

554

MIL CAIXAS SAÍRAM DO PAÍS ESTE ANO

Segundo dados do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, saiu este ano de Portugal para o Mundo um total de 554 mil caixas. Face a igual período de 2013, trata-se de um aumento de 72 mil caixas.

- **Volume** de vinho exportado caiu 13% no primeiro quadrimestre
- **O valor**, que é o que mais importa aos produtores, cresceu 1%

VENDE-SE MENOS VINHO PARA FORA MAS MAIS CARO

Paula Brito

paula.m.brito@dinheirovivo.pt

Entre janeiro e abril, o valor de vinho português exportado para os mercados estratégicos aumentou 3%, apesar de o volume ter caído 7%. Sinais do cumprimento do objetivo estratégico, que é exportar valor.

O volume de vinho nacional exportado caiu 13% no primeiro quadrimestre, para 289,5 milhões de litros. No entanto, o seu valor cresceu 1%, para um total de 722,7 milhões de euros, segundo dados Eurostat, que apontam ainda para uma evolução de 16% no preço médio do litro para 2,50 euros.

A queda em volume deve-se à redução das exportações de vinho a granel para França e Espanha, que totalizaram menos 97 mil hectolitros, mas que, segundo fontes contactadas pelo JN/Dinheiro Vivo, não é determinante para a consolidação da imagem internacional dos vinhos nacionais. O objetivo estratégico na exportação de vinho es-

OUTROS DADOS

Primeiro semestre

Este ano, saíram de Portugal para o Mundo 554 mil caixas, mais 72 mil caixas do que em 2013. Segundo o Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP), as exportações dos vinhos DOP Douro cresceram 17,3%, para 20,7 milhões. Também ao nível da quantidade e do preço médio houve um aumento de 14,9% e 2,1%, respetivamente. Canadá, Angola, EUA, Suíça e Alemanha são os principais mercados de exportação dos vinhos tranquilos da Região Demarcada do Douro. O mercado angolano foi o que mais cresceu a todos os níveis: em volume subiu 65,8%, em quantidade 65,1% e em preço por litro 6,9%.

tá no valor e não tanto na quantidade, segundo têm defendido as diversas instituições responsáveis. Tanto mais que a razão para esta queda prende-se com uma produção inferior em 2013, face ao ano anterior (-70 mil hectolitros).

Quanto aos mercados estratégicos para a exportação dos vinhos portugueses - Angola, Reino Unido, EUA, Alemanha, Canadá, Brasil e Suécia -, o volume também caiu (-7%), para 148,7 milhões de litros, mas o valor aumentou 3%, para 367,1 milhões.

O mercado estratégico com maior fatia, Angola, caiu 9% em volume, para 60,7 milhões de litros, arrastado pela queda da venda do vinho a granel. No entanto, cresceu em valor (6%), para 91,7 milhões, enquanto o preço médio por litro aumentou 16%.

Mas a maior queda nos mercados estratégicos ocorreu na Alemanha, que recuou 18%,

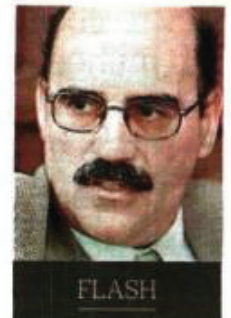
para 19,8 milhões de litros, tendo o seu valor caído 3%, para 40,5 milhões, enquanto o preço médio do litro subiu 18%, para 2,05 euros.

Ainda assim, estes valores não comprometem o optimismo que advém do crescimento esperado na exportação entre 1% e 2,5%, com evoluções mais acentuadas nos mercados estratégicos e nos vinhos engarrafados. Veja-se, por exemplo, o preço médio por litro dos mercados estratégicos que, segundo o Eurostat, cresceu 11%, para 2,47 euros, enquanto no mercado total de exportação evoluiu 16%, para 2,50 euros.

"O reconhecimento de Portugal como país produtor de excelentes vinhos está em crescendo e isso nota-se na forma consistente como as nossas exportações têm evoluído", diz Jorge Monteiro, presidente da ViniPortugal (ler ao lado). ●

PRODUÇÃO 2014/2015 VAI CAIR 5,7%

A produção de vinho em Portugal deverá diminuir este ano 5,7% face à campanha anterior, para cerca de 5,9 milhões de hectolitros, prevê o Instituto da Vinha e do Vinho (IVV). A quebra é justificada por um decréscimo da produção na maioria das regiões vitícolas. Ao contrário, a península de Setúbal, Açores, Algarve e das terras de Cister, terão aumentos de 10% a 20%. A maior quebra da produção deverá ocorrer no Dão: 25% face à campanha anterior.



"Temos um enorme trabalho pela frente"

Jorge Monteiro

Presidente da ViniPortugal

Qual o balanço do primeiro semestre, tendo em conta as medalhas e referências em publicações de prestígio...

Junto dos especialistas (jornalistas, sommeliers, compradores) temos uma imagem muito positiva e os prémios e medalhas que nos têm sido atribuídos refletem esse reconhecimento. Mas temos um enorme trabalho pela frente, pois é preciso que o consumidor também tenha uma boa imagem dos nossos vinhos e sinta apetência para os comprar. É um trabalho que exige esforço e tempo, mas haremos de lá chegar. **Quais os mercados alvo da promoção dos vinhos nacionais no segundo semestre?**

Que envolvem os agentes económicos, a Prova de S. Paulo (26 de agosto), com road show por várias cidades do Brasil. Em outubro, a prova de Tóquio, seguida da de Oslo e de Boston e Nova Iorque. A prova de Luanda, Angola (23 a 25), tem um road show que passará por Lubando, Benguela/Lobito e Huambo. Em novembro, é a vez da Feira Prowine, em Xangai, onde esperamos 30 produtores. Temos também ações de formação e educação de profissionais, promoção na restauração, pontos de venda, visitas e relações públicas. O investimento total é de 1,5 milhões de euros para o último trimestre.

EXPORTAÇÃO // VINHOS PORTUGUESES

Mercados estratégicos

