

DESIGNAÇÕES III►

Vinho do Porto pede à UE compensação financeira

■ A Associação das Empresas de Vinho do Porto escreveu ontem ao presidente da Comissão Europeia, Durão Barroso, pedindo um financiamento de dez milhões de euros para promover campanhas de esclarecimento que expliquem aos consumidores norte-americanos “que existe uma região demarcada e um terreno onde se produz este vinho”, afirmou a directora executiva, Isabel Marrana.

O sector quer que Bruxelas o compense pelo acordo assinado anteontem (apesar do voto contra de Portugal, Áustria e Alemanha), que prorroga sem termo certo a autorização dada aos produtores de vinho norte-americanos para utilizarem designações tradicionais do vinho do Porto, como “vintage”, “tawny” e “ruby”.

Para Isabel Marrana, em termos comerciais, o acordo não produz alterações, mas por um “equilíbrio de interesses” a Comissão Europeia acaba por legitimar uma prática já existente e que lhe é prejudicial porque pode levar os consumidores a comprar um produto pensando que se trata de vinho do Porto, entende.

Hoje, os EUA são o mercado onde o vinho do Porto mais vende produtos de valor elevado, com um preço médio por litro de nove euros. Nas categorias especiais, é o segundo maior comprador, a seguir ao Reino Unido, e no cômputo geral, é o sexto maior, quer em termos de valor quer em volume. Entre Janeiro e Outubro deste ano, foram exportados para aquele país 3,07 milhões de litros, correspondentes a 27,67 milhões de euros.