



Vinhos

Cinco perguntas a Manuel Cabral

“As exportações de vinhos do Douro ultrapassaram os 40% pela primeira vez”

Há uma grave crise social e económica no Douro, mas, em 2012, o vinho do Porto resistiu e as exportações de DOC Douro ultrapassaram pela primeira vez os 40% da quantidade produzida, sublinha o presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, Manuel Cabral. *Pedro Garcias*

Em 2012, num ano difícil para a economia portuguesa e europeia, as vendas de vinho do Porto subiram ligeiramente. A que se deveu este bom resultado?

É verdade: em 2012 registou-se uma manutenção da quantidade vendida de vinho do Porto e um ligeiro aumento no volume de negócios (0,9%), o que representa uma valorização do produto, num ano particularmente difícil. Para essa evolução contribuíram sobretudo mercados em que um aumento na quantidade foi acompanhado também por um acréscimo no preço médio, como aconteceu com o Reino Unido (o volume de negócios cresceu 10,8%) e os EUA (+5,6%). Outra evolução que me apraz realçar foi a registada nas vendas de vinho do Porto em Portugal (+3,8%). Sendo certo que este aumento resulta também da comparação com o ano de 2011, particularmente negativo para o Vinho do Porto (-11,8%), a conjuntura económica difícil não se terá repercutido tão fortemente nas vendas de vinho do Porto em Portugal devido a factores como a crescente procura turística pela cidade Porto e pelo Douro Vinhateiro, com a consequente maior

apetência do canal HORECA para os vinhos da região.

Mesmo assim, os produtores receberam menos dinheiro por pipa...

Julgo que não podemos ver as coisas apenas dessa forma simplista. No ano de 2012, o Conselho Interprofissional do IVDP deu um importante passo ao diminuir o volume de aguardente necessário por pipa, tendo sobretudo em conta o enorme aumento da qualidade e da graduação alcoólica que se tem verificado nos últimos anos. Isso permitiu que os produtores que fizeram vinho e o venderam aos comerciantes tivessem tido um aumento do seu rendimento.

Mas esse ganho foi absorvido pelos comerciantes e intermediários de vinho. Os fornecedores das uvas recebem menos...

É preciso que a distribuição do rendimento pelos diferentes agentes da cadeia de distribuição seja equilibrada. A produção terá de encontrar as melhores formas de vender as suas uvas e o seu vinho – o que também passa pelas suas formas de organização e de defesa dos seus interesses.

Com o esperado aumento do custo da aguardente para a produção de vinho do Porto, vão ter que ser novamente os produtores os sacrificados, uma vez que parece difícil fazer reflectir esse aumento no consumidor?

Desde que entrei nesta Casa, a



É preciso que a distribuição do rendimento pelos diferentes agentes da cadeia de distribuição seja equilibrada. A produção terá de encontrar as melhores formas de vender as suas uvas e o seu vinho

questão da aguardente tem sido uma preocupação constante. Temos falado com muita gente do sector e especialmente ligados à produção e comercialização de aguardentes. Coincidem num ponto: o enorme aumento do preço que se verificou é conjuntural, não estrutural. Mas tem um ponto de partida que, desde logo, não é nada negligenciável: o fim das ajudas públicas à destilação. Por isso, teremos com certeza de viver com um aumento, mas este não será contínuo. Esperamos por isso algum amortecimento desta questão – que neste sector é da maior importância. Por outro lado, a subida do preço da aguardente poderá ser minimizada pela alteração introduzida no Comunicado de Vindima com uma diminuição

substantial do quantitativo de aguardente utilizado. De qualquer modo, tendo em conta a produção dos últimos dois anos, toda a produção da Região Demarcada do Douro (RDD) tenderá a valorizar-se. Este facto pode verificar-se não só em relação às uvas para o vinho do Porto, mas também às uvas para a produção de vinho do Douro.

Como explica a constante degradação dos preços dos vinhos DOC Douro (encontram-se nas grandes superfícies, reservas e grandes reservas a dois e a três euros)?

A DO Douro é relativamente recente. A RDD esteve desde sempre quase exclusivamente vocacionada para os vinhos do Porto e para mercados externos. Entretanto, sem exagerar, podemos dizer que a DO Douro explodiu e ganhou muito rapidamente uma posição invejável, sobretudo pela sua qualidade e consequente capacidade mediática! Quando assistimos a um processo de crescimento, tendemos a achar que ele é contínuo e linear. Ora, não só as coisas não se passam desse modo, como há processos de ajustamento que são naturais nos mercados. É exactamente o que se passa com os DO Douro.

Conhecemos os mercados e sabemos que os anos de maior produção vitivinícola (como foi o caso de 2010 na RDD), a difícil conjuntura económica e o forte poder negocial da grande distribuição são factores que potenciam o esmagamento de preços. Mas, ao contrário do que se verificou no ano precedente, em 2012 registou-se um aumento do preço médio de venda (primeiro preço de venda à distribuição) da DO Douro, quer em termos globais (+0,9%), quer no mercado nacional (+1,8%). Verificou-se uma quebra nas vendas no caso de Portugal (-0,2%), mas esta foi mais do que compensada pelo crescimento nas exportações (+9,1%), resultando num aumento global de 3,4%. A quantidade exportada da DO Douro tem crescido consecutivamente desde 2006 e em 2012, pela primeira vez, as exportações ultrapassaram os 40% da quantidade total comercializada desse vinho. Quer tudo isto dizer que, apesar de alguns eventuais percalços, estamos perante uma DO com uma imagem internacional de relevo e que procura ajustar o seu posicionamento num mercado muito competitivo.