

Análise do mercado para os Azeites de Portugal

Pedro Santos, Pedro Falcato, Rui Almeida, Luís Mira
CONSULAI . www.consulai.com

As condições edafo-climáticas e o potencial produtivo do nosso País, no que respeita ao setor olivícola, foram intensamente promovidos e subsidiados nos últimos anos. Em resposta a este estímulo ao investimento no setor, cujos indicadores económicos indicavam ser altamente rentável, diversos agentes económicos decidiram investir na plantação, adensamento e rega dos olivais, bem como na construção de novos lagares e ampliação dos lagares existentes.

Os investimentos realizados levaram ao aumento da produção de azeitona e ao consequente aumento da produção de azeite, prevendo-se muito em breve a equiparação entre as quantidades de azeite produzido e consumido em Portugal. Em 2008/2009 produzimos 53 400 t e consumimos 87 500 t de azeite, mas enquanto as previsões para os próximos anos indicam uma estabilização do consumo de azeite, prevê-se um aumento importante da oferta por via da entrada em produção dos novos olivais plantados e do aumento de produção dos olivais onde se efetuaram adensamentos e instalação de rega.

No entanto, todos estes anos em que consumimos mais azeite do que produzimos em Portugal levaram a que o mercado tivesse selecionado fornecedores estrangeiros para suprir as necessidades dos consumidores portugueses e os agentes económicos que fornecem o azeite ao mercado nacional não vão pura e simplesmente desaparecer do mercado. Por outro lado, as exportações portuguesas de azeite aumentaram nos últimos anos (em 2008/2009 foram superiores a 30 000 t de azeite), prevendo-se que continuem a aumentar consideravelmente nos próximos anos.

Em suma, se considerarmos que nos próximos anos haverá estabilização do consumo e da importação de azeite e simultaneamen-

te um aumento da produção, então temos certamente de aumentar a exportação dos nossos azeites, sob pena de virmos a sofrer um excesso de oferta no mercado nacional que pode colocar em risco o sucesso dos avultados investimentos efetuados no olival e nos lagares nacionais.

Ao olharmos para o consumo de azeite no mercado mundial em 2008/2009 (2 831 500 t) salientam-se como principais consumidores a Itália, Espanha, Estados Unidos da América, Grécia, França, Síria, Turquia, Marrocos, Argélia, Reino Unido, Alemanha, Brasil, Austrália, Canadá e Japão, todos com consumo superior a 30 000 t de azeite. De entre estes, os menos interessantes são a Espanha, Grécia, Síria, Turquia, Marrocos e Argélia, porque são países tendencialmente exportadores de azeite, em que a produção é superior ao consumo. Assim, os mercados que apresentam maior interesse para a importação do azeite português são a Itália, Estados Unidos da América, França, Reino Unido, Alemanha, Brasil, Austrália, Canadá e Japão, por produzirem bastante menos azeite do que consomem ou mesmo por não produzirem azeite e recorrerem inteiramente à importação para suprir as suas necessidades.

Os últimos registos de exportação de azeite português, confirmam em certa medida o interesse dos mercados acima indicados pelo azeite nacional, mas por via das nossas comunidades de emigrantes e história colonial acresce mencionar os mercados do Benelux, Suíça, Venezuela, Angola, Moçambique e Cabo Verde como de interesse relevante para as exportações de azeite portugueses.

Se avaliarmos as estratégias de abordagem aos mercados dos nossos principais concorrentes exportadores (Espanha e Itália) verificamos que ambos optaram por associar os seus produtores e abordar os diversos mercados em conjunto. No entanto, os produ-



tores de azeite destes países não deixaram de efetuar as suas apostas individuais em marca e conseguem apresentar ao mercado os fatores que os diferenciam da concorrência, mesmo apresentando-se de uma forma integrada.

A estratégia de apresentação dos Azeites de Portugal aos mercados internacionais, efetuada de forma conjunta, permite minimizar os custos de acesso a esses mercados e transmitir aos potenciais clientes uma maior confiança quanto à dimensão e diversidade dos azeites portugueses.

Todos sabemos que conseguir alianças entre diferentes produtores é um projeto recorrente na maior parte das fileiras estratégicas da agricultura nacional, e que as diferentes tentativas realizadas demonstram a dificuldade em concretizar esse mesmo objetivo, mas tal não invalida que os benefícios de uma abordagem conjunta dos mercados sejam maiores e mais duradouros do que os de uma abordagem individual de cada um dos produtores. No caso específico do azeite, com uma abordagem concertada entre os diversos produtores, todo o setor Oleícola Português e o nome de “Portugal” ficariam associados a uma representação mais visível e notória do que aquela que seria possível efetuar caso cada um dos produtores de azeite nacionais tente abordar individualmente os mercados internacionais.

Em suma, é indesmentível a existência de condições produtivas e de enormes oportunidades de comercialização para os azeites nacionais, faltando juntar uma verdadeira estratégia nacional que permita fortalecer a imagem dos nossos azeites no mercado internacional. Quanto mais rápido conseguirmos concretizar essa estratégia, mais rápido iremos promover a exportação dos nossos azeites. ☺

Fontes: Comité Oleícola Internacional e Casa do Azeite

“Temos certamente de aumentar a exportação dos nossos azeites, sob pena de virmos a sofrer um excesso de oferta no mercado nacional que pode colocar em risco o sucesso dos avultados investimentos efetuados no olival e nos lagares nacionais.”