



## “Mercados da Cortiça”



APFC – Associação de Produtores Florestais de Coruche  
27 . 03 . 2015

2

# Mercado do Vinho



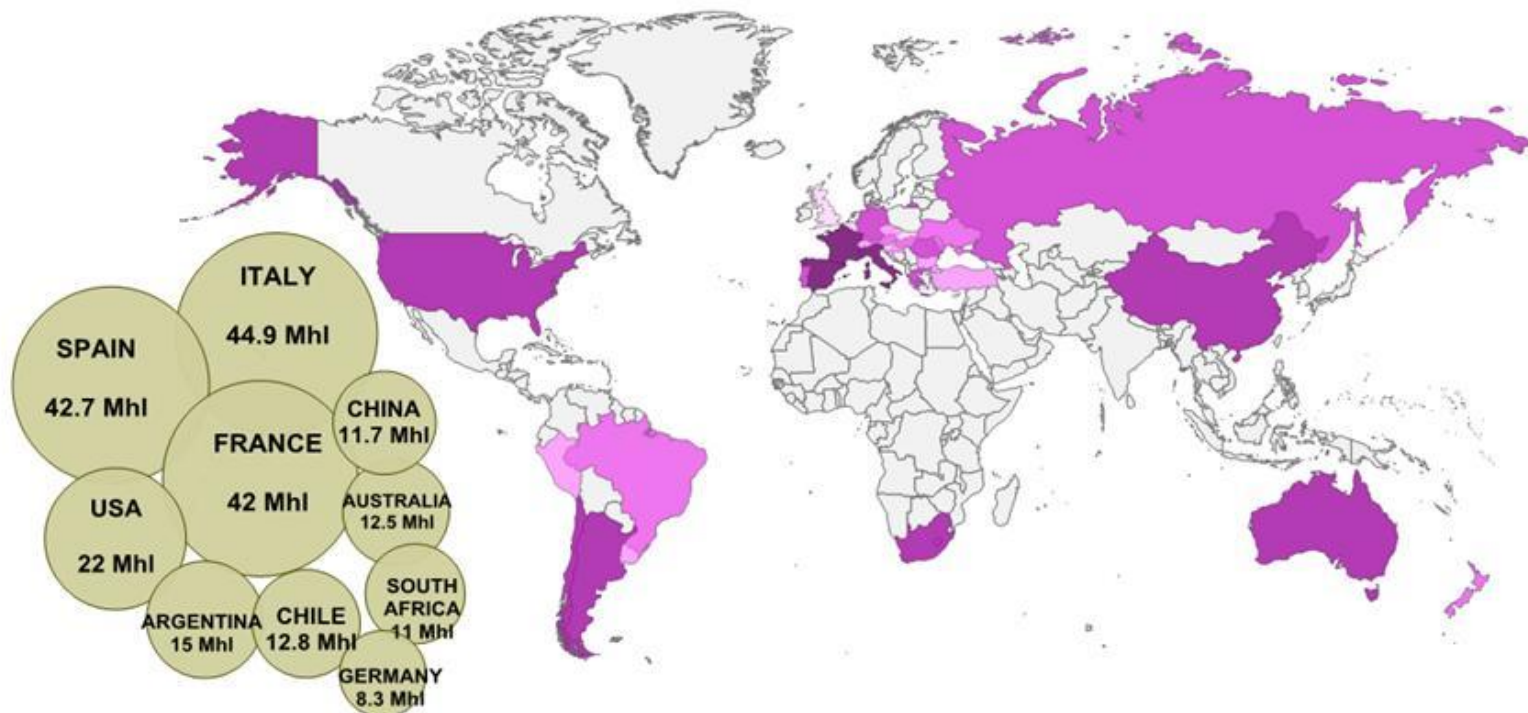
APFC – Associação dos Produtores Florestais de Coruche

# Contexto Mundial do Vinho

- O setor do vinho recupera o seu equilíbrio em 2013:
  - Produção mundial de vinho alcança 276,6 Mhl vinificados (aumento de mais de 21,8 Mhl comparativamente à produção de 2012).
  - Itália, Espanha e França representam 47 % da produção mundial de vinho
  - 238,7 Mhl de vinho consumidos em 2013 (86,3% da produção mundial)

# Contexto Mundial do Vinho

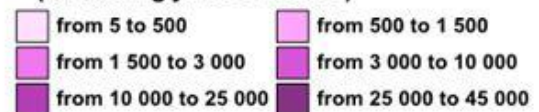
## WORLD PRODUCTION OF WINE IN 2013



2013 world wine production 276.6 Mhl  
+8.5% over the low 2012 production

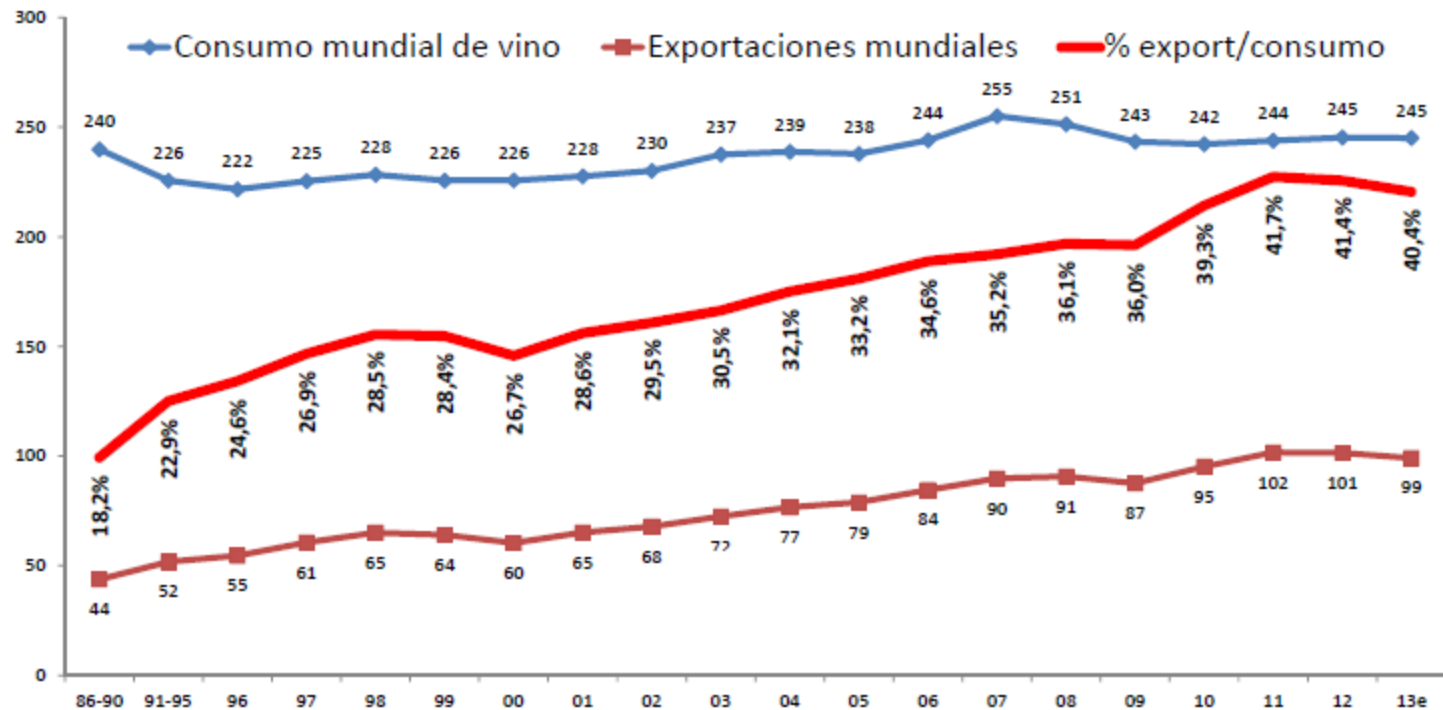
Record production level in Spain, South Africa,  
Chile and New Zeland.

Wine production in 1000 hl  
(excluding juice & musts)



# Contexto Mundial do Vinho

Redução ligeira  
do rácio vinho  
produzido/vinho  
consumido



6

# Campanha Cortiça 2014



APFC – Associação dos Produtores Florestais de Coruche

# Resultados Inquéritos 2014

7

- 129 inquéritos respondidos (147 ano passado)
- Respostas provenientes de 28 concelhos
- Quantidade média de cortiça vendida por inquérito:
  - 8.769 @ (2013 foi de 7.902 @)
- Quantidade total de cortiça vendida:
  - 1.131.253@ (2013 foi de 1.161.564 @)
- 95% dos produtores extraiu por conta própria

# Certificação Florestal

8

<b>OPF</b>	<b>FSC</b>	<b>PEFC</b>
<b>APFC</b>	193.600 @	n.a.
<b>ACHAR</b>	22.470 @	0 @
<b>AFLOBEI</b>	29.385 @	0 @
<b>ANSUB</b>	124.500 @	n.a.
<b>AFLOSOR</b>	40.969 @	n.a.
<b>TOTAL</b>	<b>410.924 @</b>	<b>0 @</b>



# Resultados

9

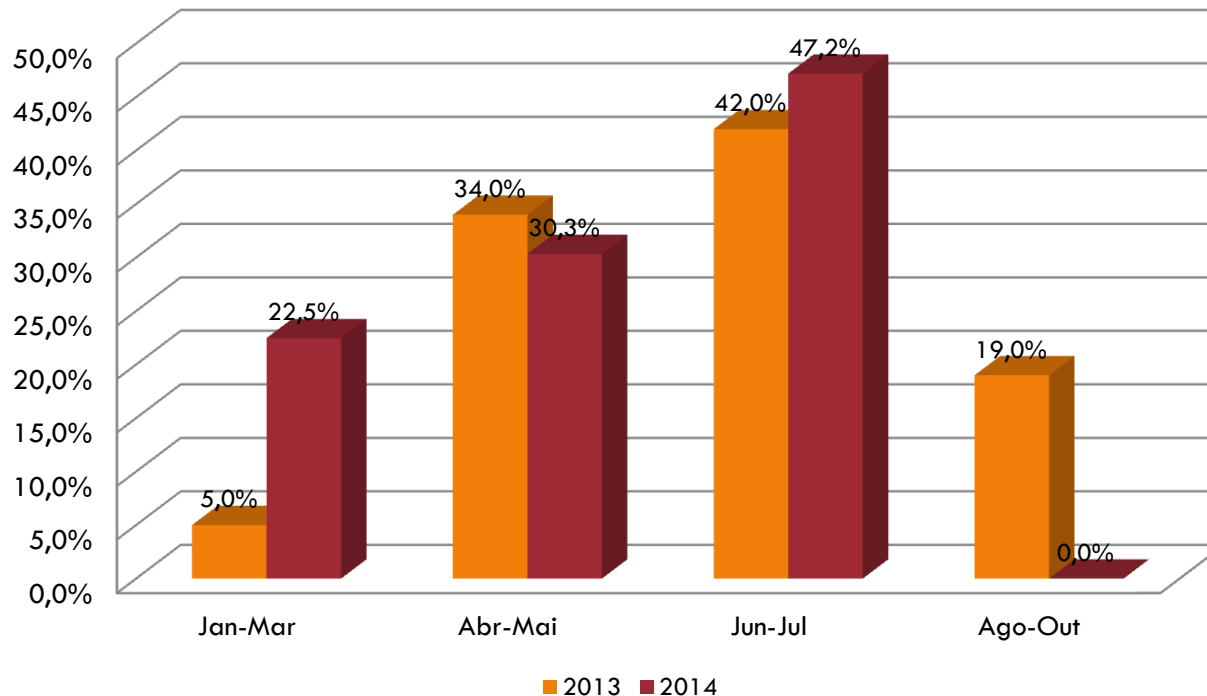
## □ Distribuição cortiça transacionada por NUT III:

NUTS III	Quantidade de Cortiça Transacionada (%)	Área de Sobreiro (ha)
Alto Alentejo	20,2%	116.501
Alentejo Central	32,4%	164.110
Alentejo Litoral	19,0%	141.373
Lezíria do Tejo	22,9%	103.564
Península de Setúbal	2,0%	21.714

# Resultados

10

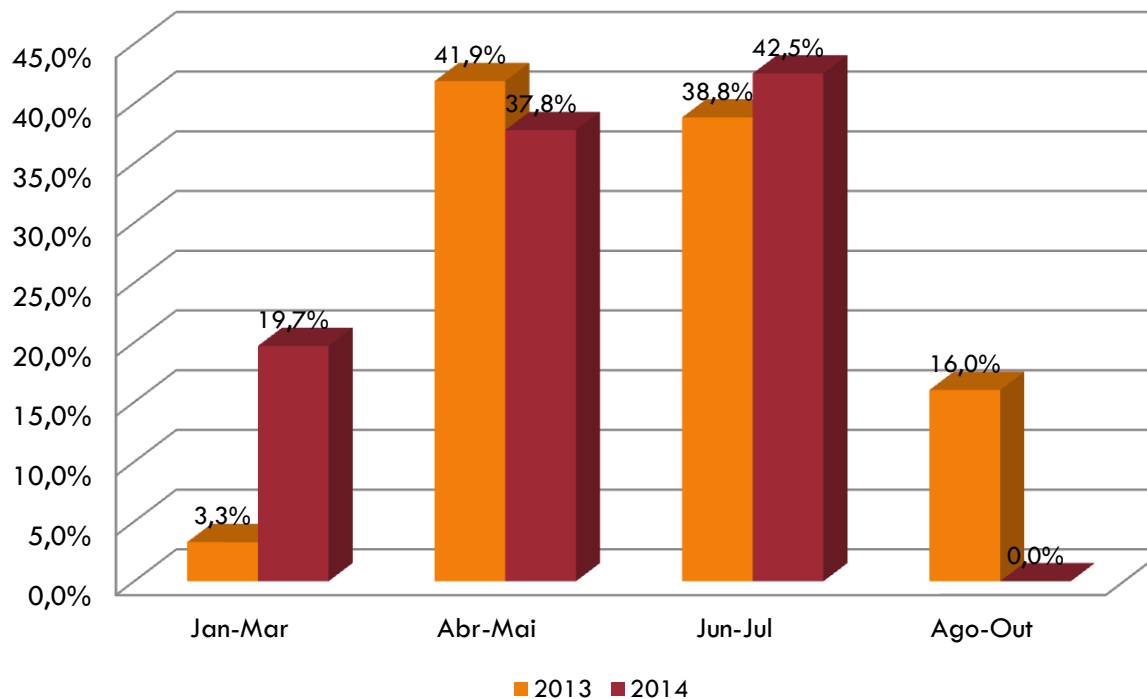
- Evolução do N° de vendas de cortiça ao longo da campanha



# Resultados

11

## □ Evolução da quantidade de cortiça vendida



# Resultados

12

## □ Forma de comercialização:

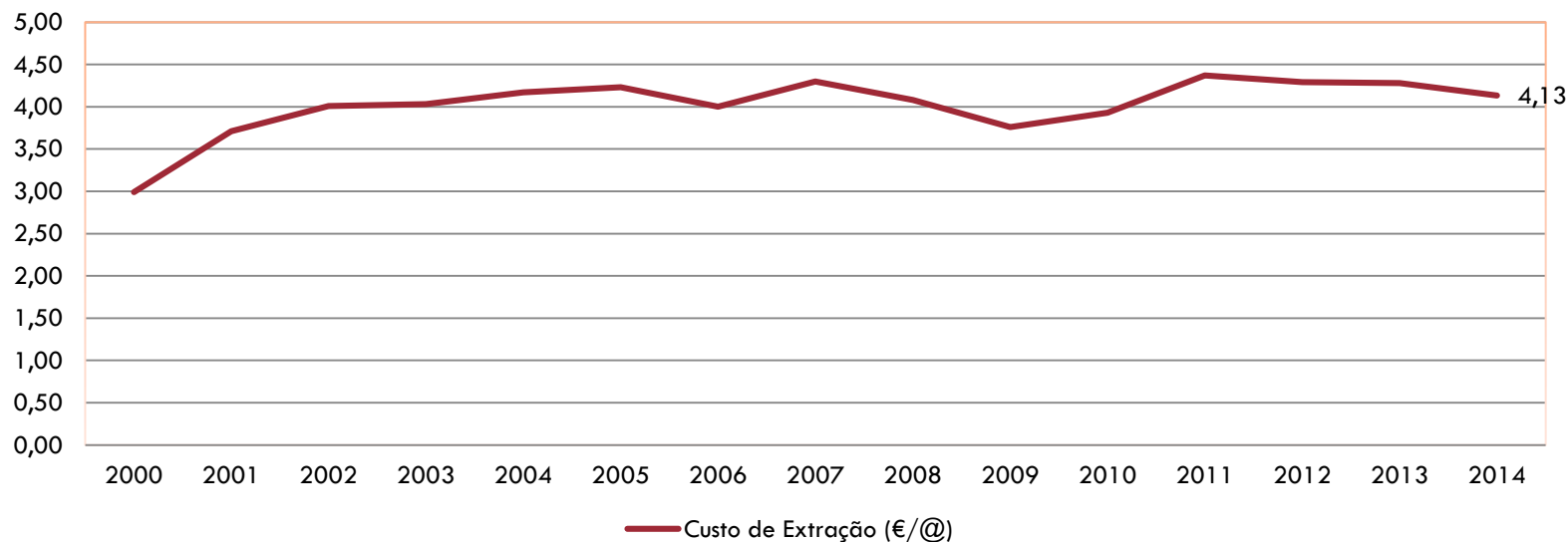
Forma de Comercialização	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Carregamento</b> (não empilhada mas pesada)	22,5%	24,4%	37,0%	28,1%	33,0%	39,1%
<b>Cubicagem</b> (empilhada e cubicada)	17,5%	14,6%	5,6%	8,3%	9,7%	19,5%
<b>Pesagem</b> (empilhada e pesada)	60%	61,0%	57,4%	63,5%	56,3%	40,2%

# Resultados

13

## □ Custo de Extração

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Custo de Extração (€/@)</b>	3,76 €	3,93 €	4,37 €	4,29 €	4,28 €	4,13 €



# Resultados

14

- Preço médio de venda:
  - ▣ Preço médio de venda de 28,16€
  - ▣ Aumento de 7% em 2014 (face a 2013)
  - ▣ Recuperação de 19% face a 2009
  - ▣ Recuperação inexistente face a 2008 (32,84€/@)

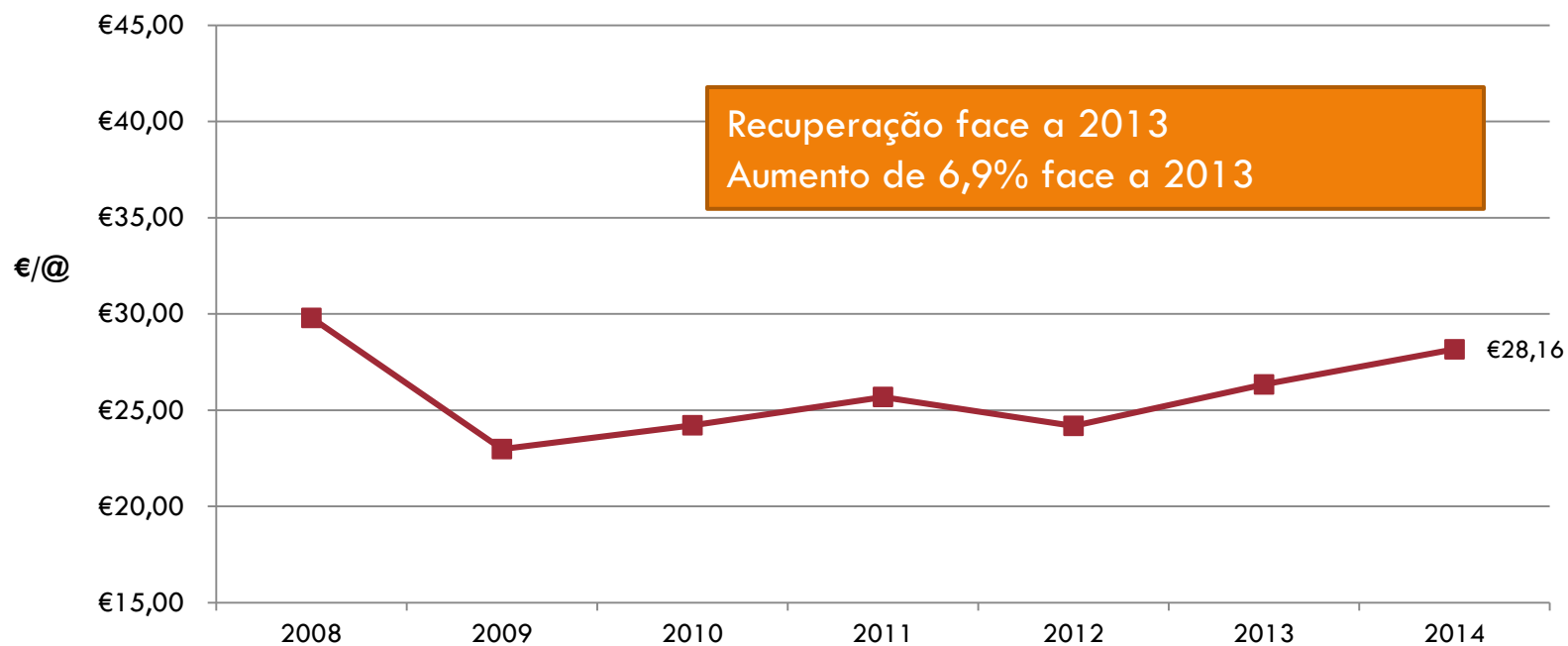
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Preço médio de venda (€/@)</b>	23,68 €	24,36 €	25,77 €	24,19 €	26,34 €	28,16 €

# Resultados

15

## □ Evolução do preço (Fonte UNAC)

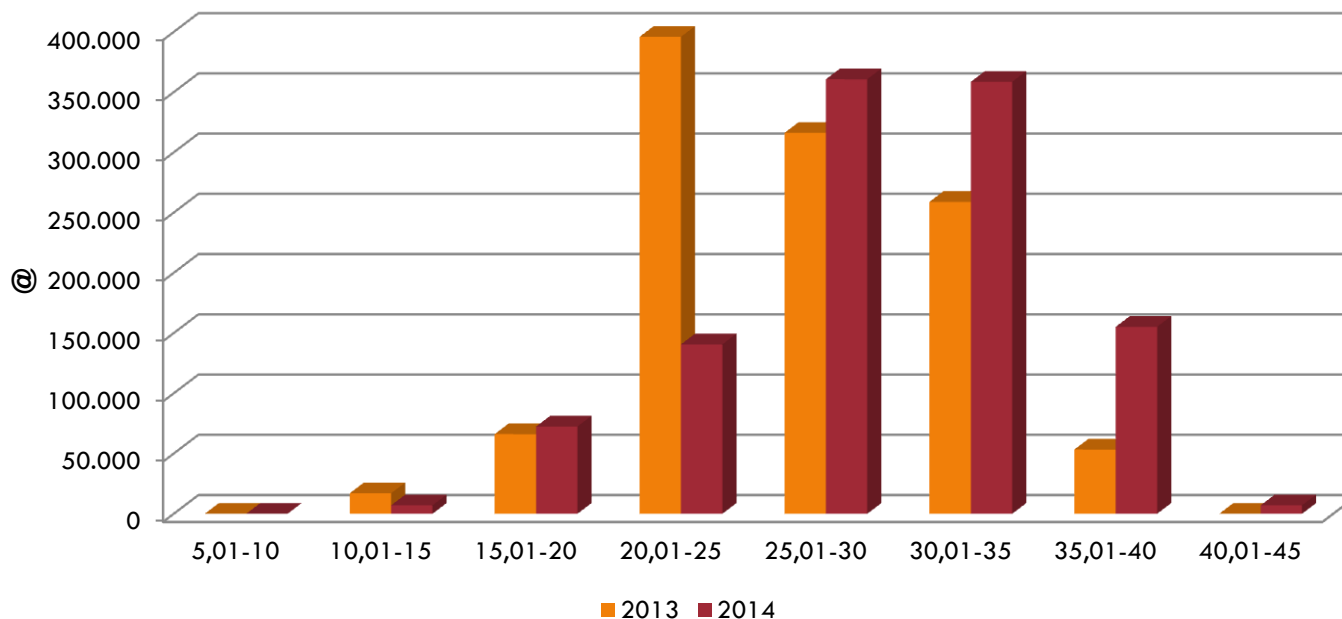
Preço médio €/ @ na Pilha



# Resultados

16

- Cortiça vendida por classes de preços:
  - ▣ 80,0% da cortiça vendida acima dos 25,01 €/@
  - ▣ 7,2% da cortiça vendida abaixo dos 20,00 €/@

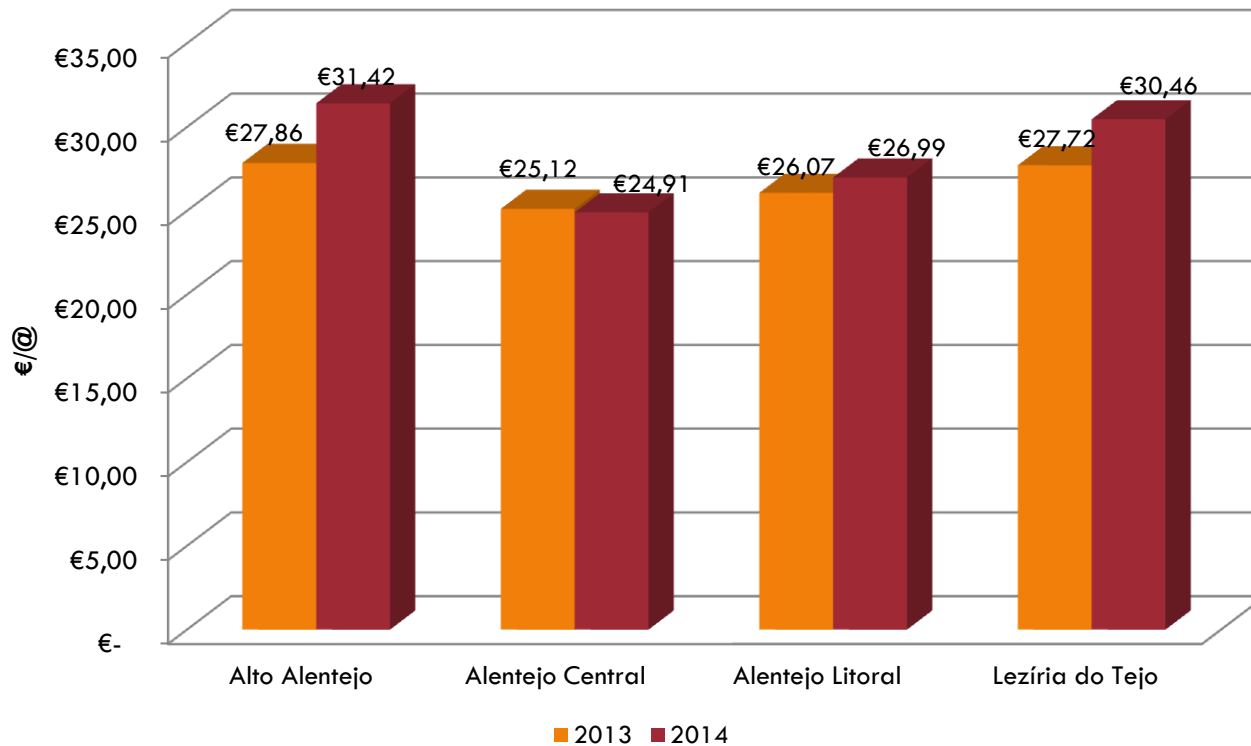




# Resultados

17

## □ Preço médio da cortiça vendida por NUT III



# Conclusões

18

## □ Positivo

- Vendas mais cedo e mais operadores no mercado
- 80% vendida > 25 €/@ e 60 % a mais de 30 €/@
- Manutenção do preço médio extracção

## □ Menos Positivo

- Efeitos na saúde financeira da industria
- “Más extracções”

# Perspetivas para a Campanha de Extração de 2015

# Enquadramento

20

- Mercado do vinho estável
- Bom sentimento na indústria, pequeno crescimento global mas potencial de crescimento interno para operadores de qualidade
- Aprovisionamento de matéria-prima na industria
  - ▣ Boa procura de cheio e refugo
  - ▣ Menor procura de delgados
- Stock residual de cortiça por vender na produção
- Dimensão potencial da campanha de 2015 superior a 2014

# Notas Finais

21

- Não devemos esquecer as realidades que nos tem possibilitado manter alguma pressão sobre a indústria
  1. Conhecer a qualidade do produto que vendemos
  2. Clarificar os parâmetros de transação
  3. Não extrair sem ter a cortiça vendida
- Importância da rolha natural na rentabilidade da fileira
- Importância da produção na rentabilidade dos montados