



Data: 31 de maio de 2013

Edição N.º 5/2013

EXPEDIÇÃO / EXPORTAÇÃO – JANEIRO A MARÇO 2013

O 1º trimestre de 2013 fecha com um saldo positivo (132 milhões euros) entre as exportações e importações apesar de registar uma diminuição de 1,4% face ao período homólogo de 2012.

Os meses de Janeiro e Fevereiro registaram aumento do valor exportado, mas em Março observou-se diminuição, que fez variar o valor acumulado no ano.

Ainda assim, no período em análise, as **exportações / expedições de vinho** (incluindo os vinhos licorosos) atingiram o valor de **153,7 milhões euros (+1,7%)** correspondentes a um volume de **725,9 mil hl (-8,4%)** a um preço médio de **2,12 €/litro** que regista um acréscimo de 11%, causado mais pelo aumento do valor exportado para os países terceiros (+4%) do que para a U.E. (0,2%)

A **Europa Comunitária** manteve-se como destino principal em volume (58%) e em valor (59%), com os produtos acondicionados em capacidades inferiores a 2 litros a representarem **87,5 %** do valor expedido. Em valor, os **Países Terceiros** representam 41%, com 63,6 milhões euros exportados, dos quais 46,6 milhões euros (73%) de vinhos DOP, IGP, Porto e Madeira.

Ao nível dos mercados o **principal destaque vai para a Polónia** que aumenta substancialmente em valor e volume e com crescimento de 10% no preço médio.

Também os **EUA importaram mais vinhos nacionais**, em volume (+21%) e valor (+17%), mas à custa de um preço médio que baixa 3,9%. Este comportamento **também ocorreu no mercado da Alemanha** mas com queda mais ligeira de preço médio (-2,1%) e no **Canadá**, onde o preço médio variou -3,2%.

A **China** registou um ligeiro crescimento em volume (+2,7%), mas com um preço médio a subir 59,2% devido ao aumento das exportações de Porto, levando a um acréscimo de 63,5% do valor. Para o **Brasil, Suíça e Bélgica** as **exportações diminuíram em volume e valor**, quase da mesma forma, não havendo variações expressivas ao nível do preço médio.

Jan - Mar 2013

-8,4%; volume

Diminuição de 66.333 hl dos quais 90% em Angola e França.

+1,7%; valor

Subida de 2,6 milhões € assente nos EUA, Alemanha, China e Polónia

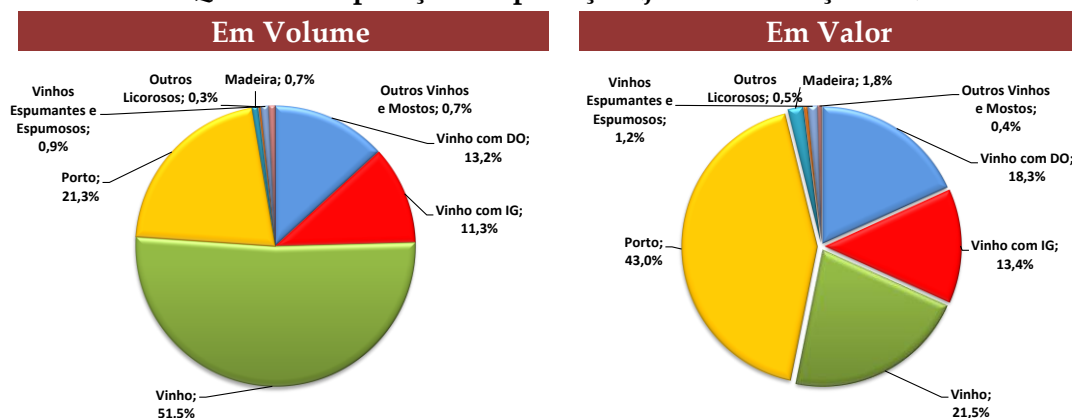
11%; preço médio

Crescimento para 2,12 €/lt

Polónia

Mercado com maior crescimento em volume e valor

Quota de Expedição / Exportação (janeiro – março 2013)

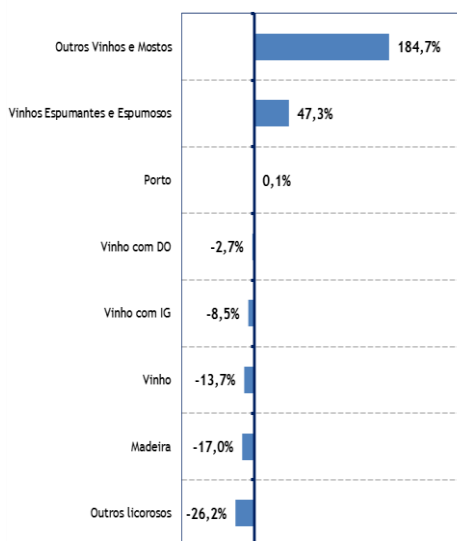


Janeiro a Março 2013 vs Período Homólogo de 2012

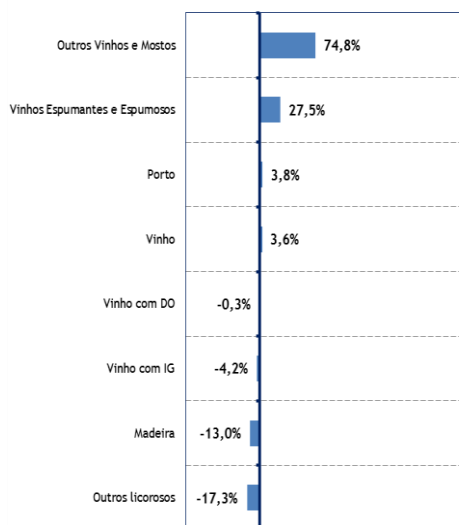
TODOS OS PRODUTOS

Variação das expedições/exportações por produto (em %)

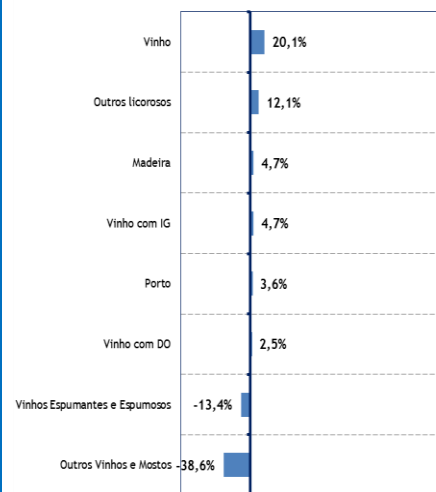
VOLUME => -8,4%



VALOR => +1,7%



PREÇO MÉDIO => +11,0%



- “Vinhos espumantes e espumosos” e “Outros Vinhos e mostos” com variação elevada, mas com um peso de apenas 1,6% no volume total exportado.
- “Vinhos com DO” com crescimento assente nos EUA, Polónia e também China, mas que foi absorvido pela quebra em Angola, França, Suíça, Brasil e Suécia.
- “Vinhos com IG”, aumentaram com maior dimensão na Noruega, Canadá e Polónia, mas as quebras para Angola, França, Suécia, Alemanha e Macau empurraram para um saldo negativo.
- “Vinho” cresce na Alemanha, Suécia e Polónia, com quebras maiores em Angola e França, e também Espanha, Moçambique e Reino Unido.

- “Vinhos espumantes e espumosos” e “Outros Vinhos e mostos” com variação elevada, mas com um peso de apenas 1,6% no valor total exportado.
- “Vinho” com ganhos de valor mais elevado na Alemanha e Suécia, que compensam quebra nos mercados do Reino Unido e Moçambique.
- “Vinho com DO” com perdas de valor mais expressivas em França, Brasil e Macau, que foram quase totalmente compensadas com crescimentos nos EUA, Polónia e Dinamarca.
- “Vinho com IG” arrastado para valor negativo pelo menor valor na Suécia, Alemanha e Macau, apesar do crescimento no Canadá, Polónia e também Noruega.

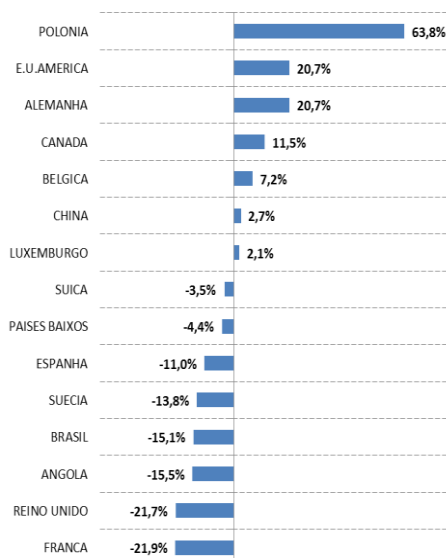
- “Vinho” com as principais variações positivas nos mercados de África – todavia tem um preço médio ainda baixo – e também para a Finlândia. Pelo lado contrário – a diminuir – os mercados da Dinamarca, Itália, Bélgica, EUA e Polónia.
- “Vinho com IG” com baixa de preço mais significativa na Suécia, China, Macau, Cabo Verde e Hong Kong, compensada por preços crescentes na generalidade dos restantes mercados, sendo os de maior expressão Angola, EUA, Brasil, Suécia e Polónia.
- “Vinho com DO” regista variações mais positivas nos mercados U.E. de Bélgica, Suécia, R. Unido, Polónia e Dinamarca e Angola e Noruega nos países terceiros, com as variações negativas mais importantes nos EUA, China e Macau.

TODOS OS PRODUTOS

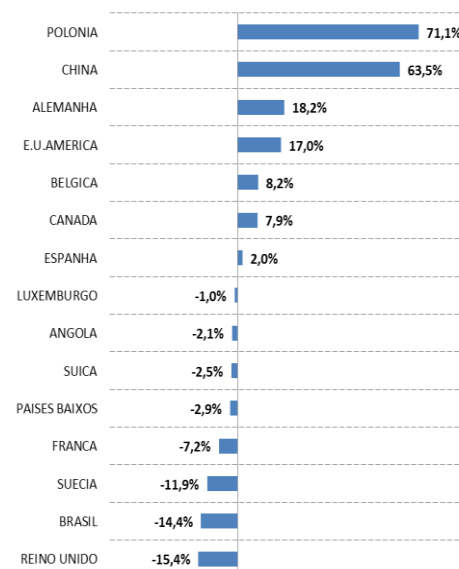
Variação das expedições/exportações por mercado (em %)

TOP 15 do 1º Trimestre de 2013 (em valor) = 87,4% do total

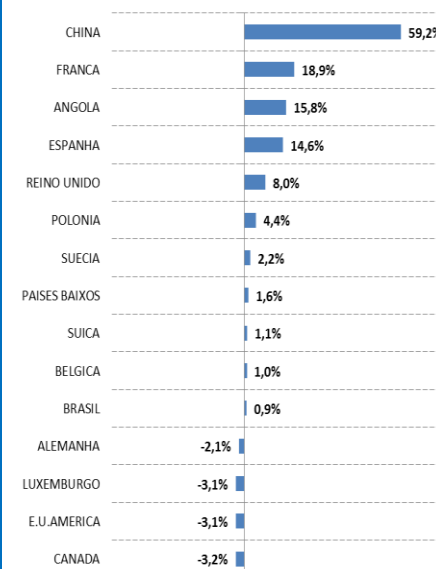
VOLUME => -8,4%



VALOR => +1,7%



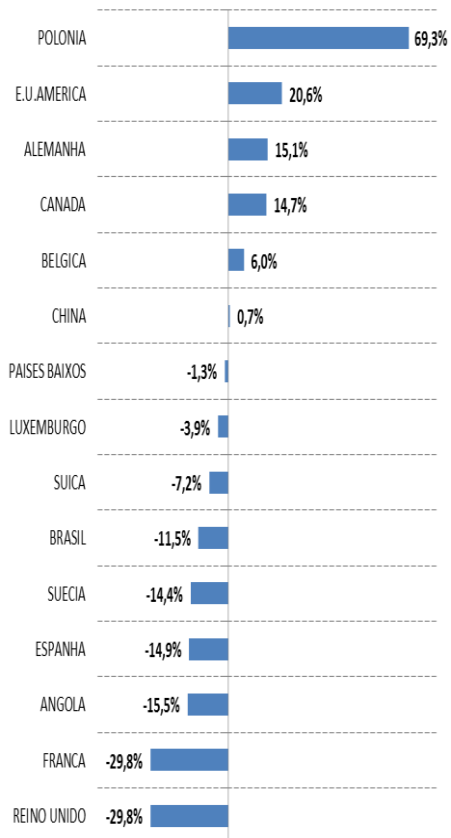
PREÇO MÉDIO => +11,0%



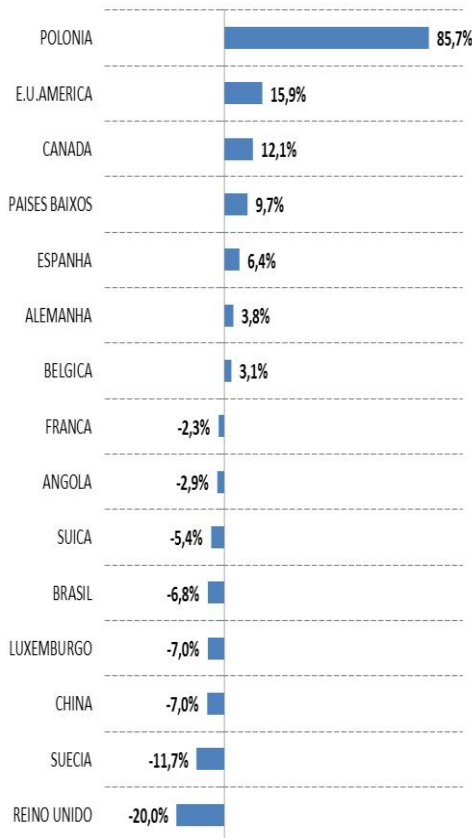
DOP+IGP+VINHO

Variação das expedições/exportações por mercado (em %)
TOP 15 do 1º Trimestre de 2013 (em valor) = 85,0% dos DOP/IGP/Vinho

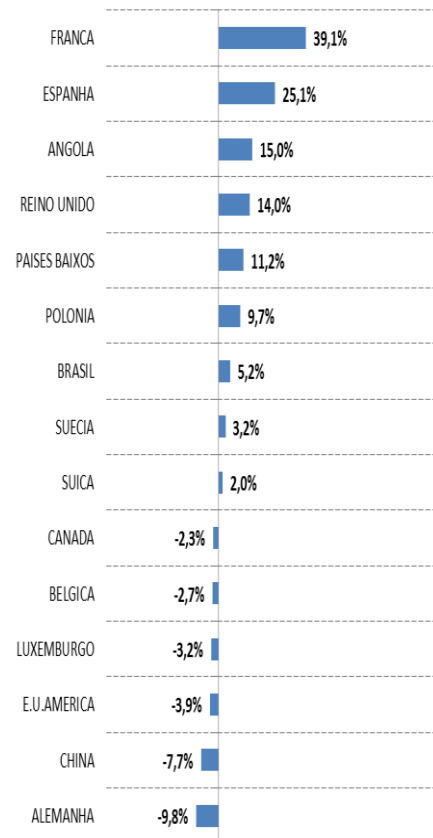
VOLUME => -11,2%



VALOR => +0,2%



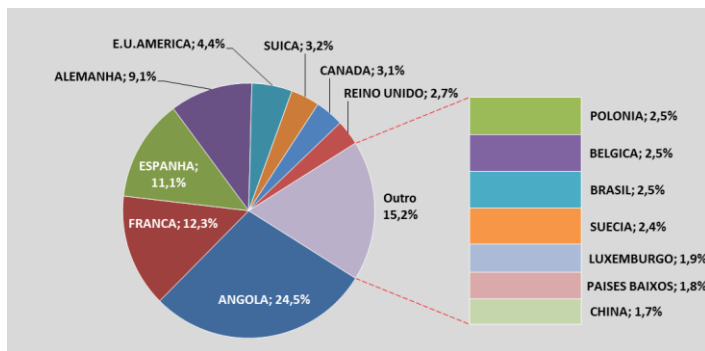
PREÇO MÉDIO => +12,9%



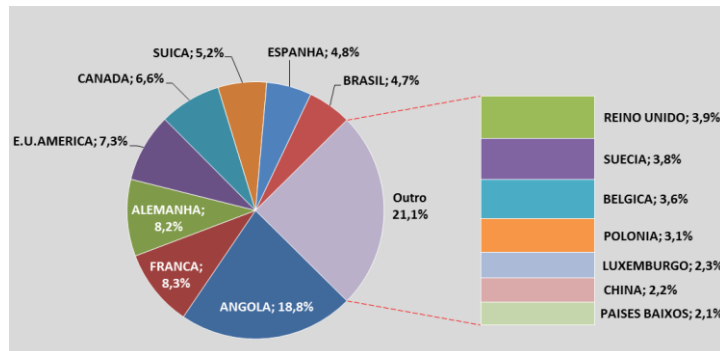
DOP+IGP+VINHO

Peso dos principais mercados (Mar'2013)

Em VOLUME



Em Valor



Para mais informação relativa às expedições/exportações de vinho consulte

www.ivv.min-agricultura.pt