

II *Depois de quatro anos retraídos*

Vinho do Porto aumenta vendas em valor e quantidade

O VINHO DO PORTO está, finalmente, a sair de um período de retracção e de quatro anos consecutivos sem crescimento.

Entre Janeiro e Outubro deste ano, o sector conseguiu aumentar as vendas tanto em quantidade (mais 1%, para 7,8 milhões de caixas de nove litros) como em valor (uma subida de 0,4% para 301,7 milhões de euros).

No entanto, o momento actual não deixa de ser "sensível", como o classificou George Sandeman, presidente da Associação das Empresas de Vinho do Porto (AEVP), ontem, num encontro com os jornalistas, porque as marcas próprias das empresas exportadoras registaram uma quebra de 4% em volume (ficando-se pelos 5,4 milhões de litros) e de 2,4% em valor (para 232,4 milhões de euros) até Outubro passado.

"O Vinho do Porto não está em crise, mas tem problemas que devem ser tratados", frisou George Sandeman. A perda de capacidade de influenciar os mercados continua a ser uma realidade e o sector está apostado em conquistar novos consumidores e novas formas de consumir Vinho do Porto. Por isso, está expectante relativamente à implementação do Plano Es-

tratégico, cuja realização depende de um concurso público pelo Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP).

"Estivemos um ano à espera que a tutela autorizasse o IVDP a encomendar o Plano Estratégico", disse Sandeman, que acrescentou: "O grande desafio será o esforço conjunto que o comércio e a produção têm que fazer na fase de implementação da estratégia que será definida".

COMÉRCIO EM ALTA

O Vinho do Porto saiu de um período sem crescimento e aumentou as vendas 0,4% em valor e 1% em quantidade, segundo o IVDP.

Entre os actuais problemas do sector, o presidente da AEVP aponta uma cada vez maior dificuldade em colocar o Vinho do Porto nas grandes superfícies, fruto de uma contínua diminuição da margem do negócio. Por isso, o momento exige a entrada em novos mercados (Estados Unidos, Ásia, América Latina e Europa de Leste) e que o enfoque esteja na qualidade do produto.

Na análise que fez ao sector, George Sandeman não esqueceu os problemas financeiros da Casa do Douro e afirmou: "Há uma falta de responsabilidade dos dirigentes da Casa do Douro, que não estão a fazer a representação que deviam dos seus associados". E teme que a instituição durienese que representa a lavoureira seja "uma pulga na queda do elefante". **ICC**