

# Millennium AGRO NEWS



#22

Dezembro 2024

**Em análise**

## Fileira do Vinho Crise conjuntural ou estrutural?

**Opinião**

Que tempo o do vinho  
António Mendes (FENADEGAS)

Desafios e Soluções  
Francisco Ataíde Pavão (CAP)

Há um Novo Mundo.  
Que pode ser Admirável.  
Bernardo Gouvêa (IVV)

**Notícias**

MBCP na frente

Fundos Europeus  
"Volta Portugal 2030"

pág.

03

## Editorial

Entre a  
rutura ou  
a mudança  
tranquila...

pág.

05

## Em análise

### Fileira do Vinho

01.

Síntese – Portugal 2023

02.

Produção de uva para vinho:  
Evolução dos principais  
indicadores nacionais

03.

Produção de vinho:  
Evolução dos principais  
indicadores nacionais

04.

Balança Comercial

05.

Mercado mundial: Dados da International  
Organisation of Vine and Wine (UE)

06.

Análise da evolução dos resultados  
da atividade económica vitícola  
na fase de crise

07.

Conclusão

pág.

27

## Opinião

### Que tempo o do vinho

António Mendes (FENADEGAS)

### Desafios e Soluções

Francisco Ataíde Pavão (CAP)

### Há um Novo Mundo. Que pode ser Admirável.

Bernardo Gouvêa (IVV)

pág.

34

## Notícias

### MBCP na frente

### Fundos Europeus: "Volta Portugal 2030"



# Entre a rutura ou a mudança tranquila...



As ondas de choque dos resultados das eleições presidenciais norte-americanas ainda não se fazem sentir em concreto, mas a simples ideia da mudança de ciclo político e económico, à escala global, parece adquirida no Ocidente, faltando somente conhecer o seu ritmo e alcance.

Na nossa realidade europeia, a mudança de ciclo faz-se com um exercício lento e demorado, programado para não dar sobressaltos, no qual as eleições parlamentares de 2024 ocorreram entre 6 e 9 de junho, nos 27 estados-membros da União Europeia e de acordo com as conveniências em cada país. Em Portugal, as eleições tiveram lugar no dia 9 de junho.

O resultado desta conjugação permitiu que em julho já tivéssemos um novo Parlamento Europeu. Contudo, a instalação integral da Comissão Europeia e do Conselho Europeu teve de aguardar mais cinco morosos meses para recentemente, em dezembro, iniciar mandato.

Por Portugal, depois das eleições legislativas em março e da consequente alteração da composição do Parlamento nacional, parece que sintonizámos o foco numa magna discussão sobre o Orçamento de Estado para 2025 que, concentrando, desde aí, largas horas do debate, comentário e análise dos especialistas, foi finalmente aprovado há dias.

Em síntese, apontamos para o início do próximo ano com uma desafiante expectativa sobre as decisões com impacto global e, simultaneamente, mantemos a concentração, na execução próxima dos projetos previstos no Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) até 2026, enquanto vamos vivenciando os Avisos iniciais do Portugal 2030.

Ora, é neste contexto dos fundos europeus que precisamos, de forma imperativa e até no interesse nacional, de autoridades de gestão comprometidas com o sucesso no investimento de cerca de 55 mil milhões de euros até ao final desta década.

Sem desvirtuar a responsabilidade legal das autoridades de gestão, precisamos de sintonizar todos os agentes diretamente envolvidos, particularmente no Banco Português de Fomento e no programa COMPETE, para não abalar a confiança e a vontade dos empresários.

Por estas semanas recentes, também muito se tem falado sobre a crise do setor do vinho, em Portugal. Nalguns casos com especulação, noutros com desassombro, mas sempre correndo o risco da desinformação.

Para desfazer dúvidas, solicitámos à AGRO.GES a elaboração de um exame de atualização à fileira, com o objetivo de dotar o empresário e o investidor com informação mais concreta e fiável sobre o presente ponto de situação, procurando ainda retratar o respetivo nível estimado de risco, para entender como chegámos aqui, se se trata de uma crise conjuntural ou estrutural e como esta crise afeta regionalmente o setor.

Uma das conclusões deste *Outlook* refere que 'Os preços médios das importações de vinho a granel proveniente de Espanha são muito baixos. Em 2023, o preço médio de vinho foi de 0,43 €/litro, valor abaixo do custo de produção do vinho nacional (...) (0,45€/litro e 0,65€/litro)'

Precisamos, portanto, de cuidar daquilo que genuinamente fazemos bem. Onde temos um adquirido histórico de experiência e qualidade! O Vinho é um dos elementos mais centrais e nucleares da nossa tradição gastronómica. Tem de ser um negócio credibilizado e à prova de qualquer suspeita sobre os seus circuitos e a sua qualidade, em toda a cadeia, desde a produção e comercialização até ao consumidor final.

Por isso, é ainda mais relevante a avaliação que aqui fica, com confiança acrescida, consolidada nos testemunhos de António Mendes (presidente da direção da FENADEGAS), de Francisco Pavão (vice-presidente da CAP) e de Bernardo Gouvêa (presidente do Conselho Diretivo do IVV).

Esta é, provavelmente, uma das nossas edições mais bem-recheada de informação desde que iniciámos este projeto. Uma vez mais, quisemos estar com os agentes e Clientes deste mercado!

Oportunamente, protocolámos com o Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas (IFAP) a linha de crédito com juros bonificados, designada por «Linha de Tesouraria – setor vinícola», criada com um *plafond* de 100 milhões de euros.

O resultado da nossa ação, de acordo com as informações oficiais recebidas do IFAP, aponta para que os Clientes do Millennium bcp tenham assegurado mais de 34% em valor do crédito proposto. É um resultado notável. Depois da «Linha de Crédito – Tesouraria II», lançada pelo IFAP no primeiro semestre de 2024, o Millennium bcp voltou a liderar na colocação desta nova linha, dedicada ao setor vinícola, mantendo o compromisso da proximidade ao setor primário e aos empresários agrícolas.

Em conclusão, e com redobrada esperança e expectativa para 2025, desejamos Boas Festas e um Feliz Ano Novo a todos os leitores.

Contem connosco! Avançamos confiantes nesta parceria com os nossos Clientes.

**João Nuno Palma**

Vice-presidente da Comissão Executiva

**O Millennium bcp voltou a liderar a colocação da nova linha de crédito lançada pelo IFAP com os Clientes a assegurarem mais de 34% em valor proposto.**





#### EM ANÁLISE

Muito se tem falado sobre a crise do setor do vinho, em Portugal. Nalguns casos com especulação, noutros com desassombro, mas sempre sob o risco de desinformação, que é uma ameaça. Face a isto, solicitámos à AGRO.GES a elaboração de um exame de atualização à fileira, com o objetivo de dotar o empresário e o investidor com informação mais concreta e fiável sobre o presente ponto de situação, procurando ainda retratar o respetivo nível estimado de risco. Queremos entender como chegámos aqui, se se trata de uma crise conjuntural ou estrutural e como esta crise afeta regionalmente o setor.

AGROGES

## Principais destaques

O setor do vinho está intrinsecamente ligado à economia e à sociedade portuguesa representando, em 2023:

Valor Acrescentado Bruto (VAB)

**511**  
milhões de euros

Volume de negócios

**2.084**  
milhões de euros

Capital Humano

**11.857**  
postos de trabalho diretos

# 01. Síntese – Portugal 2023



**7.542**  
mil hectolitros  
de vinho produzidos, dos quais:

**4.127 mil hectolitros** de vinho DOP\* (55%)

**2.755 mil hectolitros** de vinho IGP\*

**25 mil hectolitros** de vinho com indicação  
Ano/Casta (0,3%)

**632 mil hectolitros** de vinho  
sem DOP/IGP (8,4%)

**11.807**  
mil hectolitros  
de vinho de existências iniciais

**729**  
milhões de euros  
de saldo da balança comercial

**180**  
mil hectares  
de vinha

**53,6 mil ha** Trás-os-Montes,  
Douro e Porto

**36,2 mil ha** Beiras

**26,4 mil ha** Alentejo

**Exportações**  
**928**  
milhões de euros

**3.195**  
mil hectolitros

**2,9**  
€/L  
preço médio de exportação (inclui Vinho do Porto)

**Importações**  
**199**  
milhões de euros

**2.968**  
mil hectolitros

**0,7**  
€/litro  
preço médio de importação

Fonte: IVV e INE, AGROGES, UE

\* DOP – Denominação de Origem Protegida | IGP – Indicação Geográfica Protegida

## O setor em números

O setor do vinho está intrinsecamente ligado à economia e à sociedade portuguesa representando, em 2023, um volume de negócios de 2084 milhões de euros, um VAB de 511 milhões de euros e com 11.857 postos de trabalho diretos.

A produtividade do trabalho deste setor é 1,42 vezes superior à produtividade das indústrias alimentares e 3,89 vezes superior à produtividade da agricultura, produção animal, pescas, caça e atividades dos serviços relacionados (dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) referentes a 2022).

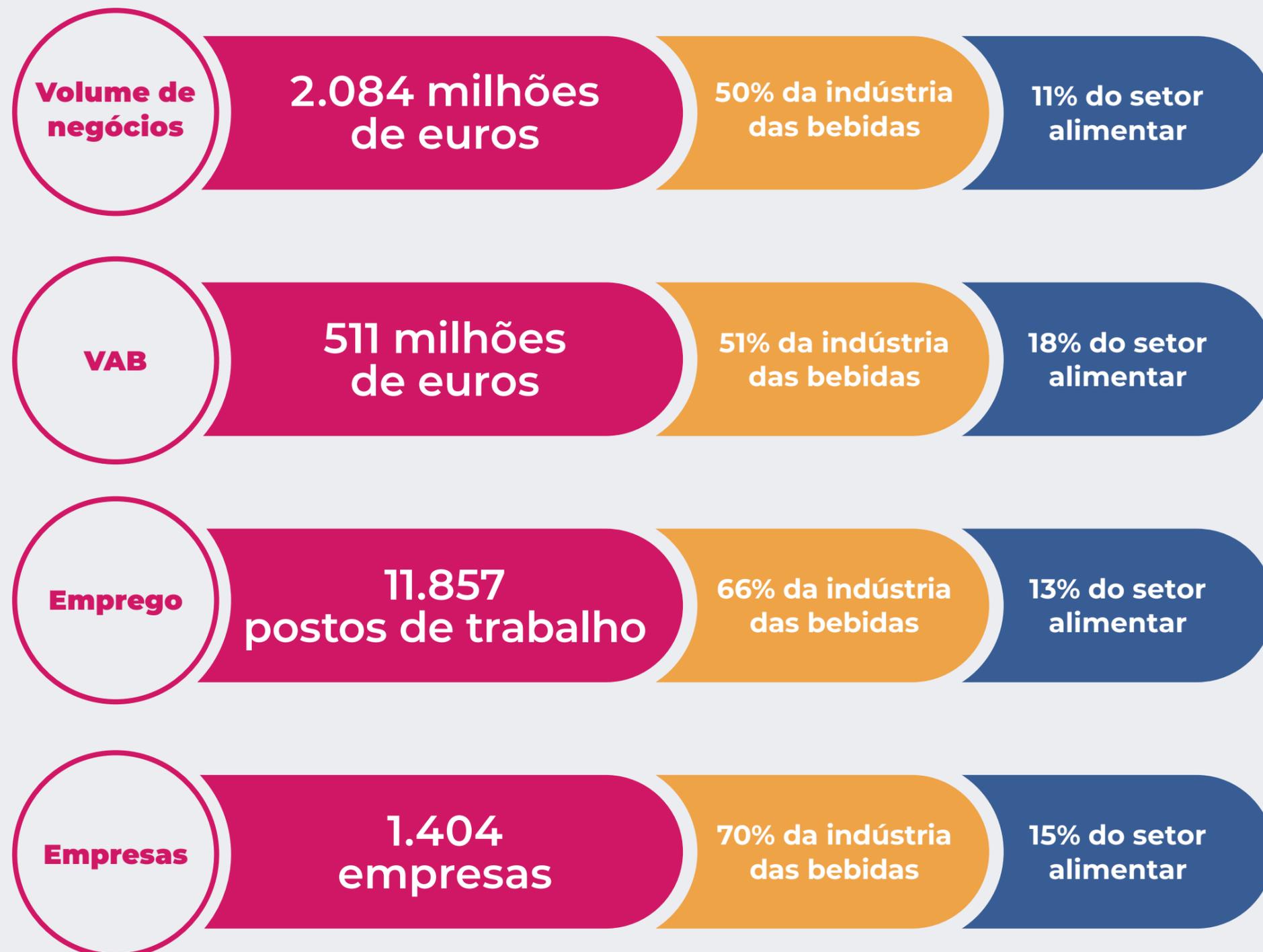
Este setor tem uma relevância elevada na indústria das bebidas, sobretudo no número de empresas e no emprego representando respetivamente 70% e 66% da indústria das bebidas, e sendo notável o crescimento do número de novas empresas nos últimos 13 anos (88,2%).

A produção de uva e do vinho desempenham um papel fundamental na manutenção da vitalidade das zonas rurais, estimulando a riqueza e a inovação, ao mesmo tempo que permanecem profundamente enraizados nas suas paisagens, histórias e património cultural único. Internacionalmente, o vinho é emblemático e representa a tradicional maneira de viver em Portugal.

### Nota

Esta publicação pretende analisar a situação de crise no vinho em Portugal por forma a entender se se trata de uma crise conjuntural ou estrutural, e como esta crise afeta regionalmente este setor.

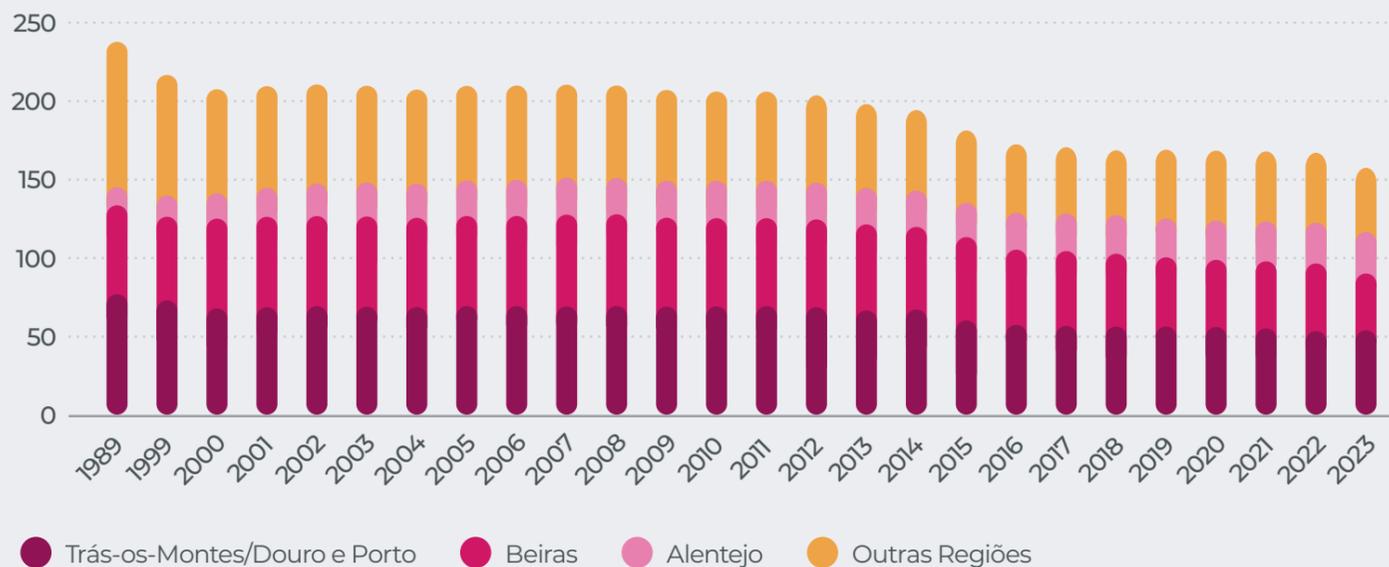
Para um melhor entendimento da situação atual passamos a analisar a evolução do setor nos últimos anos.



## 02.

# Produção de uva para vinho: Evolução dos principais indicadores nacionais

Evolução da área de vinha para vinho 2013-2023 (ha)



Em Portugal, ao longo dos últimos 10 anos, a área de vinha para vinho decresceu, em média, à taxa de -2,3% ao ano. A maior taxa de decréscimo foi na região da Beira com -4,1%/ano, seguida da região Tejo e Lisboa com taxas de -3,1% e -2,8% respetivamente. O único crescimento verificou-se na região do Alentejo com uma taxa de 1,3 %/ano. Em 2023, Portugal perdeu 5,8% de área de vinha face a 2022.

Após a reforma da política vitivinícola europeia em 2008, o setor mudou: a área de vinha diminuiu (-24 % entre 2009 a 2023), mas a produtividade média da vinha aumentou de 3,20 ton/ha em 2009 para 5,45 ton/ha em 2023.





### Área de vinha e produtividade



Os custos de produção de uva são variáveis de região para região de acordo com a forma de condução, a mecanização da colheita, a produtividade das castas, entre outros fatores. Para as regiões com parcelas de maiores dimensões e menos declivosas, como o Alentejo e o Tejo, e nos casos das castas mais produtivas, considerando a vindima mecânica, poderemos apontar para custos entre 0,3€ a 0,4 €/kg de uva. No caso de outras regiões, os custos de produção são necessariamente mais altos, sendo que no caso do Douro vinhateiro, contabilizando os custos de instalação em socalcos, as operações com as dificuldades inerentes e a vindima manual podem ser apontados para custos de produção da ordem dos 1,2 €/kg de uva.

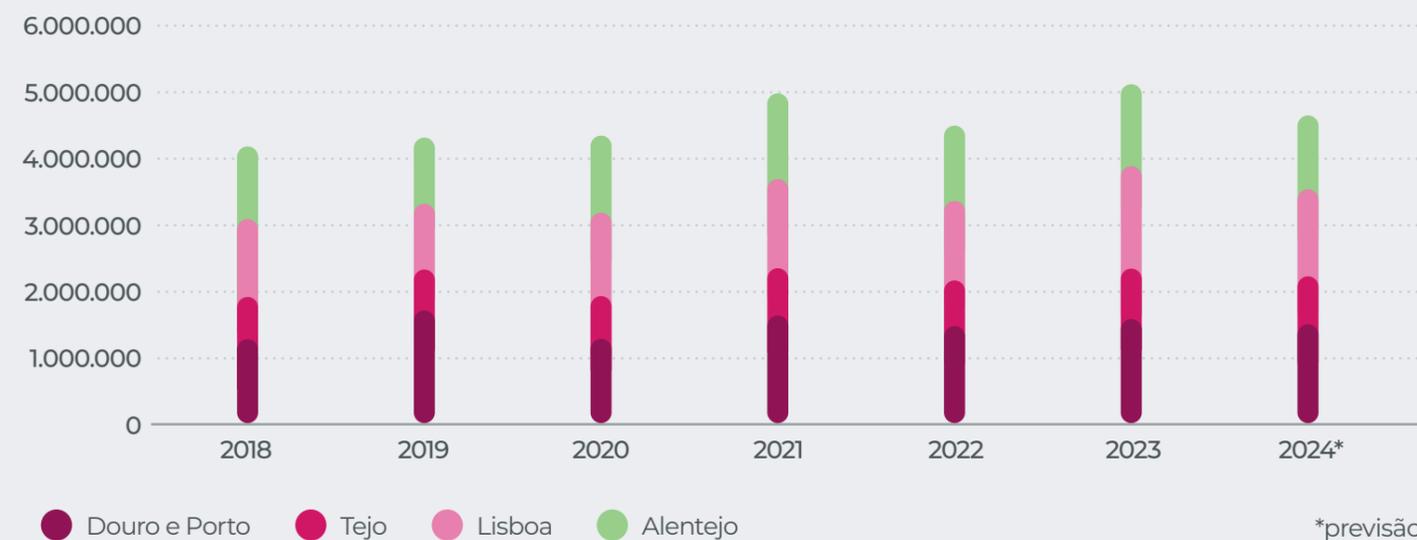
### 03.

## Produção de vinho: Evolução dos principais indicadores nacionais



Evolução da produção de vinho 2018-2024

(hl)



Em 2021, 2022, 2023 e 2024 (produção previsual 6.947 mhl), as produções foram superiores à média dos últimos 15 anos, +12%, +4%, +15% e +6%, respetivamente. As regiões com maior produção de vinho foram o Douro e Porto, Lisboa e Alentejo que, em 2023, representaram, respetivamente, 21%, 20% e 16% da produção nacional. A produção de vinho é variável de campanha para campanha, mas houve um aumento da qualidade do vinho. A importância dos vinhos certificados (DOP – Denominação de Origem Protegida, IG – Indicação Geográfica) aumentou, representando, em 2023, 91% da produção de vinho.

**A certificação dos vinhos é um selo de garantia e segurança que o produtor utiliza para ganhar a confiança dos mercados e dos consumidores. Define um posicionamento que ajuda a diferenciar o seu produto da concorrência e é uma alavanca à exportação.**

## Produção de vinho por categoria

(hl)



Os custos de produção do vinho variam de acordo com os custos de produção da uva (diferenças anteriormente referidas), custos de transformação da adega, número de meses de estágio do vinho, entre outros fatores, e por isso não fará sentido falar em custos de produção de vinho, pois existem vários tipos de vinhos que não são comparáveis. Assim, iremos apenas referir custos de prestação de serviços de transformar 1,33 kg de uva em 1 litro de vinho. Os custos de transformar 1 litro de vinho poderão variar entre 0,15 €/litro e 0,25€/litro.

Desta forma, somando os custos de produção da uva com os custos de transformação do vinho, determinámos os custos de produção do vinho entre 0,45€/litro e 0,65€/litro nas situações de produção de uva mais favoráveis e de transformação de vinho por prestação de serviços ou em adegas modernizadas de dimensão média.

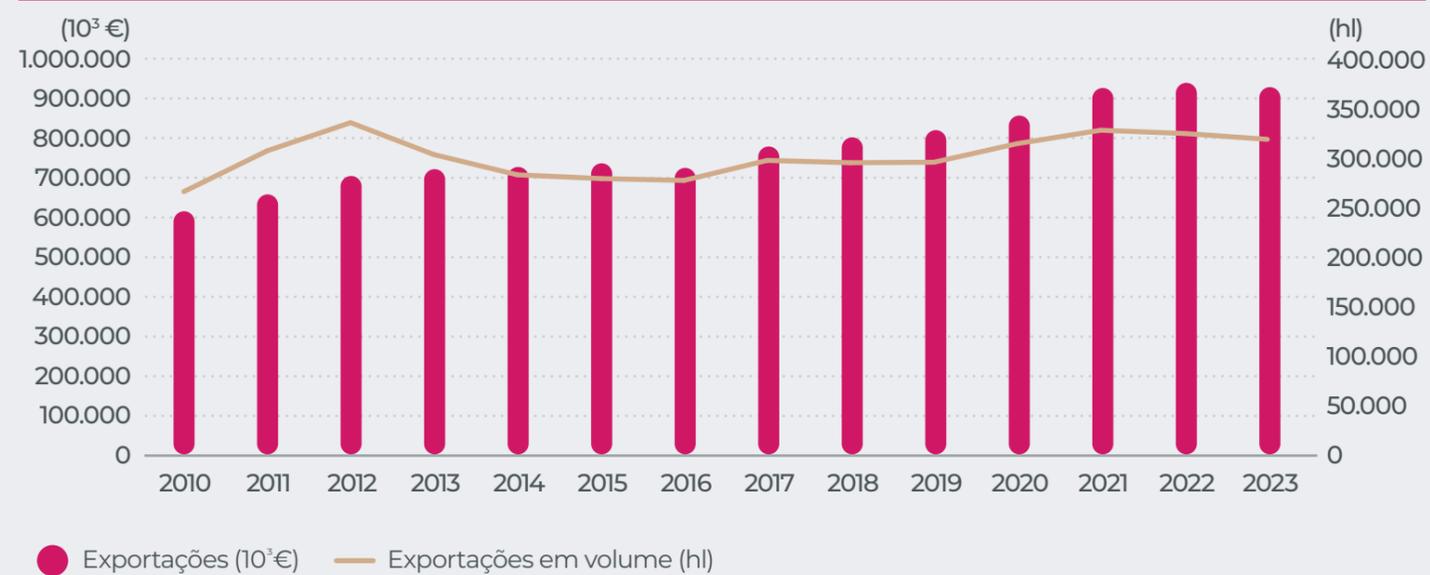


# 04.

## Balança Comercial

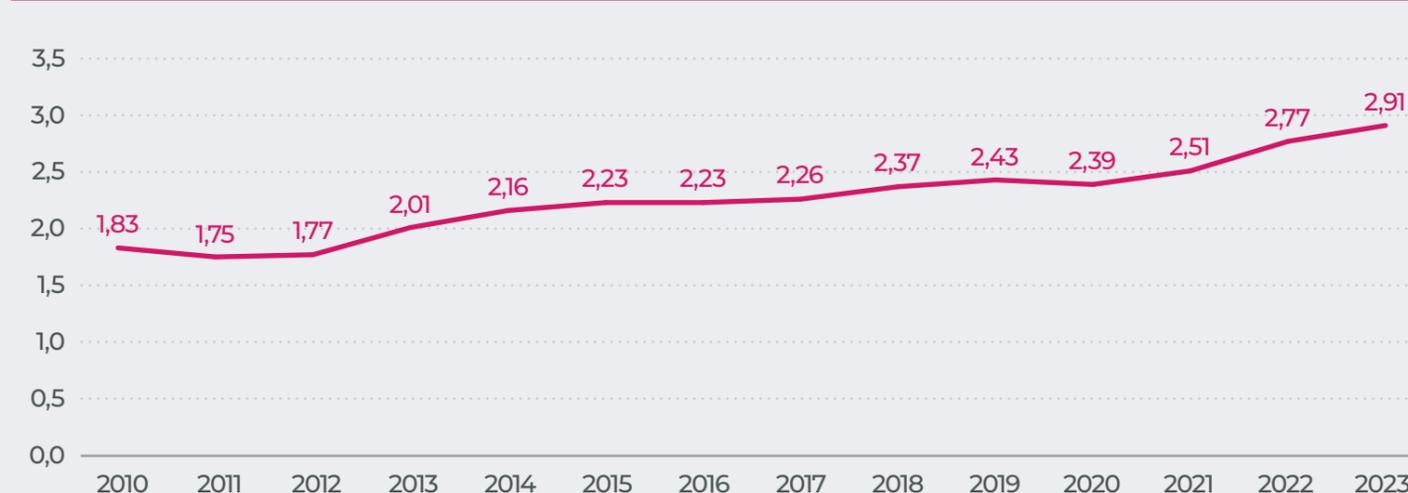
Os vinhos tornaram-se mais competitivos, mais orientados para as necessidades de um mercado cada vez mais global. O valor das exportações cresceu até 2021, mantendo-se, a partir daí, com ligeiras alterações e com apenas um ligeiro decréscimo em 2023.

### Exportações de vinho - Portugal



### Preços de exportação (valores reais em 2023)

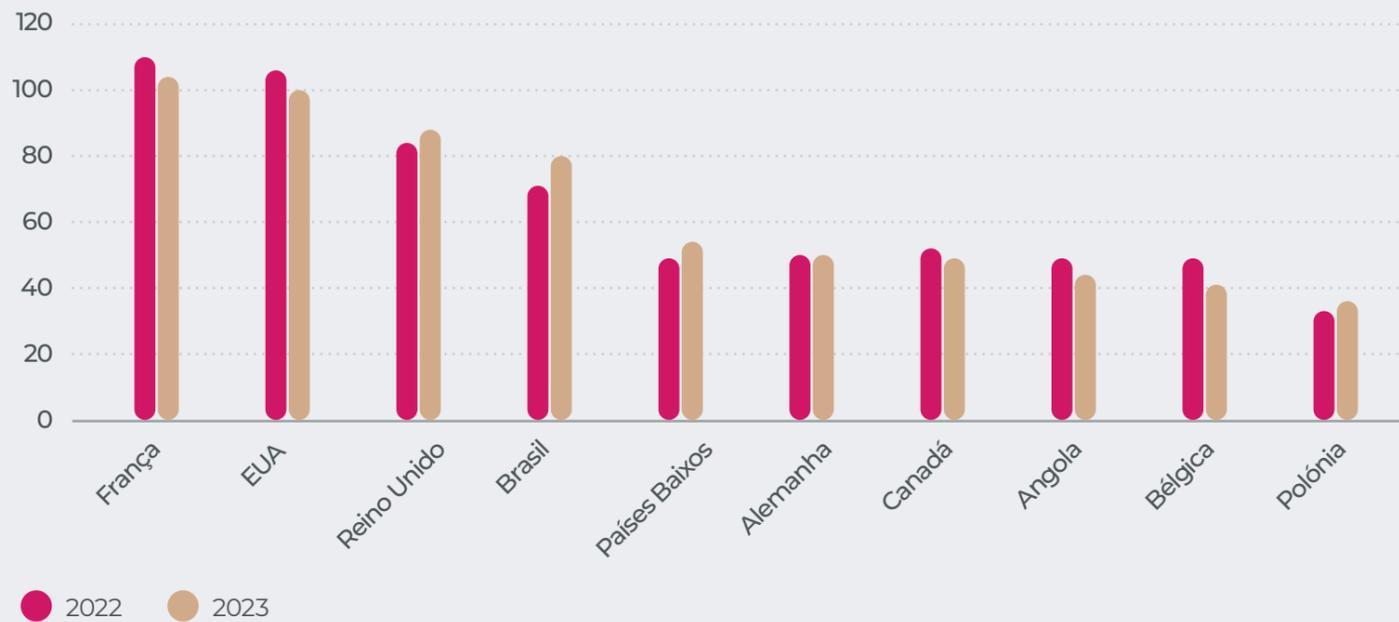
(€/litro)



O valor unitário das exportações tem crescido desde 2010, com exceção do ano 2020 devido à COVID-19).

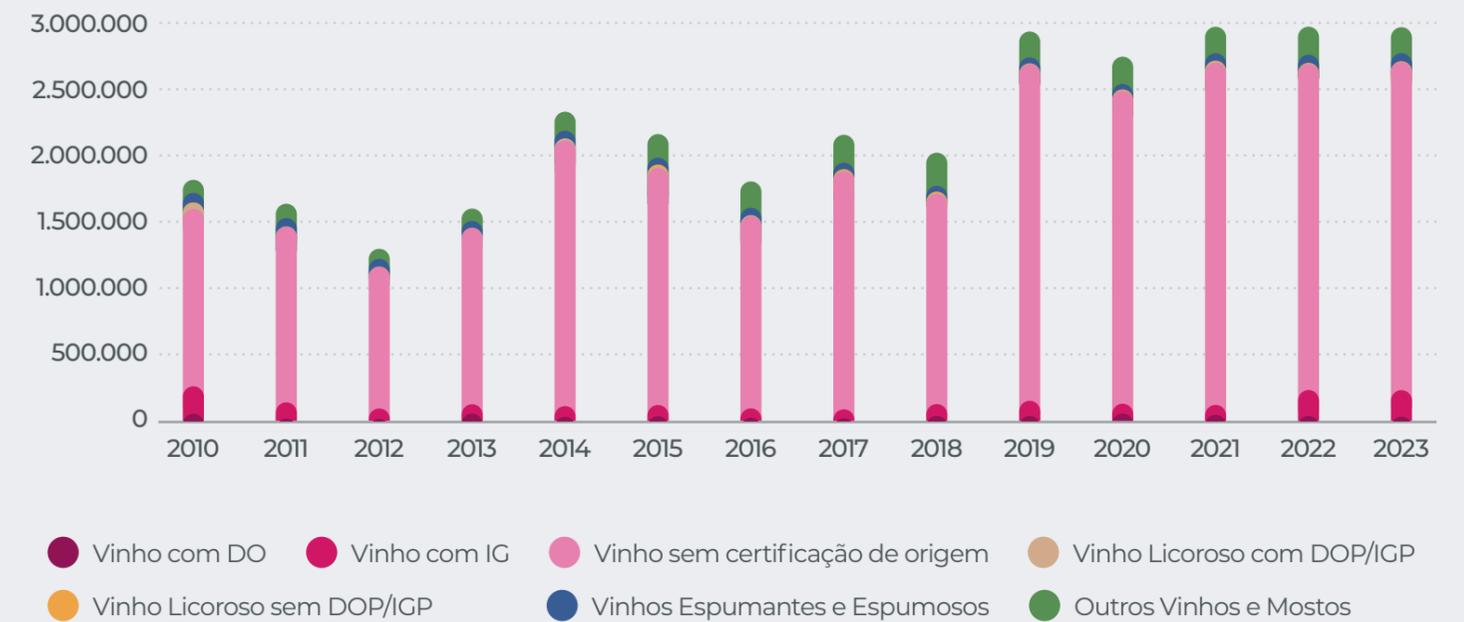
Os principais mercados de exportação, em valor, são a França (com grande importância do vinho do Porto), os EUA e o Reino Unido.

**Exportações nacionais 2022/2023 (M€)**

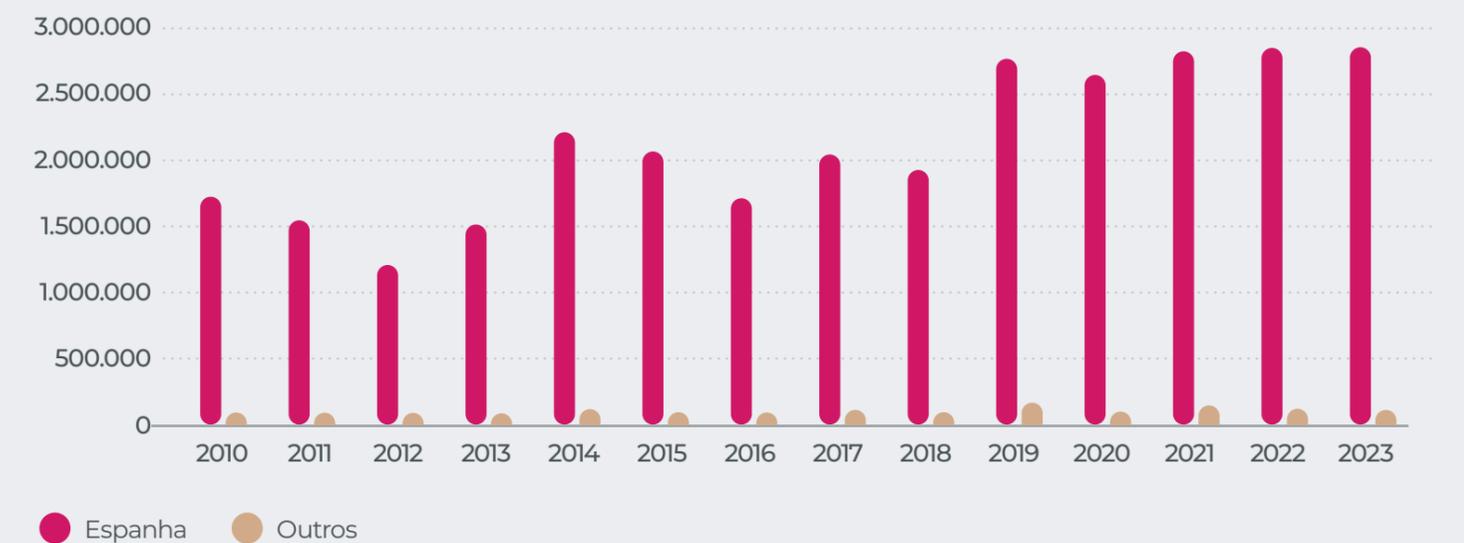


As importações também têm aumentado desde 2010 (63,4%), com um peso cada vez maior do vinho sem certificação de origem, que em 2023 representa 83,4% do volume de vinho importado. A quase totalidade do volume de vinho importado tem como origem a Espanha (96,27% em 2023).

**Importações totais de vinho Volume (hl)**



**Importações totais - País de Origem (2010-2023) (hl)**



Se analisarmos com mais detalhe o volume de vinho importado de Espanha, em 2023, verificamos que 66% destas importações foram de vinho a granel (sem certificação de origem). Desde 2010, o crescimento destas importações foi de 77%. Os preços médios das importações de vinho a granel proveniente de Espanha são muito baixos. Em 2023, o preço médio de vinho foi de 0,43 €/litro, valor abaixo do custo de produção do vinho nacional, conforme referido acima (0,45€/litro e 0,65€/litro).

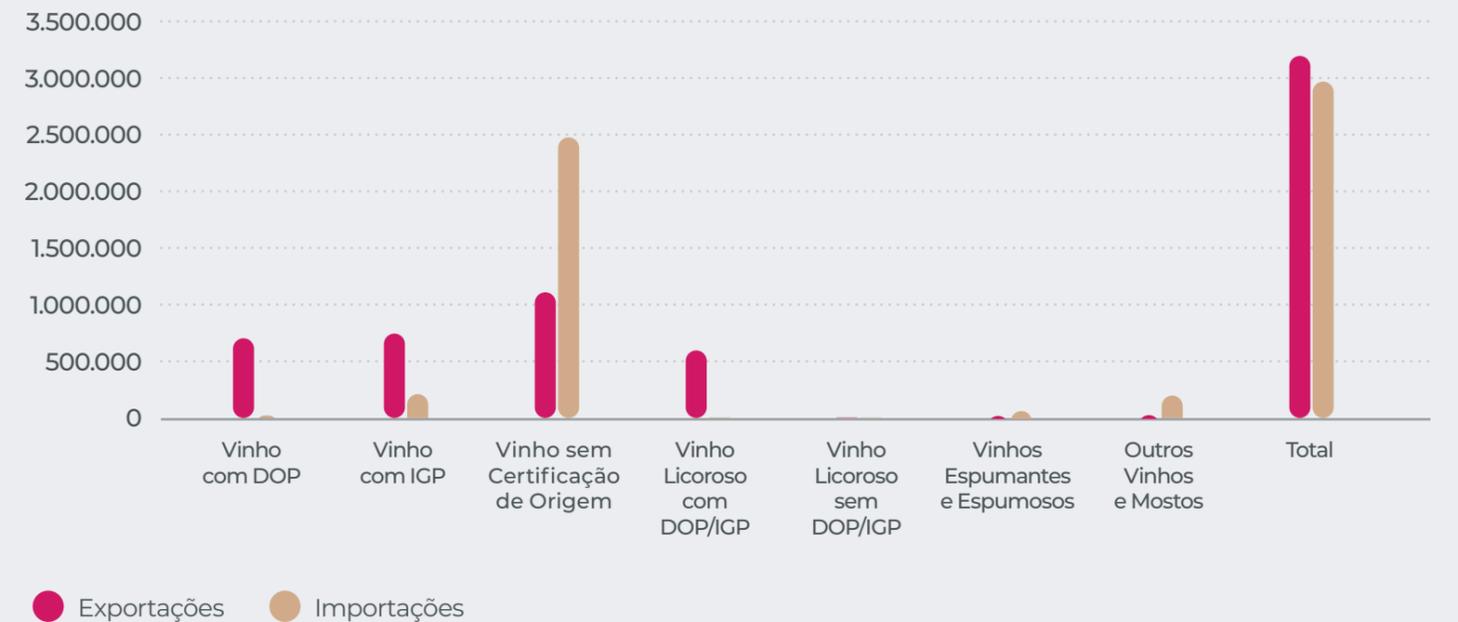
### Importações de vinho sem certificação de origem – a granel de Espanha



Quando comparamos os preços das exportações e das importações, por tipo de vinho, é perceptível a maior valorização dos produtos exportados relativamente aos importados, principalmente nos vinhos licorosos, nomeadamente o vinho do Porto

### Comparação de exportações e importações por tipo de vinho em 2023

(hl)



No que diz respeito aos vinhos a granel, a diferença de preços médios de importação e exportação é considerável: 0,43 €/l versus 0,82 €/litro.

### Evolução do preço das exportações e importações de vinho por acondicionamento >10L (granel) (€/L)

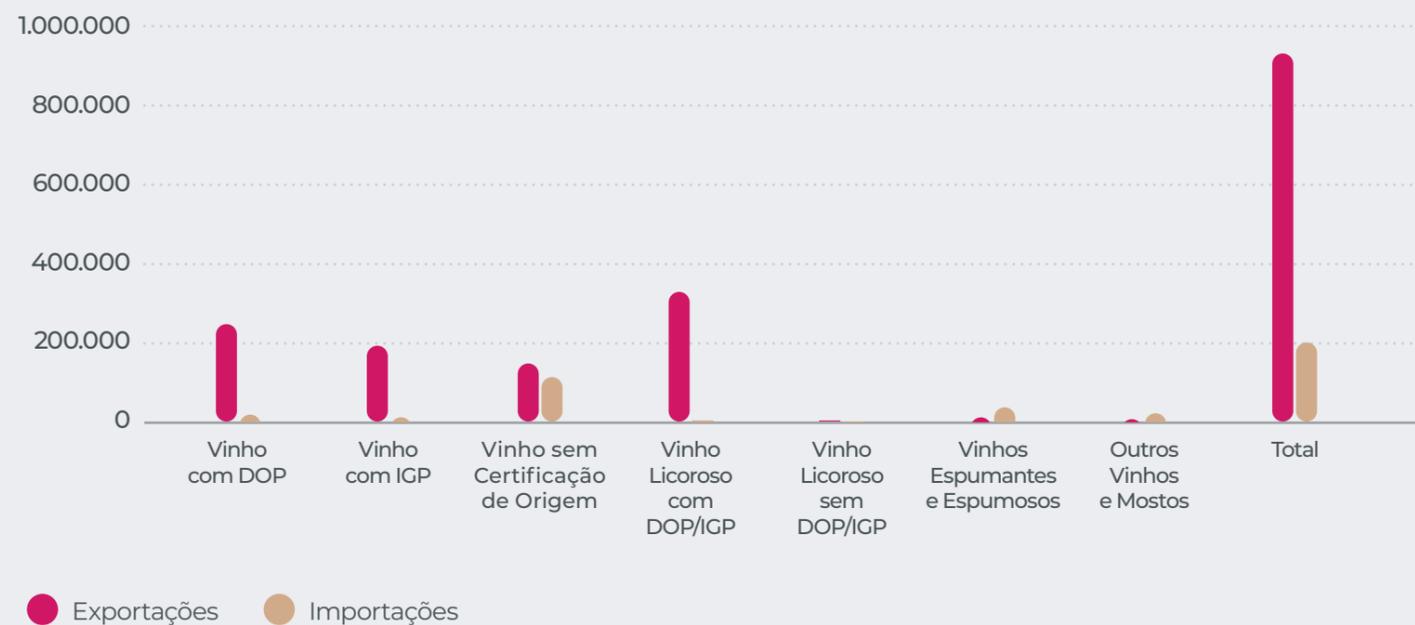


O saldo da **balança comercial** do vinho tem evoluído de forma muito positiva **em termos de valor**, tendo vindo a aumentar nos últimos 10 anos, apenas com um ligeiro decréscimo em 2022/2023.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Exportações (M€)	721	726	736	724	778	801	819	856	926	939	928
Importações (M€)	122	125	117	110	137	158	169	166	173	205	199
Saldo Balança Comercial (M€)	598	601	619	614	641	643	650	690	753	734	729

A grande diferença de valores de exportação e importação está inteiramente relacionada com o tipo de produto que é exportado e importado. Como se vê no gráfico de comparação, as importações são quase exclusivamente de vinhos menos valorizados, nomeadamente de vinhos sem certificação de origem, enquanto que as exportações de vinho dizem respeito a vinhos de categorias superiores, nomeadamente vinhos com DOP, IGP e Licorosos DOP e IGP, possuem um peso considerável.

Comparação de exportações e importações por tipo de vinho em 2023 (10<sup>6</sup>€)



O tipo de produto que é exportado e importado dita a diferença entre estas transações.

As exportações recaem sobre os vinhos de categorias superiores com DOP e IGP e Licorosos.

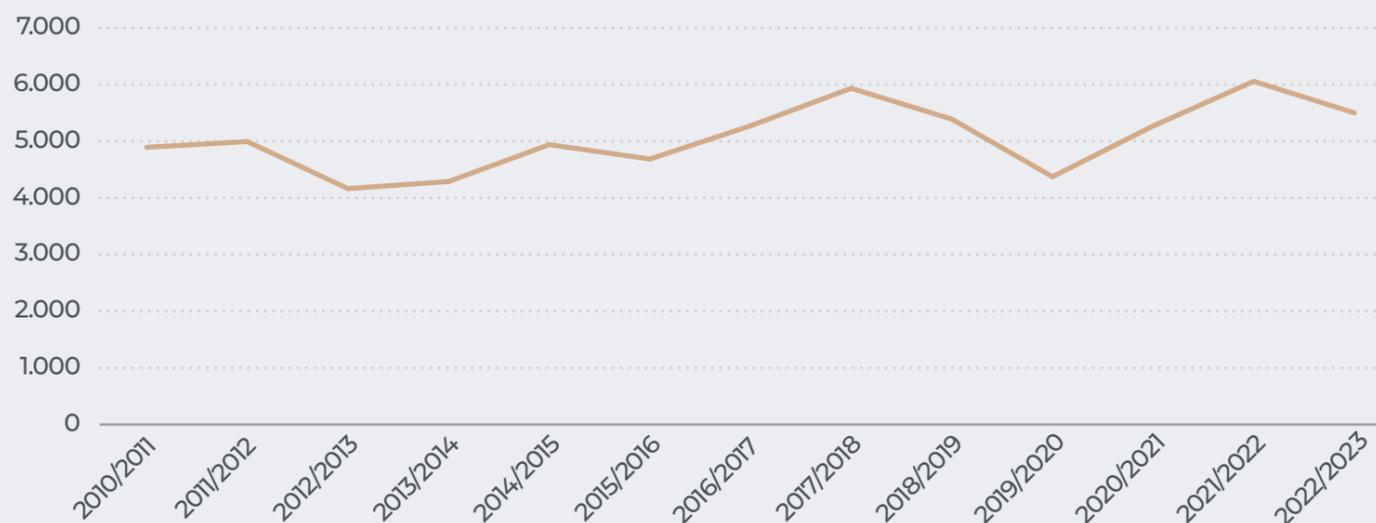


No que diz respeito ao **saldo da balança comercial, em volume**, apesar de positivo, observa-se uma menor diferença, sendo quase nula em 2019 e com uma tendência de diminuição nos anos seguintes. Tanto as exportações como as importações têm crescido, mas com um crescimento bastante superior no caso das importações.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Exportações (1000 hl)	3.041	2.836	2.798	2.780	2.982	2.958	2.963	3.151	3.286	3.254	3.195
Importações (1000 hl)	1.600	2.330	2.161	1.804	2.156	2.021	2.935	2.745	2.971	2.971	2.968
Saldo Balança Comercial (1000 hl)	1.441	506	637	975	826	937	28	406	315	282	227

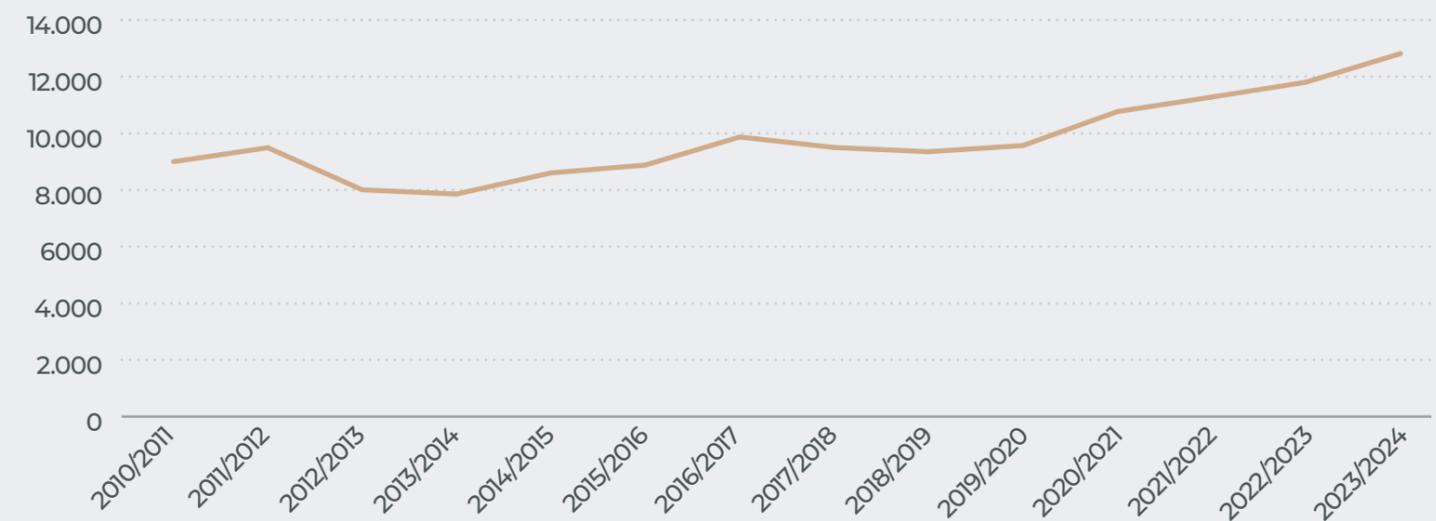
Portugal, continua com o maior consumo *per capita* do mundo. No entanto, em 2023, o consumo total nacional sofreu um decréscimo de -9.2% face a 2022. Apenas de ressaltar que a quebra que ocorreu em 2020 se deveu à pandemia por COVID-19 que afetou todos os mercados.

#### Consumo Humano Anual (1000 hl)



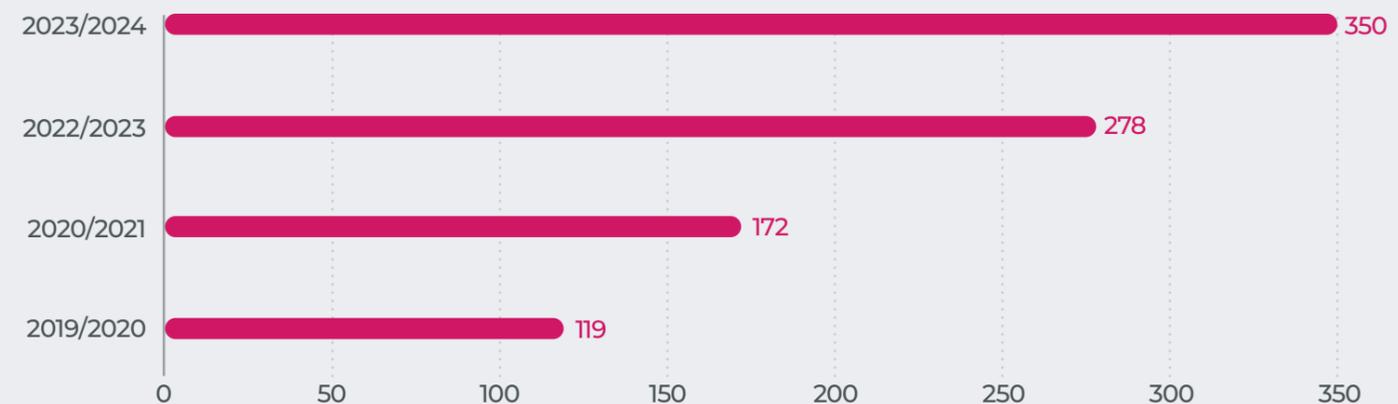
Desde 2013, as existências (*stocks*) têm vindo a aumentar. Realçando o facto de que o setor tenha necessariamente que ter *stocks* devido ao período de envelhecimento do vinho. Nos últimos anos, tem-se verificado uma tendência de excedentes, tendo atingido, por vários anos, valores superiores a 7.5 mhl de vinhos tintos e rosados com certificação de origem

#### Existências (Volume) (1.000 hl)



Face ao crescimento das existências, foram acionadas medidas de destilação de crise com o objetivo de baixar o volume de oferta disponível e reequilibrar o mercado. Esta destilação abrange vinhos tintos e rosados com certificação de origem (DO e IG). São estes os vinhos com mais dificuldades nas vendas. Apesar dos volumes destilados estarem a aumentar, o efeito desta medida ainda não se verificou na quebra das existências.

#### Destilação de crise (1.000 hl)



05.

## Mercado mundial: Dados da International Organisation of Vine and Wine (OIV) (União Europeia)

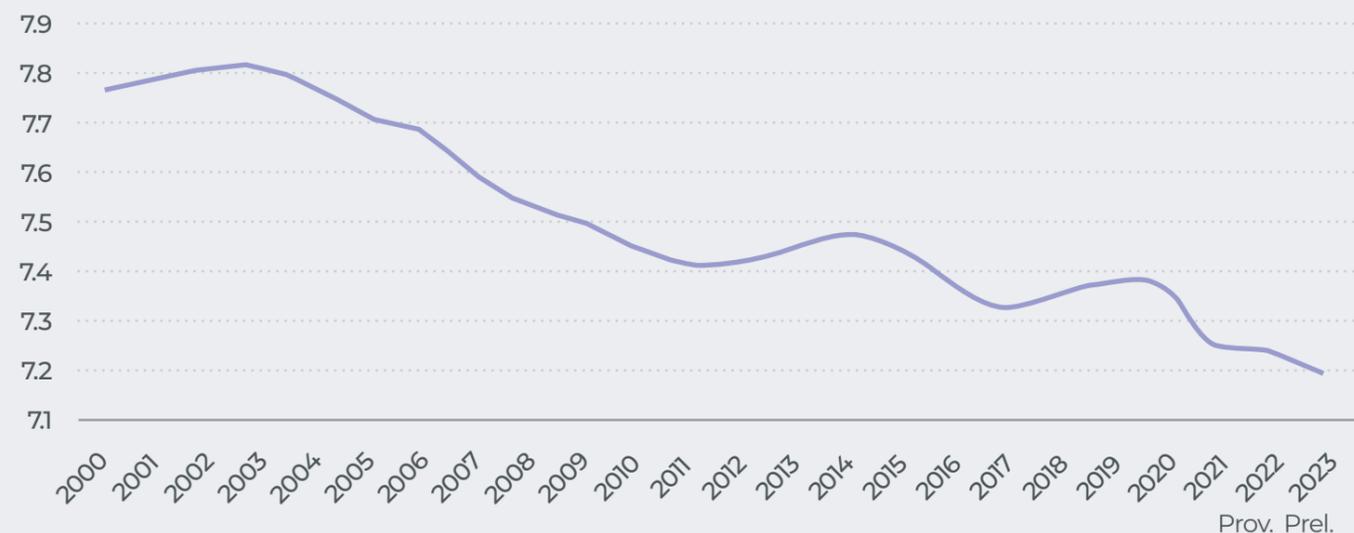
Não podemos analisar o setor dos vinhos em Portugal sem analisar as tendências mundiais neste setor dado que o mercado é cada vez mais global.



Segundo os dados do International Organisation of Vine and Wine (OIV), a evolução da área mundial de vinha tem vindo a diminuir consideravelmente ao longo dos anos.

Evolução da área mundial de vinha

(mha)



Assim como a evolução da produção de vinho mundial que também tem vindo a diminuir.

Evolução mundial da produção de vinho

(mha)



Portugal situa-se na 10.<sup>a</sup> posição do *ranking* de maiores produtores, com 3,2% da produção mundial.

Em 2023, o setor do vinho no mundo é dominado por quatro países produtores: França (20,2%) Itália (16,1%), Espanha (11,9%) e Estados Unidos (10,2%). Em conjunto, estes quatro países são responsáveis por 58% da produção mundial de vinho (138 milhões de hectolitros em 2023).

O consumo de vinho também está a diminuir mundialmente. Em 2023, o consumo foi de 221 milhões de hl, sendo o valor mais baixo dos últimos 29 anos. Entre 2000 e 2023, os principais consumidores dos vinhos são USA (+57%), UK (+32%) e Rússia (+84%), que aumentaram significativamente o consumo. A queda no consumo da China (12 milhões de hl em 6 anos) é responsável por metade do decréscimo global do consumo de vinho. É precisamente neste mercado onde se verifica a maior quebra de consumo nos vinhos tintos.

Segundo o relatório “Prospects of the EU wine sector” as principais causas do declínio do consumo são as preocupações com a saúde e o bem-estar, as novas formas de vida dos consumidores (novos hábitos de refeição), decréscimo da população que culturalmente consome vinho, gerações mais novas (com menor consumo de bebidas com teores alcoólicos elevados) e ainda motivações éticas e sociais (associadas à sustentabilidade).

Apesar da dimensão, Portugal encontra-se também na 10.<sup>a</sup> posição, com o maior consumo *per capita* do mundo, em grande parte devido ao crescimento do turismo.

O preço médio de exportação está a aumentar mundialmente. Consome-se menos vinhos, mas de melhor qualidade.



**Evolução mundial do consumo de vinho (mhl)**



**Evolução mundial do preço médio de exportação de vinho (€/L)**





## 06. Análise da evolução dos resultados da atividade económica vitícola na fase de crise

Para analisar se a crise é conjuntural ou estrutural importa analisar o impacto da crise nos resultados económicos das empresas vitícolas.

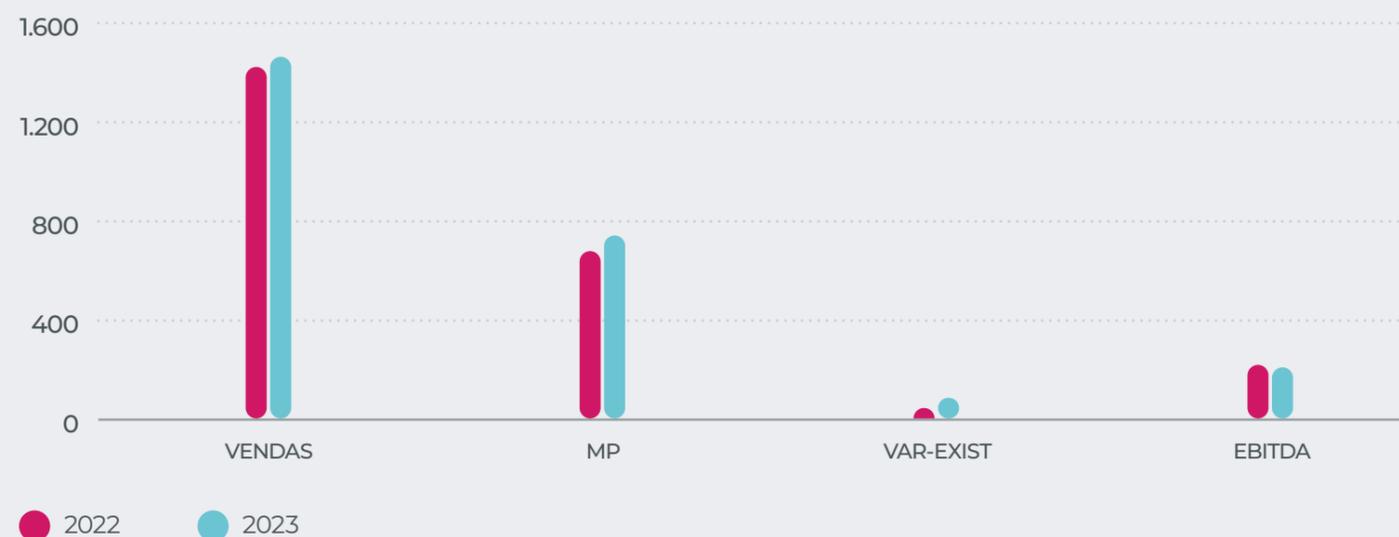
O setor vitícola nacional está assente em dois pilares fundamentais: o setor cooperativo e o setor empresarial.

Para analisar o impacto da crise na atividade económica do setor, analisámos o subconjunto do setor empresarial que não inclui o setor cooperativo, pois este setor não publica as contas (Informação Empresarial Simplificada (IES)).

Os dados correspondem a 733 empresas (52% do universo), 1,3 milhões de euros do volume de negócios, 62% dos valores publicados no INE para 2023, e correspondem a todas as empresas com contas publicadas na IBERINFORMA com a CAE 10121 e 10122 para os anos 2022 e 2023.

## Resultados Económicos (2022-2023)

(M€)



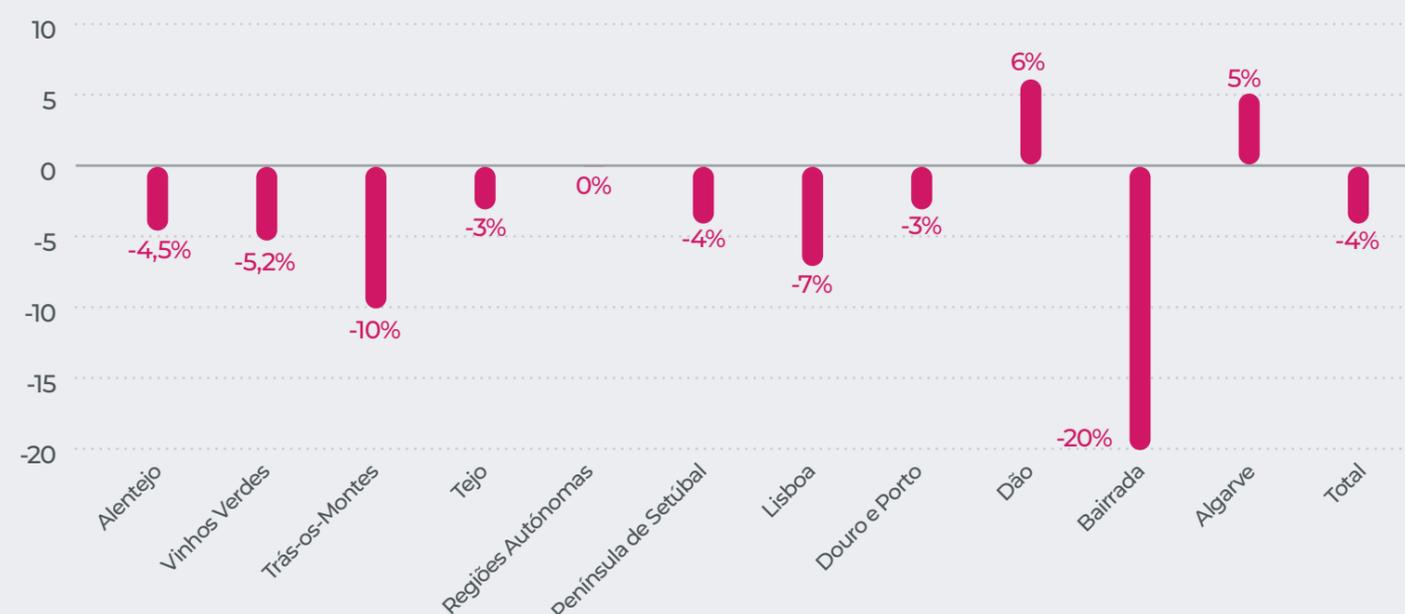
A nível nacional, para este conjunto de empresas, existiu um aumento do volume de negócios, das matérias primas, assim como das existências, tendo havido apenas uma quebra no EBITDA entre os anos 2022 e 2023.

O volume de negócio do conjunto de empresas analisadas correspondeu a 1,4 milhões de euros e um EBITDA de 206 milhões de euros. Nem todas as regiões apresentaram crescimentos de vendas entre 2022 e 2023. As regiões com maior crescimento de vendas, foram: região dos Vinhos Verdes e a região do Douro e Porto com 6%, tendo havido decréscimos de vendas em Trás-os-Montes, Península de Setúbal e Bairrada que apresentou a maior quebra com -22%.

Quanto à variação no valor das matérias-primas (valor da uva e vinho adquirido) é de assinalar o crescimento em todas as regiões, resultando num valor a nível nacional de 9%, à exceção da Bairrada com uma quebra de 15%, A região de Lisboa com um crescimento de 15%, o Alentejo com 11%, a Península de Setúbal e o Douro e Porto com 10%, os Vinhos Verdes e as regiões autónomas com 9% e o Dão com 6%. Sendo a campanha 2022/2023 de menor produção e havendo maior custo de aquisição de matérias-primas, confirma-se

## Variação de EBITDA (2023-2022)

(%)



a aquisição de vinhos pelas empresas e sobretudo nas regiões onde os aumentos percentuais foram de maior grandeza.

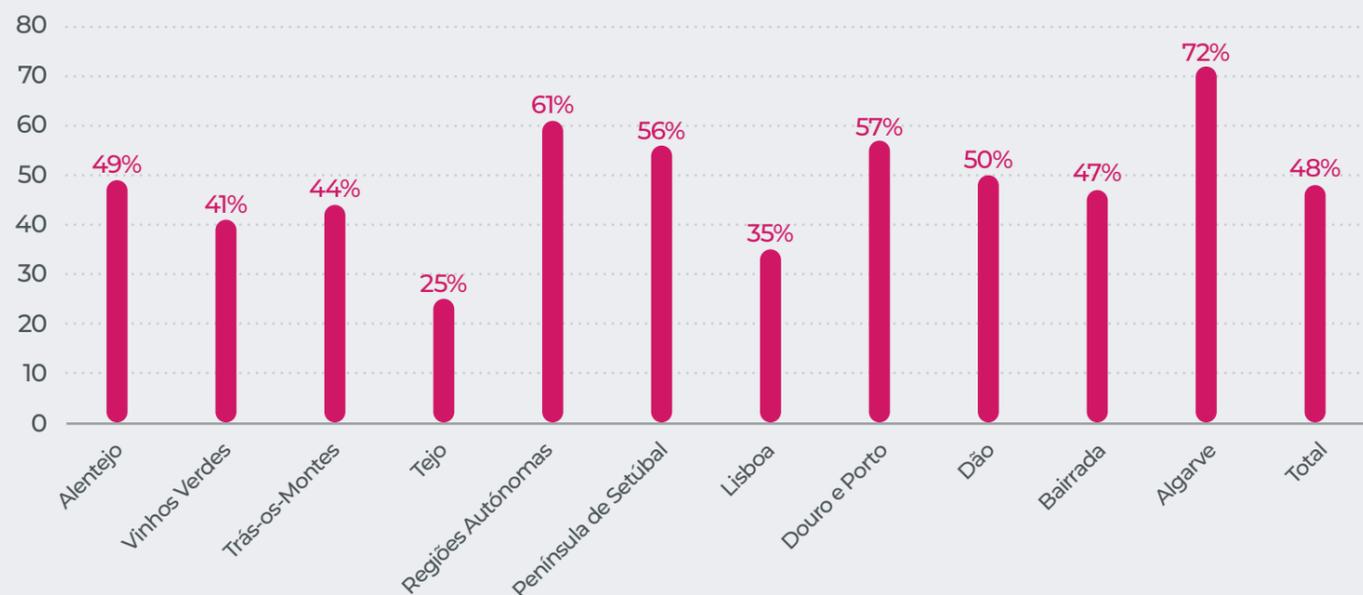
Em termos globais a forma mais direta de medir o impacto da crise é verificar a variação no resultado operacional das empresas (EBITDA). Embora tenha havido aumento de vendas, dado o aumento de custos das diferentes rubricas, os resultados operacionais globais do conjunto das empresas, à exceção das regiões do Dão e Algarve, apresentaram um decréscimo em 2023 face a 2022.

Em termos nacionais o decréscimo foi de 4%. A região que apresenta a maior quebra é a da Bairrada com um decréscimo de 22%, seguida de Trás-os-Montes com uma quebra de 10% e Lisboa com um decréscimo de 7%.

Como pudemos constatar, em quase todas as regiões os resultados operacionais regionais globais apresentaram quebras, contudo nem todas as empresas tiveram o mesmo comportamento.

Importa, por isso, saber, quais as empresas que apresentaram, em 2023, quebras nos resultados.

### Empresas com variações de resultados negativas por região (2023-2022) (%)



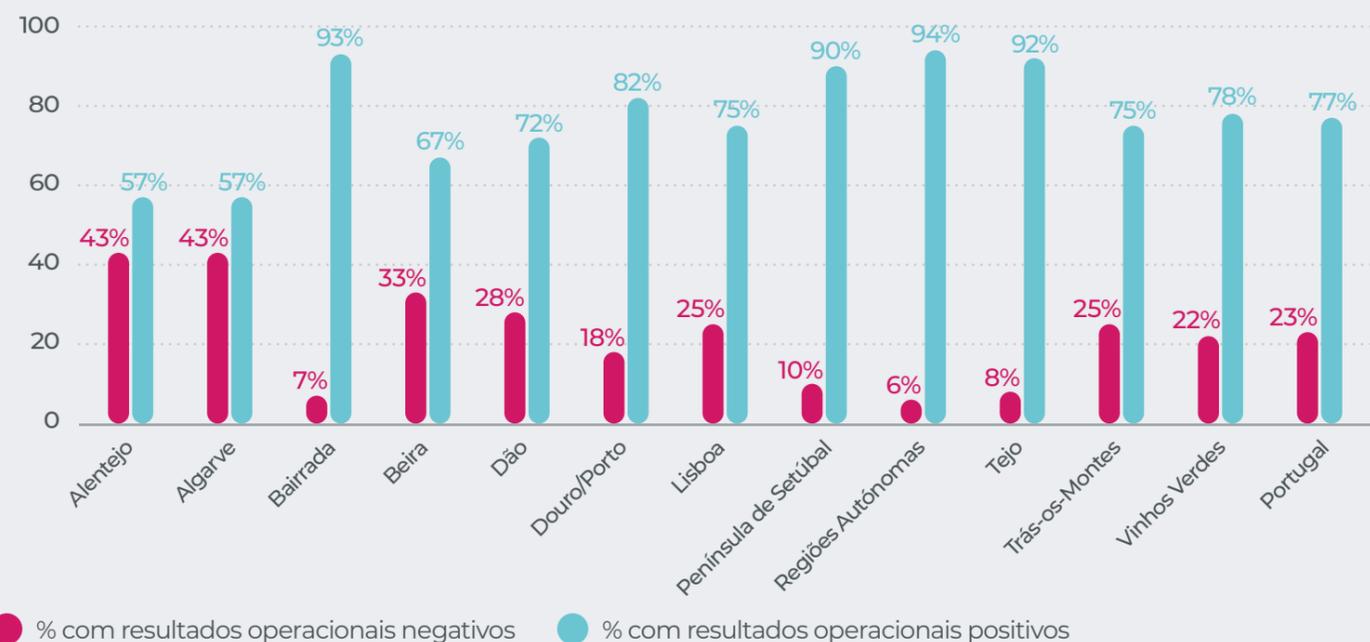
O número de empresas com quebras nos resultados foi bastante elevado, destacando-se o Algarve e Regiões Autónomas com 72% e 61% das empresas, respetivamente.

Além de terem apresentado quebras, é agora relevante perceber quantas empresas apresentam resultados negativos em 2023. Neste caso, são de salientar as regiões do Alentejo e do Algarve onde 43% das empresas apresentaram resultados negativos.

Para uma análise mais assertiva dividimos as empresas com resultados positivos das empresas com resultados negativos. Quisemos perceber por um lado qual a materialidade em termos das compras regionais e das vendas e por outro perceber se em termos regionais existe crise conjuntural ou estrutural.

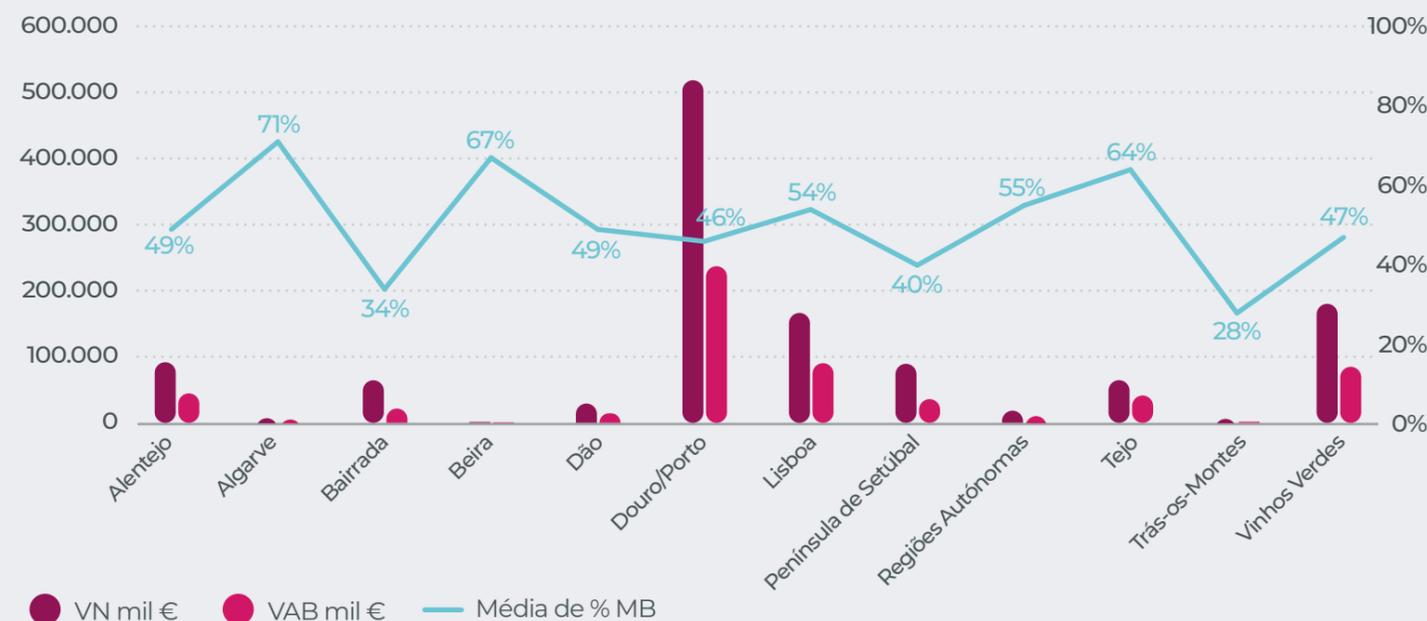


### Resultados operacionais das empresas por Região em 2023 (%)



● % com resultados operacionais negativos ● % com resultados operacionais positivos

### Análise de empresas com resultados operacionais positivos em 2023



● VN mil € ● VAB mil € — Média de % MB

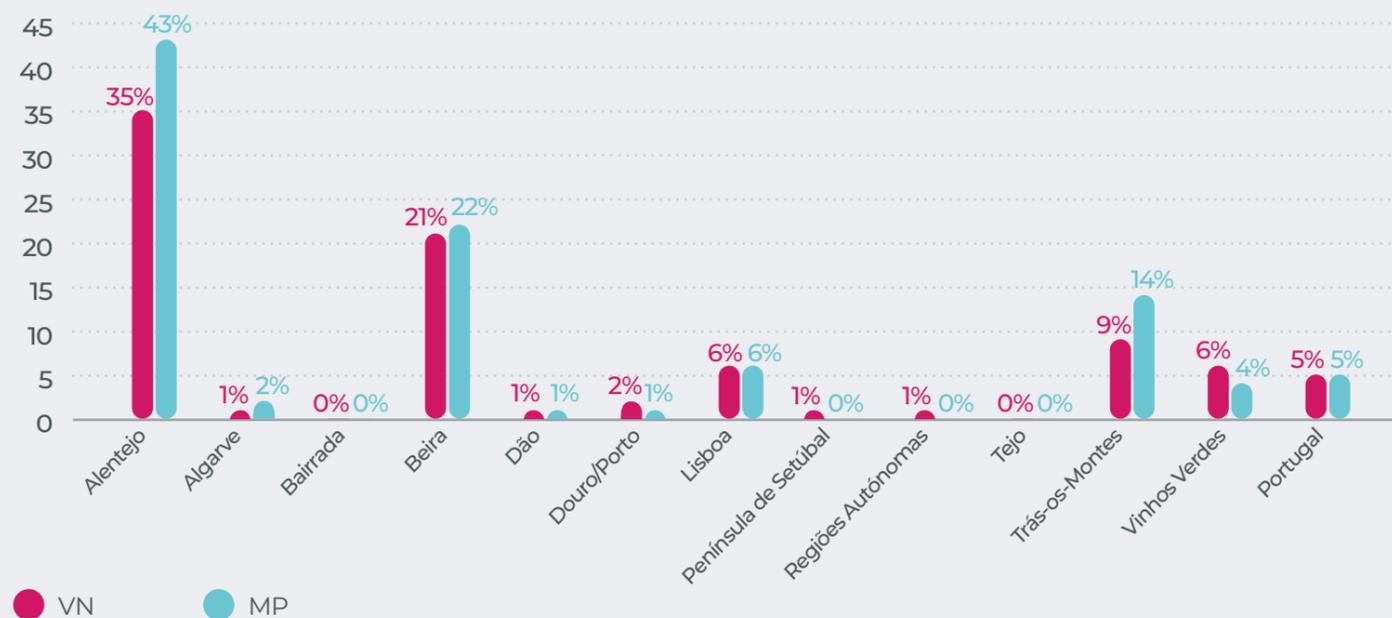
Em termos globais, podemos referir que o conjunto das empresas do setor que apresentaram resultados positivos em 2023 representam 95% do valor das vendas (1,2 milhões de euros), e 95% do valor das compras. Estas empresas apresentam algumas divergências nas percentagens das margens brutas, havendo, contudo, valores médios regionais bastante elevados, mostrando assim capacidade para a aquisição de matéria-prima à produção a valores adequados.

As empresas com resultados negativos, que representam 23% das empresas em termos nacionais, como atrás referimos, representam apenas 5% das vendas e das matérias-primas e por isso a crise não tem impacto estrutural a nível nacional em termos globais.

A nível regional, existem diferenças no que se refere à representatividade das empresas, volume de negócios e matérias-primas. Destaca-se o Alentejo e a Beira com 35% e 21% das vendas, respetivamente, o que corresponde a 43% e 22% das matérias-primas, e, neste caso, tem peso significativo nas regiões onde se inserem.

No caso destas regiões, as empresas com resultados negativos têm também uma representatividade significativa no volume de litros equivalente de venda e na quantidade de uva equivalente, tendo por isso um peso estrutural relevante para a região.

### Análise de empresas com resultados operacionais negativos em 2023 (%)



# 07.

## Conclusões

A variabilidade histórica da produção de vinho em Portugal é responsável pela existência de excedentes de vinho conjunturais em alguns anos de produção, nomeadamente nos últimos anos (2021, 2023).

A oportunidade de aquisição de vinho a granel a valores mais baixos do que os custos de produção nacionais motivaram o crescimento das importações deste vinho com origem em Espanha, obtendo assim uma margem mais favorável daquela que seria obtida a partir da transformação da uva portuguesa.

De facto, mesmo para as regiões de menores custos de produção, como é o caso do Alentejo, Tejo e Lisboa, podemos apontar para um custo de produção de vinho de valores médios da ordem de 0,45€/litro e 0,65€/litro, valores acima do preço médio de importação de vinho a granel de Espanha (0,43€/litro).

Este aumento de volume no mercado causado pelas importações acentuou mais os excedentes de vinho, já previamente existentes, derivados de diminuição do consumo, a estagnação dos volumes exportados e o aumento da produção. O saldo da balança comercial em volume está perto do equilíbrio, contudo, em termos de valor está a aumentar atingindo os 729 milhões de euros.

Foram tomadas algumas medidas para equilibrar o mercado dos vinhos DOP e IGP, entre elas a destilação de crise. Em 2024, o volume aprovado para destilação de crise foi aproximadamente 350 mhl, dos quais 105mhl para a Região Demarcada do Douro e 244mhl para as restantes regiões. Foram também reforçados os controlos das origens dos vinhos em Portugal.

O contexto internacional desfavorável dos últimos anos (o COVID, a Guerra na Ucrânia, os embargos comerciais, as alterações nos acordos comerciais/Barreiras alfandegárias), levaram à diminuição do poder de compra dos consumidores, criando instabilidade nos mercados internacionais e levando a:

- aumentos dos fatores de produção e conseqüentemente maiores custos de produção do vinho, que se traduziram no crescimento dos preços dos vinhos;
- quebras no consumo; e
- maiores dificuldades nas exportações de vinho.

A interação da recessão significativa no consumo, em que os fatores estruturais – preocupações com a saúde, mudanças demográficas, mudanças nas preferências dos consumidores – estão a acontecer em todo o mundo, e os fatores conjunturais internacionais – políticos, logísticos, conflitos – têm colocado a procura sob forte pressão. Neste contexto, a União Europeia e outros produtores de vinho, tais como a Austrália e o Chile, estão a registar uma sobreprodução, apontando para uma crise global estrutural do mercado.

No contexto nacional, analisando os resultados das empresas do setor (excluindo as cooperativas), 23% destas apresentam resultados negativos em 2023, representando apenas 5% do volume de negócios nacional e das matérias-primas (uvas).

Tendo em conta os resultados operacionais negativos (2022 e 2023), a crise do setor está a ter um impacto social na maioria das regiões, pois afeta um grande número de empresas, cerca de metade em cada região vitivinícola. No entanto, estas empresas não têm representatividade na aquisição de matérias-primas nas regiões em que se inserem (abaixo de 14% do valor de aquisição de matéria-prima), e por isso não têm impacto estrutural negativo.

No caso das regiões do Alentejo e da Beira, este impacto é simultaneamente de carácter estrutural, pois afeta, respetivamente, cerca de 40% e 20% da aquisição da matéria-prima e do volume de negócio do setor em termos regionais.

Em termos globais, podemos referir que o conjunto das empresas do setor que apresenta resultados positivos em 2023 representa 95% do valor das vendas (1,2 mil milhões de euros) e 95% do valor das compras.

**Dado este panorama, será importante referir que o setor é bastante competitivo em termos nacionais. Gera valor acrescentado significativo e tem uma estrutura empresarial sólida, como se pode confirmar pelos resultados acima apresentados. Conclui-se assim que a crise do setor em Portugal é conjuntural.**

## Perspetiva Nacional



- Saldo da Balança Comercial em valor crescente e positivo;
- Consumo interno corresponde a 80% do volume produzido em 2023;
- Consumo *per capita* em Portugal mantém-se estável;
- Os vinhos exportados são mais valorizados do que os vinhos importados;
- 95% do volume de negócios do setor está concentrado nas empresas competitivas;
- Aumento da produtividade da vinha (diminuição da área de vinha e aumento da produção).

## Perspetiva Mundial



- Consumo em queda – China é o principal responsável por metade da quebra de consumo mundial;
- Preços médios dos vinhos aumentam;
- Quebra de poder de compra dos consumidores;
- A quebra da produção a nível mundial, como consequência da redução da área de vinha, não compensou a quebra de consumo, criando excedentes;
- Alteração do perfil de consumo (os vinhos com menos teor alcoólico são preferidos);
- Novas barreiras comerciais, guerras e questões geopolíticas.



PORTUGAL 2030

# “Ir com tudo”

É agora. Passe das palavras à ação.



Conte com o Millennium na candidatura ao Portugal 2030 e aumente a competitividade, inovação e sustentabilidade da sua empresa.

Saiba mais em [millenniumbcp.pt](https://millenniumbcp.pt)  
Banco Comercial Português, S.A.

Millennium  
bcp Empresas



# Que tempo o do vinho

Portugal é um país deficitário na produção de vinho e a diminuição do seu consumo é clara e previsível, portanto não deveríamos ter excesso de vinho.



O setor do vinho está em crise. O consumo mundial de vinho tem vindo a cair e, embora a produção mundial de vinho também tenha acompanhado essa tendência, existe um excesso de produção considerável. Portugal não contribui para esse excesso uma vez que a sua produção é deficitária.

A International Organisation of Vine and Wine (OIV) estima que o consumo mundial de vinho atinja os 221 milhões de hectolitros (Mhl), o que indica uma diminuição de 2,6% em comparação com os valores, já baixos, registados em 2022.

A mesma fonte cita que a superfície de vinha, a nível mundial, diminuiu de 0,5% em 2022 para 7,2 milhões de hectares, posicionando Portugal no 9.º lugar deste *ranking*. A produção mundial de vinho, que em 2023 se situou nos 237 Mhl, teve uma quebra de cerca de 10% em 2024, sendo a produção mais baixa desde 1961. Isto significa que existe um excesso mundial de vinho de cerca de 16 Mhl/ano.

## Fatores de influência

Sabemos que a diminuição do consumo de vinho resulta de uma combinação de vários fatores, que podem ser demográficos, culturais e económicos. Parte dos países emergentes que estão a criar riqueza, a nível mundial, não têm cultura de consumo de vinho, ao invés de países que não geram riqueza e que apresentam consolidados hábitos de consumo de vinho.

Também as alterações climáticas têm provocado um aumento geral da temperatura causando, naturalmente, a substituição do consumo de vinho por bebidas menos alcoólicas ou mesmo sem álcool. As novas gerações tendem a experimentar uma enorme variedade de bebidas, não se fidelizam a nenhuma, e geralmente não têm tradição de consumo de vinho, e também pela menor capacidade financeira.

Além destes fatores que, eu diria, são naturalmente indutores da diminuição de consumo de vinho, temos ainda a Organização Mundial de Saúde (OMS) e o Sistema Nacional de Saúde (SNS) que lançam, frequentemente, campanhas sobre os efeitos do álcool na saúde, influenciando os consumidores a moderar o consumo de vinho e de bebidas alcoólicas, em geral, em benefício da sua condição de saúde.

O galopante aumento do custo de vida, causado essencialmente pelo aumento das taxas de juro e da inflação (e em vários produtos, consequência da pandemia por COVID-19), diminui o poder de compra dos consumidores que, por força das circunstâncias, deixam de consumir os bens não essenciais, como é o caso do vinho.

Em 2023, segundo dados do OIV, Portugal registou um decréscimo do consumo de vinho a rondar os 10%, passando de um consumo de 6,1 Mhl para 5,5 Mhl. A diminuição é clara e previsível, portanto o nosso país não deveria ter excesso de vinho!

Fazendo as contas ao vinho produzido em Portugal, cerca de 7,5 Mhl em 2023, 5,5 Mhl são consumidos no mercado interno e 3,2 Mhl são exportados, o que totaliza uma necessidade de 8,7 Mhl. Assim sendo, Portugal é um país deficitário na produção de vinho em 1,2 Mhl.

Então o que originou este excesso de vinho, que causou a enorme pressão no mercado e arrastou o setor vitivinícola, particularmente o nacional, para esta crise sem precedentes?

Analisando os dados disponíveis, é importante destacar que Portugal, no ano 2023, importou 3 Mhl de vinho (quase 1 milhão de litros/dia). Contudo, teria sido suficiente importar apenas 1,2 Mhl de vinho para responder às necessidades de mercado de 8,7 mhl, o que gerou um excedente de stock de 1,8 mhl (situação idêntica à registada no ano 2022).

### Soluções e medidas

As recentes medidas tomadas pelo Ministro da Agricultura, nomeadamente a destilação de crise, vieram retirar do mercado cerca de 35.000 litros de vinho. Uma medida importantíssima para regular os preços de mercado, mas ainda assim insuficiente devido à escassa verba de apenas 15 milhões de euros, agravada pelos 0,42€/litro pagos a nível nacional, sem qualquer discriminação para as zonas de montanha, e por isso muitos produtores/cooperativas não aderiram à medida.

Portugal é deficitário na produção de uvas para vinho, por isso deve continuar a produzir até atingir a autossuficiência. Na produção assistimos a um aumento dos custos dos fatores de produção e mão de obra que deveria ser

refletido no preço das uvas a pagar aos viticultores, mas, infelizmente, fruto da situação atual, o preço das uvas está a baixar tornando o setor insustentável, não esquecendo todos aqueles pequenos produtores que este ano não conseguiram vender a sua produção.

Assim, para fazer face às angústias dos viticultores, consequência do atraso no pagamento das uvas, foi também aprovada pelo Ministro da Agricultura uma linha de crédito de 100 milhões de euros, com juros bonificados, para que as cooperativas e empresas compradoras de uvas possam pagar as uvas das campanhas de 2023 e 2024. Esta medida, muito aplaudida pelo setor, irá aliviar a pressão nos produtores e permitir que os mesmos possam continuar a tratar as suas vinhas.

### O que nos diz o rótulo

No mercado, assistimos uma crescente venda de vinho espanhol camuflado pela designação de vinho da União Europeia (EU). A maioria dos restaurantes que vendem vinho a “jarro” como vinho da casa, naturalmente associado à região onde o mesmo está implantado, é vinho da UE. Quando refiro vinho da UE, é um lote de vinho que pode ter mistura de vários países, mas que basicamente é espanhol com uma percentagem mínima de vinho português. Isto é transversal também aos vinhos vendidos em outro tipo de mercados, inclusive na exportação. No entanto, importar e embalar vinhos em Portugal é legal e previsto pela legislação aplicada à rotulagem que permite esta designação, informando erradamente os consumidores sobre a verdadeira origem do vinho. Os consumidores não podem ser

iludidos quanto à origem do vinho, pensando por vezes ser um vinho português de determinada região, quando muitas vezes não é.

Para concluir, em minha opinião, a resolução da crise terá de assentar em três pilares:

- Informação clara e precisa ao consumidor sobre a origem do vinho;
- Controlo e fiscalização no trânsito de vinhos e das declarações de colheita e produção (DCP);
- E, a mais importante, implementação de uma cultura de defesa e consumo moderado do vinho nacional, defendendo as nossas denominações de origens e nos apoios estatais discriminar positivamente os produtores que trabalham vinho 100% Português.



**António Mendes**  
Presidente da FENADEGAS  
Federação Nacional das Adegas  
Cooperativas de Portugal



# Fileira da Vinha e do Vinho

## Desafios e Soluções

O setor da vinha e do vinho sofreram profundas alterações técnicas e tecnológicas nos últimos anos.

A reestruturação das vinhas, a construção de novas adegas e a implementação de novas práticas enológicas provocaram um aumento da qualidade dos vinhos que potenciaram a notoriedade dos Vinhos Portugueses, quer no mercado interno, quer no mercado externo.

No entanto, a nível mundial existe uma enorme contração no consumo de vinho, motivada por uma campanha contínua contra o consumo de álcool, com a divulgação de notícias alarmistas ligadas à saúde, o que ocasiona que sobretudo os jovens se distanciem da utilização deste produto.

Além disto, o setor enfrenta, atualmente, desafios significativos, nomeadamente as alterações climáticas que provocam produções cada vez mais imprevisíveis, aumentos dos custos de produção, instabilidade do contexto internacional e necessidade recorrente de destilações de crise, e aos negócios por elas proporcionados cria deficiências de fiscalização e importações de vinho a granel de baixo preço que desvirtuam o mercado.

Perante este cenário, urge assim encontrar soluções que venham a alterar a situação que este setor atravessa, que na nossa opinião deverão passar por:

- Ações de promoção, tanto nos mercados tradicionais como nos novos mercados, nomeadamente através de uma melhor orientação dos

programas de promoção para as novas tendências sociais (por exemplo, produtos inovadores) e para grupos demográficos e culturais específicos em países terceiros, bem como aumentando a duração do apoio a medidas de promoção para permitir a consolidação do mercado;

- Implementação de medidas que garantam que o consumidor não é induzido em erro no que concerne à origem do vinho que consome, nomeadamente através de uma rotulagem obrigatória eficaz e de uma fiscalização efetiva;
- Ações de literacia vínica inteligentes e responsáveis para diferentes *targets*, em especial para os jovens que chegam à idade adulta e que são desviados para o consumo de bebidas que não o vinho. Por todas as razões, sendo consumidores a curto e médio prazo, é estratégico e urgente ter abordagens nesta matéria;
- Promoção de debates entre personalidades do setor, especialistas e/ou responsáveis de entidades que fazem do combate ao vinho/álcool um propósito de vida;
- Promoção de debates internos com estratégias de *marketing* e de tendências, para se perceber como pode o setor do vinho defender-se das narrativas desencorajadoras que vão continuar a crescer;
- Maior proteção e promoção das DO (Denominação de Origem) e IG (Identificação Geográfica);
- Fomento da resiliência da vinha às alterações climáticas;

- Melhoraria dos instrumentos de gestão de riscos existentes e reforço das opções da Política Agrícola Comum para apoiar regimes de seguros e mútuos contra riscos de produção; e
- Validação da possibilidade da criação de regimes de arranque de vinha, orientados para a resolução de problemas específicos de regiões ou segmentos de mercado.

A dimensão deste problema obriga a uma união de todos os intervenientes do setor, que em conjunto com Comissão Europeia e com os governos dos distintos países produtores implementem ações concertadas de apoio a esta fileira.

A Confederação dos Agricultores de Portugal (CAP) e as suas Organizações enquanto representantes da Produção, estão atentas e conscientes destes desafios, encontrando-se disponíveis para, em conjunto com os restantes representantes do setor, promover um debate interno que resulte numa solução efetiva para o problema da fileira da vinha e do vinho em Portugal.



**Francisco Ataíde Pavão**  
Vice-Presidente da CAP

**Atualmente, o setor enfrenta desafios significativos, nomeadamente as alterações climáticas, aumentos dos custos de produção, instabilidade do contexto internacional e deficiências de fiscalização.**



# Há um Novo Mundo. Que pode ser Admirável.

O consumo do vinho é, no contexto da indústria agroalimentar, um dos que mais rápida e diretamente se correlaciona com mudanças ao nível da qualidade de vida dos consumidores (rendimento disponível) e dos estilos de vida, que se alteram de forma diversa em vários segmentos sociológicos.

O setor vitivinícola nacional vive presentemente um contexto mundial marcado por uma série de mudanças (a médio prazo, infelizmente, dificilmente previsíveis) e incertezas instaladas, devido à redução da procura, com o consequente excesso de oferta. Ao contexto de crise geopolítica, principalmente na Europa, associou-se uma súbita deterioração do rendimento disponível dos consumidores, na sequência da mais recente crise inflacionista. E agravou-se muito significativamente a rendibilidade da conta económica dos viticultores e produtores.

A tendência de perda de consumo é estrutural e mundial (motivada por fatores como preocupações com a saúde, mudanças demográficas e preferências dos consumidores) e coincide com fatores conjunturais, designadamente internacionais, que geraram incerteza nos ambientes económico e social. Não só na Europa, a diminuição do poder de compra dos consumidores coloca a procura sob pressão. Em países como a Austrália e o Chile, os produtores de vinho estão a reequacionar estratégias, num novo contexto mundial de sobreprodução

O ambiente competitivo continua a aumentar numa, já *per si*, indústria muito fragmentada, a nível nacional e global, com fortes barreiras à saída.

Neste ambiente de concorrência crescente, apenas os que conseguirem satisfazer melhor – e sobretudo rapidamente – as novas exigências do mercado conseguirão manter a sua sustentabilidade económica. Mas também conseguirão crescer. Crescer neste contexto? Sim, é possível. Mas é necessário estar preparado para gerar rapidamente reorientações estratégicas. E é fundamental criar um modelo de negócio, ou (se ele já existir!) repensar e reformular. A tendência de premiumização não esgotou (ainda) o seu espaço de crescimento. E existem vários segmentos em crescimento: vinhos biológicos, vinhos de baixo teor alcoólico, vinhos mais frescos e para momentos de consumo não só gastronómicos, entre outros.

A estratégia das exportações, a nível nacional e europeia, concentrou-se excessivamente num conjunto limitado de mercados prioritários: são apenas nove os países que absorvem o valor de 80% das exportações dos vinhos europeus. Em Portugal, segundos os mais recentes dados do Instituto Nacional de Estatística – Comércio Internacional (setembro) a situação é francamente melhor: são 14 os países que representam 80% das nossas exportações em valor. Mas, hélas, destes, apenas seis representam, em conjunto, mais que 50% das exportações. É preciso estar atento: não podem ser ignorados sintomas de “cansaço” no comércio com uma grande parte destes mercados.

Por isso, é preciso diversificar. Mudanças estruturais nos mercados importadores habituais, incluindo a evolução dos padrões gerais de consumo, estão a acontecer, a todo o

momento. O contexto dos mercados, a nível global, obriga produtores e exportadores a diversificarem (mais rápido) paradigmas de gestão do passado recente.

Oportunidades de crescimento existem. Sobre tudo em mercados emergentes como África, América Latina e Ásia Oriental. A penetração nesses novos mercados exige esforços significativos de marketing. Exige inovação, inclusive no design de produto (a partir da vinha), face às novas tendências nos comportamentos dos consumidores, que são muito distintas dos pressupostos em que a maior parte do setor ainda está a operar.

É necessário melhorar a análise das tendências do consumo e é necessário criar processos de adaptação rápidos dos portefólios e relativamente às estratégias de mercado com que os mesmos são lançados, não só a nível internacional, mas também no mercado nacional. Repensar a segmentação. É preciso. Os vinhos de gama média enfrentam desafios. O mercado global está cada vez mais estratificado, criando pressão nos vinhos de gama média, com produções mais significativas, levando ao reforço de clusters em torno de determinados tipos de oferta de valor e de produtos premium, entre outros.

A produção de vinho nacional tem de ser rápida a adaptar-se às novas exigências dos consumidores e a novos segmentos de mercado em termos de cor, qualidade e tipologia, por exemplo. A resposta não pode ser: “redução indiscriminada da produção”. A resposta é: reforçar a aposta na diferenciação da oferta

e na capacidade de adaptação (contínua e rápida) às novas tendências de consumo. É uma aposta – Maior e Mais Verdadeira – por parte de todos os produtores nacionais e das nossas 14 Regiões Vitivinícolas: aposta na qualidade e na autenticidade dos vinhos DOP e IGP; aposta no Controlo da Qualidade; aposta no Garante da Autenticidade; aposta no Marketing e na Promoção, mas de forma inovadora.

Outro fator absolutamente crítico são as alterações climáticas. O setor do vinho é um dos mais vulneráveis. O clima está a mudar a um ritmo mais rápido do que o esperado; a produção é difícil de prever; os eventos climáticos extremos aumentam em frequência e em intensidade; os custos, sobretudo para os viticultores, disparam. E não só por causa da inflação. Mas por que a produtividade dos viticultores se degrada com as alterações climáticas; além disso, a previsibilidade da qualidade e quantidade da uva é todos os anos mais difícil.

Temperaturas mais elevadas produzem uvas menos aptas à produção dos vinhos cuja procura aumenta: vinhos mais elegantes e ligeiros. Com menos álcool. O segmento mais jovem quer bebidas mais frescas, menos pesadas. E nos clusters em que o consumo reduz, aponta a preocupação com a saúde como uma das principais variáveis.

Neste contexto, não basta apenas apelar à inquestionável característica saudável do consumo moderado – para a saúde física e mental das populações – que um dos pro-

dutores alimentares mais ancestrais da nossa dieta mediterrânea efetivamente representa. Para concluir, o setor tem de reequacionar práticas agrícolas e práticas enológicas, investir em diferentes tipos variedades, ou clones mais adequados e incorporar novos métodos de colheita e novas práticas de vinificação – para não mencionar outras variáveis –, as quais permitam realmente produzir vinhos para as novas tendências, num ecossistema incerto e ameaçado, mas com sustentabilidade económica, ambiental e social.

E ainda: velhos paradigmas das dinâmicas comerciais vão ter de ser reajustados, não só devido às novas preferências e aos mais recentes padrões de consumo, mas a fim de que a nossa indústria consiga enfrentar as ameaças de novos condicionalismos de mercado, oriundos de mais políticas restritivas, que alguns setores da sociedade, a nível europeu e nacional, estão a procurar implementar, a todo e qualquer custo.



**Bernardo Gouvêa**

Presidente do Conselho Diretivo do IVV, I.P.



LINHA IFAP TESOURARIA – SETOR VINÍCOLA

# Millennium bcp líder na Linha IFAP Setor Vinícola

Apoiando as cooperativas e empresas do setor vinícola, o Millennium bcp é o banco líder, com mais de 34%, na colocação de 100 milhões de euros na linha IFAP. Somos o Banco Oficial do melhor que se faz na Agricultura.

Fonte



IFAP | Instituto de Financiamento  
da Agricultura e Pescas, I.P.

Banco Comercial Português, S.A.

Millennium  
bcp Empresas

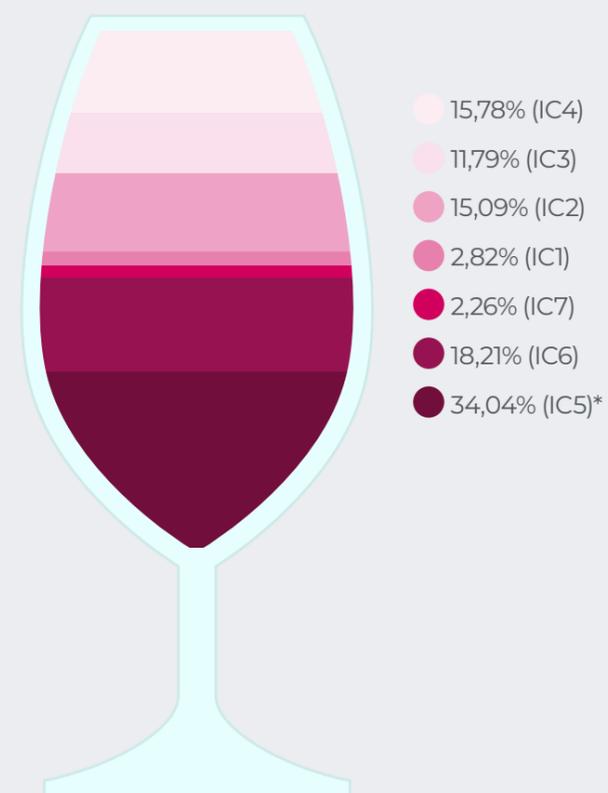
aqui consigo

# MBCP na frente

Clientes do Millennium bcp subscrevem mais de 34% da dotação e lideram a colocação de 100 milhões de euros na "Linha IFAP Tesouraria – Setor Vinícola"

Depois de liderarem na colocação da 'Linha de Tesouraria – Setor Agrícola II', que ocorreu no primeiro semestre de 2024, os Clientes do Millennium bcp voltaram, no último trimestre deste ano, a liderar a colocação de uma linha de crédito de 100 milhões de euros dedicada ao Setor Vinícola, com juros bonificados, para apoiar os produtores e fornecedores da uva adquirida ou a adquirir.

## Portaria n.º 221-A/2024/1 – Linha de Tesouraria – Setor Vinícola (22.11.2024)



IC – Instituição de crédito

\*IC5 – Millennium bcp

Fonte: IFAP, I.P <https://www.ifap.pt/portal/lcvinicola-calendario>

Esta medida foi desencadeada pelo Governo para a regulação do mercado de produção de vinho permitindo aliviar constrangimentos de tesouraria através de taxas de juro bonificadas assumidas pelo orçamento de estado. Esta medida é válida para empréstimos concedidos pelo prazo máximo de três anos e é dirigida às cooperativas e empresas do setor que se dedicam à transformação de uva para vinho.

A decisão do Ministério da Agricultura pretendeu responder à atual situação de desequilíbrio de mercado, criada pelo excesso de stocks de vinhos tintos em Portugal, tendo já sido implementadas um conjunto de outras medidas.

A elevada adesão a esta Linha ultrapassou significativamente o *plafond* de crédito fixado inicialmente, pelo que o Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas (IFAP) teve necessidade de ratear o total de 100 milhões de euros de crédito. Neste momento, as candidaturas estão encerradas junto do IFAP, mas a sua análise continua a decorrer, tendo a contratação das operações de ocorrer até ao final de dezembro de 2024.



**IFAP** | Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P.

LINHAS DE CRÉDITO IFAP CURTO PRAZO

# O Crédito de Campanha para a sua produção

Saiba mais em [millenniumbcp.pt](http://millenniumbcp.pt)  
Banco Comercial Português, S.A.

**Millennium**  
bcp Empresas  
aqui consigo

# Fundos Europeus

## “Volta Portugal 2030”, organizada pelo Millennium bcp, com etapa em Évora dedicada ao setor primário

Sob o mote “Investimento apoiado por Fundos Europeus”, a “Volta Portugal 2030”, organizada pelo Millennium bcp, concretizou a sétima Etapa em Évora, no Hotel Vila Galé.

Dedicado essencialmente ao setor primário, este evento de proximidade com empresários e com os principais *stakeholders* regionais, contou com a presença do

Presidente da Comissão Diretiva do PEPAC 2023-2027, Rogério Ferreira, que fez uma intervenção orientada para os principais apoios ao investimento na agricultura e alimentação.

António Maçanita, CEO da Fita Preta Vinhos S.A., e Francisco Canhoto, CFO da CARMIM – Cooperativa Agrícola de Reguengos de

Monsaraz CRL, fizeram uma exposição dos casos concretos das suas organizações para ilustrar exemplos bem-sucedidos no acesso aos apoios financeiros da União Europeia, aproveitando a oportunidade para desmistificar algumas notícias recentes sobre o setor do vinho.



**Rogério Ferreira**

Presidente da Comissão Diretiva do PEPAC



**António Maçanita**

CEO da Fita Preta Vinhos S.A.



**Francisco Canhoto**

CFO da CARMIM – Cooperativa Agrícola de Reguengos de Monsaraz CRL



## LEASING MOBILIÁRIO

**A economia Portuguesa conta consigo, saiba que pode contar connosco.**

**Leasing Equipamentos é no Millennium bcp.**

O investimento das PME's é a base de crescimento da economia nacional. E por esse motivo, queremos que saiba que dispomos das soluções adequadas à continuidade do negócio e incremento de competitividade.

O Leasing é uma excelente alternativa à aquisição de equipamentos necessários à atividade.

**Millennium**  
bcp Empresas

A informação contida nesta newsletter tem caráter meramente informativo e particular, sendo divulgada aos seus destinatários como mera ferramenta auxiliar, não devendo nem podendo desencadear ou justificar qualquer ação ou omissão, nem sustentar qualquer operação, nem ainda substituir qualquer julgamento próprio dos seus destinatários, sendo estes, por isso, inteiramente responsáveis pelos atos e omissões que pratiquem. Assim, e apesar de considerar que o conjunto de informações contidas nesta newsletter foi obtido junto de fontes consideradas fiáveis, nada obsta que aquelas possam, a qualquer momento e sem aviso prévio, ser alteradas pelo Banco Comercial Português, S.A. (“Millennium bcp”). As perspetivas e tendências indicadas nesta newsletter correspondem a declarações relativas ao futuro baseadas numa multiplicidade de pressupostos e, como tal, envolvem riscos, incertezas e outros fatores que poderão determinar que os resultados efetivos, desempenho ou a concretização de objetivos ou resultados do setor sejam substancialmente diferentes daqueles que resultam expressa ou tacitamente desta newsletter. Por conseguinte, não pode, nem deve, pois, o Millennium bcp garantir a exatidão, veracidade, validade e atualidade do conteúdo informativo que compõe esta newsletter, pelo que a mesma deverá ser sempre devidamente analisada, avaliada e atestada pelos respetivos destinatários. Neste sentido, o Millennium bcp não assume a responsabilidade por quaisquer eventuais danos ou prejuízos resultantes, direta ou indiretamente, da utilização da informação referida nesta newsletter, independentemente da forma ou natureza que possam vir a revestir. A reprodução desta newsletter não é permitida sem autorização prévia.

**Millennium**  
bcp Empresas

91 850 45 04 • 93 050 45 04 • 96 150 41 26 (chamada para rede móvel nacional) • + 351 21 004 24 24

(chamada para rede fixa nacional) • Atendimento personalizado disponível todos os dias das 08h às 22h, hora de Portugal Continental.

O custo das comunicações depende do tarifário acordado com o seu operador. Banco Comercial Português, S.A.; Sede: Praça D. João I, 28, 4000-295 Porto; Capital Social: 3.000.000.000 euros; Número único de matrícula e de identificação fiscal: 501525882 (Conservatória do Registo Comercial do Porto).