podem ser afetados. Além disso, a pandemia mostrou a vulnerabilidade intrínseca da cadeia agroalimentar a eventos que lhe são absolutamente alheios, sendo a crise atual uma crise sanitária e que não depende, portanto, das dinâmicas organizacionais e económicas próprias do setor agroalimentar. Esta é uma lição muito importante que tiramos da crise atual, pois a próxima crise que o setor agroalimentar será chamado a enfrentar poderá igualmente derivar de circunstâncias económicas, políticas ou até ambientais que fogem ao seu controle. Por último, com base na nossa análise, serão os Estados-membros a suportar a maior parte dos encargos para o setor agroalimentar resultantes da pandemia, primariamente através de ajudas estatais, enquanto os apoios europeus disponibilizados através da PAC foram relativamente limitados (aproximadamente 80 milhões de euros).

VE – O setor agrícola e agroalimentar são essenciais, não podem falhar numa situação de crise. Que adaptações devem ser feitas, em Portugal e na UE, para evitar ruturas alimentares?

FM – As conclusões do nosso estudo apontam para a necessidade de realizar uma reflexão mais aprofundada sobre como pode ser melhoradas em especial a definição e a aplicação das medidas de gestão dos mercados agrícolas previstas pela PAC em tempos de crises, incluindo as ajudas à armazenagem privada, as derrogações às regras de concorrência e outras medidas setoriais específicas. Além disso, desvincular o fundo de reserva de crise da PAC das ajudas diretas aos agricultores parece oportuno para reforçar o potencial contributo financeiro da PAC durante crises futuras.

VE – E a nova PAC tem isso em conta? Daquilo que já se conhece, a nova PAC dispõe de mecanismos de apoio

para prevenir futuras crises alimentares?

FM – Diria que apenas em parte. A pandemia está ainda longe de estar acabada e em cada dia continuamos a aprender com ela e com os seus impactos. Por certo, uma medida que está a ser considerada no contexto das atuais negociações da PAC consiste em acabar com a referida interdependência entre o fundo de reserva de crise e as ajudas diretas aos agricultores europeus, medida que é apoiada pela Comissão Europeia e pelo Parlamento Europeu. Mesmo assim, a PAC, sozinha e por si só, dificilmente poderá garantir um contributo financeiro capaz de resolver crises futuras com impacto semelhante à da atual pandemia: face a um tal cenário, portanto, muito provavelmente será, mais uma vez, necessário contar com as ajudas estatais dos governos nacionais. [Estudo disponível aqui: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_ATA\(2021\)690879](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_ATA(2021)690879)].

ORADORES DO WEBINAR “OS VINHOS PORTUGUESES NO MERCADO EXTERNO” PROMOVIDO PELA “VIDA ECONÓMICA” CONVERGEM

Portugal tem de deixar de ser “o país do vinho bom e barato” e deve investir mais na promoção

Por muito que a qualidade dos vinhos portugueses, nas várias regiões demarcadas, tenha aumentado nos últimos anos e seja hoje incontestada no mercado nacional e internacional, Portugal ainda permanece na “encruzilhada” de ser “o país do vinho bom e barato”. Bernardo Gouvêa, presidente do Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), reconhece-o, lamentando que o preço médio esteja, neste momento, nos “2,17 euros por litro”, ou seja, “a 1,62 euros a garrafa”, o que “é, de facto, para vinhos DOP (Denominação de Origem Protegida) e IGP (Indicação Geográfica Protegida), um preço muito baixo, que temos absolutamente de conseguir aumentar”.

Convergentes no diagnóstico, os oradores no webinar “Os vinhos portugueses no mercado externo” também não têm dúvidas: diferenciar mercados e reforçar o apoio à promoção “é fundamental”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Os últimos dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) revelados pelo presidente do IVV mostram, até abril de 2021, “uma balança comercial bastante positiva relativamente ao período homólogo, com um crescimento de 23%” nas exportações de vinhos portugueses. E no comportamento por tipo de produto, também de janeiro a abril, Bernardo Gouvêa assinala “um crescimento de 13,5% em volume e de 17,3% em valor” e, ainda, “um crescimento do preço médio de 3,4%”.

Números que, “neste contexto de pandemia, são muito positivos”, diz, notando que hoje temos consolidados “três mercados importantíssimos: França, Estados Unidos e Brasil”, sendo que “França, historicamente, continua a ser o nosso mercado mais importante, sobretudo devido ao forte peso das exportações de vinho do Porto”.

O “ponto fulcral”, sublinha o presidente do IVV, é que, para os vinhos DOP [Denominação de Origem Protegida] e IGP [Indicação Geográfica Protegida], quando retiramos o vinho do Porto das estatísticas, há “uma degradação do preço médio, que está, neste momento, em 2,17 euros por litro”, ou seja, a “1,62 euros a garrafa”. “É, de

facto, para vinhos DOP e IGP, um preço muito baixo, que temos absolutamente de conseguir aumentar”.

O diagnóstico é partilhado por todos os oradores que participaram em mais um webinar “Vida Económica”/“AgroVida” sobre os desafios do agroalimentar para a próxima década, este dedicado aos vinhos portugueses no mercado externo (vídeo disponível na página ‘AgroVida – Vida Económica’ no Facebook).

Apesar de assinalar que “os preços médios de exportação estão a crescer (crescimento maior sem o vinho do Porto)” nos mercados externos, embora com “uma grande disparidade nos preços por país – Dinamarca com 5,58 euros e Angola com 1,19 euros, por exemplo –, Frederico Falcão não deixa de admitir que, no global, os preços dos vinhos nacionais são baixos e que o objetivo da ViniPortugal é “crescer a 6% em valor até 2023 para que possamos atingir os 1000 milhões de exportações”.

A grande questão é como é que isso se consegue. Mas o presidente do IVV lança o repto, dizendo que, se o “objetivo fundamental” é “melhorar o preço médio para remunerar melhor os viticultores a montante, na vinha, e a jussante, os esforços da indústria”, talvez seja “necessário reequacionar a aposta mais numa estratégia de ‘pull’, no sentido de chegar ao consumidor com uma notoriedade e uma imagem de marca melhorada e com uma qualidade superior”.

Bernardo Gouvêa
Presidente do IVV - Instituto da Vinha e do Vinho

“Para os vinhos DOP e IGP, o ponto fulcral, quando retiramos o vinho do Porto das estatísticas, é uma degradação do preço médio, que está, neste momento, em 2,17 euros por litro (1,62 euros a garrafa). É, de facto, um preço muito baixo, que temos absolutamente de conseguir aumentar.”



Bernardo Gouvêa garante que o plano nacional de apoio aos vinhos nacionais que é gerido pelo IVV “tem sido sempre reforçado nos últimos anos”. “Para o concurso 1/21 passámos de seis milhões de verbas do FEAGA [Fundo Europeu Agrícola de Garantia] para 10 milhões, no sentido de podermos abarcar todas as candidaturas”, explicou, dando nota de que “iremos continuar a apoiar a ViniPortugal, que é fundamental, mas, também, as CVR [comissões de viticultura regional] e as empresas e, ainda, outras associações que concorrem a estes programas”.

Mas há algo que é possível “melho-

rar” e que estão “a trabalhar”, que é “o serviço que o IVV presta aos agentes económicos que, infelizmente, devido ao contexto pandémico, este ano se deteriorou para além dos nossos objetivos, mas que vai continuar a ser um foco da nossa atuação”. Para além disso, o IVV quer “articular de uma forma mais eficiente o trabalho entre a ViniPortugal, as CVR e outras associações, porque congregar estes esforços, pen-

Federico Falcão
Presidente da ViniPortugal

“Os desafios prendem-se com a redução da área de vinha em Portugal, as barreiras alfandegárias ao comércio, as questões cambiais, as políticas proibicionistas na saúde, e os fundamentalistas, que são uma preocupação muito grande. E há uma grande pressão para baixar os preços.”



rar os planos em conjunto e atuar com objetivos comuns é muito importante”.

Finalmente, e dirigindo-se às empresas, Bernardo Gouvêa frisou: estas devem “estudar bem a sua arquitetura de marca, não subestimarem a gestão das marca e submarcas que constroem para o consumidor”. E mais: é preciso “saber trabalhar bem os preços e saber dar importância aos preços ‘premium’, porque quando estamos a adequar os preços e se tem um preço ‘premium’ e

do mundo em área de vinha e, em termos de exportação, também somos o nono ‘player’ mundial”. Federico Falcão sintetiza: “Portugal, apesar de ser um pequeno país, assume uma importância grande, estando no top-10 em área de vinha e de exportação”. Em relação à produção, aí, “somos o 11º país no mundo”.

E “há que destacar o crescimento médio das nossas exportações”. Os

dados do INE relativos a 2020 mostram um aumento não só no volume, 5,3%, mas, também, no valor, 3,2%, com um resultado de 846 milhões de euros, mais 26 milhões do que no anterior.

Ainda segundo o INE, cujos dados tinham sido partilhados pelo Ministério da Agricultura, para este resultado a contribuição mais significativa foi registada nos mercados do Brasil, França, EUA, Reino Unido e Canadá, que estão no top 5 dos mercados mais importantes.

Assim, para o Brasil (de janeiro a dezembro 2020) registou-se um aumento de cerca de 26,5%, em volume, e de 23,5%, em valor, representando cerca de 68 milhões de euros. No top 5 de principais destinos de exportação de vinho nacional, o Canadá registou o melhor preço médio, com cerca de 3,64 euros/litro.

Por sua vez, as exportações para os EUA cresceram 13,5%, em volume, e 3,1%, em valor, num total de 92 milhões de euros. Já para o Reino Unido, houve um acréscimo de 26,9%, em volume, e 16,2%, em valor, num total de cerca de 90 milhões. Para o Canadá houve um acréscimo de 6%, em volume, e 4,9%, em valor, com um total de cerca de 50 milhões de euros.

Na União Europeia, destaca para a França (110,5 milhões de euros), que continua a liderar o mercado de exportação do vinho nacional. Segue-se a Alemanha (47,5 milhões) e, em terceiro lugar, os Países Baixos (47 milhões).

O presidente da ViniPortugal faz questão de realçar: “Portugal foi o único país a conseguir crescer em valor e em volume num ano de pandemia e de grandes restrições e de quebra das transações mundiais como foi 2020”.

Ainda assim, persistem “desafios”. E Frederico Falcão identifica-os bem. Desde logo a “redução da área de vinha em Portugal”, mas, também, “as barreiras alfandegárias ao comércio”,

Pedro Garcias
Jornalista, crítico de vinhos e produtor na região do Douro

“O preço médio do vinho do Porto é de 4,8 euros. E o preço médio de uma garrafa de champagne no comércio e grandes superfícies é de 19,5 euros. E custa mais fazer um vinho do Porto que champagne e, mesmo assim, vendemos o vinho do Porto quatro vezes mais barato. Alguma coisa está mal.”



“as questões cambiais” ou as políticas proibicionistas na área da saúde”, que são “uma preocupação muito grande”, porque “os fundamentalistas mal informados quase que consideram o vinho como um veneno, independentemente das quantidades que se tomem”. E há, ainda, outro constrangimento: “uma grande pressão para baixar os preços, com o mercado a ficar inundado de vinhos, fruto da quebra de consumo em 2020”.

RDD teve perdas de 50 milhões em 2020

O presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP) faz questão de assinalar a estratégia para os seus cinco anos de mandato iniciados em dezembro de 2018. E dá conta do “controlo e certificação das denominações de origem Porto e Douro, que é a nossa principal missão”, com a visão de “potenciar a qualidade e trabalhar no futuro para um território cada vez mais sustentável”, porque “a sustentabilidade económica e social não pode ser alavancada sem a sustentabilidade ambiental e cultural de uma região”.

A Região Demarcada do Douro (RDD) envolve uma superfície total de 43.708 hectares de vinha, 19 633 viticultores, estando inscritos no IVDP 543, dos quais 123 produtores de DOP Porto (área apta de 32 792 hectares) e 519 produtores de vinho DOC Douro (40 338 hectares de superfície). A área média por exploração na Região Demarcada do Douro (RDD) é de “2,23 hectares”, realça Gilberto Igrejas.

Quanto à produção, em 2020 foi de 126 milhões de litros, atingindo uma comercialização (DOP e DOC) de 518 milhões de euros, dos quais 69% para exportação e onde o DOP Porto ganha ênfase face ao DOC Douro. O vinho do Porto é comercializado em 105 mercados e o DOC Douro em 103, sendo que os vinhos DOC Douro representam

34% do volume de negócios e os DOP Porto 86% das vendas para o exterior.

Mas a pandemia de Covid-19, com o consequente fecho das portas ao turismo e à circulação de pessoas, veio trocar as

de distribuição mais curtas e apostam sobretudo nos vinhos DOC Douro no mercado nacional tiveram maior impacto, comparativamente àquelas que exportam mais e têm cadeias de distribuição muito bem afirmadas no contexto internacional”.

Em 2021, porém, o contexto já é “positivo”. Os últimos dados fechados ao mês de maio mostram que “o contexto é positivo”. O presidente do IVDP assegura que “estamos a crescer e a consolidar valores em todas as classes, excetuando os espumantes, onde temos uma variação negativa de 87,5%”. E, em termos de expedição e exportação, “os sinais também são favoráveis”, com “uma evolução positiva de 24,4%” e a França a manter-se como “primeiro mercado”. O preço médio por litro, esse, é que é “bastante variável nos diferentes mercados”.

Região Demarcada do Douro é “conservadora e protecionista”

E é o preço, justamente, um dos problemas que mais inquietam Pedro Garcias. O jornalista, crítico de vinhos e também produtor na RDD até diz que, “depois de ouvir os anteriores oradores, ficamos todos otimistas”, mas ele é “um otimista moderado”. Tem a noção de que “o vinho português está a crescer e tem muito potencial”, mas avisa que “temos muito caminho pela frente”. Desde logo porque “estamos a entrar numa encruzi-

Gilberto Igrejas
Presidente do IVDP - Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto

“Quando falamos de um impacto negativo médio de 9,4%, há empresas com um impacto bem mais negativo. Não foi igual para todos. As empresas que têm cadeias de distribuição mais curtas e apostam sobretudo nos vinhos DOC Douro no mercado nacional tiveram um maior impacto.”



uma perda global de valor de 9,4%, o que, traduzido em números, dá cerca de 50 milhões de euros a menos face a 2019”, revela Gilberto Igrejas.

Agora, uma coisa é certa: “os dados estatísticos são muito alargados, mas as empresas têm realidades muito diferentes. Há empresas maiores e mais pequenas, empresas com cadeias de distribuição mais curtas e, portanto, a realidade social de cada uma das empresas não é a mesma. Quando falamos de um impacto negativo médio de 9,4%, há empresas que tiveram um impacto bem mais negativo que este e há empresas que tiveram impactos menores. O impacto não foi igual para todos. E aquelas empresas que têm cadeias

lhada de vinho bom e barato”, alertando que “é preciso ver se estamos satisfeitos com isso” ou se, pelo contrário, “devemos continuar a vender, mas, sobretudo, com mais valor”.

Afirmando que “dois milhões de euros do IVDP para promover os vinhos [na RDD] “é muito pouco” e que “o país investe muito pouco em promoção”, Pedro Garcias é taxativo: “Temos de ter muito mais dinheiro para a ViniPortugal fazer promoção. O IVDP tem de pensar mais no seu orçamento, que é financiado pelos viticultores, para fazer mais promoção, e deixar ir menos dinheiro para a tutela, porque não faz sentido nenhum andarmos a pagar taxas para o dinheiro ir para o Tesouro”.

Essa verba, diz, “tem de ser gasta em promoção” e, “sobretudo, em promoção dirigida e a quem precisa mais”.

Como pequeno produtor, Pedro Garcias questiona-se: “Se eu quiser participar em ações de promoção, não tenho hipótese, porque são caras. Se eu quiser ir a uma iniciativa qualquer, ao Canadá, por exemplo, pago tanto como paga a Sogrape. Não tenho condições. Tenho de vender muitas paletes para poder pagar. Portanto, para pequenos produtores, a promoção que existe em Portugal não chega, é muito direcionada para o volume, para grandes empresas”.

Além disso, diz o crítico de vinhos, “é preciso diferenciar e reforçar ainda mais as ações inversas, para que o comprador crie uma relação afetiva com o produtor e o próprio país. Temos de trazer mais gente, importadores e consumidores também. Trazê-los cá, mas não os meter todos num paçoca ou solar ou na quinta mais xpto, que é o que acontece. Isso não faz sentido”. É preciso levá-los a “espaços pequenos, com história, mas, sobretudo, com emoção, com empatia e humanismo”.

Mas Pedro Garcias não se fica por aqui. Alerta para as diferenças entre a RDD e a região francesa do Champagne, que “fatura 5000 milhões de euros e tem uma área menor” que a do Douro. O Champagne, diz, tem “cerca de 25 mil operadores no total e na RDD há 123 operadores de vinho do Porto, que é o produto mais conhecido a nível mundial. É uma coisa completamente ridícula”.

E há uma razão: Porque a RDD “é completamente conservadora, tem medidas protecionistas” e “impede que os pequenos consigam entrar”. O setor do vinho do Porto é “completamente fechado” e, “enquanto isto não mudar, vão ser sempre os mesmos e cada vez mais concentrados, com um cada vez maior monopólio e mais cartel a fazer o seu negócio”. E pior: “São completamente suicidas”, já que “as grandes empresas de vinho do Porto que vendem grandes vinhos a dois mil e quatro mil euros são as mesmas que depois vão vender o vinho mais barato no mercado, nas grandes superfícies, a três e quatro euros com marcas brancas”. Então, diz, “a queimar-se a elas próprias e depois vão pagar aos viticultores de acordo com o preço do vinho barato que vendem”.

Pedro Garcias dá um exemplo: “O preço médio do vinho do Porto é de 4,8 euros e o preço médio de uma garrafa de champagne no comércio e grandes superfícies é de 19,5 euros. E custa mais fazer um vinho do Porto que um champagne e, mesmo assim, vendemos o vinho do Porto quatro vezes mais barato que o champagne. Alguma coisa está mal”.

JOÃO MIRANDA DEFENDE “CORREÇÃO DO PREÇO” DO LEITE PAGO AO PRODUTOR “ARTICULADA ENTRE AS COOPERATIVAS E A DISTRIBUIÇÃO”

Indústria de laticínios e as cooperativas leiteiras têm de se “reinventar”

O custo dos fatores de produção no setor dos laticínios está “a aumentar perigosamente” e, se a indústria e as cooperativas leiteiras que a abastecem não se “reinventarem” e não ganharem “dimensão internacional”, podemos “perder o controlo de um setor estratégico” para Portugal. O alerta vem de João Miranda, fundador, ex-CEO e ex-‘chairman’ da Frulact, multinacional de preparados de frutas e bases vegetais para a indústria alimentar. No momento em que deixa de vez a empresa, que vendeu há ano e meio ao fundo de investimento francês Ardian, o empresário não poupa nas palavras: “É claro e evidente que a produção de leite em Portugal deve merecer um outro olhar por parte do Estado”. Mas, também, “uma outra dinâmica por parte dos operadores”. E das cooperativas, que devem “reinventar-se”.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica – A Frulact anunciou, a meados de junho, a sua saída de ‘chairman’. Depois de 35 anos a liderar uma empresa que fornece as maiores multinacionais do mundo, como olha para a indústria agroalimentar nos dias de hoje, a nível global, mas, sobretudo, em Portugal? Que salto qualitativo vê nas últimas décadas?

João Miranda – O agroalimentar português conseguiu, ao longo dos anos, impor-se a nível internacional, principalmente pelo reconhecimento dos mercados da excelência das nossas empresas e dos nossos produtos. Houve um trabalho assertivo do setor, com investimentos importantes na modernização do parque industrial e na busca do novo conhecimento, indutor de inovação, seja ao nível dos produtos, seja ainda ao nível dos processos. Essa diferenciação, a par dos ganhos de produtividade, permitiria abordagens aos mercados externos com maior confiança.

Este foi um trabalho muito importante das empresas portuguesas, que souberam ir desbravando mundo, numa primeira fase sozinhas, mas, há cerca de uma década, buscando sinergias e parcerias. E trabalhando em rede, através de marcas identificativas do nosso agroalimentar, como são a Portugalfoods, Portugalfresh ou a ViniPortugal. Esta mudança de atitude, a eficiência e a



“O agroalimentar vai continuar a correr-me nas veias e a fazer-me vibrar”, garante João Miranda.

abordagem conjunta aos mercados globais permitiu ir reforçando essa notoriedade e reconhecimento externo. Hoje, o nosso agroalimentar bate-se olhos nos olhos no mercado global.

VE – Concretamente em Portugal, como olha para a indústria alimentar desse ponto de vista de acolher os desafios de inovação e das novas tendências que vêm de fora?

“Os políticos não conseguem fazer vibrar” quando falam de agricultura e agroindústria

Em Portugal, “o Ministério da Economia nunca articulou bem com o Ministério da Agricultura, o que fez com que a agroindústria ficasse sempre numa zona cinzenta, de ninguém”, lamenta João Miranda, em entrevista à “Vida Económica”. O empresário, que foi um dos mentores e primeiro presidente do Pólo de Competitividade e Tecnologia PortugalFoods, puxa a fita atrás: “Se olharmos para as últimas décadas, percebemos que não tivemos nenhum ministro da Agricultura e Pescas com poder político no seio dos governos com capacidade de impor ou defender uma verdadeira estratégia”. E isso “diz bem da falta de importância destes setores para o país”.

VIDA Económica – Ao nível das políticas públicas para o agroalimentar, como avalia a ligação do Ministério da Agricultura ao setor e deste com o poder político? Há cooperação ou falta dela?

João Miranda – Eu gostava de ver outro entusiasmo por parte do Estado. Gos-

para as últimas décadas, percebemos que não tivemos nenhum ministro da Agricultura e Pescas com poder político no seio dos governos com capacidade de impor ou defender uma verdadeira estratégia. Isso diz bem da falta de importância destes setores para o país. E, se olharmos melhor, percebemos que o

mentação. Julgo que isto chega para se perceber que, infelizmente, em Portugal estes são setores que se têm desenvolvido sem grande suporte do Estado.

VE – Apesar disso, em Portugal, o setor do agroalimentar vai no bom caminho?

JM – É comum dizer-se que é na superação das dificuldades que nos tornamos mais fortes. O agroalimentar em Portugal tem demonstrado ser um dos melhores exemplos de associativismo do país. Tem sido assim, unidos e de forma coesa, que as empresas do agroalimentar têm ganho mercados e têm prestigiado o país, com o reconhecimento externo de sermos identificados como um país produtor, fiável e com qualidade inquestionável.

VE – Por fim, pergunto-lhe: tendo saído definitivamente da Frulact, tem projetos para o futuro no setor agroalimentar?

JM – O agroalimentar vai continuar a correr-me nas veias e a fazer-me vibrar, mas tenho o compromisso familiar de, pelo menos até final do próximo ano, ficar mais próximo da família e dos amigos. Depois logo se verá.

combustíveis, energia, fertilizantes e outros) e para a possibilidade de falência dos operadores. Como olha para estes alertas?

JM – Esta é uma situação real, em que, de forma evidente, os fatores de produção estão a aumentar perigosamente. E a exploração de leite é muito sensível à variação de custo, principalmente da alimentação [dos animais]. Como o preço pago ao produtor em Portugal é dos mais baixos da Europa, a situação dos produtores deverá ser crítica, havendo necessidade de uma correção do preço, que deverá ser articulada entre as cooperativas do setor e, a jusante, com a distribuição.

VE – A Fenalac e a ANIL afirmam que, além da distribuição, “o Governo também pode e deve desempenhar um papel fundamental” na resolução

“Num mercado aberto como é o europeu, não nos podemos restringir ao mercado português. Precisamos de dar dimensão às operações, criando plataformas fora de Portugal, através de aquisições, para dar sustentabilidade à produção de leite”

que cientistas das mais diversas áreas trabalham em projetos de produção de conhecimento transversal, que depois é utilizado pelo nosso agroalimentar.

VE – Olhemos para o setor dos laticínios, que conhece particularmente bem. Considera que tem sido recetivo à inovação e às novas tendências?

JM – O setor dos laticínios, quando falamos de inovação e tecnologia, é seguramente dos mais dinâmicos do mercado em termos globais. E em Portugal não é exceção. Temos operadores em Portugal tecnologicamente muito avançados e com uma dinâmica excecional de inovação e de lançamento de novos produtos. Depois, diria que há mesmo no consumidor português, ao contrário da maioria dos países europeus, uma grande apetência para experimentar e preferir novos produtos ou novos sabores. O mercado português é, nesse aspeto, usado muitas vezes como mercado de teste e validação de novos conceitos.

VE – A Fenalac – Federação Nacional das Cooperativas de Produtores de Leite e a ANIL – Associação Nacional dos Industriais de Laticínios lançaram um comunicado conjunto em finais de junho, alertando para o aumento dos custos com a produção de leite (aumentos generalizados dos custos de produção, nomeadamente dos alimentos para animais, como os cereais,

deste problema. Partilha dessa opinião?

JM – É claro e evidente que a produção de leite em Portugal deve merecer um outro olhar por parte do Estado. Mas, também, uma outra dinâmica por parte dos operadores, nomeadamente as cooperativas, que devem reinventar-se, aproveitando a escala conseguida em Portugal para ganhar dimensão internacional, escalando o negócio, ganhando dessa forma outro poder negocial com a distribuição moderna.

Num mercado aberto como é o europeu, não nos podemos restringir ao mercado português. Precisamos de dar dimensão às operações, criando plataformas fora de Portugal, através de aquisições, para dar sustentabilidade à produção de leite em Portugal. Se tal não acontecer, vamos, mais tarde ou mais cedo, ser apanhados pela consolidação do mercado e, neste caso específico, perderemos o controlo de um setor estratégico para Portugal.

VE – E o Estado?

JM – Em paralelo, o Estado tem que olhar para a fileira do leite como algo de interesse nacional, tal como fazem os franceses ou os alemães, países onde o Estado, de forma inteligente, não abre mão da fileira. Mas, para isso, é necessário haver uma estratégia, que realmente em Portugal não existe. A agricultura e algumas das suas fileiras continuam a ser o parente pobre da economia.

Cooperativas e indústria de laticínios receiam falências



Maria Cândida Marramaque, diretora-geral da ANIL.



Fernando Cardoso, diretor-geral da Fenalac.

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Fenalac - Federação Nacional das Cooperativas de Produtores de Leite e a ANIL – Associação Nacional dos Industriais de Laticínios emitiram um comunicado conjunto, em finais de junho, alertando para o “risco de falência” dos operadores do setor. Em causa “os aumentos generalizados” dos custos de produção dos produtores de leite, nomeadamente dos alimentos para animais, como é o caso dos cereais (“cujas cotações têm sofrido aumentos sucessivos”), mas, também, dos combustíveis, energia ou fertilizantes.

A ANIL, uma das subscritoras do documento, a que preside a empresa Lactogal, alega que a indústria láctea nacional “sentiu, especialmente no último ano, fortes pressões devido ao aumento de custos, nomeadamente as matérias necessárias ao processamento industrial, e à forte instabilidade da cadeia logística motivada pela pandemia de Covid-19, a par da responsabilidade e encargo mantido na recolha de todo o leite produzido”.

Os industriais e a federação das cooperativas que assinam o comunicado explicam que os “agravamentos dos custos de produção da fileira são bem exemplificados nas cotações do milho e da soja para alimentação animal, cujos aumentos desde o início do ano rondam 66% e os 54%, respetivamente”. No entanto, os industriais estão também preocupados com os “custos das embalagens de cartão e plástico, cujo preço acompanha o do petróleo”, assim como com os “custos ambientais e o aumento da massa salarial resultante da atualização do salário mínimo nacional”.

O problema, diz a ANIL e a Fenalac, é que estas “perturbações”, quer ao nível da produção, quer da indústria, a que se juntam “as transformações de mercado, muito especialmente as sentidas pela interrupção do canal HoReCa”, não têm motivado “nenhum tipo de alteração de comportamento por parte da grande distribuição”. E acusam os operadores das grandes superfícies de “continuarem sistematicamente a desvalorizar o produto [leite] ao praticar as mesmas condições negociais, com a agravante de, recentemente, aumentar a pressão promocional sobre os produtos lácteos”.

A Fenalac e a ANIL dizem que os preços pagos à produção praticados em Portugal – “inferiores à média da União Europeia” – “devem ser enquadrados na realidade em que os preços de venda ao consumidor do leite e dos produtos lácteos são dos mais baixos da Europa”. E questionam: “Em que outro país da UE é possível encontrar na distribuição leite a um preço a rondar os 40 cêntimos/litro?”.

“Reforço do papel” da PARCA

Feito o diagnóstico, e porque – dizem – estão “impossibilitados de internalizar custos adicionais na aquisição de matéria-prima”, a melhoria da remuneração do leite dos produtores de leite “apenas será viável através da alteração do comportamento da distribuição”, uma vez que, segundo as cooperativas e a indústria, esta “recorrentemente utiliza o preço dos produtos lácteos como mero chamariz de clientes para os estabelecimentos, depreciando o valor e o trabalho de toda uma fileira a montante”.

Por outro lado, dizem que “o Governo também pode e deve desempenhar um papel fundamental” na resolução desta crise, afirmando que “é determinante a ação do Governo na agilização das nossas exportações, atuando muito especialmente na promoção da redução dos custos de transporte e dos fretes”.

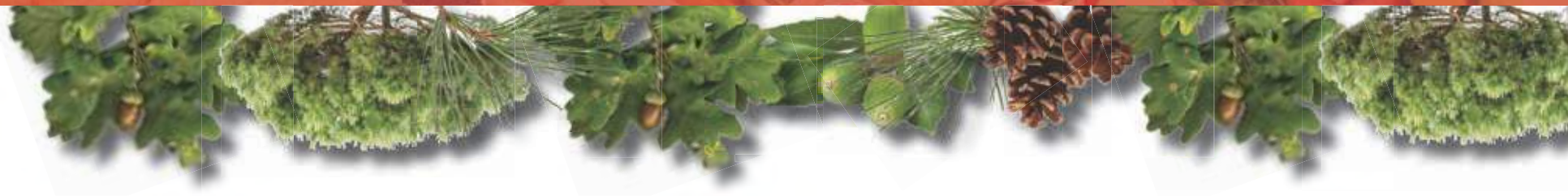
Por outro lado, “sendo os Açores uma região produtora importante e com um enquadramento político-institucional diferenciado”, a ANIL e a Fenalac consideram que “competem também à Administração Regional promover a exportação de produtos lácteos de valor acrescentado e de características diferenciadas”.

As subscritoras do comunicado deixam ainda um pedido ao Governo para que, através dos organismos competentes, “fiscalize a atuação dos operadores da distribuição em relação ao cumprimento das regras existentes em matéria de vendas com prejuízo e das restantes práticas desleais da concorrência”. Isto, dizem, pode ser feito através do “reforço do papel” da PARCA – Plataforma de Acompanhamento das Relações na Cadeia Alimentar “por via da análise do funcionamento da cadeia de valor, identificando estrangulamentos e vias para a sua resolução”.

Ciclo de webinars “Os desafios do agroalimentar na próxima década”

O investimento na floresta

quinta-feira, 29 julho às 15h00, via Facebook Live



Susana Carneiro
Diretora técnica do Centro
PINUS



Francisco Gomes da Silva
Diretor-geral da CELPA



Pedro Serra Ramos
Presidente da ANEFA

Ciclo de webinars

Desafios e oportunidades do agroalimentar na próxima década



29 de setembro A aquicultura e a transformação de pescado

28 de outubro A produção e exportação de amêndoa

25 de novembro Tecnologia e sustentabilidade na produção agrícola

19 de dezembro Os desafios do setor dos laticínios

Patrocínio:



* transmissão em direto na página agrovida-vidaeconomica no Facebook

Informações

Ana Bessa (Dep. Formação) | Vida Económica - Editorial SA.
Rua Gonçalo Cristóvão, 14 R/C | 4000-263 Porto | ☎ 223 399 427/00
Email: anabessa@vidaeconomica.pt | www.vebs.pt