
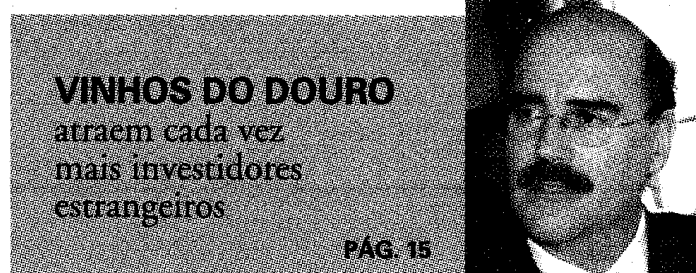
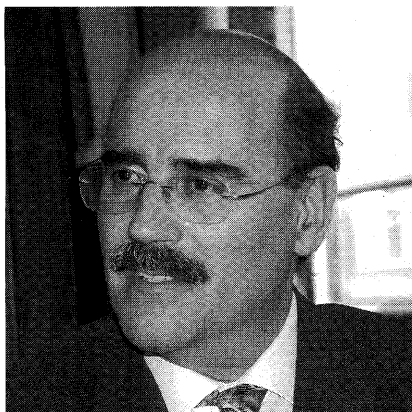


Tema: Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto					Âmbito: Nacional	Tiragem: 25700
Título: Vinhos do Douro atraem cada vez mais investidores – Entrevista a Jorge Monteiro					Temática: Gestão/Economia/Negócios	
2006/04/28	VIDA ECONOMICA – PRINCIPAL	Pág.1	Imagem: 1/2		Periodicidade: Semanal	Inv.: n.a.



Tema: Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto				Âmbito: Nacional	Tiragem: 25700
Título: Vinhos do Douro atraem cada vez mais investidores – Entrevista a Jorge Monteiro				Temática: Gestão/Economia/Negócios	
2006/04/28	VIDA ECONOMICA – PRINCIPAL	Pág.15	Imagem: 2/2	Periodicidade: Semanal	Inv.: n.a.



"Produzir no Douro é caro" – afirma Jorge Monteiro, presidente do IVP.

Jorge Monteiro, presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, revela

# Vinhos do Douro atraem investidores estrangeiros

Os vinhos do Douro ganham notoriedade além-fronteiras, apresentando um preço que é capaz de ser compatível com a qualidade, mas há um esforço enorme a fazer e que vai para além das revistas da especialidade. "É necessário chegar ao 'trader' e convencê-lo que é necessário investir nos vinhos do Douro para que os consumidores possam apreciá-los" – afirma Jorge Monteiro, presidente do IVP.

Produzir no Douro é caro. A solução passa por apostar mais nos vinhos topo de gama. Os investidores estrangeiros, nomeadamente espanhóis e franceses, estão interessados nos vinhos do Douro.

## Vida Económica – O negócio no Vinho do Porto tem evoluído de forma positiva?

**Jorge Monteiro** – Depois de uma década de 90, em que o vinho do Porto cresceu, na primeira metade, em vendas a uma média anual de 1,5%, na segunda metade também em termos de preço, de forma constante e significativa, entramos no ano 2000 com decréscimos. Os preços estagnaram ou mesmo diminuíram, e os volumes de venda caíram até 2005 cerca de 4%.

Curiosamente, em 2005, os números começaram a recuperar ligeiramente acima de 1%, o que nos pode levar a admitir que passamos por um período de ligeira recessão controlada mas que neste momento temos possibilidades de vir a recuperar.

De uma forma geral, conseguirmos manter os 125 milhões de garrafas no mercado, o que é extremamente significativo e demonstra que o vinho do Porto tem um conjunto de características que lhe conferem uma grande resistência às mutações de mercado. Não sendo hoje um negócio com a rentabilidade que teve noutras décadas, é um negócio com potencial para se sustentar e pelo menos manter este nível.

## VE – Poderia equacionar-se uma descida da produção com o aumento da especialização e do preço médio de venda?

**JM** – No médio e longo prazo, essa será a grande questão. Temos tido informações que apontam que no mercado mundial os vinhos de sobremesa, onde se inclui o vinho do Porto, tem vindo a perder volume.

Não sabemos se o vinho do Porto é um sobrevivente face ao que outros vinhos têm vindo a perder e se, depois de outros vinhos estabilizarem, o Porto não ocupará esse espaço.

## VE – A tendência é para vender mais?

**JM** – Dentro do sector há quem defenda que, mais tarde ou mais cedo, o vinho do Porto vai estabilizar nos cerca de oito milhões de garrafas. Esperamos que não e temos de criar condições para contrariar esta tendência. Julgo que há duas questões importantes. Uma delas é a concentração a que temos vindo a assistir na distribuição. A segunda são investimentos na vinha mas também no processo de vinificação e marketing, de forma a que consigamos cada vez mais produzir vinhos que se diferenciem do standard.

## O investimento no Douro

### VE – Produzir no Douro é caro?

**JM** – O Douro não é uma região de custos de produção baixos. Tem uma viticultura de montanha que gera sobre-

custos de exploração. É uma região de clima mediterrânico com baixos rendimentos por hectare.

A produção média no ano passado foi de 44 hectolitros por hectare, quando em Espanha se encontram regiões na ordem dos 70 e Itália na ordem dos 90 hectolitros por hectare. Produzir no Douro é sempre caro, ou seja, é importante apostar mais nos vinhos topo de gama, que é o que se tem vindo a fazer.

## VE – Então para quem quer investir na região do Douro o preço de entrada é elevado?

**JM** – A região do Douro tem um preço de entrada muito elevado, fruto do benefício. O viticultor, quando vende a parcela, vende-a com benefício e hoje eu diria que a componente do benefício chega mesmo a ser mais elevada que a componente fundiária. Portanto hoje a compra de um hectare com benefício da Região Demarcada do Douro deverá rondar os 75 mil euros. Sem benefício, o valor poderá cair para metade ou mesmo para um terço deste valor. Talvez por isso os investidores estrangeiros têm entrado no Douro, não preocupados com o vinho do Porto mas sim com o vinho do Douro, porque no fundo o direito de entrada lhes fica mais barato. O motivo poderá ser este ou a perspectiva de um futuro mais agradável para os vinhos do Douro. Quando se fala em vinho do Douro, fala-se de uma produção de 150 a 160 mil pipas por ano, das quais 4 ou 5 mil têm uma boa colocação nos mercados internacionais, ou seja, uma penetração muito reduzida, o que leva a pensar que haverá um potencial de crescimento muito superior ao que se verifica com os vinhos do Porto. Os canais de distribuição no Porto estão tomados enquanto os do Douro ainda podem crescer.

## Espanhóis e franceses interessados no Douro

### VE – Neste momento haverá bastante interesse por parte dos produtores de vinhos estrangeiros de produzir no Douro?

**JM** – Sim, é extremamente interessante, e discute-se até muito dentro da Região Demarcada do Douro se o Douro é um concorrente do Porto.

### VE – Que tipo de investidores são estes?

**JM** – Curiosamente, verifica-se a entrada de investidores estrangeiros, espanhóis e franceses, muitos dos quais não vêm em busca de vinho do Porto mas sim vinhos do Douro.

Esta pode ser uma possibilidade de contrabalançar a queda do vinho do Porto, produzindo vinhos Douro de gama alta.

Há uma necessidade muito forte de aproximar o Douro do Duero e entrar nos mercados, criando uma imagem forte. Porém, os investimentos em solo português provêm de outras zonas, como a Galiza, Bordéus e Borgonha.

## VE – Há quem defenda já que as melhores massas devem ir para os vinhos do Douro...

**JM** – Fruto do regime do benefício, há uma boa parte das melhores massas canalizado para a produção de vinho do Porto. O que seria desejável e que se está a verificar é que também uma boa parte dessas boas massas vão hoje para ao vinho do Douro.

## VE – Há operadores do vinho do Porto que já estão a produzir vinhos do Douro?

**JM** – Julgo que isso gera primeiro uma diversificação e menor dependência do Porto, permitindo também aproveitar a sua cota de produção que não tem acesso ao benefício.

## VE – O conceito Douro-Douro pode ser trabalhado numa perspectiva de aumento de cooperação com Espanha.

**JM** – É complicando trabalhar o conceito do Douro-Douro nos mercados. É mais fácil trabalhar um destino turístico Douro-Duero do que trabalhar vinhos da parte portuguesa do Douro e da parte espanhola do Duero. O que também é importante é que começamos a sentir que mesmo mercados tradicionais como o francês, já para não falar do inglês e do americano, mas mesmo em mercados tão fechados como o francês, o Douro começa a ser referido.

Há grandes especialistas a atribuir excelentes classificações aos vinhos do Douro, mas há uma etapa que é necessário ultrapassar. O Douro tem de vencer uma barreira, começa a ter notoriedade, tem um preço que é capaz de ser compatível com a qualidade, mas há um esforço muito grande que tem de ser feito e que vai para além das revistas da especialidade. É necessário chegar ao "trader" e convencê-lo que é necessário investir nos vinhos do Douro para que os consumidores os possam apreciar. Creio que esta situação é fruto de uma má imagem que Portugal tem enquanto produtor de vinhos de qualidade, e isso demora o seu tempo a ultrapassar.

VIRGÍLIO FERREIRA

## VINHOS DO PORTO MAIS EXPOSTOS À CONCORRÊNCIA

Os produtores nacionais apostam numa diversificação cada vez maior do produto. Esse facto explica o crescimento das vendas, fruto da qualidade associada ou porque simplesmente ocupam o lugar que outros perdem. É o caso do xerez, que há pouco mais de 10 anos ultrapassava as vendas de Vinho do Porto em mais de 37,8 milhões de garrafas e hoje vende menos 39,9 milhões. Saliente-se que as categorias especiais de vinho ("vintage", LBV, de colheita ou ainda o "tawny" datado) do Porto representam 15% a 16% em volume e cerca de 32% em valor. Há sete anos atrás, a quota de

mercado era de 10% em volume e 18% em valor, ou seja, as categorias especiais que são as que geram maior margem e têm um comportamento interessante na óptica de quem investe neste produto. Mas nem tudo são rosas. Os vinhos do Porto standard (branco ou "tawny") estão muito expostos à concorrência internacional e à pressão das grandes multinacionais da distribuição. Hoje, provavelmente, sete ou oito multinacionais representam, segundo nos disse o presidente do IVP, dois terços do volume global de vinho do Porto comercializado. Por esta razão, Jorge Monteiro entende "que estamos extremamente fragili-

zados e condicionados pelo comportamento dessas multinacionais". "Outro indicador interessante dessa pressão é o comportamento das marcas dessas distribuidoras, que têm vindo a ganhar lentamente peso. Quando temos uma grande parte deste negócio do vinho do Porto nas mãos dessas grandes distribuidoras e, de um momento para o outro, um destes operadores se desinteressa do produto – e sabemos que as margens são cada vez mais reduzidas nos pontos de venda – o vinho do Porto pode entrar numa crise profunda, perdendo um volume significativo de vendas", afirma o mesmo responsável.

### VINHO DO PORTO BATE XEREZ EM MILHÕES DE GARRAFAS

