



## OPINIÃO

# Vinho: Internacionalizar ... Mas como?

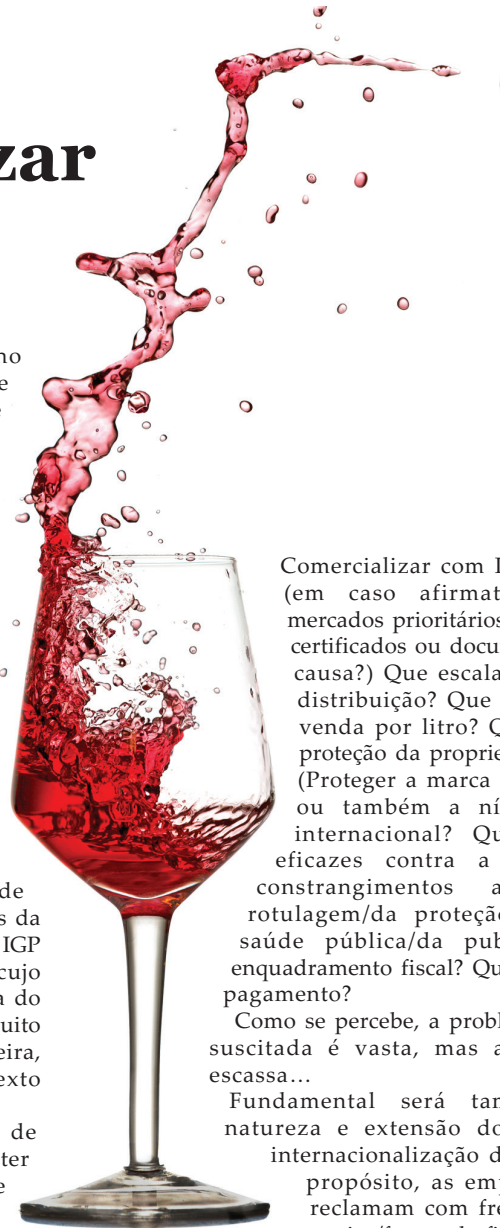
É cada vez mais comum ouvir-se que o vinho português está a crescer fora de portas. Nem sempre a perceção é acompanhada pela realidade, mas, neste caso, os números confirmam: de acordo com os dados estatísticos disponíveis, a balança comercial portuguesa do setor tem um saldo francamente positivo e em crescendo. Segundo o IVV, comparados os períodos entre dezembro de 2016 e novembro de 2017 e entre dezembro de 2017 e novembro de 2018, constata-se que as exportações de vinho aumentaram 3,8%, sendo que de acordo com a ViniPortugal ascendem a um valor anual de 830 milhões de euros, num crescimento 6,5% superior ao ano anterior. Ainda com fonte no IVV, o saldo da balança comercial cresceu positivamente mais 1,2%. Atenta a importância do setor para a economia portuguesa, esta tendência representa uma excelente notícia e, por essa razão, um indicador a manter e a melhorar tanto quanto possível.

São conhecidos os desejos e os projetos de internacionalização de vários operadores económicos da fileira do vinho e, em especial, do vinho sem DOP ou IGP (anteriormente denominado de vinho de mesa), cujo sucesso permite aumentar a diversificação da oferta do vinho português disponível no estrangeiro, ainda muito dominada pelo vinho do Porto e pelo Vinho Madeira, casos reconhecidos de merecida glória no contexto internacional.

É na concretização destes objetivos de internacionalização que o Estado regulador pode ter uma palavra a dizer, em diferentes níveis de intervenção.

Desde logo importa que, dentro da sua margem de iniciativa legislativa (sabendo-se, que muito do que se legisla para o vinho em Portugal resulta de normas da UE) tão mais fácil será o crescimento interno e externo de uma empresa do setor quanto mais clara e eficiente for a legislação que regula o mesmo. De pouco serve uma regulação que pretende ser exaustiva, protegendo, e bem, a saúde dos consumidores ou o seu direito à informação, mas cuja tradução económica dos resultados claudica, impedindo, assim, o crescimento do setor dentro e fora de Portugal, afastando a internacionalização e desmotivando potenciais novos investidores, nacionais ou internacionais.

Por outro lado, urge apoiar/encaminhar quem se quer internacionalizar a obter respostas a dúvidas práticas que se levantam. Por exemplo: que tipo de produto? (Vinho? Vinho licoroso? Vinho fortificado? Aguardente? Alavancagem para azeite/produtos estéticos/enoturismo?) Vinho massificado ou de nicho?



Comercializar com Países terceiros? (em caso afirmativo, quais os mercados prioritários? E que direitos, certificados ou documentos estão em causa?) Que escala na produção e distribuição? Que preço médio de venda por litro? Que extensão de proteção da propriedade industrial? (Proteger a marca a nível nacional ou também a nível europeu e internacional? Que mecanismos eficazes contra a fraude?) Que constrangimentos ao nível da rotulagem/da proteção ambiental/da saúde pública/da publicidade? Que enquadramento fiscal? Quais os prazos de pagamento?

Como se percebe, a problematização aqui suscitada é vasta, mas ainda peca por escassa...

Fundamental será também o tipo, natureza e extensão dos incentivos à internacionalização da fileira. A este propósito, as empresas do setor reclamam com frequência que os apoios/fontes de financiamento não

têm em consideração as especificidades da internacionalização: surge a necessidade de ações de promoção mais longas e prazos muito curtos face ao tempo que a introdução num mercado estrangeiro requer. A isto acresce a complexidade e demora nos processos de atribuição de subsídios, que urge mitigar, uma vez que, não raramente, acaba por representar uma baixa taxa efetiva de incentivo.

O cenário ainda se apresenta complexo e potencialmente excludente. Todavia, a progressão que a perceção confirma e os números não desmentem permitem encarar com otimismo e esperança renovada o futuro da internacionalização dos vinhos portugueses.

**Autores:**

Alexandre Miguel Mestre, *of counsel*, e Ana Simões Ferreira, associada, da Abreu Advogados