



GILBERTO IGREJAS, PRESIDENTE DO IVDP, REVELA

“Douro”, “Port” e “Porto” são marcas

Na sequência da saída do Reino Unido da União Europeia (“Brexit”), o Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto procedeu ao pedido de registo, já concedido, de “Douro”, “Porto” e “Port” como marcas de certificação, junto do Instituto da Propriedade Intelectual do Reino Unido (UK Intellectual Property Office). Estas marcas passam, assim, a estar protegidas naquele “importante mercado de exportação”, afirmou à “Vida Económica” Gilberto Igrejas, presidente do IVDP. “As vendas de vinhos da RDD, bem como o seu preço médio, têm todas as condições para se encontrarem na linha da frente da retoma pós-Covid-19”, acrescenta.

VIRGÍLIO FERREIRA
virgilio@vidaeconomica.pt

Vida Económica – Em termos de economia nacional e do setor dos vinhos em geral, que balanço faz do ano 2020?

Gilberto Igrejas - A economia nacional em 2020 ficou inevitavelmente marcada pela pandemia, e o setor vitivinícola não fugiu à regra. No segundo trimestre do ano, face à entrada em vigor do primeiro estado de emergência, as empresas do setor vitivinícola, para além dos custos da implementação de planos de contingência, tiveram de enfrentar dificuldades de mão de obra para os trabalhos agrícolas (devido a doença, isolamento profilático, dificuldades de deslocação, etc.), e uma diminuição acentuada numa primeira fase nas vendas de vinho. Já no terceiro trimestre, face à quebra nas vendas e ao aproximar da vindima com custos acrescidos, foi essencial tomar medidas que permitissem aos diversos agentes económicos deste setor planear a vindima e gerir adequadamente os seus stocks, criando condições para não haver lugar a uma quebra significativa do preço das uvas. Daí o Governo português ter implementado medidas excecionais de apoio ao setor dos vinhos, tendentes a minimizar quebras e assegurar o rendimento dos viticultores, designadamente: apoio à destilação de vinhos com Denominação de Origem ou Indicação Geográfica



“São necessários apoios à promoção e vendas dos vinhos da UE, nomeadamente a formas não tradicionais de promoção e de venda”, considera Gilberto Igrejas.

ca, apoio ao armazenamento de vinho, dotação para a criação da Reserva Qualitativa do Vinho do Porto e reforço do Regime de Apoio à Reestruturação e Reversão da Vinha (VITIS).

VE – A pandemia Covid-19 afetou o consumo e as vendas de vinho?

GI – A consequência mais forte e imediata da pandemia Covid-19 para os vinhos portugueses foi a quebra na comercialização.

Nas exportações, por um lado, verificou-se inicialmente um decréscimo nas exportações de vinho, sobretudo até ao mês de maio, e com maior relevância nas expedições para os países da União Europeia (UE), essencialmente devido ao estado de emergência e ao confinamento decretado em alguns desses países, durante aquele período.

A partir do mês de junho começou a registar-se uma recuperação e melhoria na evolução da quantidade exportada, ainda que conseguida à custa duma quebra no preço médio. Segundo dados publicados pelo IVV, de janeiro a setembro de 2020 as exportações de vinhos portugueses registam já acréscimos de 3,8% em quan-

tidade (224 milhões de litros) e de 2,4% em valor (590 milhões de euros), em comparação com o período homólogo de 2019.

No mercado nacional, por outro lado, a reação positiva das vendas on-line e o acréscimo do consumo de vinho em casa durante o primeiro estado de emergência em Portugal de modo algum compensaram o impacto negativo

nas vendas de vinho no mercado nacional, resultante do encerramento do canal Horeca e da ausência praticamente total de turismo em Portugal durante esse período. Durante o verão ter-se-á registado alguma melhoria a esse

nível, mas a evolução da pandemia no último trimestre, implicando novas restrições para o canal Horeca, e com uma natural quebra no turismo, não terá permitido uma recuperação significativa para os vinhos portugueses nas vendas em Portugal.

Os vinhos da RDD são um exemplo dessa recuperação ao nível das exportações depois do mês de maio, e da quebra das vendas no mercado nacional, que registou um ligeiro desagravamento no segundo semestre, mas continua ainda a ser significativa.

VE – Quais são os valores da produção e das exportações esperados para 2020?

GI – À data de hoje, os dados da vindima de 2020 na RDD indicam uma produção total de quase 229 mil pipas (de 550 litros), distribuídas da seguinte forma pelos diferentes vinhos da região: Porto 128 248; Douro 86 213; Moscatel 5733; Duriense 789; Vinho 7758.

Esta produção situa-se 25,6% abaixo da registada em 2019 (307,4 mil pipas), a qual por sua vez se situou 34,6% acima da de 2018 (228,5 mil pipas).

Quanto às exportações de vinhos da RDD, o Total Anual Móvel (últimos 12 meses) em novembro de 2020 aponta para que, no final do ano, atinjam 8,3 milhões de caixas (-0,1%), no valor de pouco mais de 358 milhões de euros (-3,0%).

Exportações de vinho do Porto com evolução “muito positiva”

VE – Em termos de consumo e vendas, Natal e Ano Novo são épocas propícias a um aumento das vendas. Vai ser diferente este ano?

GI – O quarto trimestre é tradicionalmente o mais forte nas vendas dos vinhos da RDD, e em especial do vinho do Porto, o que está naturalmente relacionado com as épocas festivas do Natal e Ano Novo, e o consumo associado aos convívios familiares e com amigos. Em 2020, em função da pandemia, com as restrições a esse tipo de convívio, possivelmente o consumo não será tão elevado como é habitual, mas, ainda assim, os números das

exportações no final do ano têm evidenciado uma evolução muito positiva (nomeadamente, as exportações de vinho do Porto em novembro).

VE – Portugal espera receber um elevado montante de fundos europeus para apoiar a economia portuguesa. O setor dos vinhos tem de ser incluído nesse plano de recuperação? Em que aspetos?

GI – Para um setor vitivinícola com um futuro sustentável, é essencial recuperar vendas, em quantidade, mas também ao nível do preço médio, sendo necessária a implementação de medidas que contribuam direta ou indiretamente para essa recuperação, seja por via das exportações/vendas pelos canais tradicionais, seja pelas vendas on-line, ou pelas vendas no canal Horeca, relativamente às quais são importantes medidas que visem a recuperação do turismo. São pois necessários apoios à promoção e vendas dos vinhos da UE, nomeadamente as formas não tradicionais de promoção e de venda, relativamente às quais muitos agentes económicos necessitam também de apoio para se adaptarem (apoio ao investimento para adaptação à necessidade de comunicação, promoção e vendas via canais digitais, sendo muito importante a profissionalização da sua gestão).

VE – Como decorreu o arranque da campanha nacional “Dar uma Nova Linguagem ao Vinho do Porto” e que adesão está a ter?

GI – Ao longo do mês de dezembro, estamos a divulgar a campanha “Onde Levas o Teu Porto” em diversos meios (TV, imprensa, internet, canais digitais e exterior). Nos canais digitais (Facebook, Instagram e YouTube) as imagens desenvolvidas e os quatro vídeos (um de 30 e três de 10) estão a impactar positivamente Portugal e a ser um sucesso, tendo já atingido mais de meio milhão de pessoas no Facebook e Instagram e acima de 600 mil no YouTube. Foram, igualmente, geradas dezenas de milhares de reações e centenas de comentários nas publicações e partilhas. Estão a decorrer, ainda, diversas ações com “influencers” digitais, no Facebook e Instagram, que

Comercialização de vinhos da RDD com DOIP/IGP – 2020 (variações em comparação com período homólogo de 2019)

janeiro a novembro									
Mercado	exportação			mercado nacional provisório			Total		
	Mcxs	M€	€/litro	Mcxs	M€	€/litro	Mcxs	M€	€/litro
Porto	6,1	269,3	4,90	0,8	38,7	5,14	6,9	307,9	4,93
	-1,6%	-4,2%	-26%	-345%	-40,3%	-8,8%	-7,2%	-11,0%	-4,0%
Douro	1,5	57,5	4,20	2,3	82,2	3,98	3,8	139,7	4,06
	5,3%	0,4%	-4,7%	-11,6%	-16,8%	-5,9%	-5%	-10,5%	-5,3%
Total RDD	7,7	328,6	4,75	3,5	133,2	4,19	11,2	461,8	4,57
	-0,1%	-3,3%	-3,2%	-18,5%	-25,0%	-8,0%	-6,7%	-10,7%	-4,3%



certificadas no Reino Unido

“Para um setor vitivinícola com um futuro sustentável, é essencial recuperar vendas, em quantidade, mas também ao nível do preço médio”

procuram incentivar o consumo moderado de vinho do Porto, criar associações positivas e bons momentos com vinho do Porto, captando um público jovem e, ao mesmo tempo, contrariando a ideia de uma bebida só para ocasiões especiais. Podemos ver todos estes “posts” e “stories” acompanhando a “hashtag” da campanha #OndeLevasoTeuPorto. Em TV, a avaliação, até 15 de dezembro, é igualmente positiva, estando a campanha a apresentar uma boa performance. Com a exibição de 45 “spots”, foram atingidos cerca de 12 milhões de contactos nos “targets” selecionados.

Aposta na formação online

VE - A formação online é uma aposta já consolidada do IVDP?

GI - A aposta no digital e o reforço expressivo da comunicação nas redes sociais são estratégicos para o desenvolvimento das ações de formação e promoção do IVDP. Face ao contexto atual que vivemos, é imperativo ter uma presença online para continuar a comunicar com o nosso público-alvo: profissionais (setor e canal Horeca), imprensa, formadores de opinião e formandos, intermediários de consumo e consumidores.

VE - Numa visão alargada, que perspetivas traça para Portugal em 2021? E em particular para a economia portuguesa e para o setor dos vinhos?

GI - Para além da evolução da pandemia, há outras condicionantes (como o “Brexit”, ou a evolução das relações comerciais entre os EUA e a China) que continuam a implicar um grau de incerteza elevado nas perspetivas para 2021, nomeadamente para o seu primeiro trimestre. Importa referir que, especificamente na RDD e na sequência da saída do Reino Unido da União Europeia (“Brexit”), o Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, I.P., procedeu, no dia 4 de março 2019, à apresentação do pedido de registo de “Douro”, “Porto” e “Port” como marcas de certificação, junto do Instituto da Propriedade Intelectual do Reino Unido (UK Intellectual Property Office). O registo foi concedido em 10 de

Expedição e exportação de vinhos da Região Demarcada do Douro com DOP/IGP

Quantidade (caixas de 9 litros); Volume de negócios (euros); Preços médios (euros/litro)

Variações (▲%)

total anual móvel - últimos 12 meses

Vinhos	TOTAL ANUAL MÓVEL - NOVEMBRO 2020 (*)						
		10 ³ euros	▲%	10 ³ caixas	▲%	euros/litro	▲%
DOP	Porto	293.907	-3,9	6649	1,5	4,91	-2,4
	Douro	62.666	0,3	1637	4,9	4,25	-4,4
	Moscatel Douro	613	-9,6	19	-4,1	3,56	-5,7
	Espumante Douro	43	-53,7	0	-57,6	9,96	9,0
IGP	Duriense	841	21,9	25	8,3	3,72	12,6
	Total	358.539	-3,0	8348	-0,1	4,77	-2,9

(*) em comparação com o ano de 2019

agosto de 2020 para as marcas de certificação “Douro” e “Port” e em 11 de agosto de 2020 para a marca de certificação “Porto”, que

passam, assim, a estar protegidas naquele importante mercado de exportação. Mas confiando numa evolução positiva, que até 2019

se vinha revelando sustentada, as vendas de vinhos da RDD, bem como o seu preço médio, têm todas as condições para se encontra-

rem na linha da frente da retoma pós-Covid-19, com o retorno do turismo e do vigor das exportações portuguesas de vinho.



O meu banco deve ser como eu sou

Devemos acreditar a todo o momento que, juntos, podemos ter um futuro melhor. Informe-se em santander.pt



O que podemos fazer por si hoje?

PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS
AUTORIZADO A CIRCULAR EM INVÓLUCRO FECHADO DE PLÁSTICO OU PAPEL. PODE ABRIR-SE PARA VERIFICAÇÃO POSTAL
DE01752020DCE4



Nº 1863 / 31 de dezembro 2020 / Semanal / Portugal Continental 2,40 €

DIRETOR
João Peixoto de Sousa

VidaEconómica

EMPRESAS, NEGÓCIOS, INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

www.vidaeconomica.pt

PUB

GEORGE CAREER CHANGE
GEORGE Career Change Consultants
Campo Grande 30 - 8º B
1700-093 Lisboa,
www.george.pt



Luís Menezes Leitão, bastonário da Ordem dos Advogados, afirma

Balanço da reforma judicial é "muito negativo"

Págs. 2 e 3 Supl. Vida Judiciária

PUB

ATUALIDADE

Economista-chefe da XTB prevê para 2021 **Economia global pode vir a ter recuperação forte**

Pág. 4

FISCALIDADE

Governo ajusta benefícios fiscais à retoma da economia

Pág. 26

EMPRESAS

Presidente do IVDP revela "Douro", "Port" e "Porto" são marcas certificadas no Reino Unido

Págs. 24 e 25

Florence Mangin, embaixadora de França em Portugal, afirma

Empresas francesas são o primeiro empregador estrangeiro em Portugal

- Exportações portuguesas de bens e serviços ultrapassam os 11 mil milhões de euros



Págs. 10 e 11

António Lúcio Baptista afirma

"Vamos assistir a uma 'medicalização' das nossas vidas"

Pág. 14



SUPLEMENTO AIDA

AIDA CCI termina projeto PME Qualify com nota positiva

Pág. 2

MERCADOS

Mudar de tarifário de luz e gás permite reduzir custos

Pág. 31

AUTOMÓVEL

LIQUI MOLY reforça aposta em Portugal

Pág. 24



ifthenpay Multibanco e MB WAY para a sua empresa
www.ifthenpay.com | T. 227 660 871