


Tema: <b>Sector Vitivinícola</b>					Âmbito: <b>Nacional</b>	Tiragem: <b>21680</b>
Título: <b>Excesso de vinho mata pequenos produtores</b>					Temática: <b>Gestão/Economia/Negócios</b>	
2006/10/06	<b>VIDA ECONOMICA – PRINCIPAL</b>	Pág.1	Imagem: 1/2		Periodicidade: <b>Semanal</b>	Inv.: <b>2433.00</b>

## EXCESSO DE VINHO MATA PEQUENOS PRODUTORES

“O sector do vinho está sentado numa bolha prestes a rebentar”, afirma António Lopes Vieira, director-geral da Vinalda.

Segundo este responsável, existem 10 milhões de caixas de vinho de nove litros cada em excesso no mercado, que não serão consumidas.

**PÁG. 31**

Tema: <b>Sector Vitivinícola</b>					Âmbito: <b>Nacional</b>	Tiragem: <b>21680</b>
Título: <b>Excesso de vinho mata pequenos produtores</b>					Temática: <b>Gestão/Economia/Negócios</b>	
2006/10/06	<b>VIDA ECONOMICA – PRINCIPAL</b>	Pág.31	Imagem: 2/2		Periodicidade: <b>Semanal</b>	Inv.: <b>n.a.</b>

António Lopes Vieira, director-geral da Vinalda, considera

# Sector do vinho está sentado numa bolha prestes a rebentar

A profusão de marcas e a quebra dos preços no sector dos vinhos geraram uma situação insustentável, registando-se um excesso de produção que ronda 120 milhões de garrafas por escoar. Em entrevista à "Vida Económica", António Lopes Vieira, director-geral da Vinalda, empresa de distribuição, e Celso Madeira, sócio-gerente da CARM (Casa Agrícola Roboredo Madeira), produtor de vinhos e azeites, analisam o sector, tendo como ponto de partida a parceria estabelecida entre as duas empresas.

**Vida Económica (VE) – Em relação ao sector da distribuição de vinhos, numa conjuntura onde a oferta é muito superior à procura e com grande profusão de marcas, como analisa o futuro do mundo dos vinhos?**

António Lopes Vieira (ALV) – Há claramente um excesso de oferta de vinhos no mercado, que deverá rondar 10 milhões de caixas de vinho de nove litros cada, ou seja, 120 milhões de garrafas. E esse excesso não será consumido. Estamos sentados numa bolha tremenda que dentro em breve rebentará e ninguém fala disso, parece um tema tabu. Mas é uma realidade muito preocupante, o que quer dizer que uma parte muito significativa dos produtores que hoje actuam no mercado, sobretudo os mais recentes, estão mortos economicamente e vão desaparecer.

Esta clarificação passará pelo arranque das vinhas, pela venda das empresas a outras do sector de maior dimensão ou até pela venda a empresas de outros sectores e para outros fins.

O mercado não se compadece com a enxurrada de novos produtores que não têm estruturas de distribuição e cujos vinhos ninguém quer distribuir.

Estes produtores andam a perverter as regras do jogo, pois empurram dramaticamente os preços para baixo. As feiras de vinhos estão à porta e basta contar o número de vinhos que estão disponíveis abaixo dos dois euros, valor abaixo do qual nenhum vinho é economicamente rentável. Aliás, já aparecem abaixo de um euro, situação de desespero claro.

A Vinalda, por seu lado, não está no negócio de vinhos a estes valores, mas resente-se um pouco. O consumidor, num contraciclo como o actual, tem a reacção de escolher entre os novos vinhos aqueles mais baratos, e não pela qualidade do produto.

**VE - Esta baixa vai continuar por muito mais tempo?**

ALV - É uma situação de baixa permanente que deverá continuar por mais algum tempo, e é uma situação de desespero permanente, dada a emergência de tirar da adega os vinhos quando uma nova vindima já está feita. Mas, a médio prazo, entre três e cinco anos, o mercado clarificar-se-á.

**Porter é luz ao fundo do túnel**

**VE – O mercado externo é viável?**

ALV – Julgo que perdemos a oportunidade, pois nunca soubemos vender a imagem de Portugal e hoje sofremos com a concorrência de muitos países. Por outro lado, um dos factores mais competitivos que detínhamos, o preço, já não existe face aos australianos, chilenos e outros. Há uma luz ao fundo do túnel, que passa pelas indicações de mercados e de preços do relatório Porter, e é bom que as empresas exportadoras sigam esses conselhos, de modo a vencerem no exterior.

**VE – De que formas pretende a Vinalda apoiar os produtores?**

ALV – O marketing é fundamental para construir as marcas que nos são confiadas pelos produtores e montar estratégias de comunicação das marcas e do seu valor acrescentado. A Vinalda funciona um pouco como consultor dos produtores, e há muito que fazer ainda no mercado interno. Quanto a eventuais actuações ou parcerias para o mercado externo, temos ainda que queimar muitas etapas.

**VE – O que tem uma empresa como a CARM para oferecer a uma distribuidora**

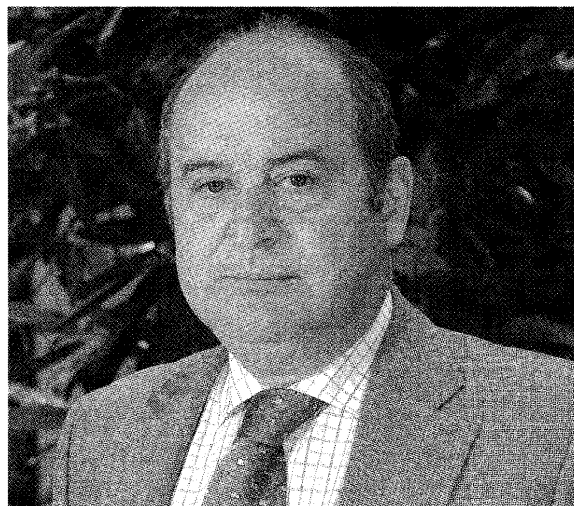
**como a Vinalda, que conta com um largo portefólio de marcas de gama alta?**

ALV – A Vinalda quer abranger todos os projectos de vinhos e produtos alimentares que consideramos enquadrados na nossa estratégia de actuação no segmento de gama alta, com base em duas premissas: o produtor mais emblemático e de maior prestígio internacional de azeite português é a CARM; em segundo, atraído pelo azeite surge o vinho, onde a CARM, fruto do seu trabalho, tem um forte potencial de crescimento.

**VE – A Vinalda foi alvo, não há muito atrás, de tentativas de aquisição do todo ou parte da empresa, por operadores nacionais e estrangeiras. São situações ultrapassadas?**

ALV – No passado houve tentativas e até conversações, mas hoje não. O capital da empresa está nas mãos da família Casais, mas tal não significa que a Vinalda não esteja atenta, não para ser vendida a terceiros, mas às mensagens do que o mercado possa trazer.

MARC BARROS



"Uma parte muito significativa dos produtores que hoje actuam no mercado vai desaparecer", afirma António Lopes Vieira.