O SECTOR NACIONAL DO VINHO EM 2020

TEXTO
TERESA MATA
FENADEGAS

Os fatores que nos levaram a estes números estão identificados apesar das medidas de crise que foram aplicadas, destilação e armazenagem de crise, que na verdade não tiveram grande impacto na quebra de vendas.

1. O confinamento foi decretado a partir de 16 de março de 2020;
2. Encerramento do canal Horeca e imposição das limitações de horários de venda nas grandes superfícies e lojas de conveniência e a consequente proibição do consumo na via pública, incluindo esplanadas e jardins, ainda que não comerciais.
3. A perda do fluxo turístico agravou ainda mais significativamente a deterioração das vendas de todo o sector, no mercado nacional;
4. Consumo per capita decresceu de 52,4 litros para 44,9 litros, no período 2019/2020, comparativamente ao período homólogo (dados preliminares INE);
5. Os operadores mais afetados foram os produtores com mais fraco poder negocial junto das cadeias da distribuição;

Apesar da pandemia o sector do vinho resistiu. Embora a procura de vinhos no mercado nacional tenha sofrido uma quebra de valor superior a 236 milhões de euros (-22,5% em relação ao período homólogo) e que corresponde a uma perda de volume de cerca de 228 milhões de litros, as exportações cresceram mais de 3% em valor, atingindo quase 850 milhões de euros. Pela primeira vez desde que se conhecem registos, as vendas de todo o sector, no mercado nacional, foram inferiores às exportações.

6. A insuficiente capacidade de armazenagem e as necessidades prementes de tesouraria foram agravadas devido à quebra de vendas e afetaram principalmente as pequenas e médias empresas do sector;
7. O impacto da diminuição de volume da certificação dos vinhos DO e IG pode colocar em risco a estratégia de aumento da proposta de valor dos Vinhos de Portugal e do pretendido aumento do preço médio, que tão essencial é para o reforço da melhoria do quadro das exportações nacionais.

Como se constata no quadro 1 e 2, a grande quebra de vendas em valor e em volume verificou-se no canal Horeca, uma vez que esteve fechado grande parte do ano. A quebra mais significativa foi nos vinhos certificados.
No quadro 3 constata-se a perda significativa de quota na restauração em volume e em valor e positiva na distribuição, com um decréscimo do preço por litro significativo, dado que os vinhos certificados e portanto com mais valor foram os mais penalizados.

QUADRO 1 Vinhos certificados com DOP e IG, em %

	VOLUME (L)	VALOR (€)	PREÇO (€/L)
Distribuição + restauração	-9,3	-21,10	-13
Distribuição	+ 4,2	+5,8	+ 1,6
Restauração	-46,9	-46,8	0.2

(Fonte: IVV, dados Nielsen)

QUADRO 2 Vinho (ex.: vinho de mesa) em %

	VOLUME (L)	VALOR (€)	PREÇO (€/L)
Distribuição + restauração	-10,5	-25	-16,3
Distribuição	+ 8,4	+ 8,5	0
Restauração	-43,5	-43,4	0,1

(Fonte: IVV, dados Nielsen)

QUADRO 3 Evolução das vendas Vinho Tranquilo (certificado e não certificado) no Continente – Variação entre 2020/2019 (Quota%)

	VOLUME (L)	VALOR (€)	PREÇO (€/L)
Distribuição + restauração	-9,9	-22,5	-13,9
Distribuição	6,4	6,6	–
Restauração	-44,7	-45,4	–

(Fonte: IVV, dados Nielsen)

Tempos duros exigem performance acima do normal.

tractoresibericos.pt

TRACTORES IBÉRICOS Lda.
GRUPO AUTO-INDUSTRIAL

Do quadro 4 podemos concluir que todas as regiões (exceto Terras de Cister) perderam quota em valor, embora na distribuição algumas regiões apresentem crescimentos positivos interessantes.
Depois de um ano com quebras de vendas em volume e valor principalmente na restauração, iniciamos o ano 2021 ainda em confinamento o que não melhorou as perspetivas do sector. Segundo os dados da Nielsen, até março de 2021, manteve-se a tendência decrescente no geral, com a distribuição a apresentar valores positivos em todas as categorias de vinho tranquilo.
Apenas as exportações de vinhos portugueses começaram no ano de 2021 com uma dinâmica positiva (Fonte Viniportugal). Entre Janeiro e Fevereiro as exportações atingiram um total de 121 milhões de euros, um aumento de 2,96% face ao período homólogo em 2020.
Os principais mercados de destino dos Vinhos de Portugal são:

- França (16,67 milhões de euros), Estados Unidos da América (13,25 milhões de euros), Brasil (9,34 milhões de euros), Alemanha (7,65 milhões de euros) e Canadá (7,60 milhões de euros).

O Brasil com um crescimento de 36,64%, continua a demonstrar a forte apetência dos consumidores brasileiros pelos vinhos portugueses, uma tendência que se tem vindo a registar desde 2020, seguido pela Alemanha (+12,09%) e o Canadá (+7,86%).
Em sentido contrário, o mercado dos EUA registou um decréscimo (-14,72%), bem como em França (-3,93%).
Em relação ao mercado europeu, a Finlândia registou um crescimento, nos dois primeiros meses do ano, de 69,55% (2,26 milhões de euros), seguida pela Polónia +29,50% (4,27 milhões de euros), a Suécia com +24,11% (4,91 milhões de euros) e Dinamarca, com um aumento de 15,63% (2,21 milhões de euros).
Em sentido contrário o mercado de Espanha, com -19,36% (2,15 milhões de euros), Luxemburgo com -7,22% (2,10 milhões de euros) e Suíça com -5,56% (5,25 milhões de euros).
Relativamente a Países Terceiros, o mercado do Reino Unido representava 6,96 milhões de euros, uma quebra de 14,24% face ao mesmo período em 2020. Para Angola foram exportados 3,67 milhões de euros, uma redução de 38,56% face a igual período no ano transato.

QUADRO 4 Mercado Nacional Vinho Tranquilo Certificado por Região – Variação entre 2020/2019 (Quota % valor)

	TOTAL	DISTRIBUIÇÃO	RESTAURAÇÃO
MINHO	-20,4	5,5	-44,8
TRÁS-OS-MONTES	-32,2	10,7	-47,2
DOURO	-18,1	16,4	-40,8
BEIRAS	-67,0	-56,8	-77,9
TERRAS DE CISTER	89,2	-22	108,3
BEIRA ATLÂNTICO	-32,1	-21,6	-57,4
TERRAS DO DÃO	-24,7	2,5	-47,3
BEIRA INTERIOR	-7,5	32,8	-18,2
LISBOA	-23,0	-2,1	-60,0
TEJO	-6,8	13,6	-31,8
P. SETUBAL	-7,5	10,1	-46,8
ALENTEJO	-26,4	1,2	-51,3
ALGARVE	-51,9	-9,5	-57,6

(Fonte: IVV, dados Nielsen)

Apesar desta retoma, há necessidade de continuar a apoiar o sector em 2021 com medidas de crise, quer no âmbito do Plano Nacional de Apoio ao Sector, quer no âmbito do PRD2020, com o objetivo de minorar os efeitos negativos da crise verificada entre março de 2020 e o presente. Definir medidas que permitam regular o potencial desequilíbrio entre oferta e procura e medidas de apoio às empresas é fundamental.

E O FUTURO?

Com o controlo da pandemia devida ao Covid-19 que está a permitir a abertura do canal Horeca (restaurantes, esplanadas e bares) e igualmente a vinda de turistas, prevê-se um aumento da venda de vinhos nesse canal, embora não se tenha ainda a noção se até ao final do ano se conseguirá recuperar as quebras já verificadas até março de 2021.
Igualmente, a evolução da pandemia, que se espera seja no caminho da retoma da "normalidade", pode ainda ditar a aplicação de medidas penalizadoras para o sector.
Apesar desta retoma, há necessidade de continuar a apoiar o sector 2021 com medidas de crise, quer no âmbito do Plano Nacional de Apoio ao Sector, quer no âmbito do PRD2020, com o objetivo de minorar os efeitos negativos da crise verificada entre março de 2020 e o presente.
Definir medidas que permitam regular o potencial desequilíbrio entre oferta e procura e medidas de apoio às empresas é igualmente fundamental.
Para além disso, é extremamente importante adequar o Plano Estratégico do Sector (PEPAC) às prioridades nacionais: Competitividade e sustentabilidade; Preservação de recursos genéticos nacionais; Melhoramento genético; Adaptabilidade cultural; Adaptação e Mitigação das Alterações Climáticas; Sanidade; Fomento de tecnologias de viticultura de precisão; Segurança alimentar; Qualidade e autenticidade; Comercialização e Marketing nos mercados externos. ●