A CADEIA DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR

# VALORIZAÇÃO DA PRODUÇÃO NACIONAL

GOVERNO DE PORTUGAL

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, DO MAR, DO AMBIENTE E DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO

GOVERNO DE PORTUGAL

MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DO EMPREGO

*04 julho 2012*

# Agenda

## Valorização da Produção Nacional

- Enquadramento
- Síntese das respostas ao questionário
- Outros países
- Iniciativas nacionais
- Propostas de atuação

***VISÃO ESTRATÉGICA:* AUTOSUFICIÊNCIA, EM VALOR, DO SETOR AGROALIMENTAR EM 2020 PROMOVENDO A SUSTENTABILIDADE DE TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.**

**Importância do sector agroalimentar na economia nacional, e o respetivo contributo para promover junto do consumidor a importância de adquirir produtos nacionais e competitivos, com efeito positivo no equilíbrio da balança comercial agroalimentar, deve ser enquadrado nos seguintes aspetos:**

- O setor agroalimentar tem um papel importante na economia nacional enquanto **recurso endógeno e produtor de bens transacionáveis**;
- **Dificuldade de repercussão dos custos** inerentes à atividade produtiva no preço de venda;
- **Aumento do consumo de bens intermédios importados** pela produção;
- **Fraca concentração da oferta** na produção.

**Interesse em valorizar o setor como produtor de bens transacionáveis, contribuindo para a melhoria, em particular, do grau de autoaprovisionamento alimentar e para a correção do desequilíbrio da balança comercial nacional.**

**Face a diferentes níveis de incorporação de matérias primas nacionais na produção, a abordagem deve ser diferenciada, promovendo:**

- **Aumento da produção** alimentar nacional em setores com **fraca dependência de consumos intermédios importados**;
- **Aumento do valor acrescentado nacional** dos produtos com **maior dependência de consumos intermédios importados.**

**Preferência dos consumidores pela produção nacional é evidente, em particular em situações de crise (sanitária, económica), com preocupação quanto ao local e métodos de produção.**

**Regras de concorrência e livre circulação de bens impedem protecionismo à produção nacional em termos de imposição de quantidades ou percentagens comercializadas. A evidência do local de produção/origem é entendida mesmo como uma possível barreira à livre circulação de bens se gerida ao nível de cada país**

*"A Comissão propõe-se igualmente rever um conjunto selecionado […] e de sistemas de rotulagem da origem que podem impedir o comércio transfronteiras, e **recomenda que se trave o desenvolvimento de sistemas nacionais e regionais de rotulagem da origem, propondo, em sua substituição, o desenvolvimento, ao nível da sua política de qualidade dos produtos agrícolas, de um novo quadro para as indicações geográficas, as normas de comercialização e os sistemas de certificação**."*
*in Comunicação da Comissão Europeia: "Melhor funcionamento da cadeia de abastecimento alimentar na Europa"*

**Definição de origem ou local de produção é um aspeto essencial para permitir uma informação correta aos consumidores, garantindo um acesso transparente aos produtos que vão de encontro às expetativas, relativamente a produtos transformados ou à utilização como ingrediente.**

***Conceito de País de Origem (Reg. Conselho 2913/92):***

***Bens totalmente originários de um país*** *serão aqueles totalmente obtidos nesse país, em todos os estágios de produção*

***Bens cuja produção envolve mais do que um país*** *podem ser considerados como obtidos no país em que se verificou a última intervenção substancial, economicamente e tecnologicamente, e que resulte num novo produto ou numa importante fase de produção.*

***Será importante definir a que nível se estabelece o conceito de origem e a identificação da origem dos ingredientes caso produção envolva mais do que um país.***

## *Ações que contribuam para aumentar o nível de aprovisionamento da cadeia agroalimentar com matérias-primas agrícolas nacionais e a sua valorização* (1/4)

- **Aumento da concentração da oferta para garantir capacidade de abastecimento, menor sazonalidade e redução de custos de produção, com criação de OP e aumento de dimensão das existentes, e integração vertical**
- **Maior profissionalização da produção nacional**
- **Reforço do comércio de proximidade e cadeias curtas de comercialização**

## *Ações que contribuam para aumentar o nível de aprovisionamento da cadeia agroalimentar com matérias-primas agrícolas nacionais e a sua valorização* (2/4)

- **Definição do conceito de 'Produção Nacional' vs 'Valor acrescentado Nacional'**
- **Diferenciação e inovação de produção nacional, com destaque para regimes de qualidade (DOP, IGP, ETG, BIO)**
- **Rotulagem da origem/local de produção**

## *Ações que contribuam para aumentar o nível de aprovisionamento da cadeia agroalimentar com matérias-primas agrícolas nacionais e a sua valorização* (3/4)

- **Igualdade de acesso ao mercado e de regras de produção para produtos nacionais e outras origens UE e Países Terceiros**
- **Desburocratização e redução de custos de contexto associados à produção nacional que não existem noutros EM da UE ou em Países Terceiros (licenciamento, homologação fatores)**
- **Controlo, fiscalização e rastreabilidade**

## *Ações que contribuam para aumentar o nível de aprovisionamento da cadeia agroalimentar com matérias-primas agrícolas nacionais e a sua valorização* (4/4)

- **Promoção e informação ao consumidor, articulada entre os diversos agentes da cadeia**
- **Cultura de consumo nacional**

## Regulamento n.º 1169/2011 - Informação ao Consumidor

# *Rotulagem da Origem/Local de proveniência*

**Art.º 26.º - País de origem ou local de proveniência**

**Obrigatória:**

Sempre que a sua ausência seja suscetível de induzir o consumidor em erro quanto à origem do género alimentício

Carnes de suíno, ovino, caprino e aves (a implementar por atos execução COM até dezembro 2013)

**Mediante avaliação relatório COM (até 31 dezembro 2014):**

Equacionada extensão a outros produtos (outros tipos de carne, leite, géneros alimentícios não transformados, produtos monoingredientes e ingredientes que sejam mais de 50% do género alimentício)

**Principal dificuldade:**

Definição de origem, em particular quando se trate de produtos transformados, ou com diversas fases de produção (produtos animais)

## Normas de Comercialização Comunitárias setoriais

- **Indicação de origem/local de produção obrigatória para:**

Mel, Frutas e Hortícolas, Carne de Bovino e produtos à base de carne de bovino, Azeite, Vinho, Ovos, Carne de Aves importada e Bebidas Espirituosas

- **Alargamento das Normas de comercialização setoriais**

Discussão no âmbito do 'Pacote Qualidade – normas de comercialização' foi encerrada sem acordo entre EM, e remetida para atual discussão sobre Reforma OCM Única.

**Questões essenciais:** obrigação da COM estabelecer normas de comercialização para todos os setores da OCM e incluir ou não a indicação da origem/local de proveniência nessas normas.

## Legislação Italiana Rotulagem da Origem e Qualidade

Legislação aprovada em janeiro de 2010 pelo Parlamento, antes da finalização do Reg. 1169/2011, **vai além da legislação comunitária**, tornando obrigatório para todos os setores e produtos;

**Menção da origem na rotulagem de todos os géneros alimentícios**:

- País de Origem no caso dos produtos frescos;
- País onde ocorreu a última alteração significativa e origem do principal ingrediente agrícola, nos produtos transformados;
- Obrigatório indicar origem dos ingredientes agrícolas, sempre que a indicação de ingredientes for obrigatória;
- Ausência de origem na rotulagem é considerada como prática comercial desleal e punível com sanções até 9.500 euros.

**Implementação setorial** através de legislação específica do Governo, tendo já sido emitida para **Carne de Bovino, carne de aves, leite fresco, mel e molho de tomate.**

## Quadro 1: Grau de autoaprovisionamento de bens alimentares[1] (%)

| | 2000 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010P | 2011P |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Grau de autoaprovisonamento** | 83,2 | 83,6 | 82,8 | 82,1 | 82,2 | 83,0 | 82,8 | 81,9 |
| **Grau de autoaprovisonamento corrigido[2]** | | | | 71,3 | 70,9 | 73,0 | | |

*P - dados provisórios, GPP.*

[1] Corresponde ao agregado agricultura (sem tabaco e algodão), pescas e indústrias alimentares e bebidas.

[2] Com correção das produções alimentares que são dirigidas para consumos intermédios dos próprios ramos alimentares

**Fonte: GPP, a partir de Contas Nacionais (Base 2006) e Estatísticas do Comércio Internacional, INE.**

## QUADRO 2: CONSUMOS INTERMÉDIOS AGRÍCOLAS, DA INDÚSTRIA AGROALIMENTAR E AGROALIMENTARES DOS RAMOS AGRICULTURA, IABT, RESTAURAÇÃO E CONSUMO DAS FAMÍLIAS (MILHÕES DE EUROS)

| | | Produtos agrícolas | | Produtos indústria agroalimentar | | Produtos agroalimentares | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Nacionais | Importados | Nacionais | Importados | Nacionais | Importados |
| Procura por parte de: | Agricultura | 663,6 | 291,3 | 1.098,4 | 186,2 | 1.762,1 | 477,5 |
| | IABT | 2.903,1 | 1.372,1 | 1.771,0 | 1.241,0 | 4.674,0 | 2.613,2 |
| | Restauração | 136,3 | 71,4 | 1.756,4 | 613,9 | 1.892,7 | 685,3 |
| | Consumo das famílias | 1.164,5 | 572,8 | 6.647,9 | 3.349,9 | 7.812,3 | 3.922,8 |

**Fonte: GPP, a partir matrizes de input-output 2008 - contas nacionais, INE**

## QUADRO 3: PESO DOS CONSUMOS INTERMÉDIOS AGRÍCOLAS, DA INDÚSTRIA AGROALIMENTAR E AGROALIMENTARES NOS CONSUMOS INTERMÉDIOS DA AGRICULTURA, IABT, RESTAURAÇÃO E CONSUMO DAS FAMÍLIAS (%)

| | | Produtos agrícolas | | Produtos indústria agroalimentar | | Produtos agroalimentares | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Nacionais | Importados | Nacionais | Importados | Nacionais | Importados |
| Procura por parte de: | Agricultura | 69,5 | 30,5 | 85,5 | 14,5 | 78,7 | 21,3 |
| | IABT | 67,9 | 32,1 | 58,8 | 41,2 | 64,1 | 35,9 |
| | Restauração | 65,6 | 34,4 | 74,1 | 25,9 | 73,4 | 26,6 |
| | Consumo das famílias | 67,0 | 33,0 | 66,5 | 33,5 | 66,6 | 33,4 |

## QUADRO 3: DESTINO DA PRODUÇÃO NACIONAL DA AGRICULTURA, IABT E AGROALIMENTAR (%)

| Produção Agricultura | | Produção IABT | | Produção agroalimentar | |
|---|---|---|---|---|---|
| Consumo intermédio | Consumo final | Consumo intermédio | Consumo final | Consumo intermédio | Consumo final |
| 66,3 | 33,7 | 34,2 | 65,8 | 43,3 | 56,7 |

**Fonte: GPP, a partir matrizes de input-output 2008 - contas nacionais, INE**

## *"PORTUGAL SOU EU"*

### *Missão*

Evidenciar a importância social e económica do consumo e produção de produtos e serviços com crescente incorporação nacional, como contributo para a competitividade das empresas e para o emprego

### *Âmbito de Atuação*

#### *Consumidores*

- Aumentar a visibilidade dos produtos nacionais junto do consumidor final
  - Garantir rigor na informação que é passada ao consumidor
  - Despertar os consumidores para qualidade da produção nacional
- Sensibilizar os consumidores para o contributo que a produção nacional tem ao nível da geração de emprego e dinamização da oferta nacional e retoma do crescimento económico

#### *Empresas*

- Consciencializar as empresas para o valor que estão a criar na economia
- Mobilizar as empresas para o seu papel enquanto consumidoras intermédias de bens e serviços e dinamizadoras das empresas que se encontram na sua cadeia de valor de produção
- Promover a aproximação entre fornecedores e compradores com o objectivo de identificação de novas oportunidades de negócio

#### *Entidades Públicas*

- Reforçar o papel das compras públicas enquanto dinamizadoras do tecido empresarial, nomeadamente PME
- Assegurar que as compras do sector empresarial do Estado contribui para a concretização dos objectivos da iniciativa

## *"PORTUGAL SOU EU"*

## *Principais Iniciativas*

### *Consumidores*

- Mecanismos de identificação dos produtos com incorporação nacional maioritária
  - ***Já foi desenvolvida uma Especificação Técnica disponível no IPQ que estabelece a fórmula de cálculo da percentagem de incorporação nacional para produtos***
- Mobilização da grande distribuição para que adira ao Portugal Sou Eu, nomeadamente através das suas marcas próprias, e através de campanhas de promoção dos produtos nacionais

### *Empresas*

- Iniciativa 'Grandes Compradores – Portugal Sou Eu', aproximando grandes empresas e PME
- Desenvolvimento de um Portal que funcione como montra para os produtos Portugal Sou Eu e plataforma de colocação de necessidades de fornecimento por parte das empresas

### *Entidades Públicas*

- Atuar sobre as compras públicas, incluindo o sector empresarial do Estado, revisitando os critérios de compras públicas à luz do Small Business Act (SBA), mas também fortalecendo ações de divulgação junto de PME

### *Iniciativa Transversal*

- Desenvolvimento de uma campanha de comunicação 'umbrella', dirigida a consumidores finais e empresas sensibilizando para a necessidade da valorização da produção nacional

## *Em concreto, no setor agroalimentar:*

1. Em reforço da produção e concentração da oferta e melhoria de aprovisionamento de fatores para produção primária
2. Rotulagem e informação ao consumidor – definição do conceito de origem ou local de produção para produtos transformados e ingredientes
3. Sensibilização do consumidor – identidade e diferenciação da produção nacional:
    a) Campanhas promoção
    b) Marcas brancas nacionais
    c) Circuitos comerciais de proximidade e cadeias curtas
4. Transparência – recolha de informação sobre % de incorporação/comercialização de produtos nacionais (indústria e retalho)

**As áreas de atuação são complementares e devem ser vistas de modo integrado**

# A CADEIA DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR

GOVERNO DE PORTUGAL

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, DO MAR, DO AMBIENTE E DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO

GOVERNO DE PORTUGAL

MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DO EMPREGO

***04 julho 2012***