



“Mercados da Cortiça”



APFC

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

Mercado do Vinho

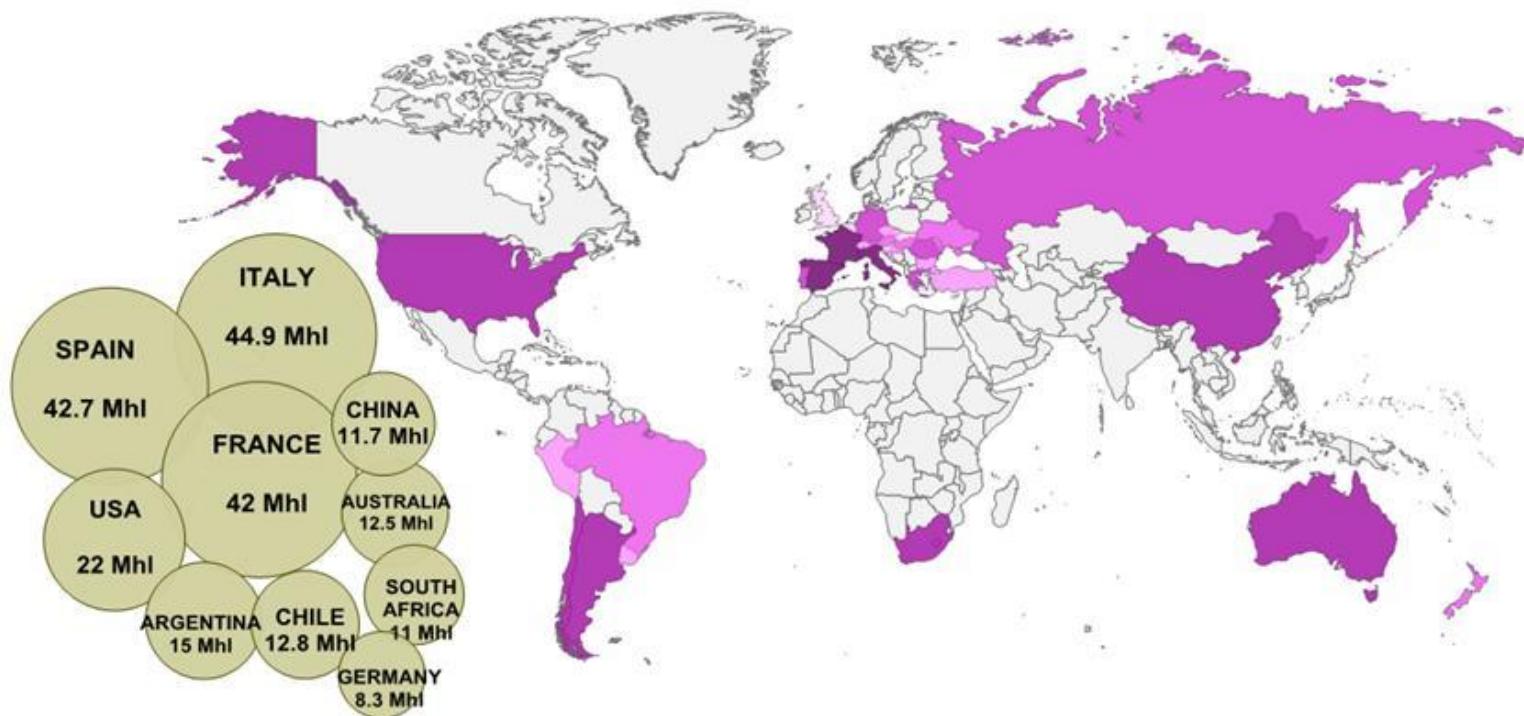


Contexto Mundial do Vinho

- 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

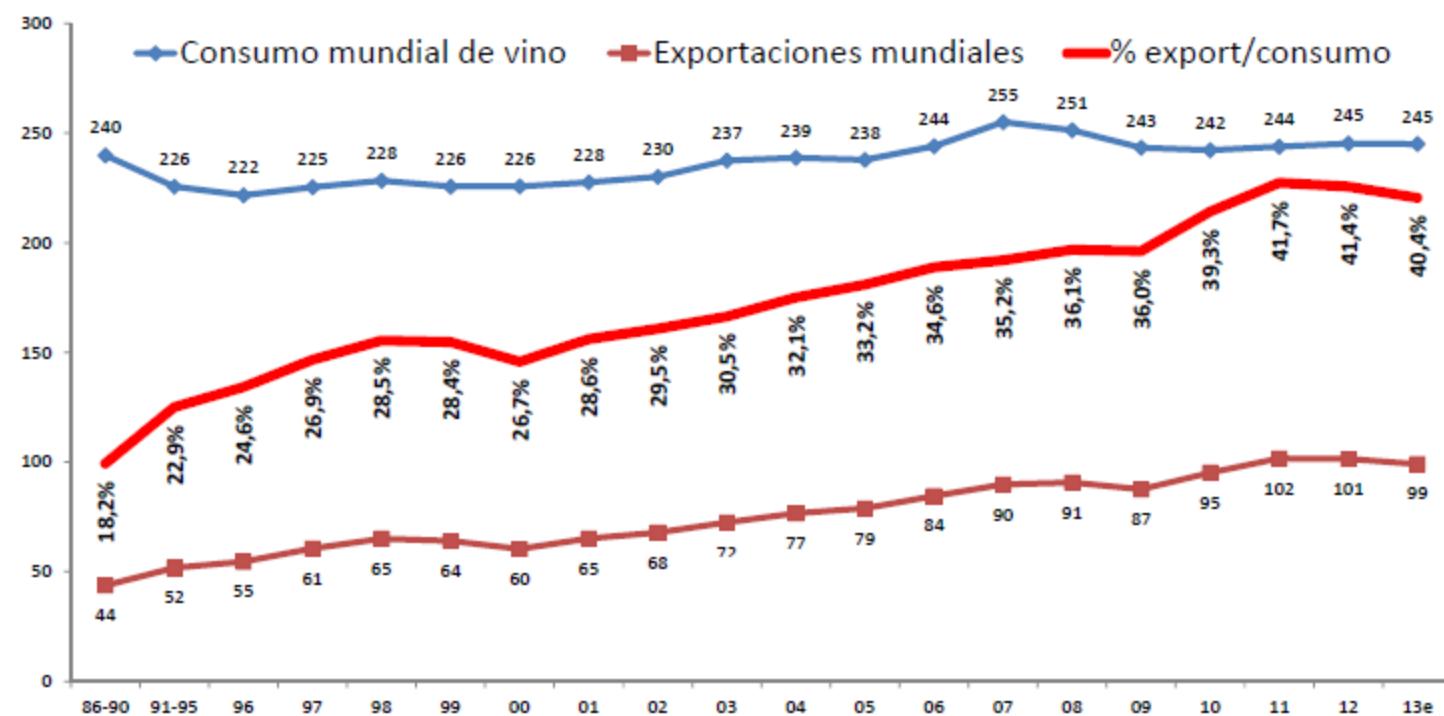
Record production level in Spain, South Africa,
Chile and New Zealand.

Wine production in 1000 hl
(excluding juice & musts)

from 5 to 500	from 500 to 1 500
from 1 500 to 3 000	from 3 000 to 10 000
from 10 000 to 25 000	from 25 000 to 45 000

Contexto Mundial do Vinho

Redução ligeira
do rácio vinho
produzido/vinho
consumido



Campanha Cortiça 2014



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

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

Resultados

9

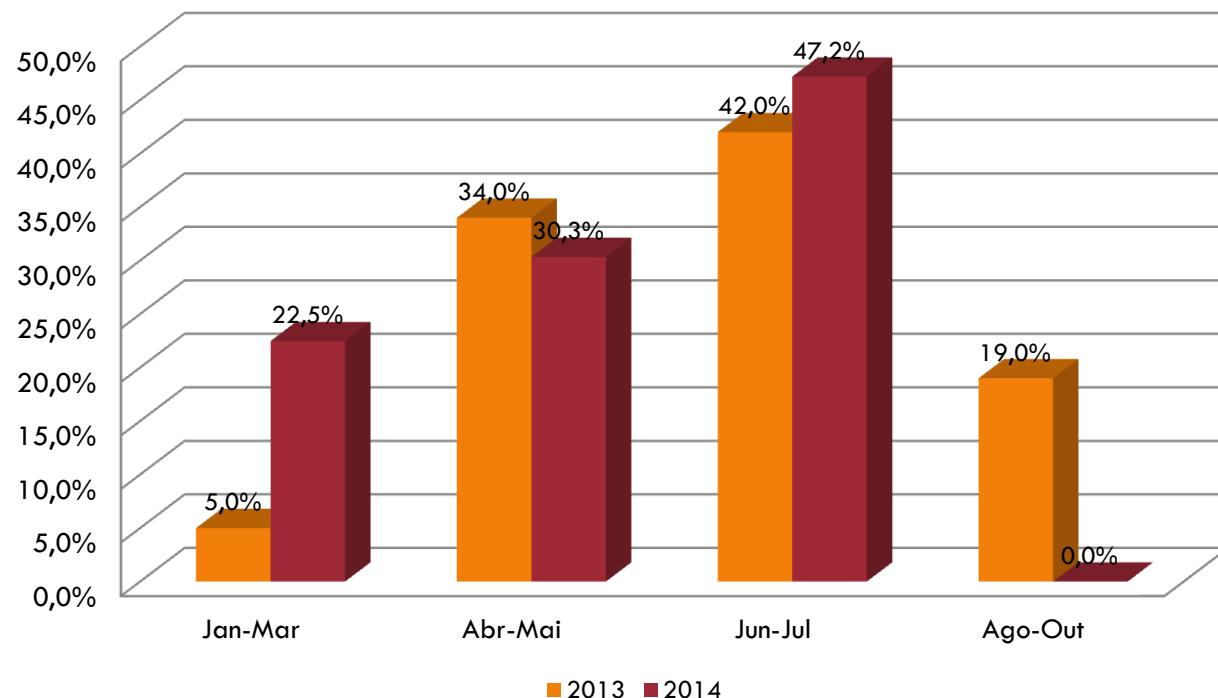
□ Distribuição cortiça transacionada por NUT III:

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

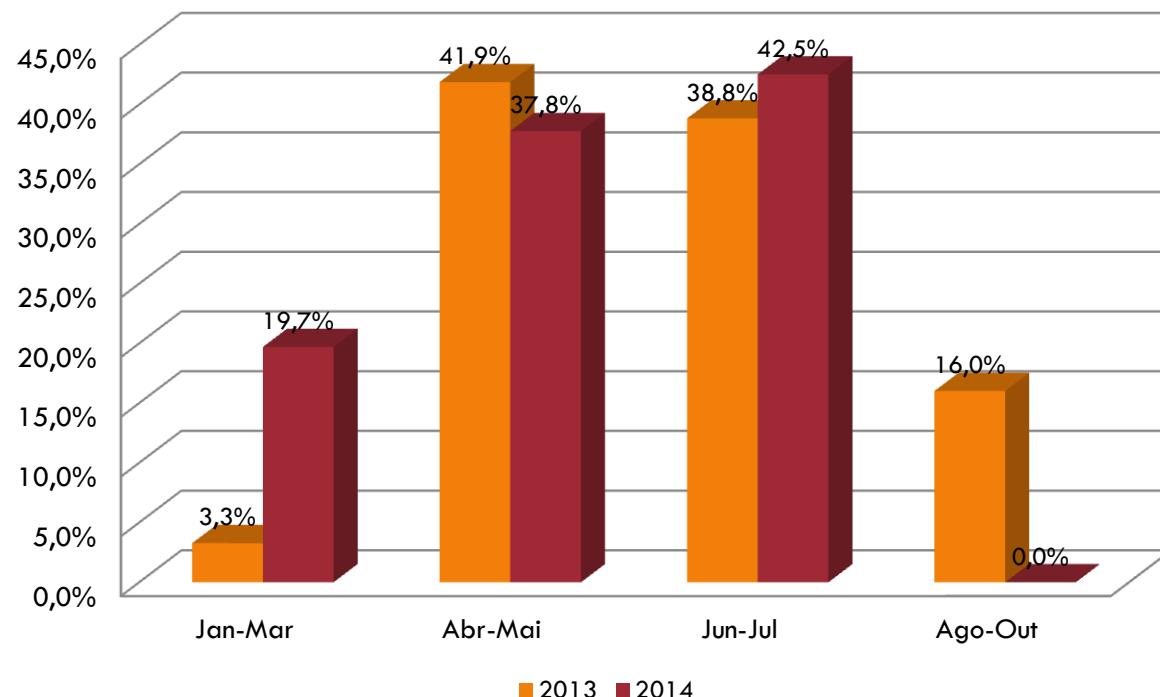
☐ Evolução do N° de vendas de cortiça ao longo da campanha



Resultados

11

□ Evolução da quantidade de cortiça vendida



Resultados

12

□ Forma de comercialização:

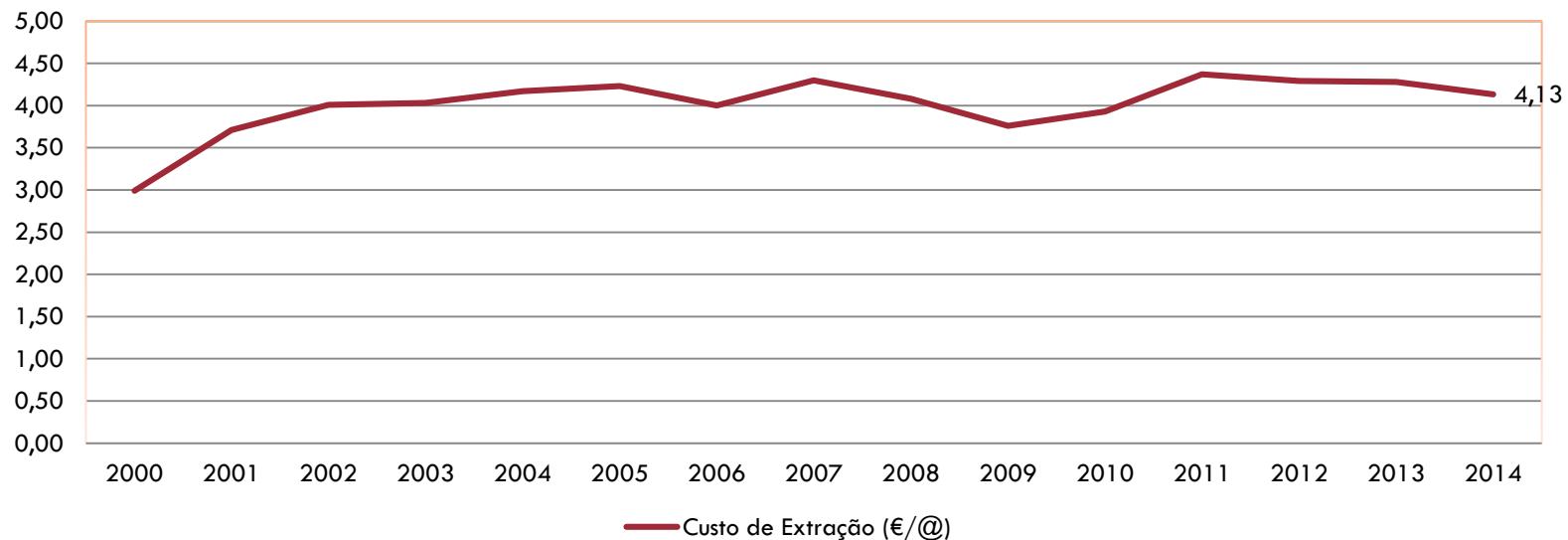
Forma de Comercialização	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Carregamento (não empilhada mas pesada)	22,5%	24,4%	37,0%	28,1%	33,0%	39,1%
Cubicagem (empilhada e cubicada)	17,5%	14,6%	5,6%	8,3%	9,7%	19,5%
Pesagem (empilhada e pesada)	60%	61,0%	57,4%	63,5%	56,3%	40,2%

Resultados

13

□ Custo de Extração

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Custo de Extração (€/@)	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€/@)

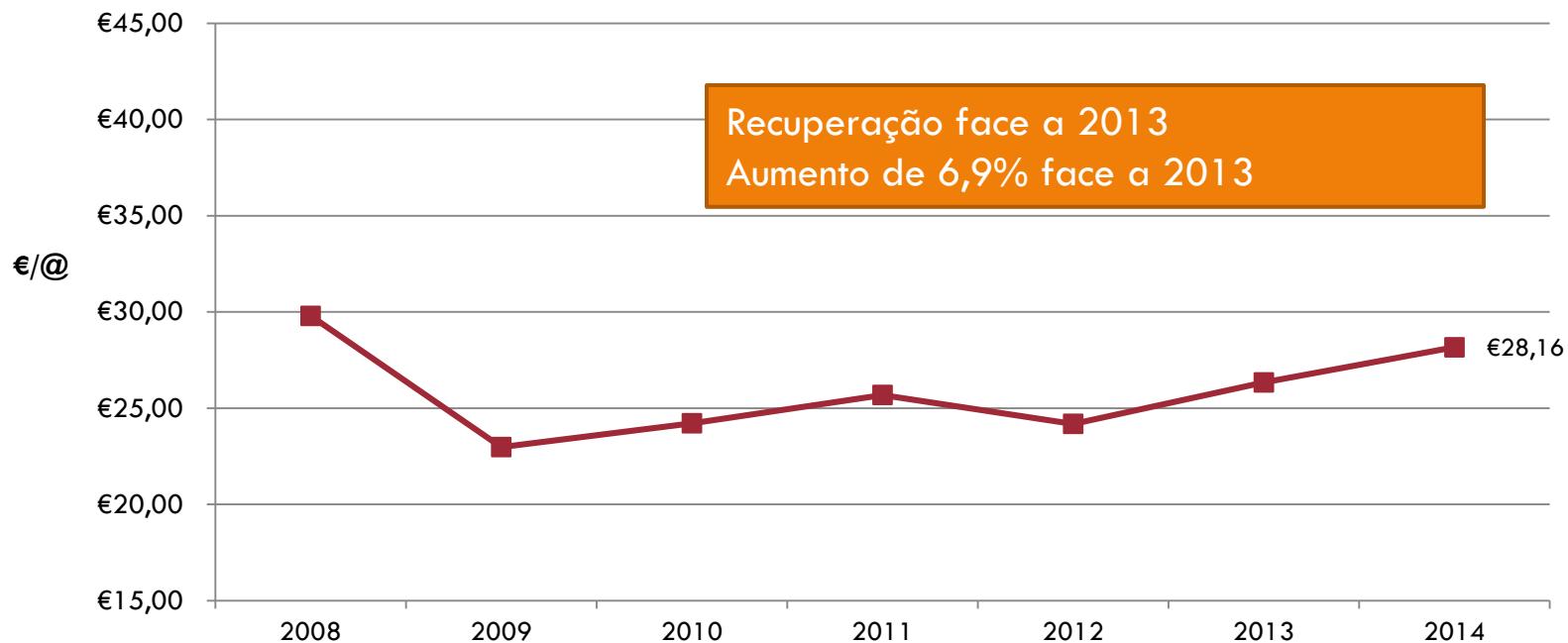
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Preço médio de venda (€/@)	23,68 €	24,36 €	25,77 €	24,19 €	26,34 €	28,16 €

Resultados

15

☐ Evolução do preço (Fonte UNAC)

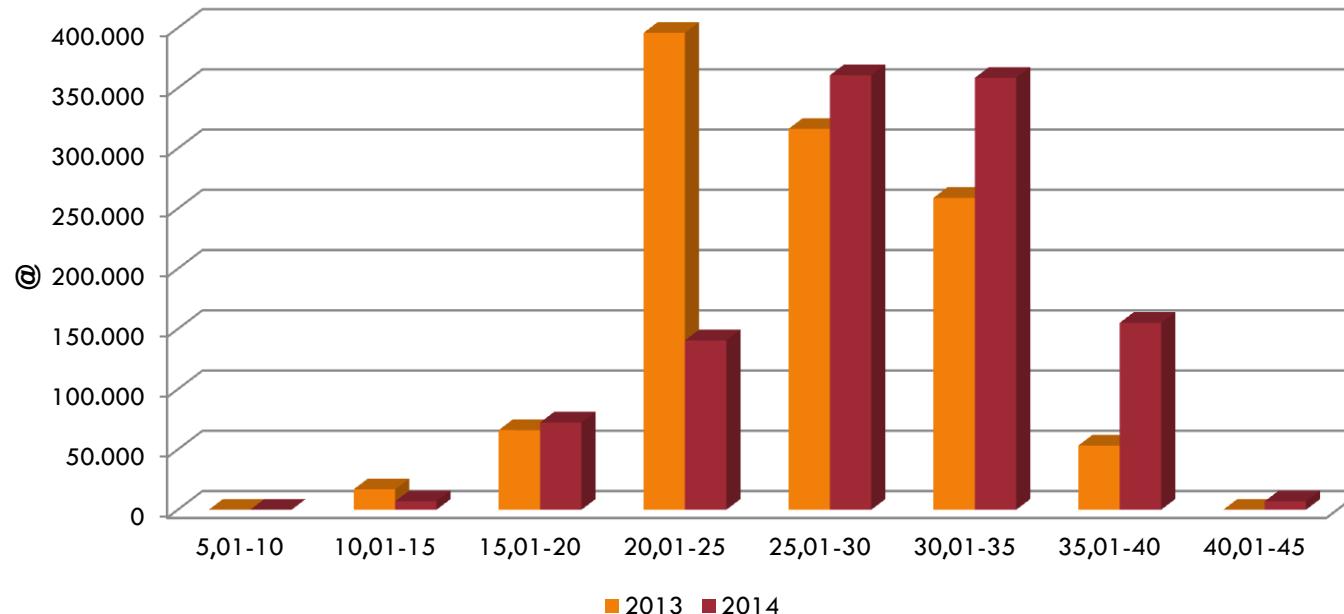
Preço médio €/@ na Pilha



Resultados

16

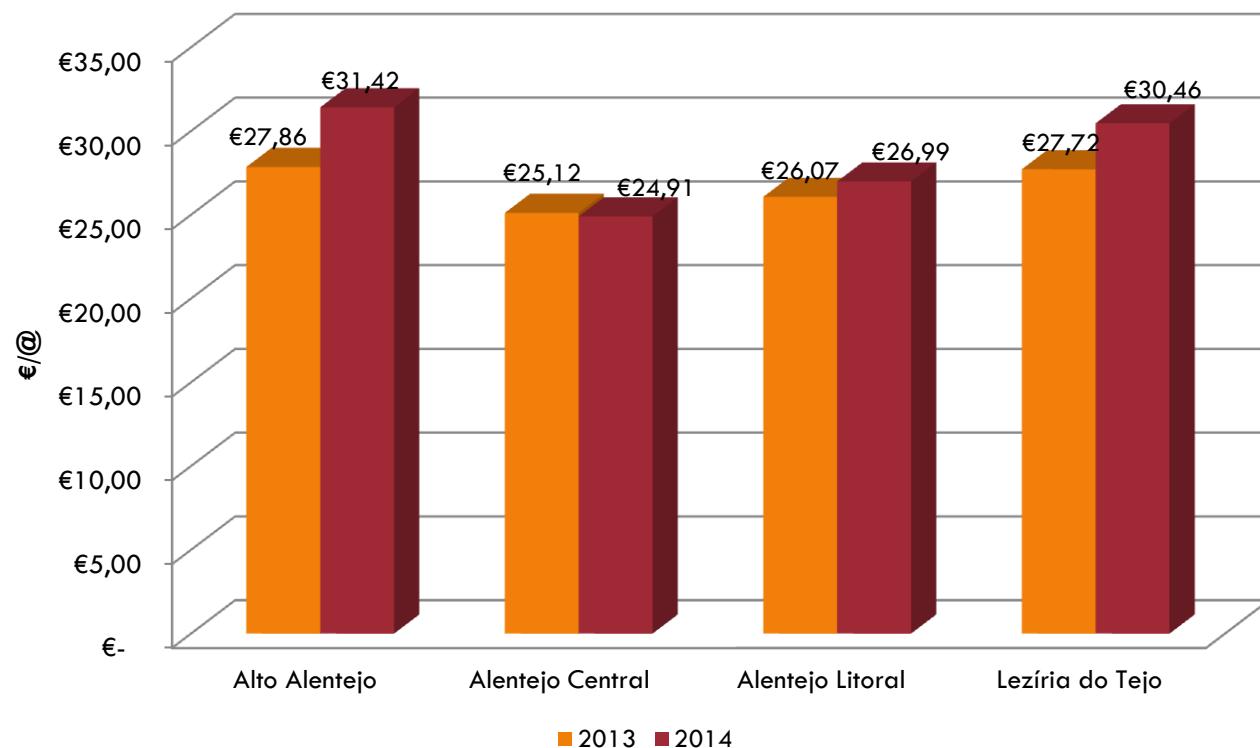
- Cortiça vendida por classes de preços:
 - 80,0% da cortiça vendida acima dos 25,01 €/ @
 - 7,2% da cortiça vendida abaixo dos 20,00 €/ @



Resultados

17

□ Preço médio da cortiça vendida por NUT III



Conclusões

18

□ Positivo

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

□ Menos Positivo

- Efeitos na saúde financeira da indústria
- “Máis 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