

Anuário 2006

Vegetal

Crop Production Yearbook



Ministério da
Agricultura,
do Desenvolvimento
Rural e das Pescas

GPP
Gabinete de Planeamento
e Políticas

Anuário 2006 Vegetal

Crop Production Yearbook



Ministério da
Agricultura,
do Desenvolvimento
Rural e das Pescas



GPP
Gabinete de Planeamento
e Políticas

Índice • *Table of Contents*

- 6 • FICHA TÉCNICA/ *CREDITS*
- 7 • EDITORIAL/ *EDITORIAL*
- 8 • O GPP/ *THE BUREAU OF PLANNING AND POLICIES (GPP)*
- 10 • CONCEITOS/ *CONCEPTS AND DEFINITIONS*
- 11 • FRUTOS FRESCOS E SECOS - CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO EM PORTUGAL/ *FRESH FRUITS AND NUTS - PRODUCTION AND MARKETING IN PORTUGAL*
- 109 • COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE FRUTOS/ *PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN FRUITS*
BALANÇOS DE APROVISIONAMENTO DE FRUTOS EM PORTUGAL/ *FRUITS SUPPLY BALANCE SHEETS IN PORTUGAL*
PREÇOS NO CONSUMIDOR DE FRUTOS EM PORTUGAL/ *FRUITS CONSUMER PRICES IN PORTUGAL*
- 119 • HORTÍCOLAS FRESCOS - CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO EM PORTUGAL/ *FRESH VEGETABLES - PRODUCTION AND MARKETING IN PORTUGAL*
- 191 • COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE HORTÍCOLAS/ *PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN VEGETABLES*
BALANÇOS DE APROVISIONAMENTO DE HORTÍCOLAS EM PORTUGAL/ *VEGETABLES SUPPLY BALANCE SHEETS IN PORTUGAL*
PREÇOS NO CONSUMIDOR DE HORTÍCOLAS EM PORTUGAL/ *VEGETABLES CONSUMER PRICES IN PORTUGAL*
- 201 • FLORES E FOLHAGENS - CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO EM PORTUGAL/ *FLOWERS AND FOLIAGE - PRODUCTION AND MARKETING IN PORTUGAL*
- 227 • COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS/ *PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE*
- 231 • CULTURAS ARVENSES/ *ARABLE CROPS*
- 239 • AZEITE E AZEITONA DE MESA/ *OLIVE OIL AND TABLE OLIVES*
- 251 • CORTIÇA/ *CORK*
- 261 • REFORMA DA ORGANIZAÇÃO COMUM DE MERCADOS (OCM) DAS FRUTAS E HORTÍCOLAS FRESCAS E TRANSFORMADAS/ *REFORM OF THE COMMON MARKET ORGANISATION (CMO) FOR FRESH AND PROCESSED FRUIT AND VEGETABLES*
- 265 • ORGANISMOS PÚBLICOS DE INTERESSE PARA O SECTOR DAS PRODUÇÕES VEGETAIS/ *PUBLIC SERVICES FOR THE CROP PRODUCTION SECTOR*
- 271 • ESTRUTURAS ASSOCIATIVAS DE INTERESSE PARA O SECTOR DAS PRODUÇÕES VEGETAIS/ *ASSOCIATIONS IN THE CROP PRODUCTION SECTOR*
- 279 • ANUNCIANTES/ *ADVERTISERS*

Ficha Técnica

Anuário 2006 Vegetal

Crop Production Yearbook

PROPRIEDADE: Gabinete de Planeamento e Políticas (GPP)

EXECUÇÃO E COORDENAÇÃO: GPP - Direcção de Serviços de Estatística, Metodologia e Estudos (DSEME)

COORDENADOR: Rodrigo Macedo

EQUIPA TÉCNICA DE EXECUÇÃO:

Direcção de Serviços de Estatística, Metodologia e Estudos (DSEME)

Ana Paula Soares - Frutos Frescos e Secos

Patrícia Gama - Hortícolas, Azeite e Azeitona de Mesa e Cortiça

Cidália Isidro - Flores e Folhagens de Corte e Culturas Arvenses

Nélia Silva - Apoio Técnico

Direcção de Serviços das Fileiras Agro-Alimentares (DSFAA)

Eduardo Diniz - Reforma da OCM das Frutas e Hortícolas

Cristina Vasques - Culturas Arvenses

Direcção de Serviços de Sistemas de Informação e Gestão (DSSIG)

Carmen Alexandrino - Supervisão Editorial

Noémia Firmino - Organismos Públicos e Estruturas Associativas de Interesse para o Sector das Produções Vegetais

COM A PARTICIPAÇÃO DAS DIRECÇÕES REGIONAIS DE AGRICULTURA E PISCAS:

DRAP NORTE - Entre-Douro e Minho: Henrique Santos, Amadeu Sousa, Ana Negrão, António Barros, M.^a Fernanda Vieira, Oscar Azevedo e Venâncio Ribeiro

DRAP NORTE - Trás-os-Montes: Fernando Marques, Alberto Torrão, Alexandre Perfitas, Almor Alves, Fernando Silva, Gilberto Albuquerque, Leonel Oliveira, Manuel Chúcaro, Manuel Júlio Pinto, Manuel Medeiros, Manuel Preto e M.^a Beatriz Rebelo

DRAP CENTRO - Beira Litoral: Jorge Bulha, Américo Silva, João Meireles, João Moutinho, Luís Nunes, Joaquim Bento, M.^a de Fátima Fernandes

DRAP CENTRO - Beira Interior: M.^a Otilia Pereira, Ana Paula Leite, António Brás, João Costa, Porfírio Simão

DRAP LVT: Ana Barbosa, António Barbosa, Fernando Teixeira, Filomena Pisco, Joaquim Ferreira, Margarida Fragoso, M.^a de Fátima Silva, M.^a Joaquina Lopes, M.^a Madalena Camilo, Wanda Marçalo e Vítor Pascoal

DRA Alentejo: Rosa Mendes, Edmundo Argente, Ana Antunes, Francisco Silva, José António Pereira, José Carlos Silva, José Correia, José Inácio Vareia e José Júlio Moreira, Manuel Paixão

DRA Algarve: Hélder Pereira, Isabel Almeida e Saudade Luz

COM A COLABORAÇÃO DA DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA DA REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA

(Banana, Frutos Exóticos e Flores Exóticas)

E DO INSTITUTO DE ALIMENTAÇÃO E MERCADOS AGRICOLAS DOS AÇORES

(Ananás e Banana)

TRADUÇÃO: Ana Sampaio

EDIÇÃO: CASTEL - PUBLICAÇÕES E EDIÇÕES, SA.

Sede: Rua da Travagem, 36 - 4460-663 SENHORA DA HORA

Tel.: 229 577 810 - Fax: 229 577 826/7 - E-mail: producao@eurostandarte.com.pt

Filial: Rua José Luís Monteiro, 15 - 1900-730 LISBOA

Tel.: 218 362 000 - Fax: 218 362 080

DISTRIBUIÇÃO: GPP - DSSIG / CASTEL - Publicações e Edições, SA.

ISBN: 972 - 8029 - 18 - 7

DEPÓSITO LEGAL: N.º 7427/96

TIRAGEM: 7 500 Exemplares

Crop Production Yearbook

Em 2006 e 2007 o Gabinete de Planeamento e Políticas (ex-Gabinete de Planeamento e Política Agro-Alimentar) esteve prioritariamente envolvido nos trabalhos de preparação da programação Fundo Europeu Agrícola e de Desenvolvimento Rural (FEADER) para o período 2007-2013, que envolveu, nomeadamente, a preparação de múltiplos estudos e diagnósticos que suportaram a elaboração do Plano Estratégico Nacional (PEN) para todo o país, e do Programa de Desenvolvimento Rural do Continente (ProDeR), aceite e aprovado pela Comissão Europeia, Decisão C 6159 (2007) de 4 de Dezembro. Estes trabalhos adicionaram-se às restantes funções transitadas do ex-GPPAA, a que se adicionou a integração e assumpção das novas competências, revertidas para o GPP, e relativas às políticas de qualidade e segurança alimentar, no âmbito do Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado (PRACE).

O *Anuário Vegetal 2006* tem como destinatários principais os operadores dos sectores de frutos, hortícolas, flores, azeite e azeitona e culturas arvenses, para os quais se disponibiliza informação relativa à campanha de 2005-2006, centrada sobre os mercados nacionais, incluindo o capítulo relativo à cortiça, produto acompanhado igualmente pelo Sistema de Informação de Mercados Agrícolas (SIMA).

Inclui-se, ainda, uma síntese sobre a Reforma da Organização Comum de Mercado (OCM) das frutas e produtos hortícolas, aprovada pelo Conselho Agricultura, em Setembro de 2007.

No que respeita aos acontecimentos determinantes para o sector no triénio 2005-2007, relembra-se a introdução do Regime de Pagamento Único (RPU), em 1 de Janeiro de 2005.

Com esta reforma da PAC, a maior parte das ajudas directas passou a ser concedida através do RPU, baseado num histórico de ajudas recebidas, independente do volume de produção (ajudas desligadas), e condicionada ao respeito de normas ambientais, de segurança alimentar, de sanidade animal e vegetal e de bem-estar dos animais, vulgarmente denominado "condicionalidade".

A introdução do RPU representa, assim, uma alteração radical da PAC, iniciada em 2003. Obriga a um reposicionamento, quer dos produtores, quer do sector em geral, sobre as suas opções em termos de actividade. A não obrigação de produzir para ter acesso a ajudas, calculadas com uma base histórica, significa a necessidade de se olhar para as decisões de produção de forma diferente, menos baseada nos níveis das ajudas dando maior importância às perspectivas que o mercado oferece.

Em particular, no sector do arroz manteve-se uma ajuda específica por hectare de superfície cultivada. Para o trigo duro, manteve-se um apoio específico, de valor inferior. Foram, ainda, introduzidos pagamentos complementares aos produtores que vendam as suas produções através de agrupamentos de produtores, no sector dos cereais e arroz, de forma a incentivar a concentração da comercialização da produção. Foi também instituído um pagamento por superfície às culturas cujo destino principal seja a produção de energia eléctrica e térmica produzida a partir da biomassa ou de produtos considerados biocombustíveis.

Em 1 de Novembro de 2005, na sequência da reforma da PAC para os produtos mediterrâneos (tabaco, algodão e lúpulo), entrou em vigor a nova Organização Comum de Mercado (OCM) do azeite e da azeitona de mesa, passando este sector a integrar também o RPU. À semelhança dos cereais e arroz, foi introduzido um pagamento complementar à produção de azeitona de mesa e para azeite, discriminando positivamente a concentração da produção em lagares cooperativos, que veio a abranger a campanha 2005-2006. Ainda no olival, continuou o Programa de plantação de 30 000 ha, que veio a completar-se em 2006.

No tabaco, a revisão da OCM assentou num princípio de um progressivo desligamento da ajuda à produção, tendo sido previsto um período transitório até 2009, durante o qual a ajuda estará desligada em 50%. A partir de 2010, este valor ficará desligado e os restantes terão como destino o FEADER.

De salientar ainda que a conjugação da implementação do RPU com os efeitos da seca em 2005, teve como consequência uma redução significativa das áreas e produções de cereais, nomeadamente de trigo duro, imediatamente a seguir.

A situação actual de preços elevados nos mercados mundiais, para alguns produtos, nomeadamente os cereais, em resultado do aumento da procura, quer para a alimentação humana quer para usos alternativos (biocombustíveis), levou a uma inversão daquela situação, significando maiores oportunidades para o sector.

Iremos continuar a publicar o *Anuário Vegetal*, mas procuraremos melhorá-lo e enriquecê-lo para dar resposta às necessidades de informação sempre crescentes.

Para isso, contamos com os vossos contributos, críticas e sugestões, que são fundamentais para avaliarmos o nosso trabalho e orientarmos-nos para dar as respostas mais ajustadas.

In 2006 and 2007, the Bureau of Planning and Policies (GPP, former Bureau of Agri-food Planning and Policies, GPPAA) was primarily involved in the preparation work for the new programming period (2007-2013) of the European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD). This task has involved the drawing up of a number of studies and diagnoses that supported the setting up of the National Strategic Plan (NSP) for the whole country and the Rural Development Programme for mainland Portugal (PRODER), accepted and approved by the European Commission Decision C 6159 (2007) of 4 December. In addition to this, there were the usual tasks performed by the former GPPAA and the new tasks resulting from new duties, regarding food quality and safety policies, assigned to the GPP within the ambit of the Restructuring Programme for Central Administration (PRACE).

The Crop Production Yearbook 2006 is basically directed at operators working in the sectors of fruits, vegetables, flowers, olive and olive oil, and arable crops, providing them information about the 2005-2006 production and marketing year focused on domestic markets. It includes a chapter on cork, also monitored by the Agricultural Market Information System (SIMA)

The current edition also includes a brief summary of the reform of the Common Market Organisation (CMO) for fruits and vegetables, approved by the Agriculture and Fisheries Council in September 2007.

As regards the key sector events for the 2005-2007 period, we should recall the entering into force of the Single Payment Scheme (SPS) on 1 January 2005. With this reform of the Common Agricultural Policy (CAP), most direct aid started being granted through the SPS, based on historical amounts of aid received, regardless of the output volume (decoupled aid) and subject to conformity with standards regarding the environment, food safety, animal and plant health and animal welfare, commonly known as cross-compliance.

Therefore, the introduction of the SPS represents a radical change in the CAP, which started in 2003. It implies a rethinking on the part of both producers and the sector at large of their options in terms of farming activities. The fact that it is now not mandatory to produce in order to obtain aid, which is calculated on a historical basis, requires a new approach to production decisions, less based on aid levels and more concerned with market prospects.

Rice, in particular, maintained a specific aid per hectare of cultivated area. A specific support for durum wheat was also maintained, although smaller. The SPS also introduced supplementary payments to producers who sell their products through producer groups in the cereal and rice sector, in order to boost market concentration. A small area aid was also established for crops mainly used for producing electric and heat power from biomass or products considered as biofuels.

On 1 November 2005, following the CAP reform for Mediterranean products (tobacco, cotton and hops), the new Common Market Organization (CMO) for olive oil and table olive entered into force and the sector started to be covered by the SPS. As it happened for cereals and rice, a supplementary payment to the production of table olive and olive for oil was introduced, positively discriminating the concentration of production in cooperative oil mills and covering the 2005/2006 marketing year. The 30 000 ha olive tree plantation programme proceeded and was concluded in 2006.

As for tobacco, the CMO review was based on a principle of gradual decoupling aid from production, with an estimated transitional period up to 2009 during which aid will be 50% decoupled. From 2010 onwards, 50% of the aid will be decoupled and the remainder will be directed to the EAFRD.

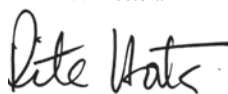
It should be noted that the combined impact of the SPS implementation and the 2005 drought led to an immediate significant decrease in cereal area and output, namely for durum wheat.

The current situation of high world market prices for some products, namely cereals, as a result of increased demand, both for human consumption and for alternative uses (biofuels), has reversed that trend, while creating bigger opportunities for the sector.

We shall continue to publish the Crop Production Yearbook, but we shall endeavour to improve and enhance it, in order to meet ever increasing information needs.

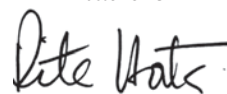
To this purpose, we count on your contributions, criticism and suggestions, which are vital to enable us to assess our work and to provide more adequate responses.

A Directora



RITA HORTA

Director of GPP



RITA HORTA



MISSÃO:

O GPP tem por missão apoiar a definição das linhas estratégicas, prioridades e objectivos das políticas do MADRP, coordenar, acompanhar e avaliar a sua aplicação. Na sua missão integra-se a componente ambiental, o ordenamento e a gestão sustentável do território, bem como as relações internacionais, nos termos previstos no Dec. Reg. n.º 6/2007, de 27 de Fevereiro.

TITULARES

Directora

Rita Horta (Dr.ª)

Subdirectores

Pedro Ribeiro (Eng.º)

Rui Noronha (Eng.º)

Estrutura Nuclear

Dir. Serv. de Sistemas de Informação e Gestão

Carmen Pastor (Dr.ª)

Dir. Serv. de Assuntos Europeus e Relações Internacionais

António Cerca Miguel (Eng.º)

Dir. Serv. de Ambiente e Ordenamento do Espaço Rural

Teresa Avelar (Eng.ª)

Dir. Serv. Jurídicos

Isabel Palma (Dr.ª)

Dir. Serv. de Planeamento, Acompanhamento e Avaliação

Rui Martinho (Eng.º)

Dir. Serv. de Estatística, Metodologia e Estudos

Maria da Luz Mendes (Eng.ª)

Dir. Serv. das Fileiras Agro-Alimentares

Eduardo Diniz (Eng.º)

Dir. Serv. de Normalização e Segurança Alimentar

Luis Barreiros (Eng.º)

COMPETÊNCIAS DO GPP

- Apoiar a acção do MADRP na definição dos objectivos e estratégia e na formulação das políticas, bem como das medidas que as sustentam;
- Assegurar a coordenação e a preparação, em colaboração com outros serviços do MADRP e com organismos de outros ministérios, dos contributos para as Grandes Opções do Plano, e a programação no âmbito das intervenções estruturais comunitárias e outras formas de planeamento, assim como as necessárias medidas e, conforme o âmbito, assegurar o funcionamento de instrumentos de política sectorial adequados;
- Acompanhar, em permanência, o desenvolvimento das políticas e programas e avaliar os seus efeitos mediante a utilização dos objectivos e indicadores definidos;
- Assegurar o desenvolvimento dos sistemas de avaliação de serviços no âmbito do Ministério, coordenar e controlar a sua aplicação e exercer as demais competências que lhe sejam atribuídas por lei nesta matéria;
- Elaborar estudos de âmbito nacional, sectorial e regional e divulgar os programas e medidas de política, a informação estatística, os resultados dos estudos e a avaliação dos efeitos das medidas de política;
- Assegurar a coordenação da produção de informação, designadamente a informação estatística no âmbito do MADRP, no quadro do sistema estatístico nacional, a recolha e tratamento de informação dos mercados agrícolas, da informação técnico-económica das explorações agrícolas, bem como assegurar, nestes domínios, as relações do MADRP com as estruturas nacionais e comunitárias;
- Avaliar e dar parecer sobre a estratégia e medidas do MADRP relativas à área das tecnologias de informação e comunicação, em colaboração com o organismo do Ministério responsável;
- Acompanhar e coordenar o desenvolvimento das políticas da União Europeia e internacionais relacionadas com o MADRP, bem como a política de cooperação, garantindo a coerência das intervenções e a sua articulação com o Ministério dos Negócios Estrangeiros;
- Assegurar a representação do MADRP junto das instâncias nacionais, comunitárias e internacionais nos domínios relativos às suas atribuições;
- Coordenar e elaborar o orçamento de funcionamento e de investimento do MADRP e acompanhar a sua execução, apoiando tecnicamente a elaboração de instrumentos de boa gestão e previsão orçamental, em articulação com outras entidades com competência neste domínio;
- Acompanhar e propor as políticas e medidas adequadas para o desenvolvimento do sector agrícola, agro-alimentar e florestal;
- Coordenar as relações específicas entre a agricultura, as pescas, as florestas e o ambiente, assegurando a integração da componente ambiental e de ordenamento do território na concepção e operacionalização das políticas sectoriais da competência do MADRP;
- Assegurar a coordenação, no âmbito do MADRP, do processo legislativo, participar na regulamentação das políticas comunitárias e propor, em articulação com os serviços competentes, as condições da sua aplicação.



MISSION:

The GPP was designed to support the definition of strategic guidelines, priorities and objectives for the policies of the Ministry of Agriculture, Rural Development and Fishing (MADRP), and to coordinate, monitor and evaluate their implementation. Its mission integrates the environmental component, land use planning and the sustainable management of the territory, as well as international relations, as stated in the Regulatory Decree no. 6/2007, of 27 February

POWERS AND DUTIES

- To support the MADRP in defining objectives and strategies and in designing policies, as well as in setting up the necessary measures to implement them;
- To coordinate and prepare, together with other bodies within the Ministry or from other Ministries, the contributions to the Major Planning Options, and to establish the programming within the framework of Community structural interventions and other forms of planning and, according to their scope, to ensure the proper operation of the adequate instruments of sector policy;
- To permanently monitor the development of policies and programmes and to evaluate their effects by means of previously defined objectives and indicators;
- To develop systems for evaluating services within the Ministry, to coordinate and to control their implementation and to carry on the remaining duties assigned by law in this domain;
- To prepare studies of national, sector and regional scope and to diffuse programmes and policy measures, statistical information, results of studies and the evaluation of the effects of policy measures;
- To coordinate information production, namely MADRP statistical information, within the framework of the national statistical system, and the collection and processing of agricultural market information, as well as to ensure the relations of MADRP with the national and Community structures in these areas;
- To evaluate and deliver opinions about the MADRP strategy and measures regarding information and communication technologies, in coordination with the relevant Ministry body;
- To monitor and coordinate the setting up of EU and international policies related to the MADRP, as well as the cooperation policy, thus ensuring the consistency of the interventions and their articulation with the Ministry of Foreign Affairs;
- To represent the MADRP near national, Community and international bodies in relevant areas;
- To coordinate and draft the MADRP operational and investment budget and to monitor its implementation, by technically supporting the design of tools of good management and budget estimate, in coordination with other relevant entities;
- To monitor and propose adequate policies and measures for developing the agricultural, agri-food and forestry sectors;
- To coordinate the specific relations between agriculture, fisheries, forestry and the environment, ensuring the integration of the environment component and territory planning in the design and implementation of MADRP sector policies;
- To coordinate legal procedures within the MADRP, to participate in the regulation of Community policies and to propose, in cooperation with the relevant services, the conditions for their implementation.

OFFICE HOLDERS

Director

Mrs Rita Horta

Vice-directors

Mr Pedro Ribeiro
Mr Rui Noronha

Core Units

Department of Information Systems and Management

Head: Mrs Carmen Pastor

Department of European Affairs and International Relations

Head: Mr António Cerca Miguel

Department of Environment and Rural Planning

Head: Mrs Teresa Avelar

Department of Legal Affairs

Head: Mrs Isabel Palma

Department of Planning, Monitoring and Evaluation

Head: Mr Rui Martinho

Department of Statistics, Methodology and Studies

Head: Mrs Maria da Luz Mendes

Department of Agri-Food Chains

Head: Mr Eduardo Diniz

Department of Standardisation and Food Safety

Head: Mr Luís Barreiros

Conceitos

Balança Comercial

Registo estatístico e contabilístico das saídas e entradas de mercadorias de um/num país, no decurso de um dado período, normalmente o ano civil, por forma a apurar o seu saldo. Quando o valor das saídas superar o das entradas, a balança comercial apresenta um superavit ou excedente. Quando acontece o contrário, temos um défice. É uma componente da balança de pagamentos, integrando-se na balança corrente.

Balanço de Aprovisionamento

Síntese de informação estatística, através da qual se quantificam, para um dado produto ou agrupamento de produtos alimentares, todos os fluxos ocorridos a nível da exploração agrícola nacional e/ou ao nível do mercado. Equivale ao estabelecimento de um equilíbrio recursos/utilizações em dados físicos.

Consumo Humano

Corresponde às quantidades de produtos postos à disposição da população residente, durante o período de referência, quer sob a forma de produto primário, consumido nesse estado, quer sob a forma de produto transformado, convertido a primário.

Consumo per Capita

Consumo médio por habitante, expresso em quilogramas ou litros, durante o período de referência, normalmente o ano civil, tomando para base do seu cálculo, a população residente no território a meio ou no fim do ano, consoante o período de referência observado.

Entrada (de mercadorias) - U.E.

Recepção de mercadorias, que se designa por **Chegada**, no caso das mercadorias serem provenientes de um outro Estado Membro da União Europeia (comércio intra UE), e se designa por **Importação**, no caso das mercadorias serem provenientes de um país terceiro (comércio extra UE).

Grau de Auto-Aprovisionamento

Coefficiente traduzido em percentagem, dado pela razão entre a produção interna (exclusivamente obtida a partir de matérias primas nacionais) e a utilização interna total; mede para um dado produto o grau de dependência de um território, relativamente ao exterior (necessidade de importação/chegada) ou a sua capacidade de exportação/expedição.

Produção Utilizável

Quantidade disponível para a eventual utilização dentro e fora da agricultura, resultante do processo de produção e durante o período de referência, após a dedução das perdas de colheita e de transporte do campo para a exploração agrícola e das destruições efectuadas no próprio campo.

Saída (de mercadorias) - U.E.

Envio de mercadorias, que se designa por **Expedição**, no caso das mercadorias se destinarem a um outro Estado Membro da União Europeia (comércio intra UE), e se designa por **Exportação**, no caso das mercadorias se destinarem a um país terceiro (comércio extra UE).

Variação de Existências

Diferença entre as existências no final do período de referência e as existências no início do mesmo período, de produtos primários e de produtos transformados convertidos em produto primário, na posse do produtor agrícola, da indústria transformadora e do comerciante grossista. Inclui as existências resultantes de intervenção por razões de regularização do mercado e os stocks de segurança alimentar e exclui as existências nos comerciantes retalhistas e nos consumidores finais.

Concepts

Balance of Trade

Statistical and accounting report stating the difference between a country's total imports and total exports of goods, over a specific time period, usually the civil year. If exports exceed imports, a positive or favourable trade balance is obtained (which is known as a trade surplus); if imports exceed exports there is a trade deficit. The balance of trade is part of the balance of payments, integrating the current account.

Supply Balance Sheet

Synthesis of statistical information that quantifies, for a certain product or group of products, all the flows that occurred at the national farm level and/or at the market level. It is equivalent to establishing a resources/uses balance in physical data.

Human Consumption

The amount of products made available to the resident population, during the reference period, either as primary products, consumed as such, or as processed products, converted into primary ones.

Per Capita Consumption

Average human consumption expressed in kilograms or litres per inhabitant, during a reference period, usually the civil year. Calculations are based on the population living in that territory in the middle or at the end of the year, according to the reference period observed.

Imports (of goods) - EU

Includes all goods entering one EU Member State, from other EU Member States (intra-EU trade, that is, arrivals) and from non-EU countries (extra-EU trade).

Degree of Self-Sufficiency

Ratio (percentage) between domestic production (exclusively obtained from domestic raw materials) and total domestic utilisation. It measures, for a certain product, the degree of dependence of a territory regarding the other territories (need to import) or its capacity to export.

Usable Production

The amount available for possible utilisation within or outside the agricultural activity, resulting from the production process during the reference period, after deducting the losses ensuing from the harvest itself and from transportation from the field to the farm, as well as the destruction carried out on the field.

Exports (of goods) - EU

Includes all goods leaving one EU Member State, to other EU Member States (intra-EU trade, that is, dispatches) and to non-EU countries (extra-EU trade).

Change in Stocks

Difference between the stocks at the end of the reference period and at the beginning of that period, for primary products or processed products converted into primary ones, held by the farmer, the processing industry and the wholesaler. It includes stocks resulting from intervention for market regulation purposes and food safety stocks and it excludes stocks held by retailers or final users.

Frutos Frescos e Secos

- Caracterização da Produção e da Comercialização em Portugal

Fresh Fruits and Nuts

- *Production and Marketing in Portugal*

ALFARROBA | CAROBS

Ceratonia siliqua, L. • Família | Family: Caesalpiniaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: A cultura da alfarrobeira concentra-se nos países da orla do Mediterrâneo, com maior expressão em Espanha, Portugal, Itália, Grécia, Marrocos e Turquia, que, em conjunto, representam cerca de 92% da produção mundial (segundo a FAO).

Área de Cultura: 13 000 ha (DRAALG)

Produção: 44 197 toneladas (DRAALG)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve (predominância no Barrocal e litoral).

Varietades: Mulata, Preta de Lagos, Galhosa de Loulé, Canela de Tavira.

Factores Relevantes na Produção: Em Portugal a alfarrobeira enquadra-se no pomar tradicional de sequeiro algarvio, sendo a espécie mais representativa. A campanha de 2005-2006 ficou marcada por um aumento na produção, de cerca de 50%, relativamente à campanha anterior. Para esta situação contribuíram, por um lado, a entrada em produção de novas plantações (num total de 723 ha) e, por outro, o facto das condições climáticas em 2005 terem sido favoráveis ao vingamento do fruto e o ano ter sido ano de safra para a cultura.

Comercialização: A colheita da alfarroba efectua-se durante os meses de Agosto, Setembro e Outubro. A comercialização decorre ao longo de todo o ano, graças à sua capacidade de conservação, mas é nos meses de Março e Abril que se realizam as maiores transacções, em termos de volume. A alfarroba destina-se à indústria de transformação e a sua comercialização é efectuada, normalmente, por três vias: 1) directamente pelo produtor à indústria, representando 35% da produção total; 2) por intermediários que funcionam como "ajuntadores" e que a vendem posteriormente à indústria, representando 55% da produção total; 3) por Organizações de Produtores, que perfazem os restantes 10% da produção.

Industrialização: O processo de industrialização da alfarroba envolve duas transformações; da 1ª transformação resulta a polpa de alfarroba (destinada na sua maioria a rações para alimentação animal) e a semente (produto mais nobre). Numa 2ª transformação a semente é convertida em gomas, as quais se destinam à indústria alimentar, farmacêutica e cosmética e outras.

Preços: A alfarroba continuou a ter boa valorização no mercado, embora os preços na produção da grainha tenham registado uma evolução decrescente ao longo da campanha e o seu nível médio tenha sido ligeiramente inferior ao da campanha anterior.

Comércio Internacional: A balança comercial da alfarroba apresenta um saldo positivo; os valores das saídas superam em larga escala o das entradas. Estas, basicamente provenientes da vizinha Espanha, consistem essencialmente em sementes inteiras de alfarroba e destinam-se a colmatar eventuais falhas de abastecimento para satisfazer as encomendas. Em 2005 o volume de vendas de alfarroba totalizou 5 000 toneladas, a que correspondeu um valor de 22,5 milhões de euros. Os produtos derivados da semente representam a quase totalidade das vendas ao exterior, sendo também os mais valorizados. Os principais mercados de destino foram, por ordem de importância: Espanha, Países Baixos, Dinamarca, Japão, Reino Unido, França e Estados Unidos da América. É de salientar que em 2005 a Polónia triplicou o volume das suas aquisições, face a 2004.

Perspectivas: A cultura da alfarrobeira é o único constituinte do pomar tradicional de sequeiro algarvio que tem evoluído de forma positiva, assumindo uma forte expressão ecológica e económica, a qual tem sido reforçada pela implementação de novas áreas de cultura e reestruturação dos pomares com vista à obtenção de maiores produtividades. Prevê-se um aumento da produção na região algarvia, devido ao início do ciclo produtivo dos novos pomares já instalados.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: Carobs are cultivated essentially in Mediterranean countries, particularly Spain, Portugal, Italy, Greece, Morocco and Turkey, which, together, account for approximately 92% of total world output (according to FAO).

Crop Area: 13 000 ha (DRAALG)

Output: 44 197 tonnes (DRAALG)

Most Representative Market Areas: Algarve (predominantly in Barrocal and in the littoral).

Varieties: Mulata, Preta de Lagos, Galhosa de Loulé, Canela de Tavira.

Relevant Production Factors: In Portugal, carob trees are part of the Algarve traditional non-irrigated orchard, being its most representative species. The 2005-06 season featured a 50% increase in output from the previous season. Fruit setting in new plantations (totalling 723 ha), favourable weather conditions, and the fact that 2005 was a good harvest year contributed to this increase.

Marketing: Carobs are harvested in August, September and October. Trading occurs all year long, thanks to the good storage capacity of carob, peaking in March and April, in terms of volume. Carobs are directed to the processing industry and it is usually traded in three ways: 1) directly from the producer to the industry (35% of total output); 2) through intermediaries acting as collectors who later sell it to the industry (5% of total output); 3) through producer organisations (the remaining 10%).

Processing: Carob processing involves two stages: at the first one, carob pulp (destined for the most part to animal feeding) and carob seeds (a nobler product) are obtained; at the second stage, carob seeds are converted into gum, used in the food, pharmaceutical and cosmetics industries, as well as in other industrial products.

Prices: Carobs continue to have a good market valorisation, although carob seed prices registered a decreasing trend along the season and their average level was slightly lower than in 2004-2005.

Foreign Trade: Carobs trade balance is positive, with exports largely exceeding imports. Imports come basically from Spain and consist mostly of whole carob seeds. They are used to meet possible shortages of supply. In 2005, carob sales volume totalled 5 000 tonnes, corresponding to 22.5 million euros. Exports consist mostly of carob seed by-products, which also reach the highest prices. The major destination markets were (in decreasing order of importance): Spain, the Netherlands, Denmark, Japan, the United Kingdom and the United States. It should be noted that Polish purchases in 2005 increased three-fold, compared to 2004.

Outlook: Carobs are the only crop of the traditional non-irrigated orchard that has been increasing, with a strong ecological and economic expression, reinforced by the plantation of new areas and the conversion of old orchards in order to obtain higher yields. An increase in output is expected in Algarve, due to the fruit setting of new orchards already planted.

Ceratonia siliqua, L. • Família | Family: **Caesalpiaceae**

ALFARROBA | CAROBS



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

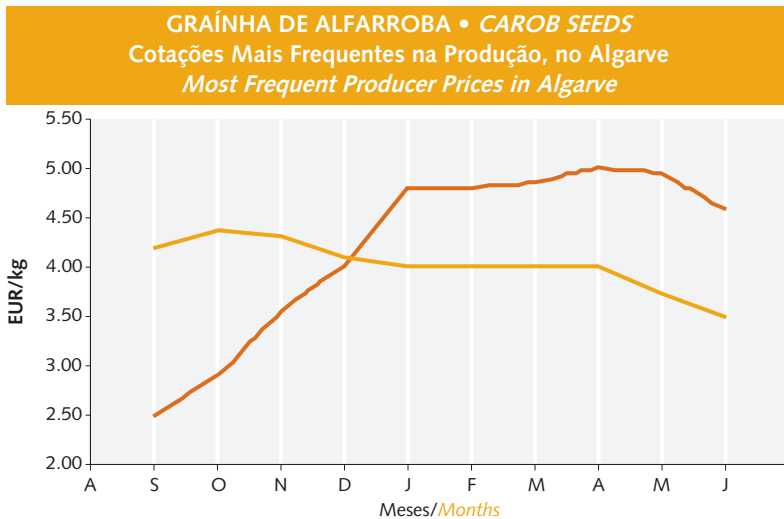
Geographic distribution of the main production areas in Portugal



GRAÍNHA DE ALFARROBA • CAROB SEEDS
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/2004-05 %
Ago/Aug			
Set/Sep	2.50	4.20	68
Out/Oct	2.90	4.36	50
Nov/Nov	3.54	4.30	21
Dez/Dec	4.00	4.10	2
Jan/Jan	4.80	4.00	-17
Fev/Feb	4.80	4.00	-17
Mar/Mar	4.85	4.00	-18
Abr/Apr	5.00	4.00	-20
Mai/May	4.96	3.75	-24
Jun/Jun	4.58	3.50	-24
Jul/Jul			

Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004-05 — 2005-06

ALFARROBA • CAROBS

PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
VAGEM CAROB PODS				PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	24.3	6 539
TOTAL				TOTAL	24.3	6 539

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

ALFARROBA | CAROBS

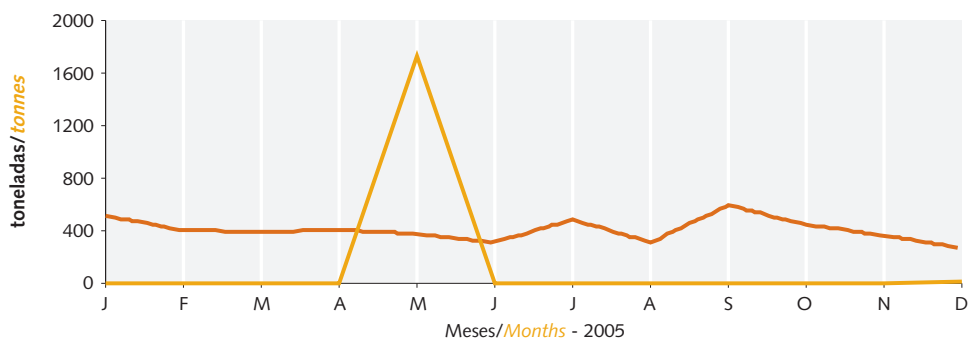
Ceratonia siliqua, L. • Família | Family: Caesalpinaceae



ALFARROBA • CAROBS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
DERIVADOS DA SEMENTE SEED BY-PRODUCTS	ALEMANHA GERMANY	1.0	830	ALEMANHA GERMANY	14.8	255 345
	ARGÉLIA ALGERIA	12.9	1 935	DINAMARCA DENMARK	405.5	5 688 436
	DINAMARCA DENMARK	1.5	28 230	ESPAÑA SPAIN	1 930.5	5 022 179
	ESPAÑA SPAIN	2.8	22 924	E.U. AMÉRICA U.S.A.	92.0	1 364 709
	FRANÇA FRANCE	2.5	26 774	FRANÇA FRANCE	112.1	947 774
	NAMÍBIA NAMIBIA	1 726.8	184 763	IRLANDA IRELAND	18.0	273 583
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	6.8	10 366	ITÁLIA ITALY	26.2	144 900
				JAPÃO JAPAN	246.0	3 144 595
				PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	1 570.4	877 859
				POLÓNIA POLAND	176.0	2 809 584
				REINO UNIDO UNITED KINGDOM	230.9	1 023 687
				OUTROS OTHERS	36.5	611 496
TOTAL		1 754.2	275 822	TOTAL	4 859.0	22 164 147

Fonte/Souce: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

DERIVADOS DA SEMENTE • SEED BY-PRODUCTS



Fonte/Souce: I.N.E.

— Entrada • Imports — Saída • Exports

PRODUÇÃO MUNDIAL DE ALFARROBA/ WORLD PRODUCTION OF CAROBS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	111 275	100	111 130	100	181 066	100	185 340	100
Europa/Europe	90 335	81	90 150	81	126 640	70	130 600	70
UE/EU 25			91 900	83			137 000	74
UE/EU 15	89 685	81			126 040	70		
Portugal	9 100	8	9 100	8	20 000	11	20 000	11
Espanha/Spain	58 796	53	59 000	53	67 403	37	67 000	36
Grécia/Greece	13 000	12	12 600	11	20 000	11	19 000	10
Itália/Italy	8 789	8	8 800	8	18 637	10	24 000	13
África/Africa	13 460	12	13 460	12	30 886	17	31 000	17
Marrocos/Morocco	12 000	11	12 000	11	26 000	14	26 000	14
Ásia/Asia	7 410	7	7 450	7	23 500	13	23 700	13
Turquia/Turkey	3 150	3	3 150	3	14 000	8	14 000	8
América do Norte e Central/ North & Central America	70	0	70	0	40	0	40	0

Fonte/Souce: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Prunus domestica, L. • Família | Family: Rosaceae

AMEIXA | PLUMS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: Mais de metade da produção mundial de ameixa concentra-se na Ásia, sendo a China o maior produtor do Mundo. Na União Europeia (UE-25), destacam-se como importantes produtores de ameixa, a França, a Espanha, a Polónia, a Itália, a Hungria e a Alemanha. A produção nacional corresponde apenas a 2% da produção da União Europeia.

Área de Cultura: 1 904 ha (INE)

Produção: 16 149 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Ribatejo, Oeste, Palmela, Campo Maior, Estremoz, Borba, Algarve e Cova da Beira.

Variedades: Red Beaut, Tipo Black (inclui várias), Stanley, Golden Japan, Presidente, Angeleno, Rainha Cláudia, Songold, Royal Garnet, Fortuna, Giant, Friar.

Factores Relevantes na Produção: De um modo geral a campanha de 2005 decorreu favoravelmente, com um volume de produção idêntico ao de 2004, boas produtividades e frutos com qualidade, embora de pequeno calibre, em virtude da seca que assolou o país e que levou a alguma redução na disponibilidade de água aos pomares de regadio. A Ameixa Rainha Cláudia Verde de Elvas tem Denominação de Origem Protegida (DOP).

Comercialização: De meados de Junho a meados de Outubro de 2005. A comercialização da ameixa efectua-se, na grande maioria, através das Organizações de Produtores, armazenistas e produtores individuais com alguma dimensão. No mercado interno, cerca de 50% do produto é encaminhado para os mercados abastecedores, sendo o restante repartido pelas grandes superfícies de venda, grossistas e empresas de transformação. Os pequenos produtores, não tendo capacidade de concentração da oferta, efectua a venda à porta da exploração ou abastecem os pequenos mercados locais. No caso da ameixa Rainha Cláudia, 20% da produção destina-se à transformação. O aumento de produção verificado por toda a Europa afectou o mercado nacional, na medida em que provocou uma quebra nas vendas ao exterior, o que se reflectiu num excesso de oferta interna, dificuldade de escoamento e fraca valorização do fruto.

Preços: Diminuição acentuada dos preços, relativamente ao ano anterior, tanto a nível dos mercados de produção, como dos mercados abastecedores. Esta situação ficou a dever-se ao aumento da oferta no mercado nacional, tal como referido no ponto anterior, e generalizou-se a todas as variedades, embora a Rainha Cláudia tenha sido mais valorizada.

Comércio Internacional: A ameixa tem pouco peso na produção total de frutos frescos, não chegando aos 2%. Contudo, é um fruto com algum sucesso a nível de penetração em mercados estrangeiros (o volume de vendas ao exterior representa 16% da produção nacional; média do quinquénio 2001-05). Apesar de se constatar, no último quinquénio, um aumento gradual no volume de vendas, a balança comercial mantém-se deficitária. Em 2005 o valor das vendas ao exterior foi de cerca de 2,7 milhões de euros, face aos 5 milhões que representaram as entradas. O Reino Unido, Espanha e a Irlanda são os principais clientes, para a ameixa nacional, sendo de destacar o reforço da posição do Brasil. Os maiores fornecedores do mercado nacional são Espanha e, em período de contra-estação, a África do Sul, a Argentina e o Chile.

Perspectivas: A cultura da ameixa teve o seu maior incremento na década de oitenta/início da década de noventa. Neste momento assiste-se à reconversão de alguns pomares, substituindo variedades por outras de maior rentabilidade, não se prevendo alterações significativas na área total plantada.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: More than half of the world plum production is concentrated in Asia, China being the leading world producer. Within the European Union (EU25), the most important plum producers are France, Spain, Poland, Italy, Hungary and Germany. The Portuguese output corresponds to only 2% of the total EU output.

Crop Area: 1 904 ha (INE)

Output: 16 149 t (INE)

Most Representative Market Areas: Ribatejo, Oeste, Palmela, Campo Maior, Estremoz, Borba, Algarve and Cova da Beira.

Varieties: Red Beaut, Black Type (it includes several varieties), Stanley, Golden Japan, Presidente, Angeleno, Rainha Cláudia, Songold, Royal Garnet, Fortuna, Giant, Friar.

Relevant Production Factors: In general, 2005 was a favourable year, with a production volume similar to that of 2004, good yields, and fine quality, although small-sized, fruits due to the drought that affected the country, leading to lack of water in irrigated orchards. The variety Ameixa Rainha Cláudia Verde de Elvas has a Protected Designation of Origin (PDO).

Marketing: From mid-June to mid-October 2005. Plums are sold for the most part through producer organisations, storer and individual producers with a certain size. In the domestic market, approximately 50% of all plums are sent to wholesale markets, the remaining being distributed by supermarkets and hypermarkets, wholesalers and processing units. Small producers, not being able to concentrate supply, sell their production at the farm gate or to small local markets. In the case of Rainha Cláudia plums, 20% of the output is directed to processing. The increase in output throughout Europe affected the Portuguese market, causing a fall in exports and therefore a surplus in domestic supply, marketing difficulties and low prices.

Prices: There was a marked price fall from the previous year, both in producer markets and in wholesale markets. This was due to the above-mentioned surplus supply in the domestic market and it affected all varieties, although Rainha Cláudia managed to maintain somewhat higher prices.

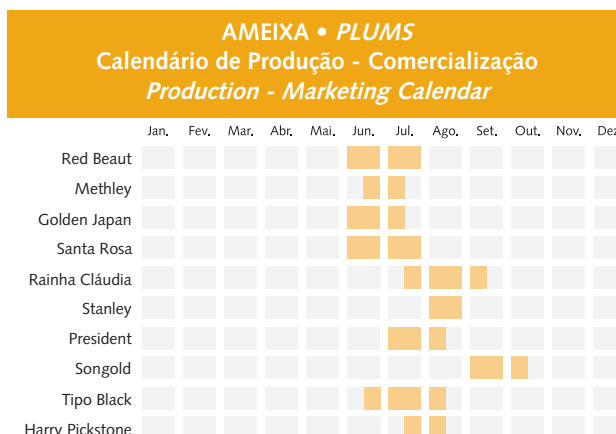
Foreign Trade: Plums provide a small contribution to the total output of fresh fruits (less than 2%). However, they have some success in foreign markets, their export volume representing 16% of the national output (average for the 2001-05 period). Although over the last five years there has been a gradual increase in sales volume, there is still a deficit in trade balance. In 2005, exports totalled 2.7 million euros, as compared to 5 million in imports. The United Kingdom, Spain and Ireland are our main clients, and Brazil has reinforced its position. The largest suppliers of the Portuguese market are Spain and, off-season, South Africa, Argentina and Chile.

Outlook: Plum growing had its steepest increase during the 1980s and early 1990s. Currently, an orchard conversion is in progress, with some varieties being replaced by more profitable ones, although no significant changes in total planted area are expected.



AMEIXA | PLUMS

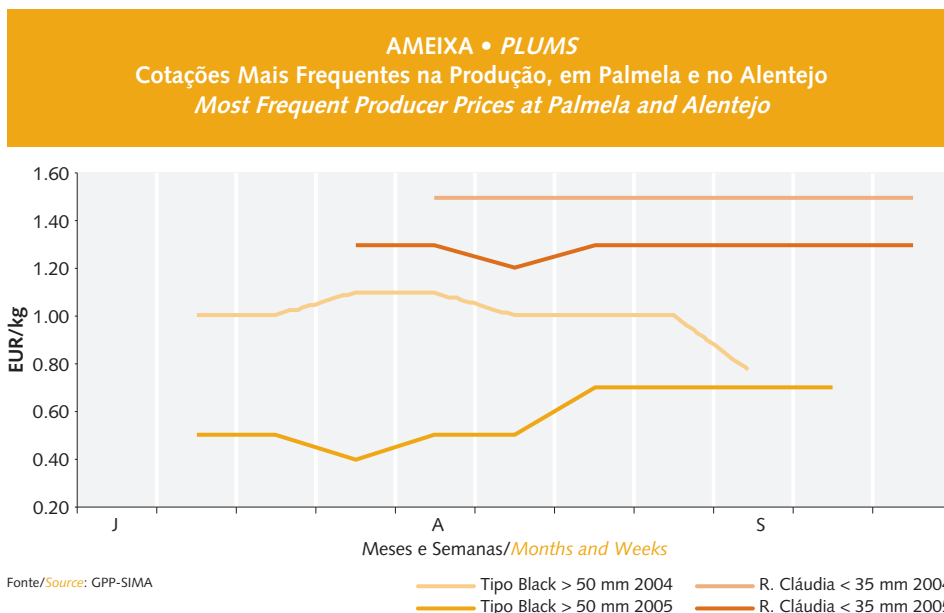
Prunus domestica, L. • Família | Family: Rosaceae



AMEIXA • PLUMS
Cotações Mais Frequentes na Produção, em Palmela e no Alentejo
Most Frequent Producer Prices at Palmela and Alentejo

MESES MONTHS	Tipo Black > 50 mm			R. Cláudia < 35 mm		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jul/ <i>Jul</i>	1.00	0.50	-50			
	1.00	0.50	-50			
	1.10	0.40	-64		1.30	
Ago/ <i>Aug</i>	1.10	0.50	-55	1.50	1.30	-13
	1.00	0.50	-50	1.50	1.20	-20
	1.00	0.70	-30	1.50	1.30	-13
	1.00	0.70	-30	1.50	1.30	-13
Set/ <i>Sep</i>	0.75	0.70	-7	1.50	1.30	-13
		0.70		1.50	1.30	-13
				1.50	1.30	-13

Fonte/Source: GPP-SIMA



Prunus domestica, L. • Família | Family: Rosaceae

AMEIXA | PLUMS

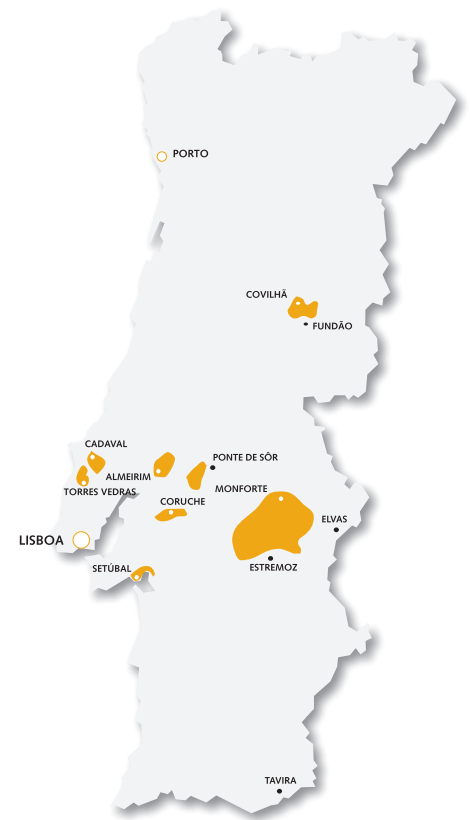
AMEIXA • PLUMS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Tipo Black > 50 mm			R. Cláudia > 35 mm		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jul/Jul	1.37	0.80	-42	2.27	3.00	32
	1.30	0.80	-38	1.87	2.23	19
	1.43	1.00	-30	1.73	2.07	20
	1.30	0.80	-38			
Ago/Aug	1.30	0.80	-38	1.63	1.87	15
	1.10	0.73	-34	1.60	1.63	2
	1.10	0.60	-45	1.50	1.50	0
	1.10	0.53	-52			
Set/Sep	1.10	0.50	-55			
	1.00	0.50	-50			
	0.90	0.50	-44			
	1.00	0.50	-50			
Out/Oct		0.50				
		0.50				

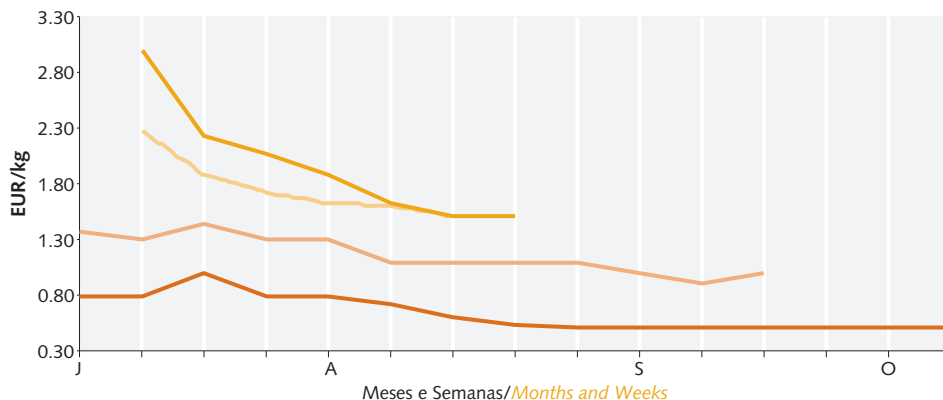
Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



AMEIXA • PLUMS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— R. Cláudia > 35 mm - 2004 — Tipo Black > 50 mm - 2004
— R. Cláudia > 35 mm - 2005 — Tipo Black > 50 mm - 2005

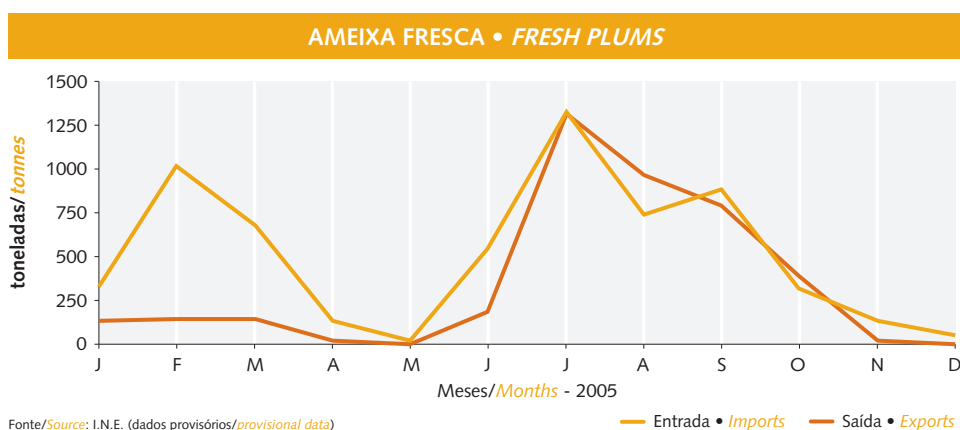
AMEIXA | PLUMS

Prunus domestica, L. • Família | Family: Rosaceae



AMEIXA • PLUMS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
AMEIXA FRESCA FRESH PLUMS	ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	1 416.4	2 113 153	ANGOLA ANGOLA	11.6	17 076
	ALEMANHA GERMANY	213.7	155 433	BRASIL BRAZIL	497.6	356 116
	ARGENTINA ARGENTINA	98.5	79 002	ESPAÑA SPAIN	568.9	531 356
	CHILE CHILE	88.9	90 926	FRANÇA FRANCE	120.9	53 349
	ESPAÑA SPAIN	4 327.4	2 498 361	IRLÂNDIA IRELAND	229.5	161 591
	FRANÇA FRANCE	32.1	32 628	POLÓNIA POLAND	192.8	77 651
	OUTROS OTHERS	9.7	16 208	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	2 474.9	1 448 947
				OUTROS OTHERS	14.3	16 373
TOTAL		6 186.7	4 985 711	TOTAL	4 110.6	2 662 459
AMEIXA SECA DRIED PLUMS	ALEMANHA GERMANY	28.2	85 894	ANGOLA ANGOLA	12.7	57 073
	ARGENTINA ARGENTINA	135.7	248 645	CABO VERDE CAPE VERDE	4.8	13 404
	CHILE CHILE	8.0	16 153	OUTROS OTHERS	1.2	5 983
	ESPAÑA SPAIN	203.4	444 608			
	FRANÇA FRANCE	172.1	374 423			
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	23.9	46 918			
	OUTROS OTHERS	0.1	2 796			
TOTAL		571.4	1 219 437	TOTAL	18.6	76 460

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Prunus domestica, L. • Família | Family: Rosaceae

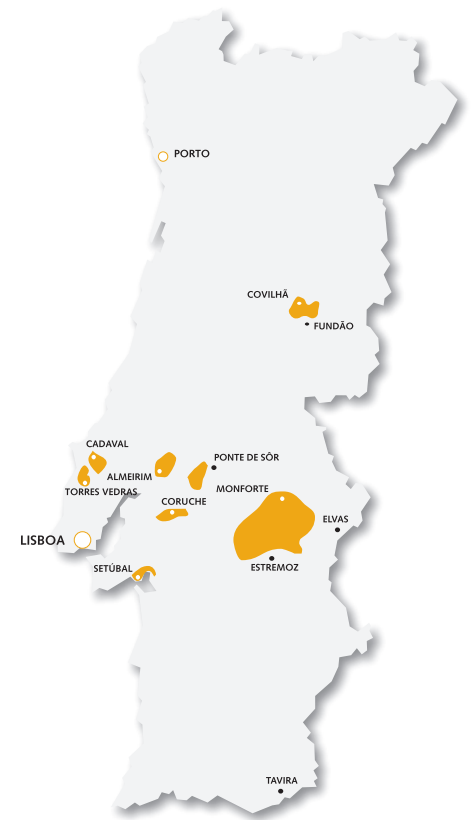
AMEIXA | PLUMS

PRODUÇÃO MUNDIAL DE AMEIXA / WORLD PRODUCTION OF PLUMS								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/ <i>World</i>	2 276 996	100	2 352 239	100	10 423 067	100	9 628 708	100
Europa/ <i>Europe</i>	585 466	26	575 440	24	3 477 041	33	3 149 823	33
UE/EU 25			160 224	7			1 498 226	16
UE/EU 15	131 784	6			1 206 106	12		
Portugal	1 946	0	1 953	0	16 781	0	16 406	0
Alemanha/ <i>Germany</i>	68 000	3	64 500	3	478 730	5	568 000	6
Espanha/ <i>Spain</i>	20 369	1	12 868	1	230 314	2	145 500	2
Federação Russa/ / <i>Russian Federation</i>	58 000	3	60 000	3	160 000	2	178 000	2
França/ <i>France</i>	19 358	1	19 313	1	250 192	2	229 134	2
Itália/ <i>Italy</i>	14 187	1	14 004	1	127 638	1	179 133	2
Polónia/ <i>Poland</i>	24 979	1	25 370	1	109 563	1	132 613	1
Roménia/ <i>Romania</i>	94 489	4	96 996	4	909 648	9	475 767	5
Sérvia e Montenegro/ / <i>Serbia and Montenegro</i>	140 000	6	135 000	6	577 431	6	567 000	6
Ucrânia/ <i>Ukraine</i>	23 600	1	22 700	1	135 200	1	173 300	2
África/ <i>Africa</i>	39 933	2	40 002	2	215 283	2	222 496	2
Ásia/ <i>Asia</i>	1 549 934	68	1 637 006	70	5 451 552	52	5 438 402	56
China/ <i>China</i>	1 413 790	62	1 503 638	64	4 434 724	43	4 435 321	46
Índia/ <i>India</i>	15 000	1	14 000	1	100 000	1	80 000	1
Irão/ <i>Iran</i> , / <i>Islamic Republic of</i>	14 500	1	14 500	1	147 000	1	147 000	2
Japão/ <i>Japan</i>	18 200	1	18 000	1	88 300	1	113 700	1
Turquia/ <i>Turkey</i>	18 625	1	18 400	1	210 000	2	210 000	2
Usbaquistão/ <i>Uzbekistan</i>	13 500	1	15 000	1	98 000	1	90 000	1
América do Norte e Central/ / <i>North & Central America</i>	61 656	3	60 778	3	805 724	8	371 965	4
EUA/ <i>USA</i>	45 329	2	44 499	2	728 292	7	294 746	3
América do Sul/ / <i>South America</i>	36 117	2	34 613	1	444 770	4	413 822	4
Argentina	15 300	1	14 867	1	151 362	1	127 413	1
Chile	14 115	1	14 460	1	255 000	2	250 000	3
Oceania	3 890	0	4 400	0	28 697	0	32 200	0

Fonte/*Source*: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/*aggregated data for 2005 not available*)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



AMÊNDOA | ALMONDS

Prunus dulcis (Miller) D.A. Webb • Sub-Família | Sub-Family: Prunoideae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: A produção de amêndoa reparte-se essencialmente por três continentes, a América (45%), a Europa (23%) e a Ásia (21%). Os Estados Unidos da América lideram a produção mundial, com um peso de 44%. A Europa tem uma representatividade de 23%, destacando-se como importantes produtores a Espanha e a Itália. Na Ásia, a Síria e o Irão, em conjunto, têm um contributo de cerca de 13% na produção mundial.

Área de Cultura: 38 049 ha (INE)

Produção: 13 957 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Douro, Algarve.

Varietades: tradicionais de Trás-os-Montes - Parada ou Refego, Casanova ou Sebastião Guerra, Verdeal, Molar, Gémea e Pegarinhos; tradicionais do Algarve - Bonita, Do prato, Molar, Oliveira, Patarata; estrangeiras - Ferragnès, Ferraduel, Ferrastar, Marcona e Guara

Factores Relevantes na Produção: A cultura da amendoeira assume a sua maior expressão na região de Trás-os-Montes (Terra Quente e Alto Douro), que contribui com 86% da produção e 60% da área, a nível do Continente. Nesta região, uma parte significativa da produção está concentrada em pequenos e médios produtores, com empresas do tipo familiar. Na campanha de 2005, tanto a área, como a produção, foram muito idênticas às da campanha anterior. Em Trás-os-Montes estimava-se um aumento na produção de cerca de 30%, devido às condições climáticas favoráveis ocorridas na época da floração, mas as elevadas temperaturas registadas durante o Verão, associadas à falta de humidade do solo, impediram o normal desenvolvimento dos frutos, parte dos quais não foi colhido. No Algarve as amendoeiras fazem parte integrante do pomar tradicional de sequeiro, sendo a cultura menos nobre e cuja colheita os produtores mais desprezam. A baixa produtividade registada durante a campanha foi consequência, quer da decrepitude a que estão sujeitos os pomares, quer da seca que assolou a região. A Amêndoa do Douro tem Denominação de Origem Protegida (DOP).

Comercialização: Do início de Outubro até meados de Dezembro de 2005, no Douro. No Algarve a comercialização iniciou-se 15 dias mais cedo e estendeu-se até Fevereiro, mas com quantidades muito reduzidas e destinadas às pastelarias locais. Regra geral, a amêndoa é adquirida à produção por ajuntadores e britadores, que funcionam como intermediários, mas também por industriais, que procedem à sua transformação e comercialização. O produto destina-se ao mercado interno, nomeadamente aos mercados abastecedores ou a pastelarias e confeitarias regionais e também ao mercado externo, particularmente a Espanha.

Preços: Ligeira quebra de rendimento na produção devido à diminuição dos preços da amêndoa, relativamente à campanha anterior. Nos mercados abastecedores, os preços da amêndoa no início da campanha foram iguais aos do ano anterior, registando-se posteriormente uma valorização do produto, em Dezembro e Janeiro (do ano seguinte).

Comércio Internacional: A balança comercial apresenta saldo negativo para a amêndoa sem casca (miolo). No que respeita à amêndoa com casca, o saldo oscila entre positivo e negativo, em função da campanha e da procura externa. Em 2005 o valor médio das entradas rondou os 10,6 milhões de euros, face a 2,9 milhões de euros de vendas. O principal mercado para a amêndoa portuguesa, quer com casca, quer em miolo, é Espanha. Os maiores fornecedores do mercado nacional são Espanha (amêndoa com casca e miolo) e os Estados Unidos da América (miolo).

Perspectivas: Existe uma tendência para o abandono de pomares antigos, sobretudo no Algarve, devido aos baixos rendimentos, aos elevados custos de mão de obra e à grande concorrência da amêndoa de Espanha e da Califórnia. Prevê-se o reconhecimento, na região de Trás-os-Montes, de 5 novas Organizações de Produtores na categoria de frutos secos, sendo de esperar que toda a fileira adquira uma nova dinâmica.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: Almond production is basically distributed by three continents: America (45%), Europe (23%) and Asia (21%). The United States lead the world production with 44% and Europe accounts for 23%, its leading producers being Spain and Italy. In Asia, Syria and Iran together account for approximately 13% of the world output.

Crop Area: 38 049 ha (INE)

Output: 13 957 t (INE)

Most Representative Market Areas: Douro, Algarve.

Varieties: traditional varieties from Trás-os-Montes - Parada or Refego, Casanova or Sebastião Guerra, Verdeal, Molar, Gémea and Pegarinhos; traditional varieties from Algarve - Bonita, Do prato, Molar, Oliveira, Patarata; foreign varieties - Ferragnès, Ferraduel, Ferrastar, Marcona and Guara.

Relevant Production Factors: Most almonds are grown in Trás-os-Montes (Terra Quente and Alto Douro), which contributes with 86% of the output and 60% of the area, in mainland Portugal. In Trás-os-Montes, a significant part of the production is concentrated on small and medium producers, with family enterprises. In 2005, both almond area and output were very similar to the previous year. In Trás-os-Montes, a 30% increase in production was expected, due to favourable weather conditions at the time of flowering, but high temperatures in the summertime, associated with lack of moisture in the soil, hindered normal fruit growth and therefore part of the fruits were not gathered. In Algarve, almond trees are part of the traditional non-irrigated orchard, being the least noble crop and the one that producers most disdain to gather. The low yields recorded over this year were the result both of the degradation of the orchards and of the drought that affected the region. The Amêndoa do Douro variety has a Protected Designation of Origin (PDO).

Marketing: From the first week of October to mid-December 2005, in Douro. In Algarve, marketing started 15 days earlier and lasted until February, although with much reduced quantities, directed to local pastry shops. As a rule, almonds are bought from producers by collectors and crushers, who act as middlemen, and also by the industry for later processing and marketing. Fruits may be directed not only to the domestic market, namely to wholesale markets or regional pastry and confectioner's shops, but also to the outside market, particularly to Spain.

Prices: There was a slight decrease in producers' income due to the price fall from the previous year. In wholesale markets, almond prices at the beginning of the year were similar to those of the previous year, with a later increase in December and January (of the following year).

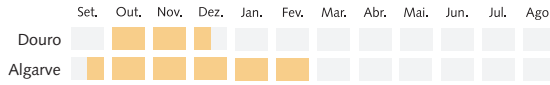
Foreign Trade: Trade balance is negative for shelled almonds (kernels). As regards unshelled almonds, trade balance fluctuates between positive and negative, according to domestic supply and foreign demand. In 2005, the import volume neared 10.6 million euros, as compared to 2.9 million euros for exports. The main market for Portuguese almonds, both shelled and unshelled, is Spain. The largest suppliers of the Portuguese market are Spain (unshelled almonds and kernels) and the United States (kernels).

Outlook: Producers tend to abandon old orchards, particularly in Algarve, due to poor yields, high labour costs and the strong competition from Spanish and Californian almonds. Five new nut producer organisations should soon be recognised in Trás-os-Montes and therefore the whole chain should be stimulated.

Prunus dulcis (Miller) D.A. Webb • Sub-Família | Sub-Family: Prunoideae

AMÊNDOA | ALMONDS

AMÊNDOA • ALMONDS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



AMÊNDOA • ALMONDS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Douro Most Frequent Producer Prices in Douro

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	1.22	1.11	-9
	1.22	1.16	-5
	1.22	1.18	-3
	0.98	1.06	8
Nov/Nov	1.06	1.05	-2
	1.06	1.05	-1
	1.06	1.09	2
	1.06	1.06	-1
Dez/Dec	0.94	1.10	16
	0.94	1.10	16
	0.94		
	0.94		
	0.94		

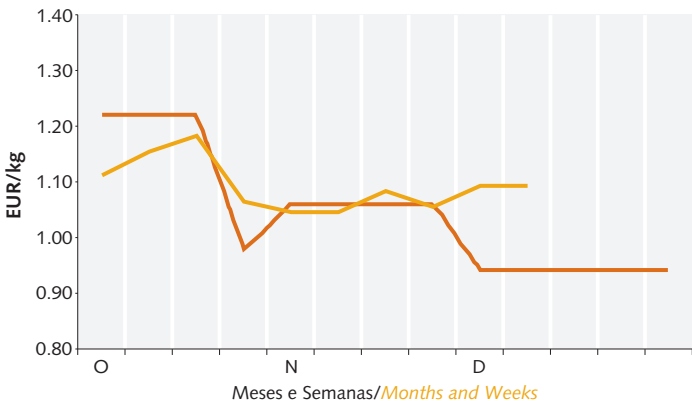
AMÊNDOA COM CASCA UNSHELLED ALMONDS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MAP Most Frequent Prices at Oporto Wholesale Market

MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Nov/Nov	1.20	1.20	0
Dez/Dec	1.20	1.38	15
Jan/Jan	1.20	1.40	17

Fonte/Source: GPP-SIMA

Fonte/Source: GPP-SIMA

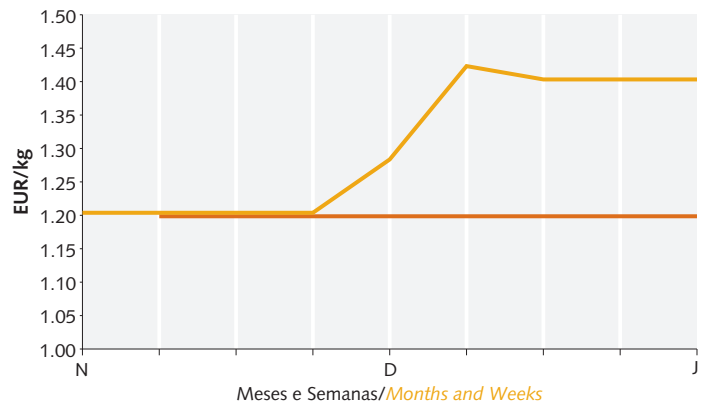
AMÊNDOA • ALMONDS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Douro Most Frequent Producer Prices in Douro



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004
— 2005

AMÊNDOA COM CASCA • UNSHELLED ALMONDS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MAP Most Frequent Prices at Oporto Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004-05
— 2005-06

AMÊNDOA | ALMONDS

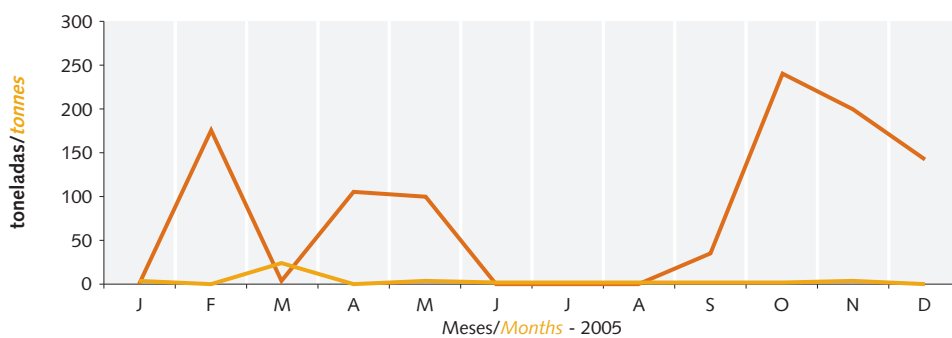
Prunus dulcis (Miller) D.A. Webb • Sub-Família | Sub-Family: Prunoideae



AMÊNDOA • ALMONDS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
AMÊNDOA COM CASCA <i>UNSHELLED ALMONDS</i>	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	44.4	189 706	ANGOLA <i>ANGOLA</i>	1.8	11 301
	E.U. AMÉRICA <i>U.S.A.</i>	0.1	307	BÉLGICA <i>BELGIUM</i>	6.2	41 265
	FRANÇA <i>FRANCE</i>	0.6	6 216	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	843.6	872 669
				FRANÇA <i>FRANCE</i>	9.2	60 983
				PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	144.0	184 593
				OUTROS <i>OTHERS</i>	0.9	4 183
TOTAL		45.1	196 229	TOTAL	1 005.6	1 174 994
AMÊNDOA SEM CASCA <i>SHELLED ALMONDS</i>	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	0.2	1 425	ANGOLA <i>ANGOLA</i>	21.2	182 687
	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	1 056.7	5 634 772	BÉLGICA <i>BELGIUM</i>	27.7	216 738
	E.U. AMÉRICA <i>U.S.A.</i>	549.5	3 088 494	CABO VERDE <i>CAPE VERDE</i>	4.0	32 081
	FRANÇA <i>FRANCE</i>	5.7	39 959	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	210.9	1 226 469
	ITÁLIA <i>ITALY</i>	2.0	11 182	FRANÇA <i>FRANCE</i>	1.8	5 915
	PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	212.7	1 611 653	MOÇAMBIQUE <i>MOZAMBIQUE</i>	1.3	12 411
				PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	4.2	29 751
				OUTROS <i>OTHERS</i>	1.2	6 903
TOTAL		1 826.8	10 387 485	TOTAL	272.3	1 712 955

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

AMÊNDOA COM CASCA • UNSHELLED ALMONDS



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

PRODUÇÃO MUNDIAL DE AMÊNDOA/ WORLD PRODUCTION OF ALMONDS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	1 760 841	100	1 806 477	100	1 719 261	100	1 725 869	100
Europa/Europe	813 402	46	841 281	47	375 327	22	403 353	23
UE/EU 25			840 119	47			400 893	23
UE/EU 15	807 493	46			370 358	22		
Portugal	38 113	2	38 178	2	23 829	1	13 953	1
Espanha/Spain	641 688	36	672 050	37	214 448	12	224 595	13
Itália/Italy	86 142	5	84 441	5	91 382	5	105 245	6
África/Africa	507 490	29	526 000	29	172 122	10	174 060	10
Marrocos/Morocco	131 470	7	132 000	7	70 808	4	70 000	4
Tunísia/Tunisia	280 000	16	300 000	17	40 000	2	44 000	3
Ásia/Asia	202 182	11	201 329	11	366 656	21	364 406	21
Irão/Islamic Republic of	95 000	5	95 000	5	80 000	5	80 000	5
Síria/Syrian Arab Republic	27 000	2	27 000	1	130 000	8	130 000	8
América do Norte e Central/ /North & Central America	222 617	13	222 617	12	786 322	46	765 140	44
EUA/USA	222 577	13	222 577	12	786 262	46	765 080	44
América do Sul/South America	6 150	0	6 250	0	9 280	1	9 480	1
Oceania	9 000	1	9 000	0	9 554	1	9 430	1

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Ananas comosus, L. Merr. • Família | Family: Bromoliaceae

ANANÁS | PINEAPPLES

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: Cerca de metade da produção de ananás no Mundo tem origem na Ásia, sendo a Tailândia e as Filipinas os maiores produtores, com quotas na produção mundial de 13% e 11%, respectivamente. O continente americano contribui com 30% na produção mundial, destacando-se o Brasil com 9%, a Costa Rica e o México, com 5% cada. Na Europa, o único país com produção de ananás é Portugal (Açores), mas sem expressão a nível mundial.

Área de Estufas (Plantação definitiva): 76,1 ha (IAMA - Açores)

Produção: 1 628 t (IAMA - Açores)

Áreas de Mercado mais Representativas: São Miguel - Açores.

Variedades: Cayene.

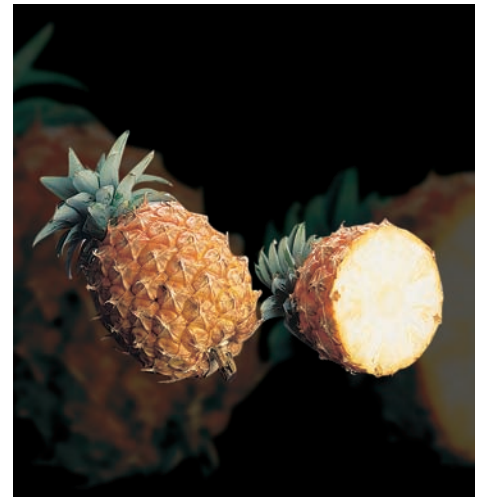
Factores Relevantes na Produção: O ananás na ilha de São Miguel é produzido em estufas de vidro. Cultiva-se em "camas quentes" à base de matéria vegetal, que liberta o calor e nutrientes necessários à cultura. Para a indução da floração utilizam-se "fumos" provenientes da queima de matérias vegetais. A tecnologia de produção, que se desenvolve em três fases e demora cerca de 24 meses, é tradicional desta ilha e confere ao fruto características específicas, o que lhe valeu a atribuição de uma DOP (Denominação de Origem Protegida) - "Ananás dos Açores/São Miguel".

Comercialização: Efectua-se ao longo de todo o ano, com um pico nos meses de Inverno, próximo do Natal, altura em que atinge melhores preços no mercado. Existe um agrupamento de produtores que requereu a DOP e é responsável pela sua gestão e utilização. Uma parte da produção destina-se ao mercado externo. A restante é comercializada na ilha ou expedida para o Continente, sendo transaccionada a nível das grandes superfícies de venda (50%) e dos mercados retalhistas e restauração (50%).

Preços: Os preços do ananás dos Açores variam pouco, em qualquer dos estádios da fileira. Esta situação deve-se, por um lado, à existência de uma ajuda à produção e à exportação e, por outro, ao facto deste produto ocupar um nicho de mercado restrito, com clientela fidelizada, disposta a "pagar" pela diferença.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária, contabilizando-se para o ano de 2005 um valor de entradas de 31,7 milhões de euros, face a 11,8 milhões de euros correspondente às saídas. Nos últimos anos tem-se verificado um aumento acentuado, quer nas aquisições, quer nas vendas de ananás. Tomando como referência a média do quinquénio 2001-2005, as entradas totalizaram 33 679 toneladas e as saídas 16 476 toneladas. O principal fornecedor do mercado nacional é a Costa Rica, seguida da Costa do Marfim (neste caso muitas vezes chega a Portugal via Bélgica ou Espanha). A Itália e Espanha foram os principais clientes para o ananás nacional, atingindo em conjunto uma quota de mercado de 99%.

Perspectivas: Estabilização das áreas e produções devido, por um lado, ao elevado investimento que a cultura em estufa exige e, por outro, à acentuada concorrência de produto importado, a preços muito apelativos para o consumidor.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Around half of the world pineapple production comes from Asia, Thailand and the Philippines being the largest producers, with contributions to world production of 13% and 11%, respectively. The American continent contributes with 30% to world production, Brazil standing out with 9%, and Costa Rica and Mexico following with 5% each. In Europe, the only country that produces pineapple is Portugal (Azores), although its contribution is almost irrelevant at world level.

Glasshouse area (Final plantation): 76.1 ha (IAMA - Azores)

Output: 1 628 t (IAMA - Azores)

Most Representative Market Areas: São Miguel - Azores.

Varieties: Cayene.

Relevant Production Factors: Pineapples from the Island of São Miguel are produced in glass greenhouses. They are cultivated in "hot beds" of plant material that release the heat and nutrients that pineapples require. To induce flowering, "fumos" from burning plant material are used. The production technology undergoes three stages, lasting for approximately 24 months. It is typical of this island and it provides fruits specific characteristics, which have won them a PDO (Protected Designation of Origin) - "Ananás dos Açores / São Miguel".

Marketing: Occurs all year long, peaking in the winter months, near Christmas, when pineapples obtain the best market prices. A producers' group required the PDO and is responsible for its management and use. Part of the output is directed to the foreign market. The remainder is marketed on the island or else sent to mainland Portugal, where it is sold in supermarkets and hypermarkets (50%), and in retail markets and restaurants (50%).

Prices: Prices of Azores pineapples do not vary much, at any chain stage. This is due, on one hand, to a production and exports aid and, on the other hand, to the fact that this product occupies a specific market niche, with a captive customer base, willing to pay for the quality difference.

Foreign Trade: Trade balance is negative, with a total import value of around 31.7 million euros in 2004, as compared to 11.8 million euros in exports. Over the last few years, there has been a steep increase both in imports and exports. During the 2001-2005 period, imports totalled 33 679 tonnes and exports 16 476 tonnes. The main supplier of the Portuguese market is Costa Rica, followed by the Ivory Coast (in this case, pineapples often arrive to Portugal via Belgium or Spain). Italy and Spain are the major buyers of Portuguese pineapples, together accounting for a 99% market share.

Outlook: A stabilisation of areas and outputs is expected, due, on one hand, to the high investment that this crop requires and, on the other hand, to the strong competition from imported pineapples, at very attractive prices for the consumer.

ANANÁS | PINEAPPLES

Ananas comosus, L. Merr. • Família | Family: Bromoliaceae



ANANÁS • PINEAPPLES
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

Açores/Azores Jan. Fev. Mar. Abr. Mai. Jun. Jul. Ago. Set. Out. Nov. Dez.

Açores/Azores f f f f mm mm mm f f f f mm mm mm F F F F

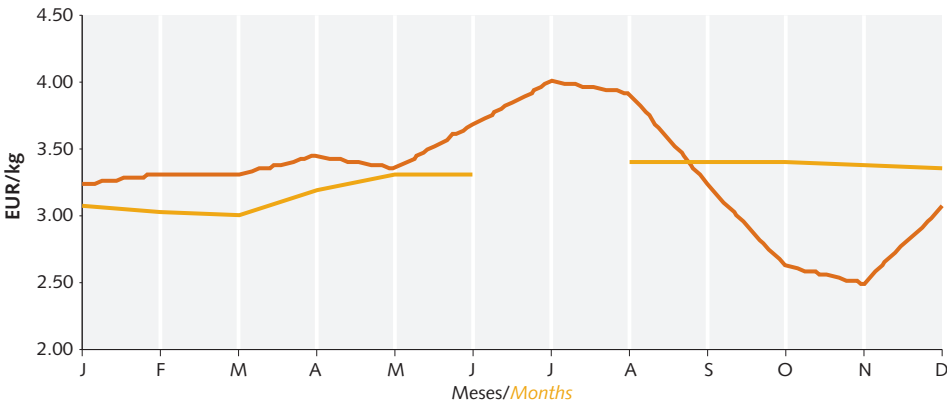
F Oferta Forte
m Oferta Média
f Oferta Fraca

ANANÁS • PINEAPPLES
Origem/Origin: Portugal - Açores/ Azores
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/Kg	2005 EUR/Kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	3.24	3.08	-5
Fev/Feb	3.30	3.02	-8
Mar/Mar	3.30	3.00	-9
Abr/Apr	3.40	3.20	-6
Mai/May	3.35	3.30	-1
Jun/Jun	3.68	3.30	-10
Jul/Jul	4.00		
Ago/Aug	3.91	3.40	-13
Set/Sep	3.25	3.40	5
Out/Oct	2.63	3.40	29
Nov/Nov	2.50	3.38	35
Dez/Dec	3.07	3.36	9

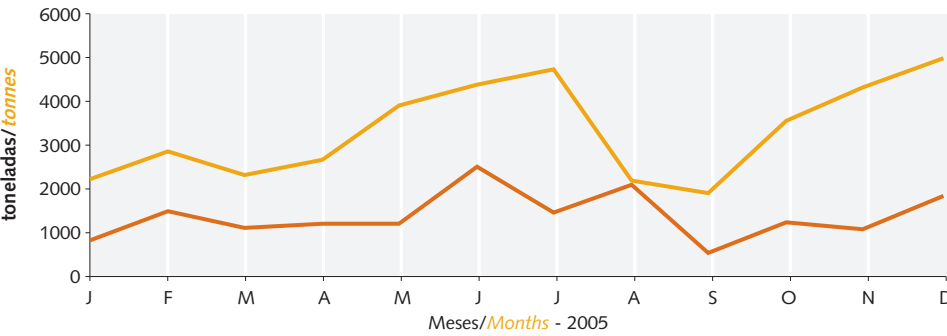
Fonte/Source: GPP-SIMA

ANANÁS • PINEAPPLES
Origem/Origin: Portugal - Açores/ Azores
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

ANANÁS • PINEAPPLES



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

Ananas comosus, L. Merr. • Família | Family: Bromoliaceae

ANANÁS | PINEAPPLES

ANANÁS • PINEAPPLES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	81.7	61 784	CABO VERDE CAPE VERDE	7.1	8 487
BÉLGICA BELGIUM	2 413.5	2 156 226	ESPAÑA SPAIN	14 660.0	9 964 625
BRASIL BRAZIL	452.7	315 265	FRANÇA FRANCE	50.3	46 425
COLÔMBIA COLOMBIA	123.4	93 832	ITÁLIA ITALY	1 829.5	1 619 201
COSTA RICA COSTA RICA	24 314.9	19 371 331	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	97.2	107 783
EQUADOR ECUADOR	1 268.8	925 874	OUTROS OTHERS	2.2	6 557
ESPAÑA SPAIN	8 492.4	6 333 011			
FRANÇA FRANCE	429.7	320 575			
ITÁLIA ITALY	439.8	25 375			
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	2 033.2	1 970 401			
REINO UNIDO UNITED KINGDOM	20.8	111 516			
TOTAL	40 070.8	31 685 190	TOTAL	16 646.5	11 753 078

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE ANANÁS/ WORLD PRODUCTION OF PINEAPPLES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	828 311	100	833 283	100	15 562 421	100	15 698 667	100
Europa/Europe	160	0	160	0	2 000	0	2 000	0
UE/EU 25			160	0			2 000	0
UE/EU 15	160	0			2 000	0		
Portugal *	160	0	160	0	2 000	0	2 000	0
África/Africa	224 985	27	225 480	27	2 478 610	16	2 602 527	17
África do Sul/South Africa	13 000	2	13 000	2	163 777	1	162 440	1
Congo/ Congo, Dem. Republic of	7 626	1	7 667	1	194 160	1	195 210	1
Costa do Marfim/ Côte d'Ivoire	5 900	1	4 100	0	255 700	2	176 917	1
Quênia/Kenya	11 892	1	13 500	2	399 103	3	600 000	4
Nigéria/Nigeria	116 000	14	116 000	14	889 000	6	889 000	6
Ásia/Asia	423 581	51	432 869	52	7 780 318	50	8 258 277	53
China	62 475	8	70 379	8	1 269 675	8	1 403 499	9
Índia/India	90 000	11	90 000	11	1 310 000	8	1 300 000	8
Indonésia/Indonesia	65 000	8	65 000	8	677 089	4	709 918	5
Filipinas/Philippines	47 654	6	48 230	6	1 697 960	11	1 759 290	11
Malásia/Malaysia	10 000	1	10 000	1	320 000	2	330 000	2
Tailândia/Thailand	81 420	10	88 320	11	1 899 424	12	1 997 000	13
Vietnam/Viet Nam	42 400	5	33 100	4	338 000	2	422 200	3
América do Norte e Central/ North & Central America	65 545	8	63 799	8	2 621 383	17	2 174 167	14
Costa Rica	16 445	2	17 400	2	1 100 000	7	725 224	5
EUA/USA	6 475	1	5 261	1	272 157	2	195 046	1
México/Mexico	17 906	2	17 906	2	720 900	5	720 900	5
Rep. Dominicana/ Dominican Republic	6 600	1	6 250	1	110 000	1	100 000	1
América do Sul/South America	109 839	13	106 728	13	2 545 696	16	2 521 589	16
Brasil/Brazil	57 986	7	54 655	7	1 440 010	9	1 435 660	9
Colômbia/Colombia	9 435	1	9 548	1	392 848	3	391 242	2
Venezuela	16 027	2	16 252	2	340 221	2	322 768	2
Oceania	4 201	1	4 247	1	134 414	1	140 107	1
Austrália/Australia	2 616	0	2 664	0	104 743	1	110 417	1

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.

Portugal 2003 (SRE-Açores): Área/Area=65 ha; Produção/Production=1650 t

Portugal 2004 (SRE-Açores): Área/Area=65 ha; Produção/Production=1818 t

AVELÃ | HAZELNUTS

Coryllus avellana, L. • Família | Family: Fagaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: A cultura da avelã concentra-se nos países da orla do Mediterrâneo, sendo a Turquia o maior produtor mundial (57%), a que se segue a Itália (23%). A restante produção distribui-se por Espanha, Irão, Estados Unidos, França e Grécia, embora nestes dois últimos países, em quantidades reduzidas (FAO - 2004).

Área de Cultura: 585 ha (INE)

Produção: 382 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Viseu.

Varietades: Grada de Viseu, Molar, Comum, Butler, Fértil de Coutard, Negreta.

Factores Relevantes na Produção: A produção de avelã em Portugal é muito reduzida (representa apenas 1% da produção total de frutos secos) e provém essencialmente de avelãs dispersas, frequentemente em bordadura, associadas a outras culturas. Trás-os-Montes e a Beira Litoral são as principais regiões de produção de avelã, com representatividades de 41% e 36% respectivamente, na produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). A campanha de 2005-2006 caracterizou-se por uma quebra na produção, da ordem dos 24%, relativamente à de 2004-2005, o que se ficou a dever a problemas de fecundação na altura da floração provocados pelo excesso da humidade. Contudo, a qualidade dos frutos foi boa, tanto em termos de sanidade, como de rendimento casca/miolo.

Comercialização: Dada a escassa produção, o calendário de comercialização resumiu-se aos meses de Outubro, Novembro e Dezembro de 2005. No circuito de comercialização da avelã os ajuntadores são cada vez menos representativos, sendo prática mais comum a entrega directa dos frutos pelo produtor à indústria de descasque ou a cooperativas.

Preços: Os preços da avelã, tanto à saída da produção, como nos mercados abastecedores, foram superiores aos da campanha transacta. O aumento foi mais significativo a nível do produtor, cujo valor médio foi de 38%, face a 16% registado a nível dos mercados abastecedores. Em qualquer dos estádios da fileira os preços da avelã nacional oscilam muito pouco ao longo da campanha, notando-se contudo, nos últimos anos, uma valorização do fruto.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária, tendo sofrido um forte agravamento em 2005, já que as aquisições de avelã totalizaram 1,1 milhões de euros, face aos cerca de 49 mil euros correspondentes às vendas. Estas, são muito reduzidas e destinam-se sobretudo aos PALOP. No que respeita às entradas de avelã, a Turquia, a Itália e Espanha, são os principais fornecedores do mercado nacional.

Perspectivas: Existe uma tendência para o abandono da cultura de árvores dispersas. Pelo contrário, com a possibilidade de colheita mecânica houve ultimamente um novo interesse pela cultura, mas apenas por produtores com dimensão e possibilidade de mecanização.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: Hazelnuts are basically cultivated in Mediterranean countries, Turkey being the world leading producer (57%), followed by Italy (23%). The remaining production is distributed by Spain, Iran, the United States, France and Greece, although the last two only produce small quantities (FAO - 2004).

Crop Area: 585 ha (INE)

Output: 382 t (INE)

Most Representative Market Areas: Viseu.

Varieties: Grada de Viseu, Molar, Comum, Butler, Fertile de Coutard, Negreta.

Relevant Production Factors: Portuguese hazelnut output is very small (only 1% of total nut production) and it comes basically from scattered, often hedgerow trees, associated with other crops. Trás-os-Montes and Beira Litoral are the leading hazelnut producer regions, accounting for 41% and 36%, respectively, of total mainland Portugal output (average for the 2001-05 period). In 2005-06, there was a 24% fall in output from the previous year, due to fertilisation problems at flowering time caused by excessive moisture. However, fruit quality was good, both in terms of plant health and of shell/kernel yield.

Marketing: Given the scarce output, the marketing calendar was restricted to October, November and December of 2005. Collectors are losing importance in the hazelnut marketing circuit, as producers are increasingly selling their fruits directly to the processing industry or to cooperatives.

Prices: Hazelnut prices, both in producer and in wholesale markets, were up from the previous marketing year. The increase was most significant for producer prices, +38% on average, as compared to +16% in wholesale markets. At every chain stage, hazelnut prices fluctuate very little throughout the year. However, in the last few years there has been a slight price increase.

Foreign Trade: There is a trade balance deficit, which worsened considerably in 2005, since purchases totalled 1.1 million euros, whereas sales only reached 49 thousand euros. Exports are very reduced and directed for the most part to Portuguese-speaking African countries (PALOP). As regards hazelnut purchases, Turkey, Spain and Italy are our major suppliers.

Outlook: There is a trend towards abandoning production from scattered trees. Instead, mechanisation has increased the interest of large sized producers in this crop.

Coryllus avellana, L. • Família | Family: Fagaceae

AVELÃ | HAZELNUTS

AVELÃ • HAZELNUTS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



AVELÃ • HAZELNUTS Cotações Mais Frequentes na Produção, em Viseu Most Frequent Producer Prices in Viseu

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	1.30		
	1.30	1.60	23
	1.30	1.90	46
Nov/Nov	1.30	1.90	46
	1.40	1.90	36
	1.40	1.90	36
	1.40	1.90	36
Dez/Dec	1.40	1.90	36

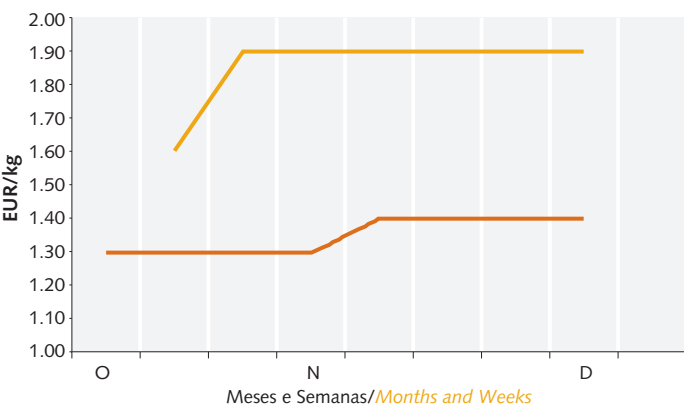
Fonte/Source: GPP-SIMA

AVELÃ • HAZELNUTS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MAP Most Frequent Prices at Oporto Wholesale Market

MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/2004-05 (%)
Nov/Nov	2.38	3.00	26
	2.38	3.00	26
	2.50	3.00	20
Dez/Dec	2.50	2.70	8
	2.50	2.73	9
	2.50	2.80	12
	2.50	2.80	12
	2.50	2.80	12
Jan/Jan	2.50	2.76	10

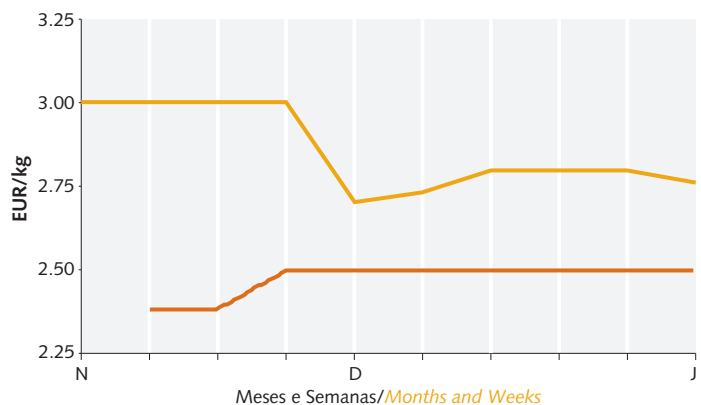
Fonte/Source: GPP-SIMA

AVELÃ • HAZELNUTS Cotações Mais Frequentes na Produção, em Viseu Most Frequent Producer Prices in Viseu



Fonte/Source: GPP-SIMA

AVELÃ • HAZELNUTS Origem/Origin: Portugal Cotações Médias Mais Frequentes no MAP Most Frequent Prices at Oporto Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

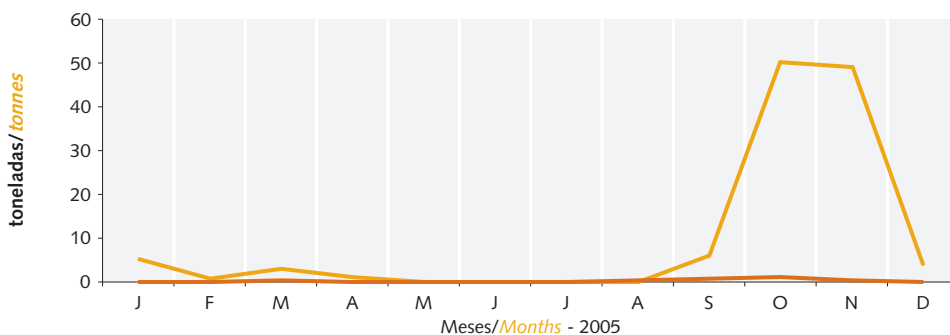
AVELÃ | HAZELNUTS

Coryllus avellana, L. • Família | Family: **Fagaceae**


AVELÃ • HAZELNUTS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
AVELÃ COM CASCA UNSHELLED HAZELNUTS	ESPAÑA SPAIN	8.4	29 519	ANGOLA ANGOLA	1.5	8 422
	FRANÇA FRANCE	16.4	49 946	OUTROS OTHERS	0.0	54
	GRÉCIA GREECE	8.0	41 208			
	ITÁLIA ITALY	10.0	28 056			
	OUTROS OTHERS	0.0	225			
TOTAL		42.8	148 954	TOTAL	1.6	8 476
AVELÃ SEM CASCA SHELLED HAZELNUTS	ESPAÑA SPAIN	32.1	227 606	ANGOLA ANGOLA	2.4	28 468
	ITÁLIA ITALY	23.6	198 636	OUTROS OTHERS	0.7	12 043
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	7.1	57 091			
	TURQUIA TURKEY	56.1	421 262			
	OUTROS OTHERS	0.3	3 206			
TOTAL		119.3	907 801	TOTAL	3.1	40 511

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

AVELÃ SEM CASCA • SHELLED HAZELNUTS



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

PRODUÇÃO MUNDIAL DE AVELÃ/WORLD PRODUCTION OF HAZELNUTS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	529 101	100	508 651	100	686 577	100	612 793	100
Europa/Europe	99 191	19	102 851	20	108 402	16	183 902	30
UE/EU 25			99 586	20			177 823	29
UE/EU 15	95 711	18			102 657	15		
Portugal	627	0	626	0	596	0	502	0
Espanha/Spain	21 583	4	25 818	5	12 559	2	25 700	4
França/France	2 426	0	2 464	0	3 710	1	5 725	1
Grécia/Greece	1 800	0	1 800	0	2 500	0	2 200	0
Itália/Italy	69 275	13	68 623	13	83 292	12	143 356	23
Ásia/Asia	418 579	79	394 226	78	543 655	79	394 731	64
Azerbaijão/Azerbaijan, Republic of	19 472	4	17 971	4	19 895	3	5 491	1
China	8 000	2	8 000	2	13 000	2	14 000	2
Geórgia/Georgia	8 000	2	8 000	2	14 820	2	8 800	1
Irão/Iran, Islamic Republic of	11 000	2	11 500	2	12 500	2	13 000	2
Turquia/Turkey	368 357	70	345 000	68	480 000	70	350 000	57
América do Norte e Central/ North & Central America	11 331	2	11 574	2	34 380	5	34 020	6
EUA/USA	11 331	2	11 574	2	34 380	5	34 020	6

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Musa paradisiaca, L. • Família | Family: Musaceae

BANANA | BANANAS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: Cerca de metade da produção de banana no Mundo tem origem na Ásia, sendo a Índia (23%), a China (9%), as Filipinas (8%) e a Indonésia (7%) os maiores produtores. O continente americano contribui com 34% na produção mundial, destacando-se o Brasil com 9%, o Equador com 8% e a Colômbia, a Costa Rica e o México, com 3% cada. Na Europa, os únicos países com produção de banana são Portugal (Açores e Madeira), Espanha (Canárias), Grécia (Chipre) e França (Martinica e Guadalupe), mas com fraca expressão a nível mundial.

Área de Cultura: 1 113 ha (GPP - 2004)

Produção: 29 555 t (GPP - 2004)

Áreas de Mercado mais Representativas: Madeira, Açores, Algarve.

Varietades: grupo Dwarf (bananeira anã): Dwarf Cavendish, William's, Grand Naine.

Factores Relevantes na Produção: A bananeira tem expressão nos arquipélagos da Madeira e dos Açores, embora também se cultive na região do Algarve. Relativamente à produção total nacional, em 2004 a madeirense representava 77%, a açoreana 22% e a algarvia 1%. No Algarve a cultura da bananeira é efectuada em estufas metálicas, com 6 metros de altura na cumeeira. Na Madeira as bananeiras são cultivadas em socalcos, em explorações muito pequenas (em média 0,15 ha) e são um elemento característico da paisagem da ilha. Na campanha de 2005 a produção de banana na Madeira sofreu uma forte quebra, devido aos ventos fortes e a alguma escassez de água, registados nos últimos meses de 2004.

Comercialização: O calendário de produção e comercialização é praticamente ininterrupto ao longo do ano, embora o pico da produção ocorra nos meses de Verão. Na ilha da Madeira, quase 80% da produção de banana é enviada para o Continente, sendo a restante consumida regionalmente. No Algarve a procura de banana é superior à oferta, pelo que o seu consumo limita-se à região. A comercialização é efectuada pelos produtores, que a colocam directamente nas médias e pequenas superfícies de venda. No arquipélago dos Açores a produção destina-se, igualmente, ao consumo regional.

Preços: As oscilações de preços da banana da Madeira, ocorridas ao longo do ano, estão directamente relacionadas com os períodos de maior ou menor oferta. Assim, durante os três meses de Verão, em que se regista o maior pico de produção, os preços descem, atingindo os valores mais baixos do ano. Inversamente, no primeiro trimestre do ano, a produção é fraca e a banana atinge uma boa valorização.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária. Tomando como referência a média do quinquénio 2001/2005, o valor das entradas aproxima-se dos 97 milhões de euros, o que representa mais do triplo do valor das vendas, cerca de 28 milhões de euros. No que respeita ao volume de vendas, estas atingiram em 2005 cerca de 54 mil toneladas, o maior valor do último quinquénio e destinaram-se na quase totalidade à União Europeia, com destaque para Espanha, Itália, França e Reino Unido. No que respeita às aquisições, o volume atingiu as 163 423 toneladas, valor idêntico ao dos três últimos anos, e foi proveniente na grande maioria dos países da América Latina, nomeadamente do Equador, da Colômbia, da Costa Rica e do Panamá, que em conjunto tiveram uma representatividade de 77%. Dentro da UE destacou-se Espanha (8%), com a banana das Canárias, idêntica à da Madeira e bastante apreciada pelo nosso consumidor.

Perspectivas: Não se prevêem alterações no sector, a curto prazo.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Around half of the world banana production comes from Asia. India (23%), China (9%), the Philippines (8%) and Indonesia (7%) are the leading producers. The American continent contributes with 34% to world production. Brazil and Ecuador stand out with 9% and 8%, respectively, and Colombia, Costa Rica and Mexico follow with 3% each. In Europe, the only countries that produce bananas are Portugal (Azores and Madeira), Spain (Canary Islands), Greece (Cyprus) and France (Martinique and Guadeloupe), although their contribution is almost irrelevant at world level.

Crop Area: 1 113 ha (GPP - 2004)

Output: 29 555 t (GPP - 2004)

Most Representative Market Areas: Madeira, Azores, Algarve.

Varieties: Dwarf group: Dwarf Cavendish, William's, Grand Naine.

Relevant Production Factors: Banana trees are cultivated in Madeira and Azores, although they are also cultivated in Algarve in small quantities. In 2004, Madeira accounted for 77% of total domestic banana output, the Azores for 22% and Algarve for 1%. In Algarve, bananas are cultivated in 6 metre high metal glasshouses. In Madeira, banana trees are cultivated in terraces, in very small holdings (on average 0.15 ha) and are a typical feature in the island's landscape. In 2005 banana production in Madeira fell from 2004, due to strong winds and some water shortage over the last months of 2004.

Marketing: The production and marketing calendar is virtually non-stop throughout the year, although production peaks during the summer. In the Madeira Island, almost 80% of the bananas produced are sent to mainland Portugal, the remainder being consumed within the region. In Algarve, banana demand is higher than supply and therefore almost all the fruits are consumed within the region. Bananas are traded by producers, who sell them directly to small, medium and large markets. In the Azores, production is also destined to regional consumption.

Prices: Price fluctuations for Madeira's bananas throughout the year are directly related to variations in supply. Therefore, during the three summer months, when production peaks, prices fall, reaching the lowest levels in the year. Conversely, during the first quarter of the year, output is low and bananas reach good prices.

Foreign Trade: There is a trade balance deficit. Referring to the average of the 2001/2005 period, import value is close to 97 millions euros, that is, more than three times the export value, approximately 28 millions euros. As regards sales volume, it reached 54 thousand tonnes, the highest value of the last five-year period. Exports were almost entirely destined to the European Union, particularly to Spain, Italy, France and the United Kingdom. As to imports, their volume reached 163 423 tonnes, a value similar to that of the last three years and they came for the most part from Latin American countries, namely Ecuador, Colombia, Costa Rica and Panama, which together accounted for 77%. Within the EU, Spain stands out (8%) with Canary Islands bananas, similar to those of Madeira, well appreciated by Portuguese consumers.

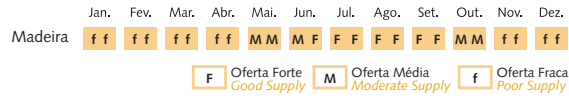
Outlook: In the short term, no changes are expected in this sector.

BANANA | BANANAS

Musa paradisiaca, L. • Família | Family: Musaceae



BANANA • BANANAS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

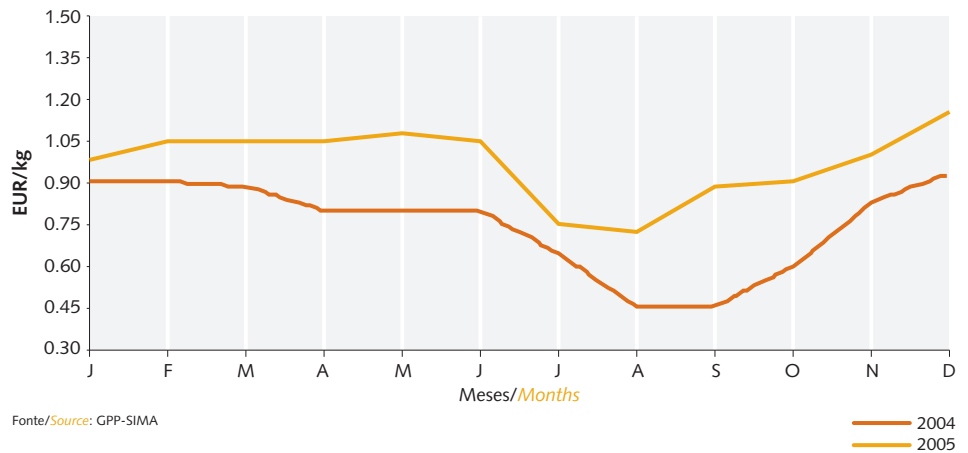


BANANA • BANANAS Origem/Origin: Portugal - Madeira/Madeira Island Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

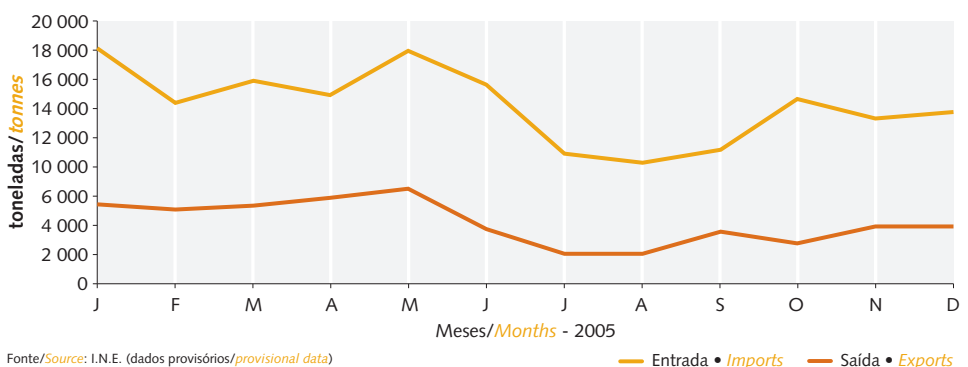
MESES MONTHS	2004 EUR/Kg	2005 EUR/Kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.90	0.98	9
Fev/Feb	0.90	1.05	17
Mar/Mar	0.89	1.05	18
Abr/Apr	0.80	1.05	31
Mai/May	0.80	1.08	35
Jun/Jun	0.80	1.05	31
Jul/Jul	0.65	0.75	15
Ago/Aug	0.45	0.72	60
Set/Sep	0.45	0.89	98
Out/Oct	0.60	0.90	50
Nov/Nov	0.83	1.00	20
Dez/Dec	0.93	1.15	24

Fonte/Source: GPP-SIMA

BANANA • BANANAS Origem/Origin: Portugal - Madeira/Madeira Island Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



BANANA • BANANAS



Musa paradisiaca, L. • Família | Family: Musaceae**BANANA | BANANAS**

BANANA • BANANAS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	1 054.0	953 290	ESPAÑA SPAIN	40 204.9	29 898 260
BÉLGICA BELGIUM	7 544.1	4 335 697	FRANÇA FRANCE	534.0	425 371
COLÔMBIA COLOMBIA	43 622.9	21 456 990	ITÁLIA ITALY	12 411.9	9 194 733
COSTA RICA COSTA RICA	10 696.5	7 587 407	LUXEMBURGO LUXEMBOURG	38.2	47 884
EQUADOR ECUADOR	52 694.1	31 574 707	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	355.0	169 608
ESPAÑA SPAIN	12 986.4	9 461 959	OUTROS OTHERS	1.8	2 462
FRANÇA FRANCE	6 355.1	3 864 943			
ITÁLIA ITALY	9 736.9	7 917 119			
PANAMÁ PANAMA	18 391.6	13 351 345			
OUTROS OTHERS	340.9	240 793			
TOTAL	163 422.6	100 744 250	TOTAL	53 545.7	39 738 318

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

**ILHA DA MADEIRA • MADEIRA ISLAND**

■ Zona Actual de Produção
■ Zona Ideal de Produção

PRODUÇÃO MUNDIAL DE BANANA/ WORLD PRODUCTION OF BANANAS								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	4 389 992	100	4 427 813	100	70 551 646	100	72 425 334	100
Europa/Europe	11 061	0	10 967	0	436 190	1	446 800	1
UE/EU 25			11 257	0			457 300	1
UE/EU 15	11 061	0			436 190	1		
Portugal *	1 200	0	1 200	0	30 000	0	30 000	0
Espanha/Spain	9 646	0	9 552	0	402 090	1	412 700	1
África/Africa	993 804	23	992 488	22	7 135 326	10	7 334 686	10
Burundi	300 000	7	300 000	7	1 600 000	2	1 600 000	2
Egipto/Egypt	21 307	0	21 270	0	870 886	1	875 123	1
Ásia/Asia	2 048 103	47	2 099 416	47	37 673 655	53	39 023 570	54
China	265 100	6	269 150	6	6 126 340	9	6 245 900	9
Índia/India	680 000	15	680 000	15	16 820 000	24	16 820 000	23
Indonésia/Indonesia	277 991	6	314 708	7	4 177 155	6	4 874 439	7
Filipinas/Philippines	409 800	9	415 427	9	5 368 977	8	5 638 060	8
Tailândia/Thailand	146 000	3	153 000	3	1 900 000	3	2 000 000	3
América do Norte e Central/ /North & Central America	348 296	8	350 661	8	8 445 328	12	8 822 266	12
Costa Rica	41 796	1	45 700	1	2 028 000	3	2 220 000	3
Guatemala	19 040	0	19 040	0	960 000	1	1 000 000	1
Honduras	17 473	0	19 206	0	735 174	1	811 232	1
México/Mexico	72 645	2	72 645	2	2 026 613	3	2 026 610	3
América do Sul/South America	906 639	21	891 966	20	15 671 467	22	15 615 045	22
Brasil/Brazil	509 588	12	490 229	11	6 800 990	10	6 606 830	9
Colômbia/Colombia	56 744	1	62 730	1	1 536 266	2	1 572 250	2
Equador/Ecuador	218 683	5	216 510	5	5 882 600	8	6 038 077	8
Oceania	82 089	2	82 315	2	1 189 680	2	1 182 967	2

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.

Portugal 2003 (GPPAA): Área/Area=1183 ha; Produção/Production=21300 t

Portugal 2004 (GPPAA): Área/Area=1113 ha; Produção/Production=29555 t

CASTANHA | CHESTNUTS

Castanea sativa, Miller • Família | Family: Fagaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: Cerca de 85% da produção mundial de castanha concentra-se na Ásia, sendo a China o maior produtor do Mundo. A Europa contribui com 12%, destacando-se a Itália e Portugal, com representatividades na produção mundial de 4% e 3%, respectivamente.

Área de Cultura: 30 097 ha (INE)

Produção: 22 169 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Bragança, Chaves, Guarda, Portalegre.

Varietades: Cota, Longal, Judia, Martainha, Rebordã, Bária, Colarinha.

Factores Relevantes na Produção: A cultura do castanheiro assume a sua maior expressão na região de Trás-os-Montes, que contribui com 85% da produção e 82% da área, a nível do Continente (média do quinquénio 2001-05). A campanha de 2005-2006 ficou marcada por uma quebra na produção, da ordem de 28%, em relação à de 2004-2005. Na origem desta situação estiveram as condições climáticas desfavoráveis durante o ciclo vegetativo da cultura, nomeadamente as elevadas temperaturas e a falta de humidade no solo, em especial durante os meses de Agosto e Setembro. As variedades precoces foram as mais afectadas. Existem quatro Denominações de Origem Protegida (DOP) para a castanha: Castanha da Terra Fria, Castanha dos Soutos da Lapa, Castanha da Padrela e Castanha de Marvão.

Comercialização: De meados de Outubro até finais de Dezembro de 2005. A campanha foi um pouco mais curta do que o habitual devido à menor oferta. Não se verificaram dificuldades de escoamento e a procura foi animada, em particular para a variedade Judia, que apresentou calibres acima do normal. Os intermediários (ajuntadores), que adquirem a castanha à porta das explorações, têm grande representatividade no circuito de comercialização. Em Trás-os-Montes, cerca de 70 a 80% da castanha destina-se ao mercado externo (em fresco e transformada) e os restantes 20 a 30% ao mercado interno, quer para consumo em fresco, quer para a indústria de transformação (congelção (maioria) e confeitaria).

Preços: Os preços da castanha, tanto nos mercados de produção, como nos abastecedores, variam bastante em função da variedade e do calibre dos frutos. As variedades Rebordã (Sabugal) e Judia são as mais valorizadas para o consumo em fresco. A nível dos mercados de produção houve uma valorização da castanha, face à campanha anterior, com maior ênfase para a variedade Judia, em que o aumento médio se situou nos 40%. Nos mercados abastecedores também se verificou um aumento nos preços da castanha, que se situou em média nos 23%.

Comércio Internacional: A castanha portuguesa impõe-se há décadas no mercado externo, sendo um dos frutos privilegiados da nossa expedição/exportação. A balança comercial apresenta um saldo positivo, cujo valor se cifrou em 11,2 milhões de euros (média do quinquénio 2001-2005). Os principais clientes são Espanha e os mercados tradicionais de emigração portuguesa, nomeadamente o Brasil, França e a Suíça, entre outros. As aquisições de castanha ao exterior têm vindo a aumentar nos últimos anos, aproximando-se das 2 000 toneladas e provém na quase totalidade da vizinha Espanha.

Perspectivas: Em Trás-os-Montes os agricultores continuam a apostar na plantação de novos soutos, uma vez que se trata de um produto com escoamento assegurado, é bem valorizado e tem peso económico para a região. Acresce ainda o facto de, nesta região, o sector da indústria de congelção da castanha estar em crescimento.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: Approximately 85% of the world chestnut production is concentrated in Asia, China being the leading world producer. Europe provides a 12% contribution, Italy and Portugal standing out with 4% and 3% of the world output, respectively.

Crop Area: 30 097 ha (INE)

Output: 22 169 t (INE)

Most Representative Market Areas: Bragança, Chaves, Guarda, Portalegre.

Varieties: Cota, Longal, Judia, Martainha, Bária, Colarinha.

Relevant Production Factors: Most chestnut trees are grown in Trás-os-Montes, which contributes with 85% of the output and 82% of the area, at the mainland Portugal level (average for the 2001-05 period). The 2005-06 season featured a 28% fall in output from the previous season. This situation was caused by unfavourable weather conditions during the growth cycle, namely high temperatures and lack of moisture in the soil, particularly in August and September. The earlier varieties suffered the most. There are four Protected Designations of Origin (PDO) for chestnuts: Castanha da Terra Fria, Castanha dos Soutos da Lapa, Castanha da Padrela and Castanha de Marvão.

Marketing: From mid-October to mid-December 2005. The 2005-06 season was a little shorter due to a decrease in the available supply. There were no marketing difficulties and demand was lively, particularly for the Judia variety, which had above average sizes. Intermediaries (collectors), who purchase chestnuts at the farm gate, play a very important role in the marketing circuit. In Trás-os-Montes, approximately 70-80% of the chestnuts are destined to the foreign market (either fresh or processed) and the remaining 20-30% to the internal market, either to be consumed fresh or to be used in the processing industry (mostly for freezing and also for confectionery).

Prices: Chestnut prices, both in producer and in wholesale markets, fluctuated widely over the year, according to fruit variety and size. The Rebordã (Sabugal) and Judia varieties reach the highest prices for fresh consumption. In producer markets, prices increased from the previous year, particularly for the Judia variety, where the average increase neared 40%. In wholesale markets, there was also an average 23% increase in chestnut prices.

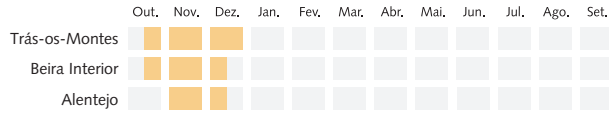
Foreign Trade: For decades now, Portuguese chestnuts have conquered their position in external markets. They are one of the most important fruits in Portuguese exports. Trade balance is positive, reaching 11.2 million euros (average for the 2001-2005 period). Our main clients are Spain and the traditional Portuguese emigration markets, namely Brazil, France and Switzerland, among others. Chestnut imports have been increasing over the last few years, now nearing 2 000 tonnes, and they come mostly from Spain.

Outlook: In Trás-os-Montes, producers continue to invest in planting new chestnut groves, since chestnut marketing is guaranteed, fruits are well priced and they provide a fine economic contribution to the region. In addition, the chestnut freezing industry is also growing in this region.

Castanea sativa, Miller • Família | Family: Fagaceae

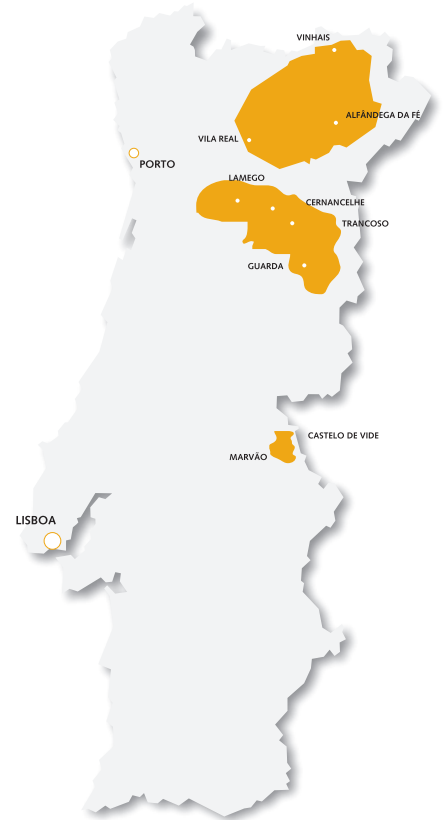
CASTANHA | CHESTNUTS

CASTANHA • CHESTNUTS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



CASTANHA • CHESTNUTS Cotações Mais Frequentes na Produção, em Trás-os-Montes Most Frequent Producer Prices in Trás-os-Montes

MESES MONTHS	Longal (Bragança)		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	0.90	1.00	11
	0.90	1.00	11
	0.90	0.90	0
Nov/Nov	0.80	0.90	13
	0.75	0.80	7
	0.75	0.90	20
	0.50	0.90	80
Dez/Dec	0.45	0.70	56
	0.45	0.70	56
	0.45		

MESES MONTHS	Judia (Chaves)		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	1.25	1.50	20
	1.25	1.60	28
	1.25	1.60	28
Nov/Nov	1.25	1.60	28
	1.25	1.80	44
	1.25	1.80	44
	1.10	1.00	-9
Dez/Dec	1.10		

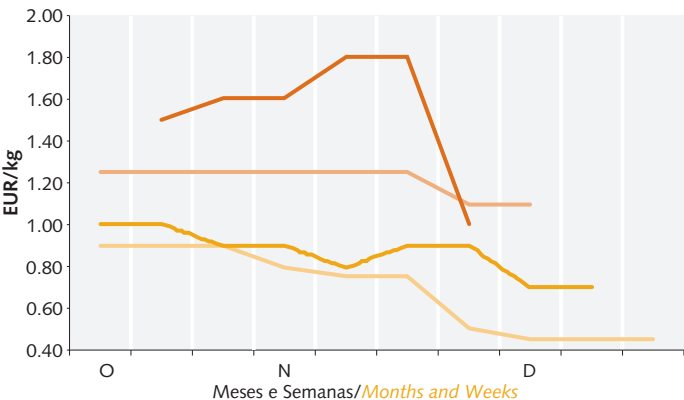
CASTANHA • CHESTNUTS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Set/Sep	3.50		
	3.37		
Out/Oct	3.10	3.50	13
	3.50	2.93	-16
	3.33	2.80	-16
	2.03	2.87	41
Nov/Nov	2.37	2.87	21
	2.33	2.93	26
	2.27	3.00	32
	2.20	2.80	27
Dez/Dec	2.60	2.65	2
	2.50	3.00	20
	2.50	3.33	33
	2.30	3.50	52
Jan/Jan	2.30	3.50	52
	2.30	3.50	52
	2.20	3.50	59
Fev/Feb		3.50	
		3.50	
		3.80	
		3.80	

Fonte/Source: GPP-SIMA

Fonte/Source: GPP-SIMA

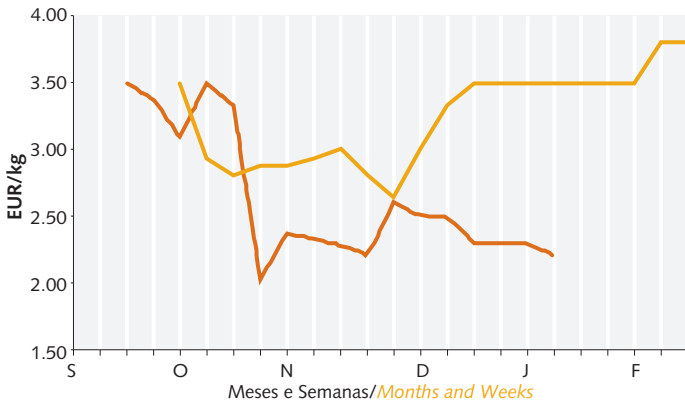
CASTANHA • CHESTNUTS Cotações Mais Frequentes na Produção, em Trás-os-Montes Most Frequent Producer Prices in Trás-os-Montes



Fonte/Source: GPP-SIMA

- Longal (Bragança) 2004
- Longal (Bragança) 2005
- Judia (Chaves) 2004
- Judia (Chaves) 2005

CASTANHA • CHESTNUTS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

- 2004-05
- 2005-06

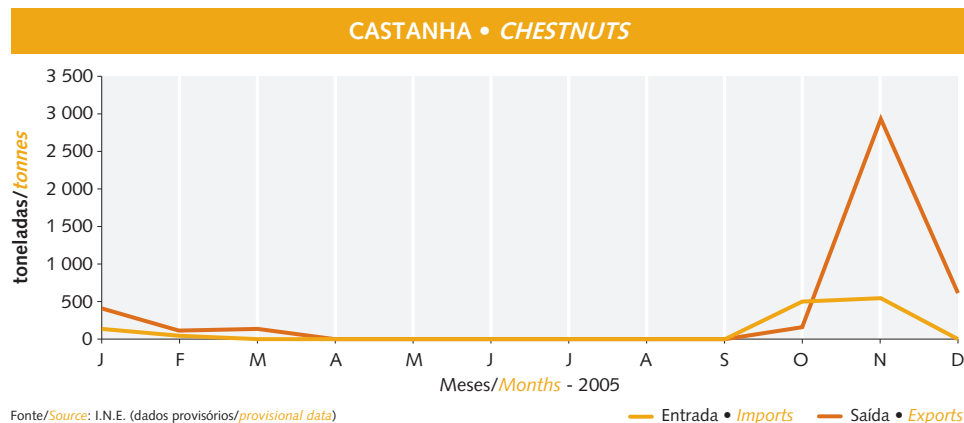
CASTANHA | CHESTNUTS

Castanea sativa, Miller • Família | Family: Fagaceae



CASTANHA • CHESTNUTS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
CHINA CHINA	3.4	1 161	ALEMANHA GERMANY	8.9	11 308
ESPAÑA SPAIN	999.2	1 177 758	ANGOLA ANGOLA	10.2	32 621
ITÁLIA ITALY	230.1	453 444	BRASIL BRAZIL	1 442.4	3 183 831
SUÍÇA SWITZERLAND	5.5	2 200	CABO VERDE CAPE VERDE	3.4	10 000
			CANADÁ CANADA	40.6	142 550
			ESPAÑA SPAIN	1 458.0	2 396 952
			E. U. AMÉRICA USA	52.6	179 802
			FRANÇA FRANCE	512.3	661 233
			ITÁLIA ITALY	296.1	174 628
			JAPÃO JAPAN	23.0	39 438
			LUXEMBURGO LUXEMBOURG	12.0	30 005
			REINO UNIDO UNITED KINGDOM	158.7	358 195
			SUÍÇA SWITZERLAND	378.2	515 071
			OUTROS OTHERS	2.2	6 839
TOTAL	1 238.2	1 634 563	TOTAL	4 398.4	7 742 473

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO MUNDIAL DE CASTANHA / WORLD PRODUCTION OF CHESTNUTS								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	339 245	100	333 699	100	1 118 972	100	1 116 478	100
Europa/Europe	86 363	25	82 344	25	142 188	13	137 193	12
UE/EU 25			75 827	23			116 666	10
UE/EU 15	79 686	23			122 206	11		
Portugal	29 885	9	30 227	9	33 267	3	31 051	3
Federação Russa/ /Russian Federation	5 000	1	5 500	2	17 000	2	18 000	2
França/France	7 264	2	7 330	2	10 118	1	12 722	1
Grécia/Greece	7 800	2	7 800	2	12 000	1	12 500	1
Itália/Italy	23 500	7	23 500	7	50 000	4	50 000	4
Ásia/Asia	227 200	67	226 000	68	940 885	84	943 700	85
China	125 000	37	124 000	37	797 168	71	805 000	72
Coreia/Korea, Republic of	33 000	10	32 000	10	60 017	5	55 000	5
Japão/Japan	25 300	7	25 000	7	25 100	2	24 000	2
Turquia/Turkey	37 200	11	38 000	11	48 000	4	49 000	4
América do Sul/South America	25 682	8	25 355	8	35 759	3	35 445	3
Bolívia/Bolivia	25 500	8	25 170	8	35 000	3	34 670	3

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Prunus avium, L. and Prunus cerasus, L. • Família | Family: Rosaceae

CEREJA | CHERRIES

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: O maior produtor do Mundo de cereja são os Estados Unidos da América, que anualmente contribuem com cerca de 14% na produção mundial. A Europa é responsável por quase metade da produção mundial, destacando-se como principais produtores: a Polónia, a Ucrânia, a Federação Russa, a Itália, a Alemanha e Espanha. A Ásia contribui com cerca de 35%, sendo a Turquia e o Irão os países de maior produção.

Área de Cultura: 6 255 ha (INE)

Produção: 15 414 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Cova da Beira, Resende, Alfândega da Fé e Portalegre.

Variedades: Big Burlat, Napoleão Pé Comprido, Brooks, Arcina, Summit, Sunburst, Big Windsor, Van, Garnet, Lisboaeta, Maring, Saco do Douro, Saco da Cova da Beira, Sweetheart, Hedelfingen, Bing, São Julião.

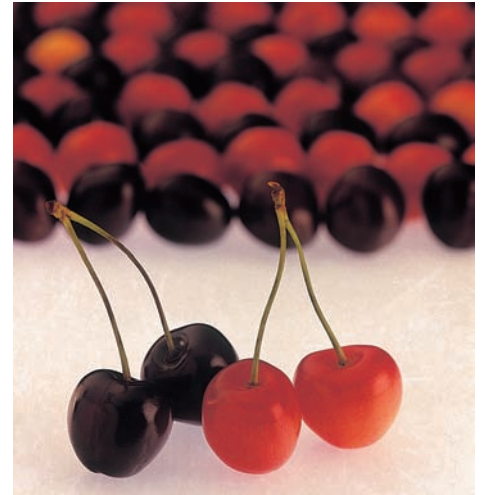
Factores Relevantes na Produção: A Beira Interior é a região de maior produção de cereja, com uma representatividade de 56% na produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). Seguem-se-lhe as regiões de Trás-os-Montes e Entre-Douro-e-Minho, com quotas de 26% e 16%, respectivamente. Em termos globais, a produção de cereja em 2005 foi idêntica à da campanha anterior, embora com frutos de menor calibre devido à falta de água para rega. Muitos produtores optaram por não colher os frutos de calibre excessivamente pequeno, pois o preço pago pela indústria não compensava os custos de colheita. Pelo facto de ter sido um ano muito seco registaram-se ataques de *monília*, que diminuíram o poder de conservação dos frutos, com maior incidência na variedade Burlat. A Cereja da Cova da Beira tem Indicação geográfica Protegida (IGP) e a Cereja de São Julião (Portalegre) tem Denominação de Origem Protegida (DOP).

Comercialização: Do início de Maio até meados de Julho de 2005. Durante a campanha verificou-se algum desequilíbrio na relação oferta/procura. Os frutos de calibre pequeno e de variedades precoces tiveram alguma dificuldade de escoamento, ao passo que os frutos de calibre grande, na sua maioria de variedades novas, tiveram boa procura e foram bem valorizados. Os operadores mais representativos no circuito de comercialização da cereja são os produtores/expedidores, as cooperativas/associações de produtores e os mandatários (ajuntadores que levam a cereja para os mercados grossistas à consignação). Cerca de 40% da cereja destina-se às grandes superfícies de venda, 45% aos mercados abastecedores dos grandes centros urbanos e o restante é transaccionado nos mercados regionais e/ou "à porta" da exploração ou canalizado para a indústria de transformação.

Preços: Em 2005, o nível de preços da cereja, quer nos mercados de produção, quer nos mercados abastecedores, foi inferior ao conseguido na campanha de 2004. O diferencial foi mais acentuado para as variedades precoces, nomeadamente a Big Burlat (-50 a -70%).

Comércio Internacional: A balança comercial é altamente deficitária. Em 2005 as vendas de cereja totalizaram 174 toneladas, com o valor de 392 mil euros e destinaram-se na quase totalidade a Espanha. As aquisições de cereja, na ordem das 1 500 toneladas, cifraram-se em 3,2 milhões de euros e foram provenientes também, na grande maioria, de Espanha.

Perspectivas: Em praticamente todas as zonas de produção continua a ser efectuada a reconversão dos pomares, substituindo as variedades tradicionais por outras de maior valor comercial e que satisfazem as expectativas dos produtores. Tem havido também alguma aposta na plantação de novos pomares. Estes factores serão, com certeza, decisivos para o aumento da produção de cereja nos próximos anos.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: The world leading cherry producer is the United States of America, who annually contributes with approximately 14% to world output. Europe accounts for almost half of the world output, and the leading European producers are: Poland, Ukraine, the Russian Federation, Italy, Germany and Spain. Asia contributes with approximately 35%, Turkey and Iran being the leading producers.

Crop Area: 6 255 ha (INE)

Output: 15 414 t (INE)

Most Representative Market Areas: Cova da Beira, Resende, Alfândega da Fé and Portalegre.

Varieties: Big Burlat, Napoleão Pé Comprido, Brooks, Arcina, Summit, Sunburst, Big Windsor, Van, Garnet, Lisboaeta, Maring, Saco do Douro, Saco da Cova da Beira, Sweetheart, Hedelfingen, Bing, São Julião.

Relevant Production Factors: Beira Interior is the leading cherry producer region, accounting for 56% of total mainland Portugal output (average for the 2001-05 period). Trás-os-Montes and Entre-Douro-e-Minho follow, with contributions of 26% and 16%, respectively. Overall, cherry output in 2005 was similar to that of the previous year, although fruits were smaller due to lack of irrigation water. Many producers chose not to pick the smallest fruits, since the price paid by the industry did not compensate for picking costs. Since this was a very dry year, there were monilia infections on trees, leading to a reduction in fruit storage capacity, particularly for the Burlat variety. The variety Cereja da Cova da Beira has a Protected Geographical Indication (PGI) and Cereja de São Julião (Portalegre) has a Protected Designation of Origin (PDO).

Marketing: From the beginning of May to mid-July 2005. There was a certain imbalance between supply and demand during the season. Small-sized fruits and earlier varieties faced some marketing difficulties, whereas large-sized fruits, mostly from new varieties, were in good demand and reached good prices. The most important agents in the cherry marketing circuit are producers/dispatchers, producer cooperatives/associations and consignor's agents (collectors who take cherries to wholesale markets on consignment). Approximately 40% of the cherries produced are destined for supermarkets and hypermarkets, 45% for wholesale markets in large urban centres and the remainder is traded in regional markets and/or at the farm gate, or directed to the processing industry.

Prices: In 2005, cherry price levels, both in producer and in wholesale markets, fell from 2004. Price differences were steeper for early varieties, namely Big Burlat (-50% to -70%).

Foreign Trade: There is a huge trade deficit. In 2005, cherry sales totalled 174 tonnes, amounting to 392 thousand euros, and they were almost entirely destined for Spain. Cherry purchases (around 1 500 tonnes) totalled 3.2 million euros, and also came mostly from Spain.

Outlook: In virtually every production area, orchard conversion proceeds, with the replacement of traditional varieties by others with higher commercial value, meeting consumers' expectations. Producers have also been investing on planting new orchards. These factors will certainly be decisive in increasing cherry production over the next few years.

CEREJA | CHERRIES

Prunus avium, L. e Prunus cerasus, L. • Família | Family: Rosaceae



CEREJA • CHERRIES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Alfândega da Fé					■	■	■					
Resende					■	■	■					
Cova da Beira					■	■	■					
Portalegre					■	■	■					

CEREJA • CHERRIES Cotações Mais Frequentes na Produção, na Cova da Beira Most Frequent Producer Prices in Cova da Beira

MESES MONTHS	Big Burlat			De Saco		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mai/May	7.00	2.40	-66			
	6.00	1.40	-77			
	3.50	1.40	-60			
Jun/Jun	1.50			2.25	1.70	-24
	1.60			2.25	1.40	-38
				1.50	1.40	-7
Jul/Jul				1.80	1.50	-17
				2.20	1.50	-32
				2.50		

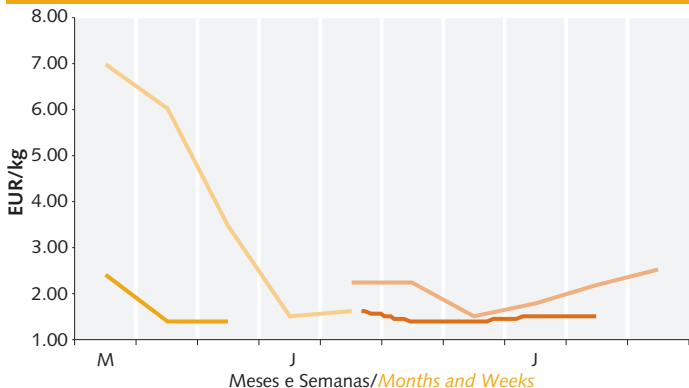
Fonte/Source: GPP-SIMA

CEREJA • CHERRIES Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Big Burlat			De Saco da Cova da Beira		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mai/May	12.50	12.67	1			
	8.33	3.67	-56			
	5.33	2.47	-54			
	2.83	1.75	-38			
Jun/Jun	1.50	2.80	87		2.50	
	2.90				2.33	
	2.50				1.80	
					1.87	
Jul/Jul				1.80	1.93	7
				2.60	2.43	-7
				3.10		

Fonte/Source: GPP-SIMA

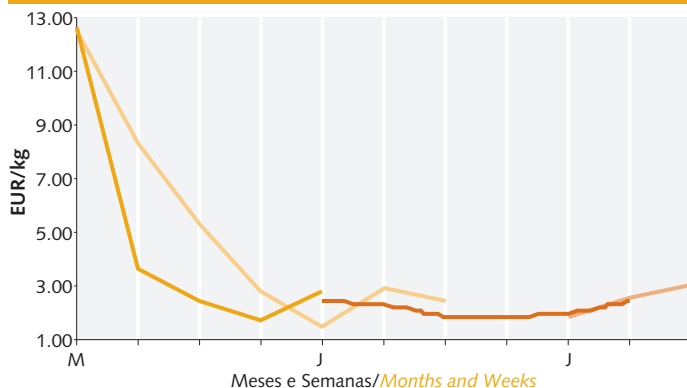
CEREJA • CHERRIES Cotações Mais Frequentes na Produção, na Cova da Beira Most Frequent Producer Prices in Cova da Beira



Fonte/Source: GPP-SIMA

Legend: Big Burlat 2004 (light orange), Big Burlat 2005 (dark orange), De Saco 2004 (light brown), De Saco 2005 (dark brown)

CEREJA • CHERRIES Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

Legend: Big Burlat 2004 (light orange), Big Burlat 2005 (dark orange), De Saco 2004 (light brown), De Saco 2005 (dark brown)

Prunus avium, L. and Prunus cerasus, L. • Família | Family: Rosaceae

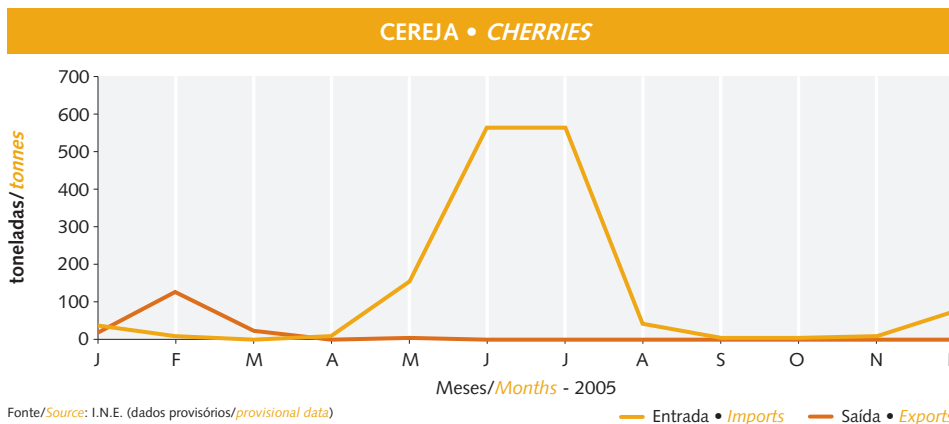
CEREJA | CHERRIES

CEREJA • CHERRIES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	243.3	750 259	ANGOLA ANGOLA	1.6	17 399
ARGENTINA ARGENTINA	2.4	11 413	ESPAÑA SPAIN	170.6	370 175
CHILE CHILE	3.2	22 916	FRANÇA FRANCE	1.0	2 014
ESPAÑA SPAIN	1 209.5	2 358 065	OUTROS OTHERS	0.6	2 294
FRANÇA FRANCE	0.9	2 830			
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	13.9	90 054			
TOTAL	1 473.3	3 235 537	TOTAL	173.8	391 882

Fonte/SOURCE: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE CEREJA/ WORLD PRODUCTION OF CHERRIES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	371 521	100	379 643	100	1 836 004	100	1 833 253	100
Europa/Europe	228 026	61	235 084	62	893 156	49	865 303	47
UE/EU 25			147 583	39			523 938	29
UE/EU 15	124 848	34			470 766	26		
Portugal	5 960	2	6 237	2	14 135	1	16 149	1
Alemanha/Germany	33 000	9	33 000	9	108 000	6	120 000	7
Espanha/Spain	28 727	8	34 538	9	107 975	6	62 800	3
França/France	12 175	3	12 151	3	50 826	3	58 859	3
Federação Russa/ /Russian Federation	26 000	7	26 000	7	90 000	5	100 000	5
Itália/Italy	30 228	8	29 969	8	109 086	6	95 169	5
Ucrânia/Ukraine	14 900	4	14 200	4	73 800	4	85 300	5
África/Africa	3 310	1	3 320	1	6 571	0	8 418	0
Ásia/Asia	97 499	26	97 287	26	655 906	36	644 261	35
Irão/Iran, Islamic Republic of	25 500	7	25 700	7	222 000	12	224 000	12
Turquia/Turkey	27 972	8	25 500	7	265 000	14	245 000	13
América do Norte e Central/ /North & Central America	31 507	8	32 824	9	231 474	13	265 236	14
EUA/USA	30 347	8	31 677	8	222 897	12	256 825	14
América do Sul/South America	8 979	2	9 178	2	38 631	2	41 051	2
Chile	6 990	2	7 200	2	29 500	2	32 000	2
Oceania	2 200	1	1 950	1	10 266	1	8 984	0

Fonte/SOURCE: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO | SMALL CITRUS FRUITS



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: Cerca de 66% da produção mundial de citrinos de pequeno fruto concentra-se na Ásia, sendo a China o maior produtor do Mundo, com um peso próximo dos 50%. Seguem-se-lhe, por ordem de importância, a Espanha, o Brasil e o Japão, que em conjunto têm um contributo de 20% na produção mundial. A Turquia, a Itália, o Egipto, o Irão e a Argentina, embora com produções inferiores, são também importantes produtores.

Área de Cultura: Tângeras: 374 ha (INE) / Tangerinas: 4 478 ha (INE)

Produção: Tângeras: 3 682 t (INE) / Tangerinas: 56 957 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve, Ribatejo.

Variiedades: I - TANGERINAS OU MANDARINAS

Grupo das clementinas - Fina, De Nules, Marisol, Hernandina

Grupo das tangerinas mediterrânicas - Setubalense

Grupo das Satsumas - Satsuma, Okitsu

Grupo dos híbridos - Fortuna, Encore, Wilking, Fremont, Clemenvilla/Nova

II - TÂNGERAS

Ortanique (é vulgar no comércio esta tângera ser incluída nas tangerinas)

Carvalho

Factores Relevantes na Produção: O Algarve é, por excelência, a região de produção e expedição de citrinos de pequeno fruto, com uma representatividade de cerca de 90% na área e na produção total do Continente (média do quinquénio 2001/05), no que concerne ao grupo das tangerinas e mandarinas. No caso da produção de tângera destaca-se, para além do Algarve, o Ribatejo e Oeste, com representatividades de, respectivamente 78% e 18% na produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). A campanha de 2005-06 caracterizou-se por uma ligeira quebra na produção, relativamente à da campanha transacta. Verificou-se a antecipação do calendário de comercialização para algumas variedades, as quais foram sujeitas ao processo de desveredização, antes de serem enviadas para o mercado. Os Citrinos do Algarve têm Indicação Geográfica Protegida (IGP).

Comercialização: No Algarve, a produção e comercialização prolonga-se praticamente por todo o ano, devido à diversidade de variedades, com produções escalonadas ao longo da campanha. Normalmente a comercialização dos citrinos de pequeno fruto é efectuada após a colheita, pois as estruturas de frio são escassas, recorrendo-se a estas apenas no caso de excesso de oferta. No circuito de comercialização destacam-se, como principais intervenientes, os armazenistas, os produtores individuais com alguma dimensão e as Organizações de Produtores. No mercado interno os frutos destinam-se, na maioria, às grandes superfícies de venda, aos mercados abastecedores dos grandes centros urbanos e aos mercados regionais. Parte significativa dos frutos de pequeno calibre, por não ter aceitação para consumo em fresco, é canalizado para a indústria de transformação.

Preços: Na campanha de 2005-06 verificou-se uma fraca valorização da clementina, com quebra acentuada dos preços, relativamente à campanha anterior, sobretudo a nível dos mercados de produção. Já no que concerne à tangerina, em particular a Encore, a situação foi inversa, tendo os frutos sido bem valorizados, especialmente a nível da produção, onde os preços duplicaram, em média, face ao ano anterior.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária, contabilizando-se para o ano de 2005 um valor de entradas em torno dos 6,3 milhões de euros, face a 1,9 milhões de euros correspondente às saídas. As entradas de citrinos aproximaram-se das 10 mil toneladas, o que representou mais do triplo do volume de saídas. O principal fornecedor do mercado nacional é Espanha, com relevo para as clementinas, onde a representatividade foi de 84%. Dentro dos países do Hemisfério Sul destacam-se a Argentina, o Uruguai e a África do Sul, em particular para as tangerinas e mandarinas. As expedições portuguesas, mais acentuadas para o grupo das clementinas, destinaram-se na quase totalidade a Itália, Espanha e Países Baixos.

Balanco de Aprovisionamento e Consumo per Capita: Relativamente ao conjunto dos citrinos (laranja, limão e citrinos de pequeno fruto), tem havido um aumento dos recursos disponíveis ao longo das duas últimas décadas, mercê de um intenso aumento da produção e também de um incremento no volume de entradas, mais expressivo a partir de meados da década de 90. No período de 1998-99 a 2002-03, o grau de auto-aprovisionamento médio em citrinos foi de 80% e o consumo per capita médio foi de 32 kg/ano.

Perspectivas: No Algarve a produção de tangerina deverá registar um ligeiro aumento, devido à entrada em produção de novos pomares, nomeadamente de Clemenvilla/Nova, como reflexo da boa valorização dos seus frutos. Também a entrada em pleno funcionamento do perímetro de rega do Sotavento Algarvio, assim como o recente alargamento da UE aos novos Estados Membros, poderão ser factores estimulantes a investimentos em novas plantações.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: Approximately 66% of the world production of small citrus fruits is concentrated in Asia, China being the leading world producer with an approximately 50% contribution. Spain, Brazil and Japan follow, together accounting for approximately 20% of the world output. Turkey, Italy, Egypt, Iran and Argentina, although with smaller outputs, are also important producers.

Crop Area: Tangelos: 374 ha (INE) / Tangerines: 4 478 ha (INE)

Output: Tangelos: 3 682 t (INE) / Tangerines: 56 957 t (INE)

Most Representative Market Areas: Algarve, Ribatejo

Varieties: I - TANGERINES OR MANDARINS

Clementine group - Fina, De Nules, Marisol, Hernandina

Mediterranean tangerine group - Setubalense

Satsuma group - Satsuma, Okitsu

Hybrid group - Fortuna, Encore, Wilking, Fremont, Clemenvilla/Nova

II - TANGELOS

Ortanique (in the market, this variety is often included in the tangerine group)

Carvalho

Relevant Production Factors: Algarve is the main small citrus fruit producing and dispatching region, accounting for 90% of total tangerine and mandarin area and output (average for the 2001/05 period). In the case of tangelo, in addition to Algarve, Ribatejo e Oeste also stands out. These two regions account for 78% and 18%, respectively, of total mainland Portugal output (average for the 2001-2005 period). The 2005-06 season featured a slight fall in output from the previous season. The marketing calendar was anticipated for some varieties, which were ripened under ethylene before being sent to the market. Algarve citrus fruits ("Citrinos do Algarve") have a Protected Geographical Indication (PGI).

Marketing: In Algarve, production and marketing go on all over the year, due to the diversity of varieties that enabled continuous production all year long. Small citrus fruits are usually marketed right after harvesting, since cold storage structures are scarce. These are only used when there is surplus production. The main intervening parts in the marketing circuit are storers, individual producers with a certain size and producer organisations. In the domestic market, fruits are mostly sold in supermarkets and hypermarkets, wholesale markets of large urban centres and regional markets. A significant part of small sized fruits is directed to processing, since they do not sell well for fresh consumption.

Prices: Throughout the 2005-06 season, clementines prices were poor, suffering a steep fall from the previous season, particularly in producer markets. As regards tangerine, particularly the Encore variety, the opposite happened, fruits reaching good prices, particularly at the producer's level, where on average prices doubled, as compared to the previous year.

Foreign Trade: Trade balance is negative, with a total import value of around 6.3 million euros in 2005, as compared to 1.9 million euros in exports. Citrus fruit imports reached almost 10 thousand tonnes, more than three times the export volume. Spain is the largest supplier of the Portuguese market, particularly for clementines, accounting for 84% of total purchases of these fruits. Among Southern Hemisphere countries, Argentina, Uruguay and South Africa stand out, particularly for tangerines and mandarins. Portuguese exports, more significant for the Clementine group, were almost totally directed to Italy, Spain and the Netherlands.

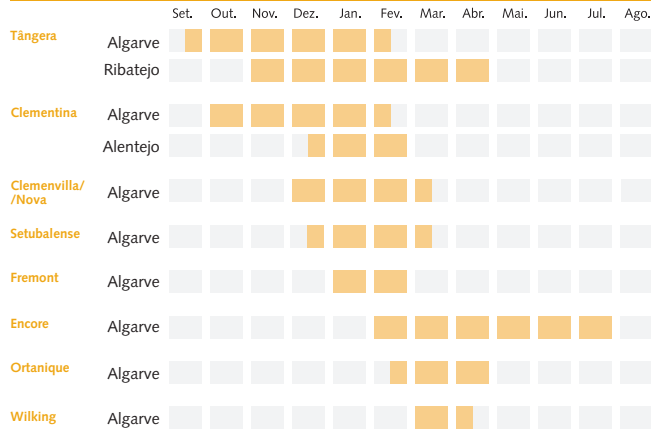
Supply Balance Sheet and per capita Consumption: In Portugal, over the last two decades, there has been an increase in available resources of citrus fruits as a whole (oranges, lemons and small citrus fruits), caused by a steep increase in production and also by an increase in imports, more significant after the mid 1990's. In the period from 1998-99 to 2002-03, the degree of self-sufficiency in citrus fruits was around 80% and the per capita consumption was of 32 kg/year.

Outlook: In Algarve, tangerine output should increase slightly, due to the fruit setting of new orchards, namely of Clemenvilla/Nova, as a result of the good prices this variety obtains. The start of full operation of the East Algarve irrigation area, as well as the recent EU enlargement to new Member States should stimulate the investment in new plantations.



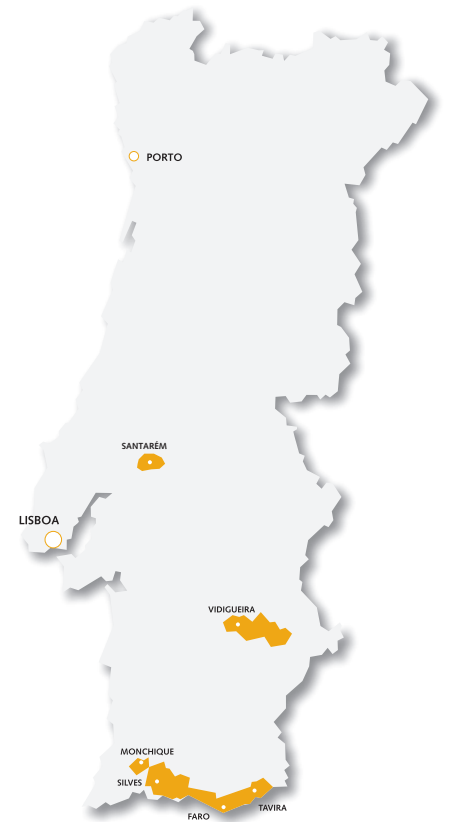
CITRINOS DE PEQUENO FRUTO | SMALL CITRUS FRUITS

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO • SMALL CITRUS FRUITS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

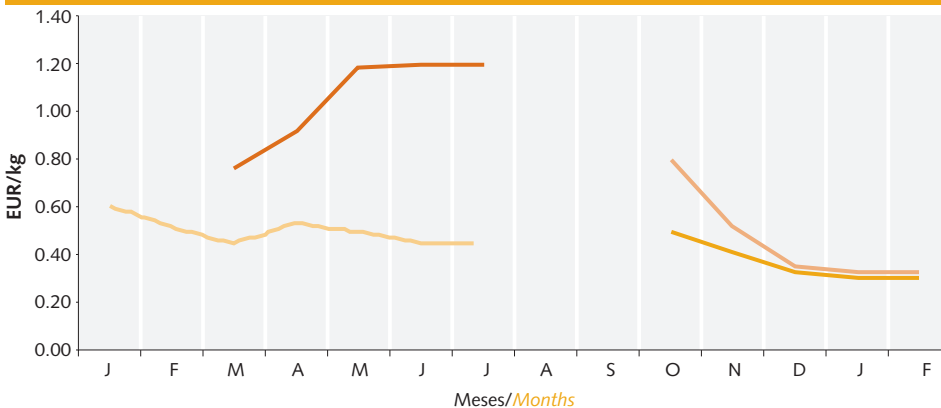


CITRINOS DE PEQUENO FRUTO • SMALL CITRUS FRUITS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Tangerina Encore - X (63-74 mm)			Clementina - 2 e 3 (54-69 mm)		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Jan/Jan	0.60					
Fev/Feb	0.52					
Mar/Mar	0.45	0.76	69			
Abr/Apr	0.53	0.92	74			
Mai/May	0.49	1.18	141			
Jun/Jun	0.45	1.20	167			
Jul/Jul	0.45	1.20	167			
Ago/Aug						
Set/Sep						
Out/Oct				0.80	0.50	-38
Nov/Nov				0.52	0.41	-21
Dez/Dec				0.35	0.33	-6
Jan/Jan				0.33	0.30	-9
Fev/Feb				0.33	0.30	-9

Fonte/Sources: GPP-SIMA

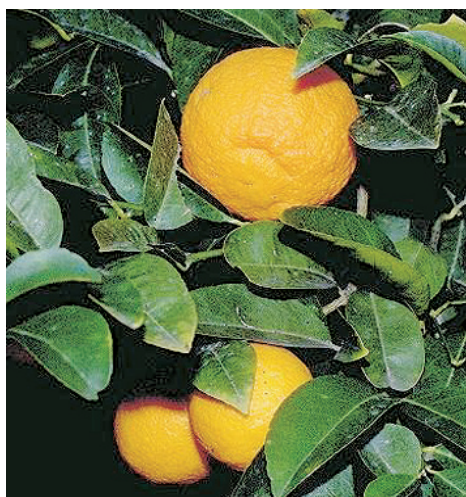
CITRINOS DE PEQUENO FRUTO • SMALL CITRUS FRUITS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Sources: GPP-SIMA

— Clementina 2004-05 — Encore 2004
— Clementina 2005-06 — Encore 2005

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO | SMALL CITRUS FRUITS



CITRINOS DE PEQUENO FRUTO • SMALL CITRUS FRUITS

Origem/Origin: Portugal - Algarve
Cotações Mais Frequentes no MARL

Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

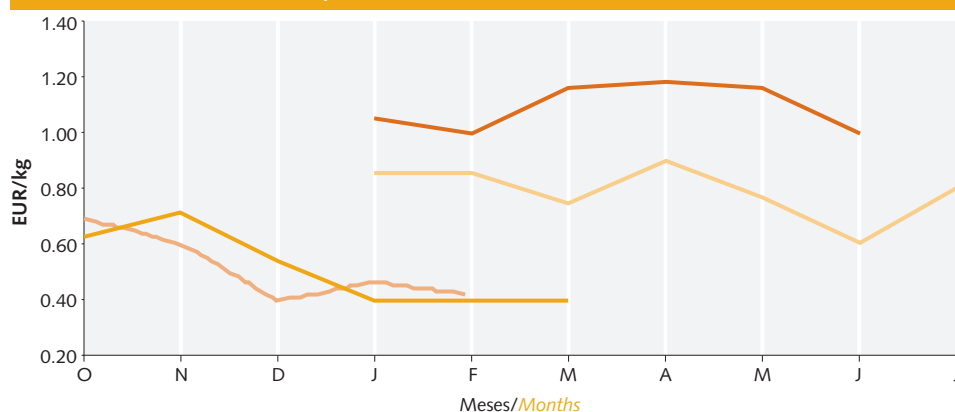
MESES MONTHS	Clementina - 2 e 3 (54-69 mm)			Tangerina Encore - X (63-74 mm)		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	0.69	0.63	-9			
Nov/Nov	0.60	0.71	18			
Dez/Dec	0.40	0.54	35			
Jan/Jan	0.46	0.40	-13	0.86	1.05	22
Fev/Feb	0.42	0.40	-5	0.85	1.00	18
Mar/Mar		0.40		0.75	1.16	55
Abr/Apr				0.90	1.18	31
Mai/May				0.77	1.16	51
Jun/Jun				0.60	1.00	67
Jul/Jul				0.80		

Fonte/Source: GPP-SIMA

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO • SMALL CITRUS FRUITS

Origem/Origin: Portugal - Algarve
Cotações Mais Frequentes no MARL

Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Clementina 2004-05 — Encore 2004
— Clementina 2005-06 — Encore 2005

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO • SMALL CITRUS FRUITS

PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORT - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
CLEMENTINA CLEMENTINES	ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	69.1	41 547	CABO VERDE CAPE VERDE	53.1	41 774
	ALEMANHA GERMANY	502.0	300 265	ESPAÑA SPAIN	394.0	158 616
	BÉLGICA BELGIUM	13.7	6 009	FRANÇA FRANCE	253.5	180 149
	ESPAÑA SPAIN	3 388.2	1 822 801	ITÁLIA ITALY	1 413.0	661 648
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	65.0	48 012	MAURITÂNIA MAURITANIA	6.5	2 577
			PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	186.8	94 187	
			SENEGAL SENEGAL	20.7	10 581	
			SUÍÇA SWITZERLAND	45.4	34 490	
			OUTROS OTHERS	1.8	2 918	
TOTAL		4 038.0	2 218 634	TOTAL	2 374.9	1 186 940

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO | SMALL CITRUS FRUITS

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO • SMALL CITRUS FRUITS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
MANDARINA MANDARIN ORANGES	ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	225.9	121 663	CABO VERDE CAPE VERDE	2.1	1 872
	ALEMANHA GERMANY	6.7	4 942	ESPAÑA SPAIN	203.9	141 759
	ARGENTINA ARGENTINA	908.9	493 512	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	212.2	156 772
	ESPAÑA SPAIN	1 681.8	1 090 058			
	URUGUAI URUGUAY	833.8	472 700			
TOTAL		3 657.0	2 182 875	TOTAL	418.3	300 403
SATSUMAS E MONREALES MONREALES AND SATSUMAS	ESPAÑA SPAIN	2.6	2 010			
	URUGUAI URUGUAY	23.3	13 911			
TOTAL		25.9	15 921			
TANGERINA TANGERINES	ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	1.0	673	CABO VERDE CAPE VERDE	11.6	10 827
	ALEMANHA GERMANY	16.3	38 340	MAURITÂNIA MAURITANIA	7.5	6 787
	ARGENTINA ARGENTINA	86.8	58 768	OUTROS OTHERS	0.5	565
	BRASIL BRAZIL	33.0	16 249			
	ESPAÑA SPAIN	339.0	235 963			
TOTAL		476.1	349 993	TOTAL	19.6	18 179
TORANJA GRAPE FRUIT	ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	718.5	517 480	CABO VERDE CAPE VERDE	3.6	3 843
	ALEMANHA GERMANY	10.3	7 400	ITÁLIA ITALY	21.1	15 761
	CHINA CHINA	2.4	1 276	OUTROS OTHERS	0.3	466
	ESPAÑA SPAIN	349.5	239 886			
	FRANÇA FRANCE	17.5	30 376			
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	3.1	2 530			
TOTAL		1 101.3	798 948	TOTAL	24.9	20 070
OUTROS CITRINOS FRESCOS OTHER FRESH CITRUS FRUITS	ALEMANHA GERMANY	3.5	5 163	CABO VERDE CAPE VERDE	5.1	4 296
	BRASIL BRAZIL	1 078.3	872 692	ESPAÑA SPAIN	132.5	114 907
	ESPAÑA SPAIN	677.9	418 674	FRANÇA FRANCE	128.3	176 784
	FRANÇA FRANCE	7.7	13 108	SENEGAL SENEGAL	0.1	61
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	115.9	101 063	OUTROS OTHERS	172.5	78 660
	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	2.4	20 561			
	VENEZUELA VENEZUELA	39.9	48 904			
TOTAL		1 925.5	1 480 165	TOTAL	438.5	374 708

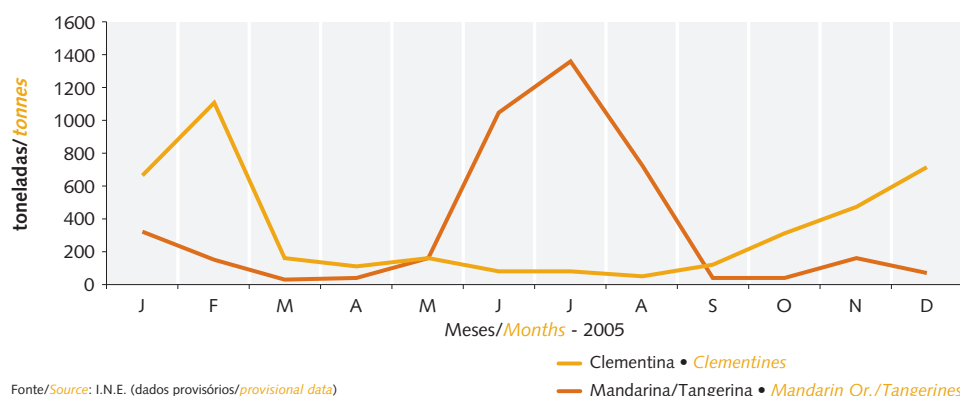
Fonte/Souce: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



CITRINOS DE PEQUENO FRUTO | SMALL CITRUS FRUITS

CITRINOS DE PEQUENO FRUTO - Entrada
SMALL CITRUS FRUITS - Imports

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Clementina • Clementines
— Mandarina/Tangerina • Mandarin Or./Tangerines

PRODUÇÃO MUNDIAL DE CITRINOS DE PEQUENO FRUTO
WORLD PRODUCTION OF SMALL CITRUS FRUITS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	1 805 887	100	1 877 693	100	22 146 165	100	23 570 842	100
Europa/Europe	168 707	9	190 199	10	2 752 723	12	3 250 351	14
UE/EU 25			189 399	10			3 272 851	14
UE/EU 15	166 207	9			2 741 621	12		
Portugal *	4 717	0	4 574	0	59 801	0	59 617	0
Espanha/Spain	118 639	7	141 517	8	2 060 375	9	2 457 700	10
Grécia/Greece	6 850	0	6 850	0	103 600	0	86 234	0
Itália/Italy	34 141	2	32 906	2	496 884	2	611 134	3
África/Africa	92 261	5	91 778	5	1 398 595	6	1 415 810	6
África do Sul/South Africa	5 200	0	5 200	0	112 179	1	112 637	0
Argélia/Algeria	13 500	1	13 500	1	128 658	1	128 000	1
Egipto/Egypt	37 481	2	37 898	2	612 556	3	661 271	3
Marrocos/Morocco	26 200	1	25 000	1	478 500	2	443 000	2
Ásia/Asia	1 346 615	75	1 390 513	74	14 563 905	66	15 598 302	66
China	1 065 031	59	1 109 636	59	9 982 754	45	11 044 178	47
Coreia do Sul/Korea, Republic of	24 595	1	22 107	1	631 929	3	584 353	2
Irão/Iran, Islamic Republic of	43 000	2	45 000	2	720 000	3	720 000	3
Japão/Japan	53 800	3	54 000	3	1 146 000	5	1 060 000	4
Paquistão/Pakistan	51 000	3	48 000	3	458 000	2	434 000	2
Tailândia/Thailand	37 000	2	37 000	2	668 000	3	668 000	3
Turquia/Turkey	31 303	2	31 969	2	550 000	2	670 000	3
América do Norte e Central/ /North & Central America	53 841	3	54 002	3	928 145	4	910 925	4
EUA/USA	19 991	1	20 000	1	495 310	2	476 270	2
México/Mexico	27 000	1	27 000	1	360 000	2	360 000	2
América do Sul/South America	139 288	8	137 000	7	2 394 484	11	2 284 475	10
Argentina	32 000	2	30 000	2	564 705	3	450 000	2
Brasil/Brazil	64 999	4	66 000	4	1 304 740	6	1 270 000	5
Peru	7 817	0	7 850	0	161 205	1	175 377	1
Venezuela	7 559	0	9 057	0	139 127	1	144 910	1
Oceania	5 175	0	14 201	1	108 313	0	110 979	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.
Portugal 2003 (INE): Área/Area=5005 ha; Produção/Production=63214 t
Portugal 2004 (INE): Área/Area=4853 ha; Produção/Production=62875 t

Prunos *armeniaca*

DAMASCO | APRICOTS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A produção de damasco reparte-se essencialmente por três continentes, a Ásia (46%), a Europa (34%) e a África (14%). A Turquia, o Irão e o Paquistão lideram a produção mundial. Na Europa destacam-se como importantes produtores a Itália, a França e a Ucrânia e no continente africano, a Argélia e Marrocos.

Área de Cultura: 566 ha (INE)

Produção: 4 707 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve.

Variedades: Canino, Bólida, Priana, Beliana, Lindo, Temporã de Vila Franca.

Factores Relevantes na Produção: Com excepção de alguns pomares estremos, na região algarvia, todo o damasco provem de árvores dispersas ou em bordadura, sendo o seu interesse económico reduzido. Em 2005 a produção foi idêntica à do ano anterior e constituída por frutos com qualidade e calibre razoável.

Comercialização: De meados de Maio até ao final de Junho de 2005. Apesar da oferta nacional não ter sido acentuada, verificou-se durante toda a campanha alguma dificuldade no escoamento do damasco. Para esta situação contribuíram a forte concorrência do damasco de Espanha e as elevadas temperaturas que se fizeram sentir e que afectaram a qualidade dos frutos, já de si bastante perecíveis. Não existem operadores a trabalhar especificamente com o damasco, sendo normalmente os expedidores de outras espécies frutícolas que efectuem a sua comercialização. O produto destina-se, na maioria, aos mercados abastecedores e a pequenos retalhistas regionais.

Preços: Diminuição significativa dos preços, relativamente à campanha anterior, tanto nos mercados de produção, como nos mercados abastecedores. Para esta situação contribuiu, como foi referido anteriormente, a forte oferta de produto espanhol no mercado nacional.

Comércio Internacional: A balança comercial é altamente deficitária para o damasco. Em 2005 o saldo negativo na balança comercial atenuou-se, devido a um aumento acentuado nas vendas ao exterior, que se cifraram em cerca de 15 mil euros e que se destinaram, na quase totalidade, ao Reino Unido. O principal fornecedor do mercado nacional é Espanha, com uma quota superior a 90%.

Perspectivas: Diminuição da rentabilidade da cultura, devido ao abandono de pequenas parcelas, sem interesse físico e económico.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Apricot production is basically distributed by three continents: Asia (46%), Europe (34%) and America (14%). Turkey, Iran and Pakistan are the leading world producers. In Europe, the leading producers are Italy, France and Ukraine, and in Africa, Algeria and Morocco.

Crop Area: 566 ha (INE)

Output: 4 707 t (INE)

Most Representative Market Areas: Algarve

Varieties: Canino, Bólida, Priana, Beliana, Lindo, Temporã de Vila Franca

Relevant Production Factors: Except for some exclusive orchards in Algarve, all apricots come from scattered trees or hedgerow trees, with small economic value. In 2005, production was similar to that of the previous year, with good quality fruits and fair sizes.

Marketing: From mid-May till the end of June 2005. Although domestic supply was not high, there were some marketing difficulties throughout the entire season. This was due to several factors, among which competition from Spanish apricots and high temperatures which affected the quality of these rather perishable fruits. There are no agents working exclusively with apricots. Usually, dispatchers of other fruit species also market these fruits, which, for the most part, are destined to be sold in wholesale markets and by small retailers.

Prices: There was a marked price fall from the previous year, both in producer markets and in wholesale markets. As mentioned before, this was due to the strong competition from Spanish fruits in the Portuguese market.

Foreign Trade: There is a huge trade deficit in apricots. In 2005, the negative trade balance improved, due to a steep increase in external sales, which totalled 15 thousand euros and were almost entirely destined for the United Kingdom. Spain remains our major supplier, with an above 90% market share.

Outlook: A fall in productivity is expected, due to the abandonment of small plots, with no physical or economic value.

DAMASCO | APRICOTS

Prunus armeniaca



DAMASCO • APRICOTS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



DAMASCO • APRICOTS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Cal./Size: > 40 mm		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mai/May		1.05 0.75	
	1.00	0.55	-45
Jun/Jun	0.95 0.85 0.85	0.45 0.60 0.60	-53 -29 -29

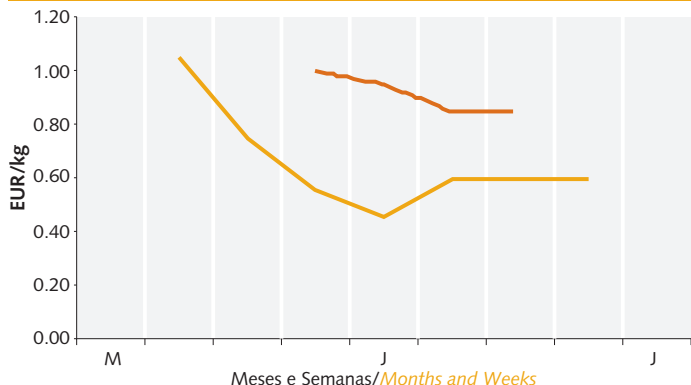
Fonte/Source: GPP-SIMA

DAMASCO • APRICOTS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Cal./Size: > 40 mm		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mai/May	3.90 2.17 1.97 2.00	2.50 2.10 2.23	15 7 12
Jun/Jun	1.90 1.45 1.20 1.20	1.33 0.80 0.80 0.73	-30 -45 -33 -39

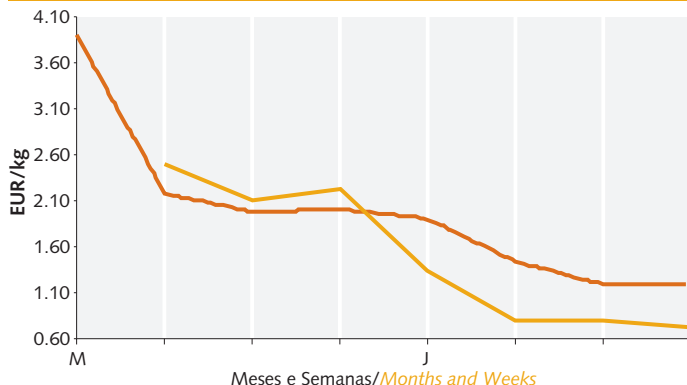
Fonte/Source: GPP-SIMA

DAMASCO • APRICOTS Cal./Size: > 40 mm Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Source: GPP-SIMA

DAMASCO • APRICOTS Cal./Size: > 40 mm Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



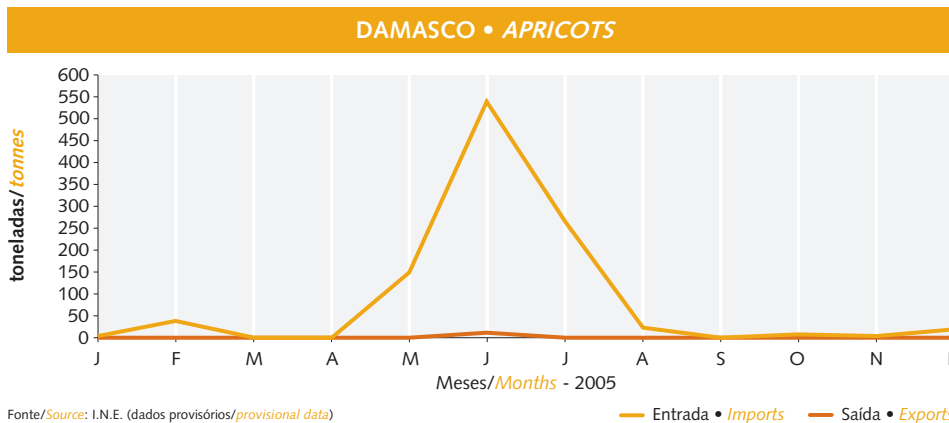
Fonte/Source: GPP-SIMA

Prunos *armeniaca*

DAMASCO | APRICOTS

DAMASCO • APRICOTS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	8.5	11 454	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	10.5	12 477
ALEMANHA GERMANY	68.2	66 814	OUTROS OTHERS	0.9	2 917
ARGENTINA ARGENTINA	2.9	1 655			
ESPAÑA SPAIN	968.0	936 605			
OUTROS OTHERS	0.3	804			
TOTAL	1 047.7	1 017 332	TOTAL	11.3	15 394

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE DAMASCO / WORLD PRODUCTION OF APRICOTS								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	440 182	100	427 628	100	2 788 328	100	2 782 589	100
Europa/Europe	119 680	27	114 799	27	807 189	29	951 261	34
UE/EU 25			67 700	16			673 462	24
UE/EU 15	62 360	14			471 226	17		
Portugal *	550	0	550	0	4 585	0	4 600	0
Espanha/Spain	20 686	5	17 603	4	143 840	5	122 400	4
França/France	15 402	3	15 317	4	123 814	4	155 765	6
Federação Russa/ /Russian Federation	20 500	5	20 000	5	75 230	3	80 400	3
Itália/Italy	17 222	4	17 138	4	108 320	4	213 425	8
Ucrânia/Ukraine	10 200	2	10 000	2	110 500	4	99 300	4
África/Africa	81 990	19	78 137	18	391 352	14	386 065	14
Argélia/Algeria	44 000	10	40 000	9	106 469	4	100 000	4
Egipto/Egypt	6 747	2	7 484	2	70 424	3	72 523	3
Marrocos/Morocco	12 580	3	12 490	3	97 950	4	85 000	3
Ásia/Asia	222 267	50	218 595	51	1 422 219	51	1 286 441	46
Irão/Iran, Islamic Republic of	32 000	7	32 000	7	285 000	10	285 000	10
Paquistão/Pakistan	28 400	6	28 800	7	210 900	8	214 800	8
Síria/Syrian Arab Republic	12 612	3	12 600	3	100 900	4	100 000	4
Turquia/Turkey	65 500	15	63 800	15	499 000	18	350 000	13
América do Norte e Central/ /North & Central America	7 880	2	7 667	2	91 861	3	95 089	3
EUA/USA	7 220	2	7 017	2	88 542	3	91 740	3
América do Sul/South America	4 675	1	4 730	1	51 465	2	48 475	2
Oceania	3 690	1	3 700	1	24 242	1	15 258	1

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.

Portugal 2003 (INE): Área/Area=546 ha; Produção/Production=4542 t

Portugal 2004 (INE): Área/Area=566 ha; Produção/Production=4761 t

DIOSPIRO | PERSIMMONS

Diospyros kaki, L. • Família | Family: Ebanaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A produção de diospiro está concentrada no continente asiático (95%). A China lidera a produção mundial (72%), seguida pela República da Coreia (12%) e pelo Japão (9%). Na Europa, a Itália é o produtor mais importante, com uma contribuição na produção mundial de cerca de 2%.

Área de Cultura: 231 ha (INE)

Produção: 2 908 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve.

Varietades: Adstringentes - Coroa de Rei, Kaki tipo.
Não adstringentes - Fuyo, Hana Fuyo, O Goshō, Giro, Cal-Fuyo, Fau-fau, Sharon, Roxo Brillhante.

Factores Relevantes na Produção: Existem alguns pomares estromes, bem conduzidos, regados e com boa produtividade, localizados na região algarvia. Contudo, a maioria do diospiro é proveniente de árvores dispersas ou em bordadura, sendo o seu interesse económico reduzido. Em 2005 houve uma quebra na produção, da ordem dos 20%, face ao ano anterior e que se ficou a dever às elevadas temperaturas e à seca que atingiu o país. Esta situação ocorreu sobretudo na produção oriunda de árvores dispersas (bordadura), que se perdeu por deficientes condições de colheita e conservação dos frutos.

Comercialização: Do início de Outubro até à terceira semana de Dezembro de 2005. O diospiro é um fruto perecível que, após a colheita, é sujeito a um processo tecnológico de controlo de amadurecimento, em câmaras de frio e desverdização. Na região algarvia a comercialização do diospiro é efectuada na grande maioria por um produtor/expedidor que dispõe de equipamento adequado e que comercializa a sua produção e a de outros produtores da região. No mercado interno, 85 a 90% da produção destina-se aos mercados abastecedores dos grandes centros urbanos e 5 a 10% às grandes superfícies de venda. Têm sido efectuadas, com sucesso, expedições de diospiro algarvio para França e Itália. Em França o diospiro nacional é bem valorizado, face ao espanhol.

Preços: A nível dos mercados de produção, na região algarvia, houve uma valorização do diospiro, em média de cerca de 10%, relativamente ao ano anterior. Já nos mercados abastecedores a situação foi inversa, com uma quebra média nos preços de 25%.

Comércio Internacional: Não existem dados oficiais do comércio internacional para o diospiro, pois este não se encontra individualizado na Nomenclatura Combinada. Contudo, pelo contacto com operadores nacionais, constatou-se que as vendas ao exterior são quase nulas. Inversamente, Espanha é o principal fornecedor do mercado nacional, com uma quota que se estima ser superior a 95%.

Perspectivas: Os produtores algarvios têm intenção de continuar a apostar no mercado externo, nomeadamente em França e em Itália. Deste modo, pretendem salvaguardar a valorização do diospiro algarvio, ao longo de toda a campanha de comercialização, evitando as distorções de preços provocadas pela abundante oferta de diospiro espanhol, no nosso mercado.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Persimmon production is concentrated in Asia (95%). China leads world production (72%), followed by the Republic of Korea (12%) and Japan (9%). In Europe, Italy is the most important producer, with a contribution to world production of around 2%.

Crop Area: 231 ha (INE)

Output: 2 908 t (INE)

Most Representative Market Areas: Algarve.

Varieties: Astringent: Coroa de Rei, Kaki tipo.
Non-astringent: Fuyo, Hana Fuyo, O Goshō, Giro, Cal Fuyo, Fau-fau, Sharon and Roxo Brillhante.

Relevant Production Factors: There are a few single-species orchards, well-tended and irrigated, producing fine yields in Algarve. However, most persimmons come from scattered trees or hedgerow trees, with little economic interest. In 2005, there was an approximately 20% fall in output from the previous year, due to high temperatures and the drought that affected the country. This fall mainly affected scattered (hedgerow) trees. Their production was lost due to poor picking and fruit conservation conditions.

Marketing: From the beginning of October till the third week of December 2005. Persimmons are perishable fruits that after picking are subject to a ripening control process in cold and ethylene chambers. In Algarve, marketing of persimmons is mostly done by a producer/dispatcher who has the necessary equipment and markets his/her own production and that of other regional producers. Approximately 85-90% of the fruits produced are directed to wholesale markets in large urban centres and 5-10% are directed to supermarkets and hypermarkets. Dispatches of Algarve's persimmons to France and Italy have been successful. In France, Portuguese persimmons reach higher prices than Spanish ones.

Prices: In Algarve's producer markets, prices increased on average 10% from last year. In wholesale markets, the opposite happened, with an average 25% price fall.

Foreign Trade: There is no official external trade data for persimmons, since they are not singled out in the Combined Nomenclature. However, information from domestic operators leads us to conclude that exports are almost nonexistent. Spain is our major supplier, with a market share estimated to be above 95%.

Outlook: Algarve producers plan to continue to invest in the external market, namely in France and Italy. This way, they aim to maintain good prices throughout the entire marketing year, avoiding price distortions caused by the abundant supply of Spanish fruits to our market.

Diospyros kaki, L. • Família | Family: Ebanaceas

DIOSPIRO | PERSIMMONS

DIOSPIRO • PERSIMMONS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

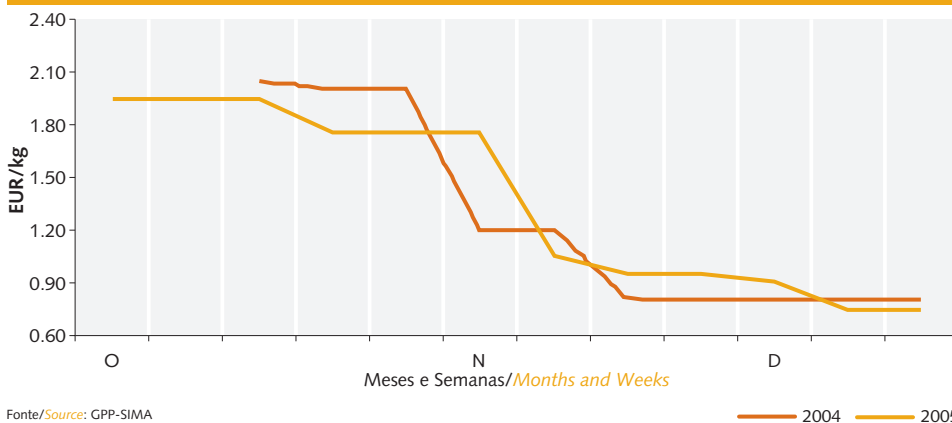


DIOSPIRO • PERSIMMONS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Cal./Size: Grado/Large		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct		1.95	
		1.95	
	2.05	1.95	-5
	2.00	1.75	-13
Nov/Nov	2.00	1.75	-13
	1.20	1.75	46
	1.20	1.05	-13
	0.80	0.95	19
Dez/Dec	0.80	0.95	19
	0.80	0.90	13
	0.80	0.75	-6
	0.80	0.75	-6

Fonte/Sources: GPP-SIMA

DIOSPIRO • PERSIMMONS Cal./Size: Grado/Large Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Sources: GPP-SIMA

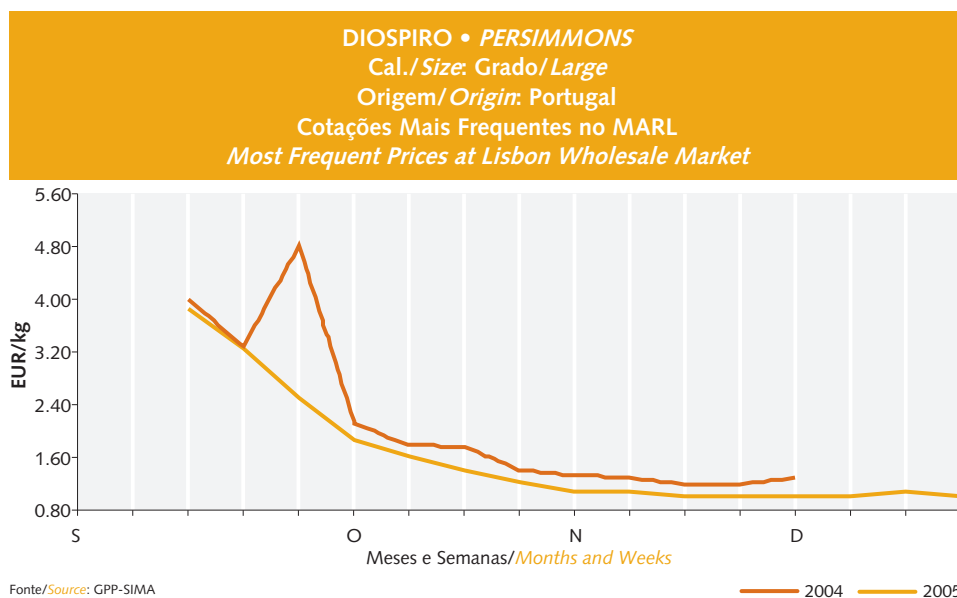
DIOSPIRO | PERSIMMONS

Diospyros kaki, L. • Família | Family: Ebanaceas



DIOSPIRO • PERSIMMONS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	Cal./Size: Grado/Large		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Set/Sep	4.00	3.87	-3
	3.30	3.27	-1
Out/Oct	4.83	2.50	-48
	2.10	1.87	-11
	1.80	1.63	-9
	1.77	1.40	-21
	1.40	1.23	-12
Nov/Nov	1.35	1.10	-19
	1.30	1.10	-15
	1.20	1.00	-17
	1.20	1.00	-17
Dez/Dec	1.30	1.00	-23
		1.00	
		1.10	
		1.00	

Fonte/Source: GPP-SIMA



CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
	Mundo/World	669 761	100	719 281	100	2 511 264	100	2 518 123
Europa/Europe	2 900	0	2 900	0	55 000	2	55 000	2
UE/EU 25			2 900	0			55 000	2
UE/EU 15	2 900	0			55 000	2		
Itália/Italy	2 900	0	2 900	0	55 000	2	55 000	2
Ásia/Asia	659 951	99	709 166	99	2 387 964	95	2 393 723	95
China	603 108	90	653 107	91	1 833 357	73	1 821 177	72
Coreia/Korea, Republic of	27 943	4	27 159	4	249 207	10	299 046	12
Israel	4 400	1	4 400	1	39 400	2	40 000	2
Japão/Japan	24 400	4	24 400	3	265 000	11	232 500	9
América do Norte e Central/ North & Central America	50	0	50	0	450	0	450	0
América do Sul/South America	6 400	1	6 700	1	66 000	3	67 000	3
Oceania	460	0	465	0	1 850	0	1 950	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Ficus carica, L. • Família | Family: Moraceae

FIGO | FIGS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A produção de figo reparte-se essencialmente por três continentes, a Ásia (46%), a África (29%) e a Europa (17%). A Turquia lidera a produção mundial, com um peso de 26%. Em África destacam-se o Egito (15%), a Argélia (6%) e Marrocos (6%). Na Europa, a Grécia e Espanha são os maiores produtores de figo, com contributos na produção mundial de, respectivamente 8% e 4%.

Área de Cultura: 7 127 ha (INE)

Produção: 2 150 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve, Mirandela, Torres Novas.

Variedades: Lampo Branco, Lampo Preto, Vindimo Branco, Vindimo Preto.

Factores Relevantes na Produção: A cultura da figueira assume maior expressão na região do Algarve e em Trás-os-Montes (Terra Quente), as quais têm um contributo na produção total do Continente de, respectivamente 58% e 23% (média do quinquénio 2001-05). Em 2005 e no que respeita ao figo Lampo, a produção situou-se dentro dos valores de um ano considerado normal e foi constituída por frutos com qualidade e bom calibre. No que se refere ao figo Vindimo, houve uma quebra acentuada na oferta, relativamente à campanha anterior, provocada pelo excesso de calor e falta de humidade no solo, originando uma maturação precoce e frutos de pequeno calibre. Sendo este tipo de figo mais representativo do que o Lampo, em termos de volume de produção, o balanço da campanha 2005 acabou por se saldar negativo, face a 2004. Como as condições climatéricas não foram favoráveis à produção de figo vindimo, acabou por não haver oferta de figo seco em algumas regiões, em particular em Trás-os-Montes.

Comercialização: Do início de Junho até ao final de Setembro de 2005. A comercialização do figo efectuou-se com relativa facilidade ao longo da campanha, dada a menor oferta sobre o mercado. No caso do figo Vindimo, a procura foi mais acentuada para o de cor preta, devido aos frutos serem mais consistentes e consequentemente suportarem melhor o transporte. O figo para consumo em fresco é entregue, na sua maioria, a intermediários que o transacionam nos mercados regionais e nos mercados abastecedores dos grandes centros urbanos. Grande parte dos frutos provenientes dos pomares tradicionais de sequeiro destina-se à secagem.

Preços: Relativamente ao ano anterior verificou-se, a nível dos mercados de produção, uma quebra nos valores das cotações do figo Lampo, dada a maior oferta. Pelo contrário, houve uma valorização do figo vindimo, com excepção do final de campanha em que os frutos apresentaram menor qualidade, devido às elevadas temperaturas registadas na 1ª quinzena de Agosto. Nos mercados abastecedores, o figo Lampo Branco é, regra geral, mais valorizado do que o preto, por haver menor oferta. Em ambos os casos as cotações oscilam bastante, em função da maior ou menor oferta, assim como do grau de frescura do produto.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária, mas o diferencial é mais acentuado para o figo seco do que para o fresco. Em 2005 o valor médio das entradas rondou os 3,3 milhões de euros, face a 139 mil euros de vendas. Os principais fornecedores do mercado nacional são Espanha (figo fresco e seco) e a Turquia (figo seco).

Perspectivas: Em Trás-os-Montes existe algum interesse na plantação de novos pomares, em substituição de alguns já muito envelhecidos, mas sem alterações significativas em termos de área plantada. No Algarve tem havido alguma implementação de novos pomares (estremes e regados), devido à boa valorização que os frutos atingem para consumo em fresco, em particular no início de campanha.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Fig production is basically distributed by three continents: Asia (46%), Africa (29%) and Europe (17%). Turkey leads world production with 26%. In Africa, Egypt (15%), Algeria (6%) and Morocco (6%) stand out. In Europe, Greece and Spain are the largest fig producers, with contributions to world production of 8% and 4%, respectively.

Crop Area: 7 127 ha (INE)

Output: 2 150 t (INE)

Most Representative Market Areas: Algarve, Mirandela, Torres Novas.

Varieties: Lampo Branco, Lampo Preto, Vindimo Branco, Vindimo Preto.

Relevant Production Factors: Fig tree cultivation is more significant in Algarve and Trás-os-Montes (Terra Quente), which account for, respectively, 58% and 23% of total mainland Portugal production (average for the 2001-05 period). In 2005, Lampo fig production was similar to that of a normal year, with fruits of good quality and size. As to Vindimo figs, there was a steep fall in supply from the previous season, caused by excessive heat and lack of moisture in the soil, which led to early ripening and to small size fruits. Since this fig variety is more relevant than the Lampo variety, in terms of production volume, the trade balance of the 2005 season was negative, when compared to 2004. In some regions, particularly in Trás-os-Montes, weather conditions were not favourable to Vindimo figs and therefore there was no supply of dried figs.

Marketing: From the beginning of June till the end of September 2005. Figs were easily traded throughout the season, since supply was reduced. In the case of Vindimo figs, demand was higher for black ones, since they are firmer and therefore withstand transportation better. Figs for fresh consumption are traded, for the most part, by intermediaries in regional markets and in wholesale markets of large urban centres. A large part of the fruits produced in traditional non-irrigated orchards are destined to be dried.

Prices: In producer markets, prices fell from the previous year for Lampo figs, given the increase in supply. On the contrary, prices of Vindimo figs increased, except at the end of the season, when fruit quality decreased due to the high temperatures that occurred during the first fortnight of August. As a rule, in wholesale markets, Lampo Branco figs reach higher prices than Lampo Preto, since supply is smaller. In both cases, prices fluctuate a lot, according to supply variations and to fruit freshness.

Foreign Trade: Trade balance is negative, but the difference is steeper for dried figs than for fresh ones. In 2005, the average import volume neared 3.3 million euros, as compared to 139 thousand euros in exports. The largest suppliers of the Portuguese market are Spain (dried and fresh figs) and Turkey (dried figs).

Outlook: In Trás-os-Montes, some producers are interested in planting new orchards to replace the existing ones, which are very old, although without significant changes in planted area. New orchards (single-species and irrigated) have been planted in Algarve, since prices of fruits for fresh consumption produced there reach good prices, particularly at the beginning of the year.



FIGO | FIGS

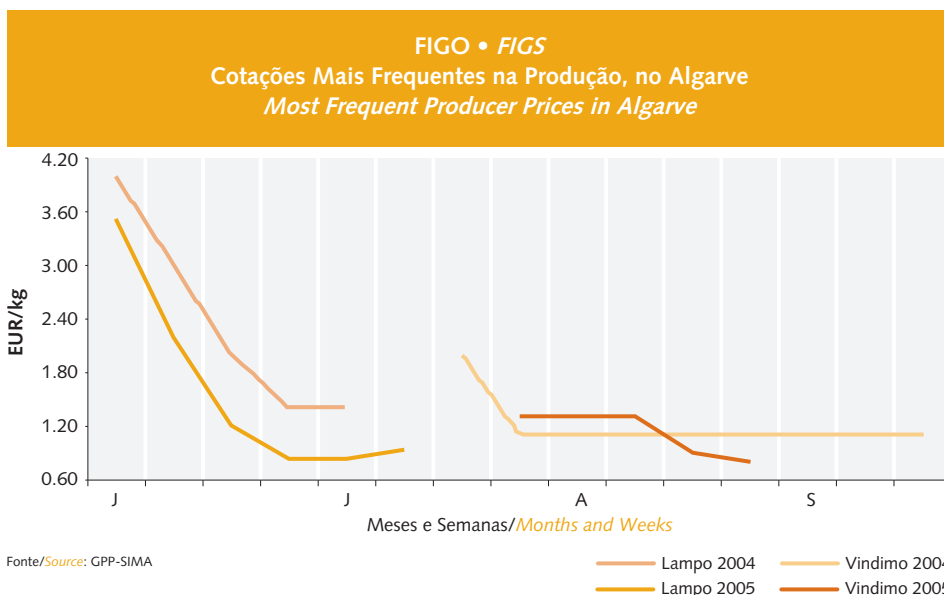
Ficus carica, L. • Família | Family: Moraceae



FIGO • FIGS
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Lampo			Vindimo		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jun/Jun	4.00	3.50	-13			
	3.00	2.20	-27			
	2.00	1.20	-40			
	1.40	0.85	-39			
Jul/Jul	1.40	0.85	-39			
		0.95				
Ago/Aug				2.00		
				1.10	1.30	18
				1.10	1.30	18
				1.10	0.90	-18
				1.10	0.80	-27
Set/Sep				1.10		
				1.10		
				1.10		

Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Lampo 2004 — Vindimo 2004
 — Lampo 2005 — Vindimo 2005

Ficus carica, L. • Família | Family: Moraceae

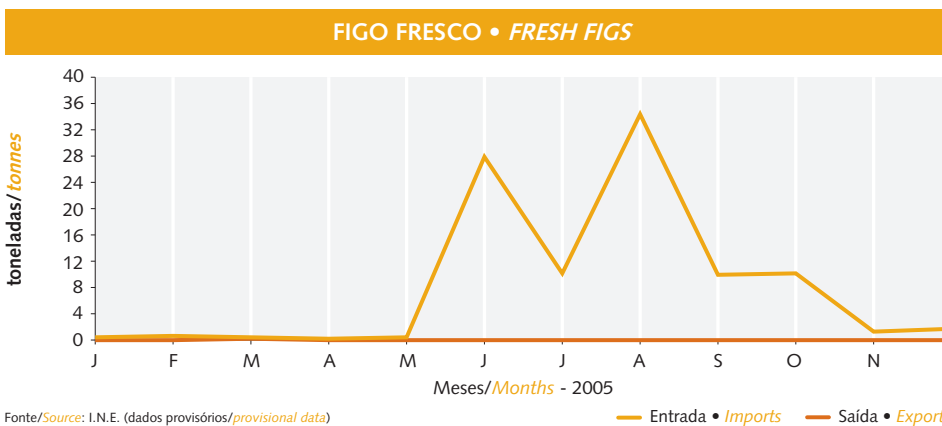
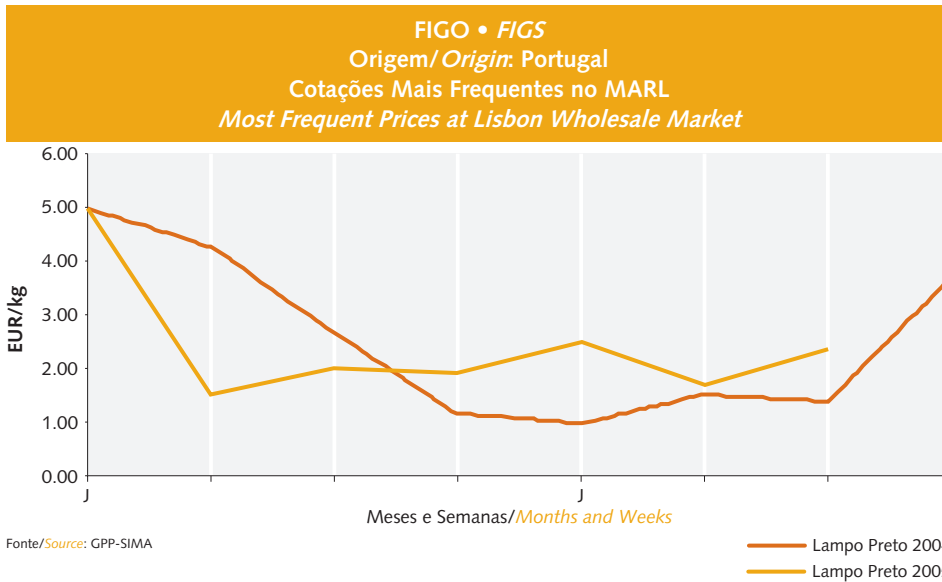
FIGO | FIGS

FIGO • FIGS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	Lampo Preto		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jun/Jun	5.00	5.00	0
	4.25	1.50	-65
	2.67	2.00	-25
	1.17	1.93	65
Jul/Jul	1.00	2.50	150
	1.50	1.67	11
	1.40	2.35	68
	3.67		

Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



FIGO | FIGS

Ficus carica, L. • Família | Family: Moraceae



FIGO • FIGS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
FIGO FRESCO FRESH FIGS	BRASIL BRAZIL	3.5	16 247	FRANÇA FRANCE	0.3	1 090
	ESPAÑA SPAIN	88.0	144 237	OUTROS OTHERS	0.1	263
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	4.8	18 378			
	OUTROS OTHERS	1.4	2 820			
TOTAL		97.7	181 682	TOTAL	0.3	1 353
FIGO SECO DRIED FIGS	ESPAÑA SPAIN	1 110.2	1 743 855	ANGOLA ANGOLA	15.8	75 400
	FRANÇA FRANCE	37.8	63 200	CABO VERDE CAPE VERDE	9.9	28 644
	TURQUIA TURKEY	835.4	1 313 546	ESPAÑA SPAIN	3.0	5 910
	OUTROS OTHERS	0.1	295	E. U. AMÉRICA U.S.A.	4.9	11 290
				FRANÇA FRANCE	0.6	982
				MACAU MACAO	0.6	2 985
				REINO UNIDO UNITED KINGDOM	0.9	4 829
TOTAL		1 983.5	3 120 896	TOTAL	37.7	138 201

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO MUNDIAL DE FIGO / WORLD PRODUCTION OF FIGS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	426 519	100	426 973	100	1 050 076	100	1 061 644	100
Europa/Europe	138 259	32	136 750	32	184 687	18	184 060	17
UE/EU 25			124 865	29			163 985	15
UE/EU 15	125 739	29			160 418	15		
Portugal *	85 900	20	85 900	20	14 160	1	14 000	1
Espanha/Spain	19 829	5	19 357	5	43 533	4	41 278	4
Grécia/Greece	15 000	4	15 000	4	80 000	8	80 000	8
África/Africa	140 072	33	141 943	33	296 027	28	312 980	29
Argélia/Algeria	53 000	12	53 000	12	63 266	6	63 000	6
Egipto/Egypt	25 550	6	27 521	6	135 834	13	160 124	15
Marrocos/Morocco	42 800	10	42 700	10	67 000	6	60 000	6
Ásia/Asia	137 616	32	137 999	32	489 624	47	483 582	46
Irão/Iran, Islamic Republic of	45 000	11	45 000	11	89 000	8	90 000	8
Síria/Syrian, Arab Republic of	10 100	2	10 100	2	43 400	4	43 400	4
Turquia/Turkey	64 796	15	65 000	15	280 000	27	275 000	26
América do Norte e Central/ North & Central America	6 091	1	5 889	1	46 769	4	48 855	5
EUA/USA	5 261	1	5 059	1	43 999	4	46 085	4
América do Sul/South America	4 451	1	4 362	1	32 894	3	32 092	3
Brasil/Brazil	3 109	1	3 000	1	25 586	2	25 000	2
Oceania	30	0	30	0	75	0	75	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.

Portugal 2003 (INE): Área/Area=7147 ha; Produção/Production=3521 t

Portugal 2004 (INE): Área/Area=7145 ha; Produção/Production=3497 t

FRUTOS EXÓTICOS | EXOTIC FRUITS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: Abacate - A cultura do abacateiro está concentrada no continente americano, que contribui com cerca de 70% na produção mundial desta espécie. A América do Norte e Central tem uma representatividade de 50% e conta com o maior produtor do Mundo, o México. Já na América do Sul, que contribui com cerca de 20% para a produção mundial, destacam-se como principais produtores: o Brasil, a Colômbia, o Chile e o Peru.

Área de Cultura:	Abacate: 340 ha	252 ha (Algarve) + 88 ha (Madeira)
	Anona: 123,9 ha	19,9 ha (Algarve) + 104 ha (Madeira)
	Manga: 34,1 ha	32,6 ha (Algarve) + 1,5 ha (Madeira)
	Maracujá: 13 ha	13 ha (Madeira)
	Papaia: 2,3 ha	2,3 ha (Madeira)
Produção:	Abacate: 2 223 t	1 198 t (Algarve) + 1 025 t (Madeira)
	Anona: 855 t	155 t (Algarve) + 700 t (Madeira)
	Manga: 218 t	200 t (Algarve) + 18 t (Madeira)
	Maracujá: 105 t	105 t (Madeira)
	Papaia: 77 t	77 t (Madeira)

Áreas de Mercado mais Representativas: Madeira e Algarve.

Varietades: Abacate: Hass, Fuerte, Reed, Bacon e Pinkerton
Anona: Madeira e Mateus I
Manga: Tommy Atkins, Sensation, Manzanillo, Irwin, Kent, Keith
Papaia: Regional da Madeira

Factores Relevantes na Produção: Na ilha da Madeira, no ano de 2005, registou-se uma ligeira quebra na produção dos frutos exóticos, provocada pela falta de água no segundo semestre de 2004. A anona, o abacate, o maracujá, a papaia e a manga, a par da banana, continuam a ser as espécies mais importantes a nível regional. No Algarve verificou-se uma quebra na produção de todos os frutos exóticos, devido às elevadas temperaturas e à falta de humidade no solo, tendo sido mais intensa no caso da manga (-50%) e do abacate (-37%). Nesta região a anoneira tem problemas de polinização, produzindo frutos com deformações e pequeno calibre, contrastando vivamente com a anona da Madeira, de elevada qualidade.

Comercialização: O calendário de produção e comercialização do abacate é praticamente ininterrupto ao longo do ano, graças ao escalonamento da colheita das diferentes variedades. O escoamento do abacate algarvio efectua-se com alguma dificuldade no mercado interno, devido ao fraco hábito de consumo deste fruto, sendo melhor aceites as variedades Reed e Hass. Uma parte significativa da produção algarvia é vendida para Espanha. A comercialização da manga efectua-se entre Setembro e Dezembro, de forma desorganizada pelo produtor, destinando-se todo o produto ao mercado nacional. O abacate madeirense, assim como a manga e papaia são consumidos na região. No caso da anona madeirense, tem-se registado, nos últimos anos, um aumento das expedições para a União Europeia, nomeadamente para França, onde este fruto tem boa aceitação.

Preços: Tanto nos mercados de produção, como nos abastecedores, verificou-se uma subida nos preços do abacate, em relação à campanha anterior. Esta subida foi mais acentuada nos meses de Verão, altura de maior consumo e de fraca produção. Nos meses de Novembro e Dezembro o abacate atinge preços mais baixos, não só porque o consumo é menor, mas também porque as variedades em comercialização (Bacon e Fuerte) são as menos procuradas pelo consumidor.

Comércio Internacional: A balança comercial portuguesa é deficitária para todos os frutos exóticos e o seu saldo tem-se vindo a agravar nos últimos anos. Em 2005, as aquisições ao exterior de goiaba/manga totalizaram 16 736 toneladas, no valor de 19,7 milhões de euros e foram oriundas, na sua maioria, do Brasil, Espanha, Costa Rica, Venezuela e Países Baixos. No que respeita ao mamão/papaia, as importações totalizaram 5 727 toneladas e cifraram-se em cerca de 8 milhões de euros, destacando-se o Brasil e Espanha como os principais fornecedores. As entradas de abacate foram mais modestas, na ordem das 1 260 toneladas, provenientes na maioria da África do Sul, de Espanha e da Alemanha.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Avocado - Avocado growing is concentrated in the American continent, which provides approximately 70% of total world production. North and Central America provide a 50% contribution and the world's largest producer is Mexico. The main producers in South America, which provides a 20% contribution to world output, are: Brazil, Colombia, Chile and Peru.

Crop Area:	Avocado: 340 ha	252 ha (Algarve) + 88 ha (Madeira)
	Custard apple: 123.9 ha	19.9 ha (Algarve) + 104 ha (Madeira)
	Mango: 34.1 ha	32.6 ha (Algarve) + 1.5 ha (Madeira)
	Passion fruit: 13 ha	13 ha (Madeira)
	Papaya: 2.3 ha	2.3 ha (Madeira)
Output:	Avocado: 2 223 t	1 198 t (Algarve) + 1 025 t (Madeira)
	Custard apple: 855 t	155 t (Algarve) + 700 t (Madeira)
	Mango: 218 t	200 t (Algarve) + 18 t (Madeira)
	Passion fruit: 105 t	105 t (Madeira)
	Papaya: 77 t	77 t (Madeira)

Most Representative Market Areas: Madeira and Algarve

Varieties: Avocado: Hass, Fuerte, Reed, Bacon and Pinkerton
Custard apple: Madeira and Mateus I
Mango: Tommy Atkins, Sensation, Manzanillo, Irwin, Kent, Keith
Papaya: Regional da Madeira

Relevant Production Factors: In Madeira, there was a slight fall in the 2005 output of the different exotic fruits caused by lack of water during the second semester of 2004. Custard apples, avocados, passion fruit, papayas and mangoes, together with bananas, are still the most important fruit species at regional level. In Algarve, production fell for all exotic fruits, due to high temperatures and lack of moisture in the soil. The fall was steeper for mangoes (-50%) and avocados (-37%). Custard apple trees in Algarve have pollination problems and they produce malformed, small sized fruits, in vivid contrast with the high-quality custard apples from Madeira.

Marketing: The calendar of avocado production and marketing is virtually non-stop throughout the year, due to the different harvest times of the different varieties. Trading of Algarve's avocados is difficult in Portugal, given the poor avocado consumption habits of the Portuguese people. Reed and Hass varieties are favoured. A significant part of Algarve output is sold to Spain. Mangoes are marketed between September and December by non-organised producers. The entire output is directed to the Portuguese market. Avocados, as well as mangoes and papayas, from Madeira are consumed within the region. As regards custard apples, Madeira has increased its dispatches to the European Union, namely to France, where this fruit is well accepted.

Prices: Avocado prices climbed from the previous season, both in producer and in wholesale markets. This increase was steeper in the summertime, when consumption usually increases and output is lower. In November and December, avocado prices are lower, not only because consumption falls but also because the varieties marketed (Bacon and Fuerte) are less favoured by consumers.

Foreign Trade: The Portuguese trade balance is negative for all exotic fruits and it has been worsening in the last few years. In 2005, imports of guavas/mangoes totalled 16 736 tonnes, worth 19.7 million euros and came mostly from Brazil, Spain, Costa Rica, Venezuela and the Netherlands. As regards papaw/papaya, imports totalled 5 727 tonnes and 8 million euros, Brazil and Spain standing out as our main suppliers. Avocado imports were less important, reaching approximately 1 260 tonnes, mostly from South Africa, Spain and Germany.



FRUTOS EXÓTICOS | EXOTIC FRUITS



FRUTOS EXÓTICOS • EXOTIC FRUITS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Abacate/Avocados	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Anona/Custard Apples	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Manga/Mangos	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Papaia/Papayas	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Goiaba/Guavas	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

ABACATE • AVOCADOS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.93	0.94	1
Fev/Feb	0.79	0.90	14
Mar/Mar	0.75	0.90	20
Abr/Apr	0.79	0.90	14
Mai/May	0.80	0.90	13
Jun/Jun	0.80	1.20	50
Jul/Jul	0.80	1.20	50
Ago/Aug	0.80		
Set/Sep	0.80		
Out/Oct	0.80	1.25	56
Nov/Nov	0.95	0.93	-2
Dez/Dec	0.95	0.83	-13

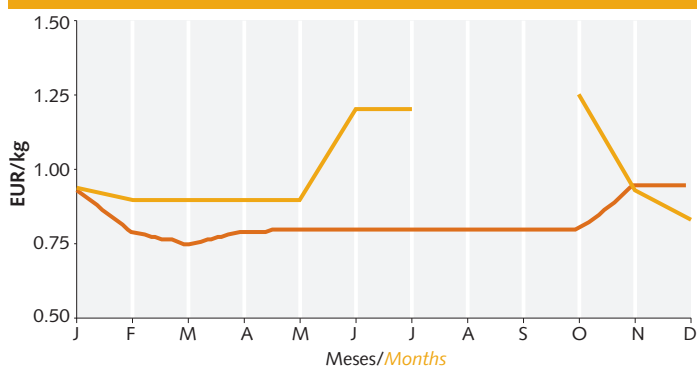
Fonte/Source: GPP-SIMA

ABACATE • AVOCADOS Origem/Origin: Portugal - Algarve Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	1.05	1.32	26
Fev/Feb	1.15	1.44	25
Mar/Mar	1.20	1.60	33
Abr/Apr	1.19	1.55	30
Mai/May	1.30	1.52	17
Jun/Jun	1.20	1.61	34
Jul/Jul	1.18	2.00	69
Ago/Aug	1.02	2.00	96
Set/Sep	1.21	1.80	49
Out/Oct	1.30	1.56	20
Nov/Nov	1.18	1.28	8
Dez/Dec	1.22	1.19	-2

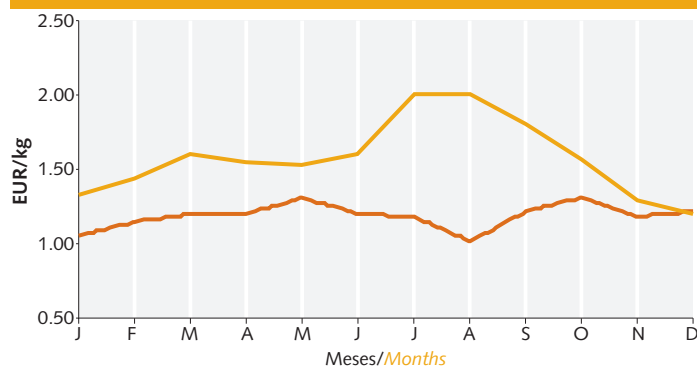
Fonte/Source: GPP-SIMA

ABACATE • AVOCADOS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Source: GPP-SIMA

ABACATE • AVOCADOS Origem/Origin: Portugal - Algarve Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

FRUTOS EXÓTICOS | EXOTIC FRUITS

FRUTOS EXÓTICOS • EXOTIC FRUITS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA / IMPORTS - 2005			SAÍDA / EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ABACATE AVOCADOS	ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	676.6	543 180	CABO VERDE CAPE VERDE	2.6	2 762
	ALEMANHA GERMANY	101.5	159 213	ESPAÑA SPAIN	83.3	102 130
	BRASIL BRAZIL	24.0	28 433	FRANÇA FRANCE	1.3	3 933
	ESPAÑA SPAIN	275.5	366 522	MAURITÂNIA MAURITANIA	0.1	310
	FRANÇA FRANCE	31.7	48 121			
	ITÁLIA ITALY	33.5	40 743			
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	68.7	84 548			
	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	47.5	38 892			
	VENEZUELA VENEZUELA	0.1	135			
	TOTAL	1 258.9	1 309 787	TOTAL	87.3	109 135
GOIABA E MANGA GUAVA AND MANGOS	ALEMANHA GERMANY	7.9	7 842	CABO VERDE CAPE VERDE	2.2	3 886
	BRASIL BRAZIL	10 984.7	12 510 606	ESPAÑA SPAIN	218.4	228 535
	CHINA CHINA	22.1	18 853	ITÁLIA ITALY	122.5	107 955
	COSTA RICA COSTA RICA	657.8	489 064	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	2.9	2 579
	EQUADOR ECUADOR	54.9	28 247	SUIÇA SWITZERLAND	3.1	2 753
	ESPAÑA SPAIN	3 585.3	4 821 495	OUTROS OTHERS	1.1	5 629
	FRANÇA FRANCE	270.9	266 101			
	GUINÉ BISSAU GUINEA-BISSAU	31.9	29 579			
	ISRAEL ISRAEL	43.5	88 527			
	ITÁLIA ITALY	20.9	14 348			
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	495.2	432 096			
	VENEZUELA VENEZUELA	549.9	993 164			
	OUTROS OTHERS	11.0	24 068			
TOTAL	16 736.2	19 723 990	TOTAL	350.2	351 337.0	
MAMÃO E PAPAIA PAPAYAS	BRASIL BRAZIL	4 806.1	6 763 555	ANGOLA ANGOLA	1.8	1633
	EQUADOR ECUADOR	102.2	104 677	ESPAÑA SPAIN	108.1	145 058
	ESPAÑA SPAIN	795.5	1 177 942	OUTROS OTHERS	0.0	103
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	19.7	14 477			
	OUTROS OTHERS	3.8	3 786			
TOTAL	5 727.3	8 064 437	TOTAL	109.9	146 794	

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ILHA DA MADEIRA • MADEIRA ISLAND

ANONA / CUSTARD APPLES



ABACATE / AVOCADOS



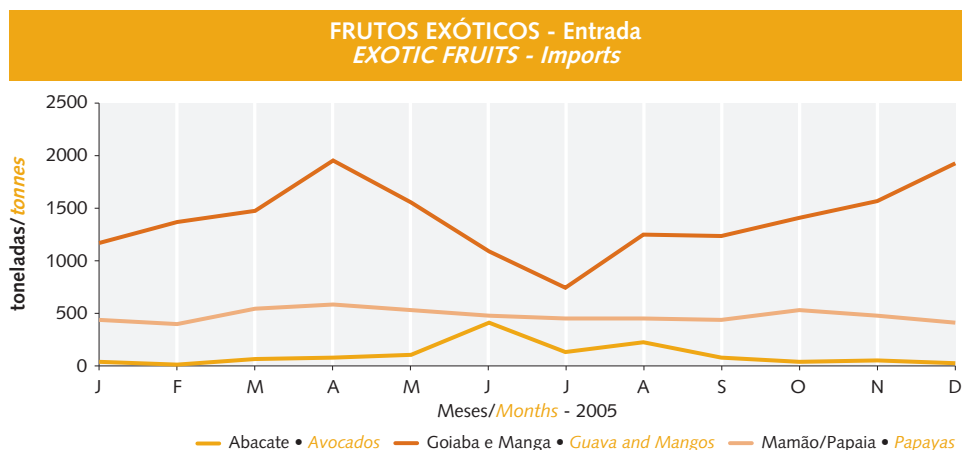
MANGA E PAPAIA / MANGOES AND PAPAYAS



MARACUJÁ / PASSION FRUITS



FRUTOS EXÓTICOS | EXOTIC FRUITS



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO MUNDIAL DE ABACATE/ WORLD PRODUCTION OF AVOCADOS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	409 261	100	383 504	100	3 169 429	100	3 138 340	100
Europa/Europe	19 957	5	19 526	5	90 973	3	90 064	3
UE/EU 25			19 651	5			91 094	3
UE/EU 15	19 957	5			90 973	3		
Portugal	10 000	2	10 000	3	13 000	0	13 000	0
Espanha/Spain	9 645	2	9 215	2	76 609	2	75 699	2
África/Africa	57 008	14	57 490	15	385 728	12	380 979	12
Ásia/Asia	85 619	21	57 613	15	437 618	14	408 632	13
Indonésia/Indonesia	65 000	16	35 838	9	255 957	8	221 774	7
América do Norte e Central/ North & Central America	164 480	40	161 925	42	1 556 855	49	1 486 544	47
Rep. Dominicana/ Dominican Rep.	11 500	3	11 000	3	150 000	5	140 000	4
EUA/USA	27 073	7	27 790	7	211 738	7	184 522	6
México/Mexico	102 467	25	102 467	27	1 040 390	33	1 040 390	33
América do Sul/South America	72 404	18	77 105	20	642 619	20	714 949	23
Brasil/Brazil	10 053	2	13 000	3	156 661	5	175 000	6
Chile	23 800	6	24 000	6	140 000	4	160 000	5
Colômbia/Colombia	15 490	4	15 952	4	162 468	5	173 783	6
Peru	11 216	3	11 300	3	100 046	3	107 017	3
Oceania	9 797	2	9 845	3	55 636	2	57 172	2

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Actinídea deliciosa, A. Chev.

KIWI | KIWI FRUIT

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: Os países que lideram a produção mundial de kiwi são, por ordem de importância, a Itália, a China, a Nova Zelândia e o Chile, que, no seu conjunto, são responsáveis por cerca de 80% da produção mundial. A restante produção cabe a mais uma dezena de países, entre os quais se destacam o Irão, a França, a Grécia, o Japão e Portugal. A produção do nosso país, cerca de 11 mil toneladas, representa apenas 1% da produção mundial.

Área de Cultura: 1 201 ha (INE)

Produção: 11 275 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Grande Porto e Bairrada.

Variedades: Hayward.

Factores Relevantes na Produção: A mancha privilegiada de produção de kiwi localiza-se na faixa litoral da região de Entre Douro e Minho, sobretudo na sua zona intermédia. Esta região contribui com cerca de 83% da produção total do Continente (média do quinquénio 2001-2005). Existe também uma área importante localizada na zona da Bairrada, na Beira Litoral, com um contributo de cerca de 16%. No nosso país predomina o sistema de condução em Cruzeta, estando em crescimento o sistema de Pérgola, que permite uma produção mais intensiva. O ano campanha de 2005-06 foi favorável à produção de kiwi, com aumento da oferta e maior homogeneidade na qualidade e calibre dos frutos, relativamente à campanha anterior.

Comercialização: De meados de Novembro 2005 até à primeira semana de Junho de 2006. Os circuitos de comercialização assentam fundamentalmente em empresas e organizações de produtores, com boa capacidade de armazenagem e refrigeração. No caso das pequenas explorações, o kiwi é canalizado para as centrais fruteiras ou vendido a operadores locais. O produto destina-se, na grande maioria, ao abastecimento das grandes superfícies de venda, mas também aos mercados abastecedores, retalhistas e mercados externos.

Preços: Tanto nos mercados de produção, como nos abastecedores, verificou-se uma valorização do kiwi, face à campanha anterior, tendo os preços subido, em média, cerca de 15%. Esta subida, para a qual terão contribuído a melhor qualidade e apresentação dos frutos, bem como os preços do kiwi importado, generalizou-se a todas as categorias e calibres e notou-se de forma mais acentuada a partir de Março e até final da campanha de comercialização; período em que a procura aumenta no mercado interno e nos mercados internacionais.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária. Contudo, nos últimos anos tem-se verificado um aumento acentuado no valor e volume de vendas para o exterior, nomeadamente para Espanha. O mercado espanhol tem sido uma boa aposta para o kiwi português. Os principais fornecedores do mercado nacional são a Espanha (embora o kiwi seja comprado a Espanha, a sua origem é, na maioria dos casos, italiana ou francesa) e a Itália (de Outubro a Abril) e em período de contra-estação (de Abril a Outubro), o Chile e a Nova Zelândia.

Perspectivas: A fileira do kiwi apresenta actualmente um nível de organização interessante, tendo sido realizados ultimamente investimentos significativos em novas plantações, na renovação dos pomares antigos, em estruturas de comercialização e também a nível associativo. Assim, perspectiva-se para os próximos anos um aumento da produção nacional, assente num incremento da área plantada, mas sobretudo num aumento da produtividade, bem como um aumento das exportações/expedições, justificado quer pela melhor qualidade da produção, quer pela valorização do fruto nos mercados externos.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: The countries that lead the world production of kiwi fruit are, in order of importance, Italy, China, New Zealand and Chile, which share about 80% of the world output. The remaining 20% is shared by ten countries, among which Iran, France, Greece, Japan and Portugal stand out. Portugal, with an output of 11 thousand tonnes, accounts for 1% of world production.

Crop Area: 1 201 ha (INE)

Output: 11 275 t (INE)

Most Representative Market Areas: Grande Porto and Bairrada.

Varieties: Hayward.

Relevant Production Factors: Kiwi fruit is mainly produced in the littoral strip of the Entre-Douro-e-Minho region, particularly in its intermediate area. This region provides an 83% contribution to total mainland production (average for the 2001-2005 period). There is also an important area located in Bairrada, in the Beira Litoral region, providing a 16% contribution. The Cruzeta type of growth prevails in Portugal, although the Pérgola type of growth is being increasingly used, since it enables a more intensive production. The 2005-06 season was favourable to kiwi fruit production, with increased supply and higher homogeneity in fruit quality and size, as compared to the previous season.

Marketing: From mid-November 2005 to the first week of June 2006. Distribution channels are essentially based on enterprises and producer organisations with a good storage and cooling capacity. In the case of small farms, kiwis are directed to fruit centres or sold to local agents. Fruits are destined, for the most part, not only for supermarkets and hypermarkets, but also for wholesale markets, retailers and importers. Spanish operators buy significant amounts of kiwi fruit at the beginning of the season, taking advantage of the earlier Portuguese production.

Prices: Kiwi fruit prices climbed from the previous season (+15% on average), both in producer and in wholesale markets. This increase, to which the better quality and presentation of fruits, as well as the price of imported kiwis, also contributed, spread to all classes and sizes and was particularly marked from March to the end of the marketing year.

Foreign Trade: There is a trade balance deficit, although over the last few years there has been a steep increase in the value and volume of external sales, namely to Spain. The major suppliers of the Portuguese market are Spain (although most fruits bought in Spain are originally from Italy or France) and Italy (from October to April) and off-season (from April to October) Chile and New Zealand.

Outlook: The kiwi fruit chain has currently an interesting level of organisation. Lately, there have been significant investments in new plantations, in restoring old orchards, in marketing structures and also in associations. Therefore, in the next few years there should be an increase in domestic production, as well as in exports, justified both by improved quality and by increased prices in external markets.

KIWI | KIWI FRUIT

Actinídea deliciosa, A. Chev.



KIWI • KIWI FRUIT
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

Out. Nov. Dez. Jan. Fev. Mar. Abr. Mai. Jun. Jul. Ago. Set.

Entre Douro e Minho

KIWI HAYWARD • HAYWARD KIWI
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Porto
Most Frequent Producer Prices in Oporto

MESES MONTHS	Cal./Size: 30/33 frutos/3 kg (85-105 g)		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Nov/Nov	0.90	0.87	-3
Dez/Dec	0.85	0.85	0
Jan/Jan	0.75	0.85	13
Fev/Feb	0.75	0.88	17
Mar/Mar	0.75	1.04	39
Abr/Apr	0.87	1.12	29
Mai/May	0.90	1.05	17

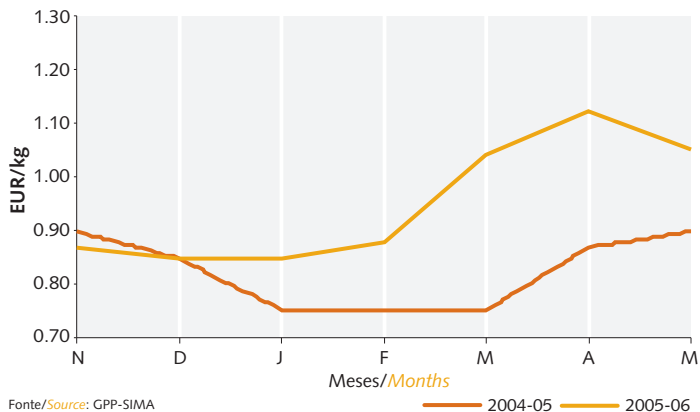
Fonte/Source: GPP-SIMA

KIWI HAYWARD • HAYWARD KIWI
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MAP
Most Frequent Prices at Oporto Wholesale Market

MESES MONTHS	Cal./Size: 25/27 frutos/3 kg (105-125 g)		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Nov/Nov	1.00	1.00	0
Dez/Dec	1.00	1.05	5
Jan/Jan	1.00	1.08	8
Fev/Feb	0.91	1.01	11
Mar/Mar	0.90	1.14	27
Abr/Apr	1.07	1.23	15
Mai/May	1.10	1.28	16
Jun/Jun	1.10	1.30	18

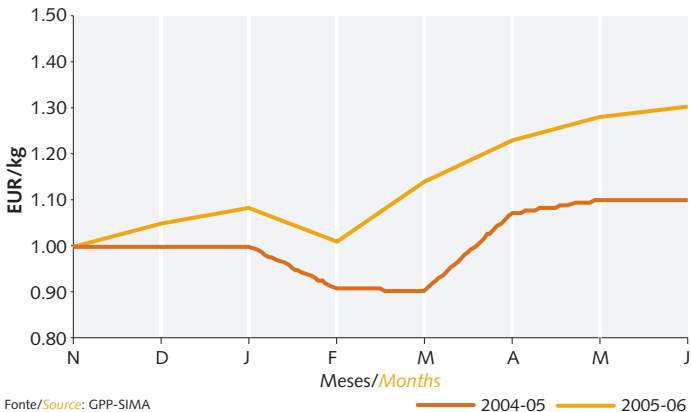
Fonte/Source: GPP-SIMA

KIWI HAYWARD • HAYWARD KIWI
Cal./Size: 30/33 frutos/3 kg (85-105 g)
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Porto
Most Frequent Producer Prices in Oporto



Fonte/Source: GPP-SIMA

KIWI HAYWARD • HAYWARD KIWI
Cal./Size 25/27 frutos/3 kg (105-125 g)
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MAP
Most Frequent Prices at Oporto Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

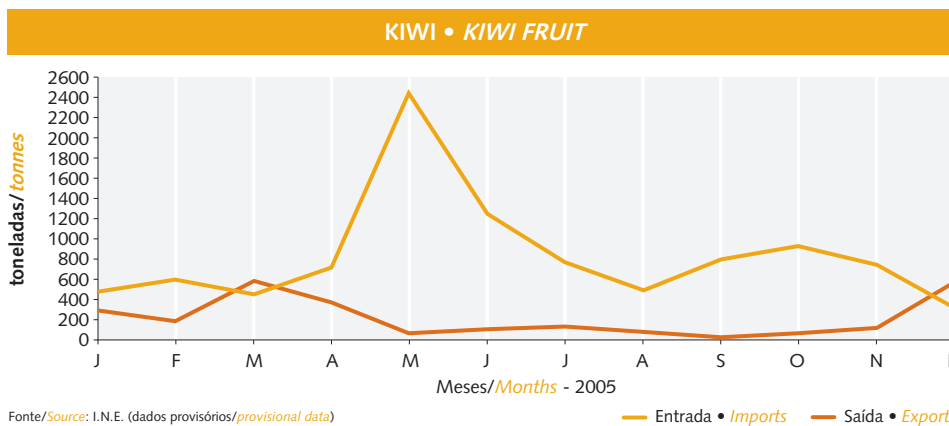
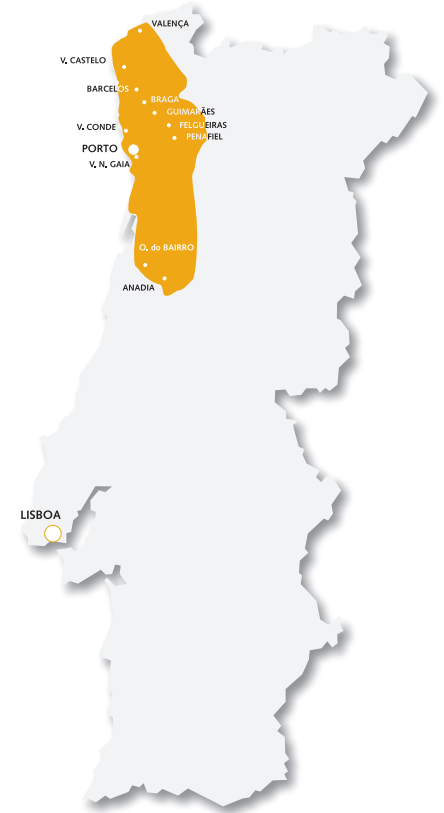
*Actinídea deliciosa, A. Chev.***KIWI | KIWI FRUIT**

KIWI • KIWI FRUIT					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	930.5	1 153 151	CABO VERDE CAPE VERDE	19.0	27 025
ARGENTINA ARGENTINA	20.2	10 670	ESPAÑA SPAIN	2 442.8	2 194 127
BÉLGICA BELGIUM	291.7	544 878	FRANÇA FRANCE	82.0	65 044
CHILE CHILE	2 440.8	2 117 382	MAURITÂNIA MAURITANIA	3.2	3 274
ESPAÑA SPAIN	4 492.6	4 622 324	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	54.6	56 001
FRANÇA FRANCE	130.3	72 340	OUTROS OTHERS	1.7	3 436
ITÁLIA ITALY	1 368.9	1 128 548			
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	315.3	438 700			
TOTAL	9 990.2	10 087 993	TOTAL	2 603.3	2 348 907

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO MUNDIAL DE KIWI/ WORLD PRODUCTION OF KIWI FRUIT								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	63 804	100	63 358	100	991 145	100	1 071 763	100
Europa/Europe	30 471	48	30 645	48	499 238	50	502 596	47
UE/EU 25			30 655	48			502 522	47
UE/EU 15	30 461	48			499 145	50		
Portugal	1 014	2	1 061	2	10 549	1	10 886	1
Espanha/Spain	700	1	700	1	10 000	1	10 000	1
França/France	4 405	7	4 464	7	74 135	7	76 336	7
Grécia/Greece	4 400	7	4 400	7	40 000	4	40 000	4
Itália/Italy	19 942	31	20 000	32	364 461	37	365 000	34
África/Africa	4	0	4	0	25	0	25	0
Ásia/Asia	11 030	17	10 730	17	79 000	8	75 800	7
Irão/Iran, Islamic Republic of	1 600	3	1 500	2	21 000	2	20 000	2
Japão/Japan	2 710	4	2 700	4	38 300	4	38 000	4
América do Norte e Central/ /North & Central America	1 829	3	1 829	3	23 143	2	24 342	2
EUA/USA	1 821	3	1 821	3	23 043	2	24 222	2
América do Sul/South America	7 700	12	9 000	14	125 000	13	145 000	14
Chile	7 700	12	9 000	14	125 000	13	145 000	14
Oceania	12 770	20	11 150	18	264 739	27	324 000	30
Nova Zelândia/ /New Zealand	12 370	19	10 750	17	260 739	26	320 000	30

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

LARANJA | ORANGES

Citrus sinensis, L. • Família | Family: Rutaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: No Mundo, mais de metade da produção de laranja tem origem no continente americano. A América do Norte e Central contribui com 27% para a produção mundial e a América do Sul com 32%. O Brasil é o maior produtor do Mundo, seguido pelos Estados Unidos da América. Estes dois países, em conjunto, cobrem quase 50% da produção mundial desta espécie. Seguem-se, por ordem de importância, o México, a Índia e Espanha.

Área de Cultura: 20 361 ha (INE)

Produção: 207 486 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve, Ribatejo, Vidigueira.

Variiedades: I - Grupo das Navel ou Baía: Baía (Washington Navel), Newhall, Dalmau (Navelina), Lane Late, Navelate, Rhode, Barnfield. II - Grupo das Brancas ou Comuns: Valencia Late (clones: D. João, Frost, Olinda), Jaffa, de Setúbal.

Fatores Relevantes na Produção: A laranja é a segunda espécie, atrás da maçã, com maior peso no volume de produção de frutos frescos a nível do Continente. A região do Algarve tem uma representatividade de 65% e 73%, respectivamente na área e na produção total de laranja do Continente (média do quinquénio 2001-2005). É nesta região que se conseguem as melhores produtividades, sendo os pomares regados em todas as fases do desenvolvimento, inclusive quando os frutos são deixados na árvores à espera de melhor oportunidade de colheita. A campanha de 2005-06 ficou marcada por uma ligeira quebra na produção e na qualidade dos frutos, com predomínio de calibres pequenos. Esta situação ficou a dever-se às elevadas temperaturas ocorridas nos meses de Verão e à diminuição da quantidade de água para rega, em algumas zonas. Os Citrinos do Algarve, onde se inclui a laranja, têm Indicação Geográfica Protegida (IGP).

Comercialização: O calendário de produção e comercialização de laranja abrange praticamente todo o ano, desde Outubro (ano n) até Setembro (ano n+1), graças à utilização de variedades temporãs, de meia estação e tardias. Normalmente a comercialização da laranja é efectuada após a colheita, pois as estruturas de frio são escassas, recorrendo-se a estas apenas no caso de excesso de oferta. No circuito de comercialização destacam-se, como principais interverientes, os armazenistas, os produtores individuais com alguma dimensão e as Organizações de Produtores. No mercado interno os frutos destinam-se, na maioria, às grandes superfícies de venda, aos mercados abastecedores dos grandes centros urbanos e aos mercados regionais, sendo uma pequena parte canalizada para a indústria de transformação. Nesta campanha, devido à elevada proporção de frutos de calibre pequeno, aumentaram as quantidades de laranja entregues à indústria de transformação.

Preços: Nos mercados de produção houve uma valorização da laranja, com um nível médio de preços superior ao conseguido na campanha transacta. Esta situação, embora extensiva a quase todas as variedades, foi mais acentuada no caso da Valencia Late. Nos mercados abastecedores a situação foi inversa, com diminuição dos preços, relativamente à campanha anterior, mais acentuada nas variedades tardias (Valencia Late), que tinham sido bem valorizadas na campanha anterior.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária para a laranja. Em 2005 o saldo negativo atenuou-se, em virtude das vendas ao exterior terem atingido o maior valor de sempre, cerca de 4,8 milhões de euros, face aos 11,6 milhões que representaram as entradas. O principal fornecedor do mercado nacional é Espanha, com uma quota de cerca de 60% e em período de contra-estação a Argentina, o Brasil, o Uruguai e a África do Sul, que em conjunto, representaram 36%. As vendas ao exterior duplicaram em relação a 2004, totalizando o maior volume de sempre, com 12 612 toneladas, na quase totalidade destinadas à União Europeia, com destaque para Espanha (81%).

Balço de Aprovisionamento e Consumo per Capita: Ao longo das duas últimas décadas houve um aumento dos recursos disponíveis de laranja, mercê de um intenso aumento da produção e também de um incremento no volume de entradas, mais expressivo a partir de meados da década de 90. Entre os anos campanha de 2000-01 e 2004-05, o volume médio anual de entradas situou-se em 60,2 mil toneladas, representando 22% dos recursos disponíveis, e o consumo humano foi estimado em 248 mil toneladas/ano. Como já dissemos no texto relativo aos citrinos de pequeno fruto, no mesmo período o consumo per capita de citrinos em Portugal rondou os 32 kg/ano e o grau de auto aprovisionamento médio anual foi de 80%.

Perspectivas: No Ribatejo e Oeste esta cultura tem vindo a perder importância e como não tem havido investimentos no sector, muita da produção é canalizada para a indústria, por falta de qualidade para a comercialização em fresco. No Algarve, a entrada em pleno funcionamento do perímetro de rega do Sotavento Algarvio, assim como o recente alargamento da UE aos novos Estados Membros, poderão ser factores estimulantes a investimentos em novas plantações.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: More than half the world's orange production comes from the American continent. North and Central America contributes with 27% to world production and South America with 32%. Brazil is the world largest producer, followed by the USA. These two countries together account for 50% of total world output. Mexico, India and Spain follow, in order of importance.

Crop Area: 20 361 ha (INE)

Output: 207 486 t (INE)

Most Representative Market Areas: Algarve, Ribatejo, Vidigueira.

Varieties: I - Navel or Baía Group: Baía (Washington Navel), Newhall, Dalmau (Navelina), Lane Late, Navelate, Rhode, Barnfield. II - White or Common Group: Valencia Late (clones: D. João, Frost, Olinda), Jaffa, de Setúbal.

Relevant Production Factors: Oranges are the second most important fruit species, after apples, in terms of fresh fruit production volume in mainland Portugal. Algarve accounts for 65% and 73%, respectively, of total orange area and output in mainland Portugal (average for the 2001-2005 period). Algarve also obtains the highest yields, by irrigating orchards at all growth stages, including when fruits are left on the trees waiting for a better harvesting opportunity. The 2005-06 season featured a slight fall in output and fruit quality, with predominantly small fruits. This was due to high temperatures during the summer months and to the decrease in irrigation water in some areas. Algarve citrus fruits ("Citrinos do Algarve"), including oranges, have a Protected Geographical Indication (PGI).

Marketing: The calendar of orange production and marketing is virtually non-stop throughout the year, from October (year n) to September (year n+1), thanks to the use of early, mid-season and late varieties. Oranges are usually marketed right after harvesting, since cold storage structures are scarce. These are only used when there is a surplus production. The main intervening agents in the marketing channel are storer, individual producers with a certain dimension and producer organisations. In the domestic market, fruits are mostly sold in supermarkets and hypermarkets, wholesale markets of large urban centres and regional markets. A small part is directed to the processing industry. During this season, due to the large proportion of small sized fruits, the amount of oranges delivered to the processing industry increased.

Prices: In producer markets, orange prices increased from the previous season. This increase, although affecting all varieties, was steeper for Valencia Late. In wholesale markets, the opposite happened, with prices falling from the previous year and a steeper decrease for late varieties (Valencia Late), which had reached good prices in the previous season.

Foreign Trade: There is a trade deficit in oranges. In 2005, this deficit was reduced, since exports reached the all-time record of 4.8 million euros, as compared to 11.6 million in imports. The major supplier of the Portuguese market is Spain, with a 60% market share and off-season Argentina, Brazil, Uruguay and South Africa, which together account for 36%. Exports doubled as compared to 2004, reaching the highest volume ever, 12 612 tonnes, almost entirely directed to the European Union, particularly to Spain (81%).

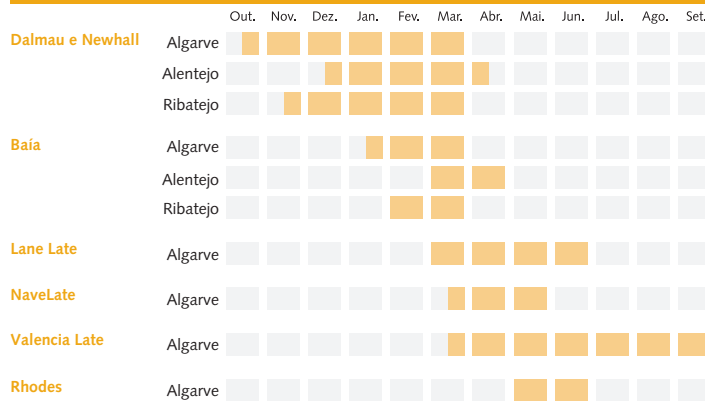
Supply Balance and per capita Consumption: Over the last two decades, there has been an increase in available resources of oranges, caused by a steep increase in production and also by a rise in imports, more significant after the mid 1990's. Between 2000-01 and 2004/05, the average volume of imports was 60.2 thousand tonnes/year, representing 22% of the available resources, and the estimated human consumption was 248 thousand tonnes/year. As we have already written in the text about small citrus fruits, during the same period per capita consumption of citrus fruits as a whole was about 32 kg/year and self-sufficiency was around 80%.

Outlook: In Ribatejo e Oeste, orange trees have been losing importance and, since there have been no investments in the sector, a large part of the output is directed to the processing industry, due to its lack of quality for fresh consumption. In Algarve, the start of full operation of the East Algarve irrigation area, as well as the recent EU enlargement to new Member States should stimulate investment in new plantations.

Citrus sinensis, L. • Família | Family: Rutaceae

LARANJA | ORANGES

LARANJA • ORANGES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

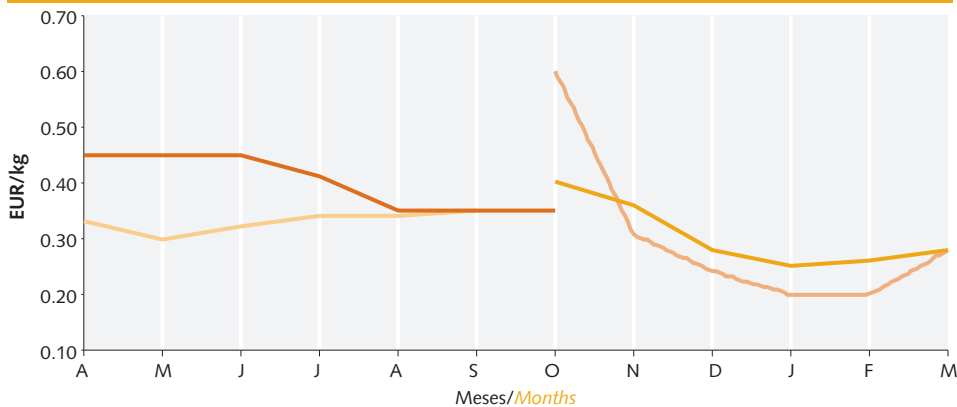


LARANJA • ORANGES Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Valencia Late - Cal./Size 4, 5 e/and 6			Newhall - Cal./Size 4, 5 e/and 6		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Abr/Apr	0.33	0.45	36			
Mai/May	0.30	0.45	50			
Jun/Jun	0.32	0.45	41			
Jul/Jul	0.34	0.41	21			
Ago/Aug	0.34	0.35	3			
Set/Sep	0.35	0.35	0			
Out/Oct	0.35	0.35	0	0.60	0.40	-33
Nov/Nov				0.31	0.36	16
Dez/Dec				0.24	0.28	17
Jan/Jan				0.20	0.25	25
Fev/Feb				0.20	0.26	30
Mar/Mar				0.28	0.28	0

Fonte/Sources: GPP-SIMA

LARANJA - Cal. 4, 5 e 6 • ORANGES - Size 4, 5 and 6 Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Sources: GPP-SIMA

— Newhall 2004-05 — Val. Late 2004
— Newhall 2005-06 — Val. Late 2005

LARANJA | ORANGES

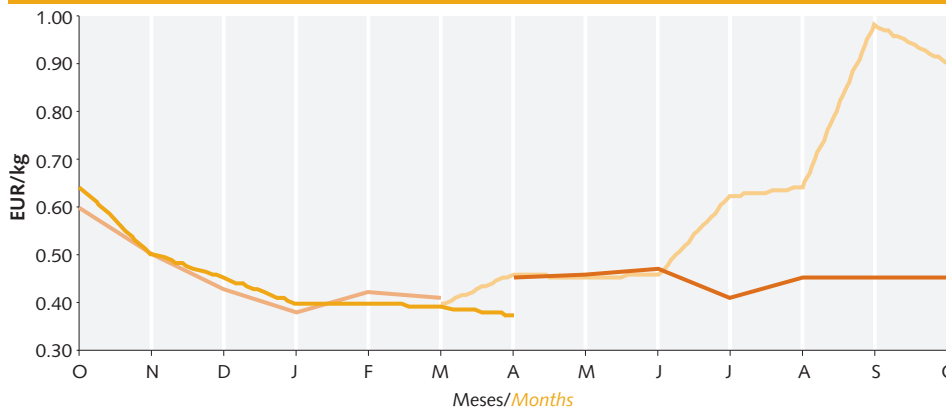
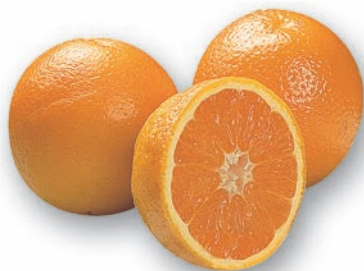
Citrus sinensis, L. • Família | Family: Rutaceae



LARANJA • ORANGES						
Origem/ Origin: Portugal - Algarve						
Cotações Mais Frequentes no MARL						
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market						
MESES MONTHS	Newhall - 4, 5 e/and 6			Valencia Late - 4, 5 e/and 6		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	0.60	0.64	7			
Nov/Nov	0.50	0.50	0			
Dez/Dec	0.43	0.45	5			
Jan/Jan	0.41	0.40	-2			
Fev/Feb	0.38	0.40	5			
Mar/Mar	0.42	0.39	-7	0.40		
Abr/Apr	0.41	0.37	-10	0.46	0.45	-2
Mai/May				0.45	0.46	2
Jun/Jun				0.46	0.47	2
Jul/Jul				0.62	0.41	-34
Ago/Aug				0.64	0.45	-30
Set/Sep				0.98	0.45	-54
Out/Oct				0.90	0.45	-50

Fonte/Source: GPP-SIMA

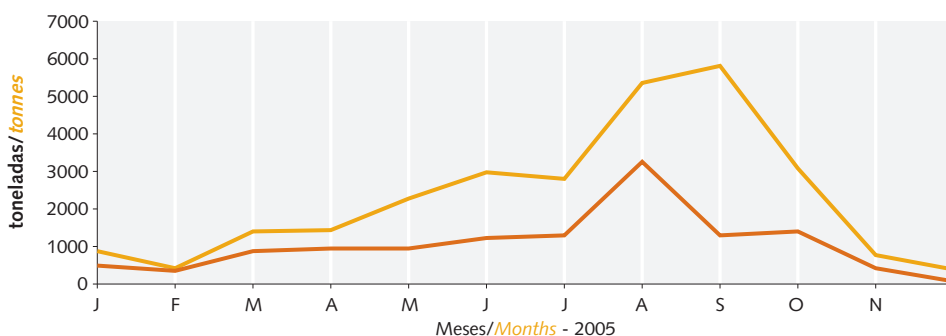
LARANJA - Cal. 4, 5 e 6 • ORANGES - Size 4, 5 and 6	
Origem/ Origin: Portugal - Algarve	
Cotações Mais Frequentes no MARL	
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market	



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Newhall 2004-05 — Val. Late 2004
— Newhall 2005-06 — Val. Late 2005

LARANJA • ORANGES	
-------------------	--



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

Citrus sinensis, L. • Família | Family: Rutaceae

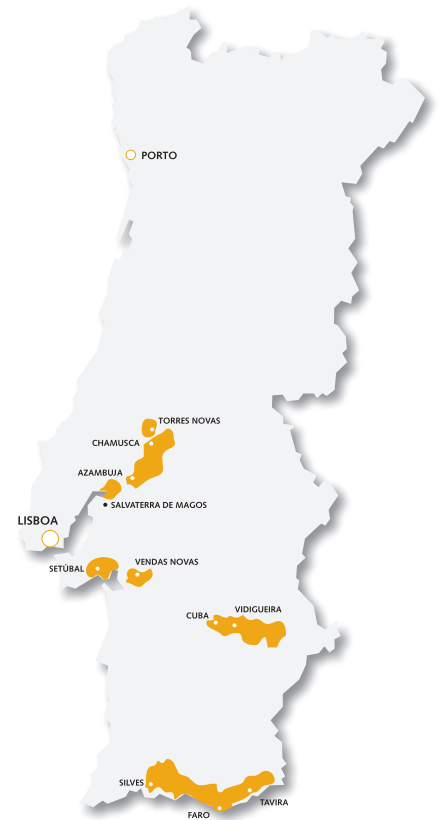
LARANJA | ORANGES

LARANJA • ORANGES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	999.1	498 738	ALEMANHA GERMANY	23.2	15 209
ALEMANHA GERMANY	2 054.1	1 223 599	ANGOLA ANGOLA	46.4	33 583
ARGENTINA ARGENTINA	3 930.3	1 766 222	CABO VERDE CAPE VERDE	432.0	244 388
BÉLGICA BELGIUM	24.6	10 200	ESPAÑA SPAIN	10 217.9	2 782 702
BRASIL BRAZIL	2 900.2	1 055 803	FRANÇA FRANCE	1 396.8	1 500 855
ESPAÑA SPAIN	15 627.7	6 021 862	ITÁLIA ITALY	353.9	138 930
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	83.3	45 497	MAURITÂNIA MAURITANIA	16.6	9 767
URUGUAI URUGUAY	1 924.9	922 544	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	21.2	12 514
OUTROS OTHERS	52.6	92 878	POLÓNIA POLAND	40.0	25 896
			REINO UNIDO UNITED KINGDOM	20.5	3 270
			SUÍÇA SWITZERLAND	14.6	10 401
			OUTROS OTHERS	28.5	19 328
TOTAL	27 596.7	11 637 343	TOTAL	12 611.8	4 796 843

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE LARANJA/ WORLD PRODUCTION OF ORANGES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	3 720 675	100	3 674 965	100	61 195 898	100	64 293 002	100
Europa/Europe	308 745	8	289 252	8	6 039 803	10	5 825 537	9
UE/EU 25			288 542	8			5 853 967	9
UE/EU 15	306 485	8			6 031 060	10		
Portugal	21 775	1	21 562	1	276 917	0	250 316	0
Espanha/Spain	136 757	4	120 252	3	3 052 175	5	2 690 500	4
Grécia/Greece	40 900	1	39 000	1	967 681	2	772 457	1
Itália/Italy	107 008	3	106 183	3	1 733 676	3	2 105 053	3
África/Africa	363 284	10	363 161	10	5 362 582	9	5 162 922	8
África do Sul/South Africa	54 000	1	54 000	1	1 342 197	2	1 154 324	2
Egipto/Egypt	83 052	2	83 214	2	1 767 710	3	1 850 025	3
Marrocos/Morocco	49 200	1	48 700	1	821 600	1	719 300	1
Ásia/Asia	1 161 421	31	1 166 065	32	13 595 523	22	14 548 265	23
China	298 739	8	309 458	8	2 013 132	3	2 311 409	4
Índia/India	134 000	4	134 000	4	3 070 000	5	3 100 000	5
Indonésia/Indonesia	148 828	4	169 446	5	1 529 824	2	2 071 084	3
Irão/Iran, Islamic Republic of	120 000	3	125 000	3	1 890 000	3	1 900 000	3
Paquistão/Pakistan	137 000	4	130 000	4	1 232 000	2	1 169 000	2
Turquia/Turkey	40 627	1	41 626	1	1 250 000	2	1 300 000	2
América do Norte e Central/ /North & Central America	814 107	22	815 867	22	16 262 840	27	17 533 830	27
EUA/USA	321 118	9	330 000	9	10 473 450	17	11 677 280	18
México/Mexico	330 000	9	330 000	9	3 969 810	6	3 969 810	6
América do Sul/ /South America	1 047 128	28	1 017 930	28	19 327 401	32	20 819 029	32
Argentina	58 000	2	58 000	2	687 346	1	770 000	1
Brasil/Brazil	836 041	22	819 701	22	16 917 600	28	18 270 500	28
Oceania	25 990	1	22 690	1	607 749	1	403 419	1

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

LIMÃO | LEMONS

Citrus limon, L. • Família | Family: Rutaceae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A América e a Ásia são os continentes onde se produzem maiores quantidades de limão e lima, contribuindo em conjunto com cerca de 80% na produção mundial. O México é o maior produtor do Mundo, com uma representatividade de 15%, seguido pela Índia e Argentina, com contributos de cerca de 10% cada um. O Irão, o Brasil, Espanha e a Turquia, embora com produções inferiores, são também importantes produtores.

Área de Cultura: 910 ha (INE)

Produção: 10 885 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve e Oeste.

Variiedades: Eureka, Lisboa, Lunário, Vila Franca, Galego.

Factores Relevantes na Produção: O limoeiro encontra-se disperso um pouco por todo o país, acompanhando frequentemente as bordaduras de outras culturas ou coexistindo com outras espécies frutícolas. Contudo, revestem-se de maior importância as regiões do Algarve e do Ribatejo e Oeste que concentram, em conjunto, cerca de 80% da área e da produção total de limão do Continente. Apesar do ano agrícola de 2005 ter sido muito seco, a cultura do limoeiro quase não se ressentiu, o que acabou por se traduzir num volume de oferta idêntico ao do ano anterior. A utilização de variedades remontantes permite uma produção contínua de Janeiro a Dezembro.

Comercialização: A comercialização decorre ao longo de todo o ano, de uma forma quase uniforme, com intensificação da procura nos meses de Verão. Os circuitos de comercialização assentam, fundamentalmente, nas centrais fruteiras e Organizações de Produtores, embora ainda seja prática frequente o pequeno produtor efectuar a venda directa do seu limão.

Preços: Na campanha de 2005 houve, regra geral, uma boa valorização do limão. Esta situação foi extensiva ao produtor, ao grossista e ao retalhista, sendo que a maior margem de comercialização esteve associada a este último. Relativamente à campanha de 2004, o aumento médio de preços foi de 1% nos mercados de produção, mas de 17% nos mercados abastecedores.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária, contabilizando-se para o ano de 2005 um valor de entradas em torno dos 4,3 milhões de euros, face a apenas 419 mil euros de vendas. Os principais fornecedores do mercado nacional são Espanha e a Alemanha e, em período de contra-estação, a Argentina e o Uruguai. O Brasil é um importante fornecedor, mas de lima. O limão nacional destina-se maioritariamente a Espanha, mas a França, Cabo Verde e a Federação Russa são também importantes compradores.

Perspectivas: Não se prevêem alterações na área de limoeiros. Sendo a produção quase constante, ela constituiu um acréscimo de rendimento para muitos dos produtores, que dedicando-se a outras actividades agrícolas, vêem nesta produção um complemento ao seu rendimento.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: America and Asia are the continents where larger quantities of lemon and lime are produced, together contributing with approximately 80% to world production. Mexico is the world's largest producer, with a 15% contribution, followed by India and Argentina, with 10% each. Iran, Brazil, Spain and Turkey, although with smaller outputs, are also important producers.

Crop Area: 910 ha (INE)

Output: 10 885 t (INE)

Most Representative Market Areas: Algarve and Oeste.

Varieties: Eureka, Lisboa, Lunário, Vila Franca, Galego.

Relevant Production Factors: Lemon trees can be found all over the country, often as hedgerow trees for other crops or associated with other citrus species. However, the most important producing regions are Algarve and Ribatejo e Oeste, which together account for approximately 80% of total area and output in mainland Portugal. Although 2005 was a particularly dry year, this did not affect lemon growing and the volume of supply was similar to that of the previous year. The use of everbearing varieties enables non-stop production from January through December.

Marketing: Lemons are traded all year long, almost uniformly, with an increasing demand during the summertime. Distribution channels are essentially based on fruit packing plants and producer organisations, although direct sales by small producers are still a common practice.

Prices: In 2005, overall lemon prices reached good levels. Producer, wholesaler and retailer prices were fine, although retailers had the highest profit margins. As compared to 2004, the average price increase was 1% in producer markets and 17% in wholesale markets.

Foreign Trade: Trade balance is negative, with a total import value of around 4.3 million euros in 2005, as compared to only 419 thousand euros in exports. The largest suppliers of the Portuguese market are Spain and Germany and, off-season, Argentina and Uruguay. Brazil is an important lime supplier. Portuguese lemons are for the most part destined for Spain, although France, Cape Verde and the Russian Federation are also important buyers.

Outlook: No changes are expected in lemon tree area. Lemon output being almost constant, it is a sort of income supplement for many producers who engage in other agricultural activities.



Citrus limon, L. • Família | Family: Rutaceae

LIMÃO | LEMONS

LIMÃO • LEMONS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Ribatejo/Oeste	mm	mm	F F	F F	F F	mm	mm	f f	f f	f f	mm	mm
Algarve	mm	mm	mm	mm	f f	f f	f f	f f	mm	mm	F F	F F

F Oferta Forte
m Oferta Média
f Oferta Fraca
mm Good Supply
mm Moderate Supply
mm Poor Supply

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



LIMÃO • LEMONS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste Most Frequent Producer Prices in Oeste

MESES MONTHS	Cal./Size: 3 (63-72 mm)		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.65	0.50	-23
Fev/Feb	0.48	0.50	4
Mar/Mar	0.43	0.43	0
Abr/Apr	0.39	0.40	3
Mai/May	0.43	0.43	0
Jun/Jun	0.43	0.45	5
Jul/Jul	0.60	0.58	-3
Ago/Aug	0.74	0.65	-12
Set/Sep	0.80	0.70	-13
Out/Oct	0.69	0.73	6
Nov/Nov	0.65	0.76	17
Dez/Dec	0.48	0.70	46

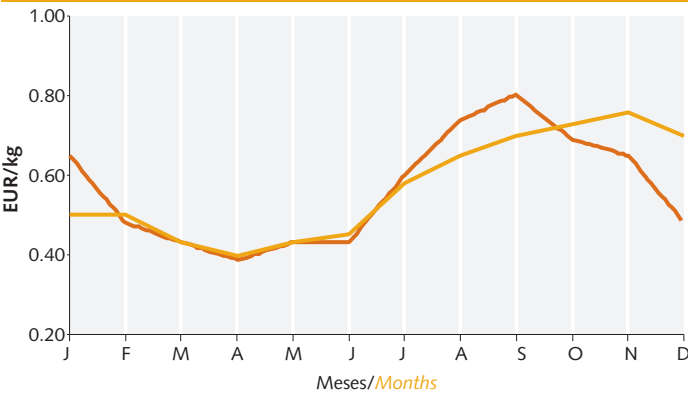
Fonte/Source: GPP-SIMA

LIMÃO • LEMONS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Cal./Size: 3 (63-72 mm)		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.43	0.42	-2
Fev/Feb	0.35	0.40	14
Mar/Mar	0.36	0.40	11
Abr/Apr	0.30	0.40	33
Mai/May	0.38	0.42	11
Jun/Jun	0.42	0.52	24
Jul/Jul	0.55	0.68	24
Ago/Aug	0.71	0.79	11
Set/Sep	0.77	0.80	4
Out/Oct	0.65	0.80	23
Nov/Nov	0.51	0.67	31
Dez/Dec	0.45	0.60	33

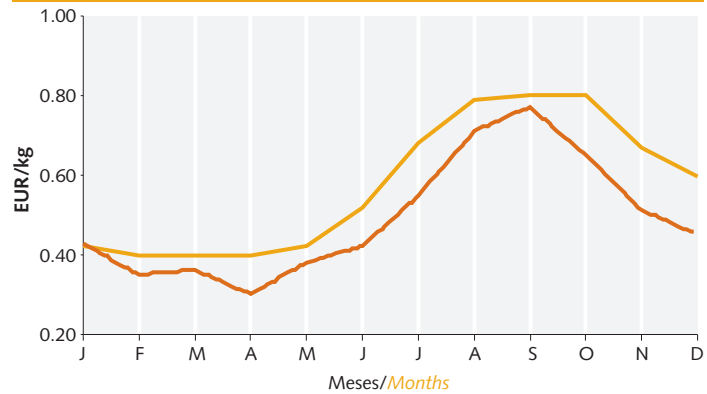
Fonte/Source: GPP-SIMA

LIMÃO • LEMONS Cal./Size: 3 (63-72 mm) Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste Most Frequent Producer Prices in Oeste



Fonte/Source: GPP-SIMA

LIMÃO • LEMONS Origem/Origin: Portugal Cal./Size: 3 (63-72 mm) Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

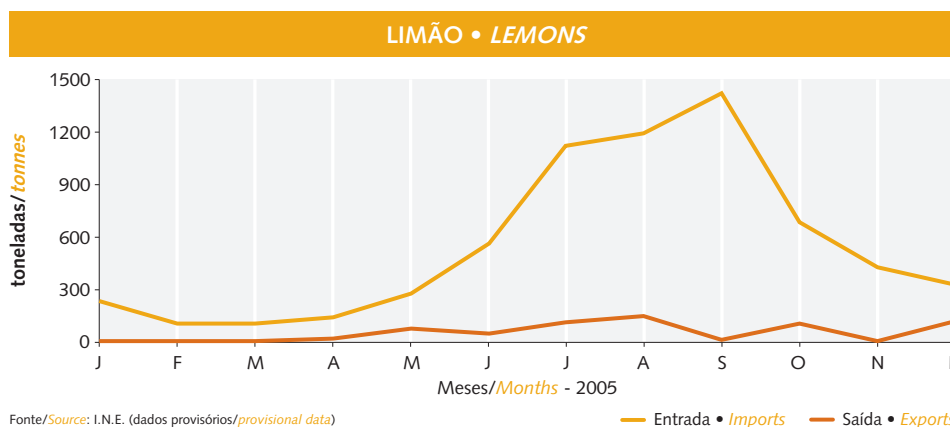
LIMÃO | LEMONS

Citrus limon, L. • Família | Family: Rutaceae



LIMÃO • LEMONS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	431.7	268 175	CABO VERDE CAPE VERDE	81.4	60 412
ALEMANHA GERMANY	979.1	767 148	ESPAÑHA SPAIN	468.3	267 360
ARGENTINA ARGENTINA	1 191.3	704 315	FRANÇA FRANCE	116.6	83 511
BRASIL BRAZIL	774.3	486 356	ITÁLIA ITALY	2.4	595
ESPAÑHA SPAIN	2 826.9	1 759 783	MAURITÂNIA MAURITANIA	2.3	1 193
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	161.4	113 266	RUSSIAN RUSSIAN FEDERATION	13.4	5 226
SUAZILÂNDIA SWAZILAND	49.6	28 980	OUTROS OTHERS	0.9	842
URUGUAI URUGUAY	186.0	111 860			
VENEZUELA VENEZUELA	8.5	14 014			
TOTAL	6 609.0	4 253 897	TOTAL	685.3	419 139

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO MUNDIAL DE LIMÃO E LIMA WORLD PRODUCTION OF LEMONS AND LIMES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	810 782	100	800 041	100	12 736 768	100	12 418 035	100
Europa/Europe	90 298	11	74 279	9	1 774 878	14	1 410 122	11
UE/EU 25			75 479	9			1 434 722	12
Portugal	1 044	0	1 020	0	13 474	0	12 327	0
Espanha/Spain	47 368	6	30 586	4	1 129 594	9	729 400	6
Grécia/Greece	11 000	1	12 000	1	110 633	1	83 952	1
Itália/Italy	30 846	4	30 633	4	520 128	4	583 443	5
África/Africa	51 236	6	51 629	6	772 281	6	793 847	6
África do Sul/South Africa	9 500	1	9 500	1	197 635	2	215 010	2
Egipto/Egypt	14 831	2	15 121	2	331 440	3	338 127	3
Ásia/Asia	321 309	40	322 470	40	4 169 030	33	4 300 508	35
China	48 825	6	48 347	6	583 161	5	622 476	5
Índia/India	116 000	14	116 000	14	1 420 000	11	1 420 000	11
Irão/Iran, Islamic Republic of	55 000	7	55 000	7	1 050 000	8	1 100 000	9
Turquia/Turkey	19 148	2	19 647	2	550 000	4	600 000	5
América do Norte e Central/ North & Central America	191 550	24	191 706	24	3 045 910	24	2 855 012	23
EUA/USA	26 224	3	26 000	3	939 000	7	732 000	6
México/Mexico	141 005	17	141 005	18	1 824 890	14	1 824 890	15
América do Sul/South America	153 792	19	157 460	20	2 933 847	23	3 024 161	24
Argentina	44 000	5	45 000	6	1 236 280	10	1 300 000	10
Brasil/Brazil	50 950	6	52 000	6	981 339	8	1 000 000	8
Oceania	2 597	0	2 497	0	40 822	0	34 385	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Malus domestica, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae

MAÇÃ | APPLES

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: A China é o maior produtor de maçã no Mundo, com um contributo de cerca de 39% na produção mundial. Seguem-se-lhe os Estados Unidos da América com 7%, o Irão e a Turquia, cada um com um peso de 4%. Na União Europeia (UE-25), os produtores mais importantes de maçã são a Polónia, a França e a Itália. A produção nacional corresponde a cerca de 2,5% da produção anual da UE-25.

Área de Cultura: 20 653 ha (INE)

Produção: 248 151 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Douro Sul, Carrazeda de Ansiães, Leiria, Viseu, Cova da Beira, Guarda.

Variiedades: Golden Delicious, Red Delicious, Starking, Royal Gala, Jonagold, Jonagored, Osarkgold, Reineta Parda, Reineta Branca, Riscadinha de Palmela, Casa Nova, Granny Smith, Bravo de Esmolfe, Fuji, Pink Lady.

Factores Relevantes na Produção: A maçã é a espécie com maior peso no volume de produção de frutos frescos a nível do Continente. As principais regiões de produção de maçã são, por ordem de importância, o Ribatejo e Oeste, Trás-os-Montes, a Beira Litoral e a Beira Interior, com representatividades na produção total do Continente de respectivamente, 40%, 30%, 13% e 12% (média do quinquénio 2001-2005). Na campanha de 2005-06 verificou-se uma quebra na produção, de cerca de 9%, relativamente à campanha anterior, tendo havido para algumas variedades predomínio de calibres pequenos. Na origem desta situação estiveram as elevadas temperaturas e a diminuição da quantidade de água para rega, registadas sobretudo nos meses de Verão de 2005. Para a maçã existe uma Denominação de Origem Protegida (DOP) - "Maçã Bravo de Esmolfe" e quatro Indicações Geográficas Protegidas (IGP), atribuídas às maçãs da Beira Alta, Cova da Beira, Alcobaça e Portalegre.

Comercialização: De Julho de 2005 até Junho de 2006, graças ao poder de conservação dos frutos em estruturas de frio, convencional (que se estende desde a colheita até Abril) e em atmosfera controlada (que se estende desde a colheita até Julho). O escoamento da maçã efectuou-se através das Organizações de Produtores, armazenistas e produtores individuais com alguma dimensão, destinando-se o produto às grandes cadeias de distribuição, aos mercados abastecedores e aos mercados regionais. As maçãs com calibre inferior a 65 mm e de refugo são canalizadas para a indústria de transformação, tanto nacional, como espanhola. Nesta campanha, dada a maior proporção de frutos de calibre pequeno, aumentaram as quantidades entregues na indústria.

Preços: As cotações da maçã não sofrem grandes variações ao longo da campanha, sobretudo quando se trata de fruta com qualidade. Os valores das cotações são mais baixos no início da campanha, dada a abundante oferta (tanto de fruta que não reúne condições para ser frigorificada como o inverso) e no final da campanha, quando esta se prolonga em demasia, devido à concorrência acentuada da maçã do Hemisfério Sul, que invade o mercado nacional a partir de Março/Abril. Na campanha 2005-06 o nível de preços na produção ficou aquém dos conseguidos na campanha anterior, para a generalidade das variedades. Constituiu excepção a maçã Royal Gala que foi mais valorizada, a partir de Janeiro de 2006 e até ao final da campanha. Nos mercados abastecedores e nos mercados retalhistas a tendência foi a mesma, com a ressalva da variedade Bravo de Esmolfe que atingiu bons preços ao longo da campanha de comercialização.

Balança Comercial: Altamente deficitária, contabilizando-se para o ano de 2005 um valor de entradas em torno dos 44,7 milhões de euros, face a 2,7 milhões de euros correspondente às saídas. As entradas de maçã totalizaram 74 218 toneladas e as saídas 7 634 toneladas, valor inferior ao registado nos últimos cinco anos. Os principais fornecedores do mercado nacional são Espanha e França e, em período de contra-estação, a Argentina, o Chile e o Brasil. As vendas ao exterior destinam-se, na quase totalidade, à União Europeia, destacando-se Espanha, o Reino Unido, a Irlanda e os Países Baixos como os principais clientes em 2005.

Balanco de Aprovisionamento: Ao longo das duas últimas décadas tem havido um aumento dos recursos disponíveis, mercê sobretudo de um acentuado aumento das entradas, mais expressivo a partir de finais da década de 80, a par dum aumento da produção. No período de 2000-01 e 2004-05, o volume médio das entradas situou-se em 94,8 mil toneladas/ano, representando 29,3% dos recursos disponíveis anualmente, e o consumo humano foi estimado em 306 mil toneladas/ano.

Perspectivas: Em Trás-os-Montes existe interesse na reconversão do pomar tradicional, recorrendo a novas variedades. Na zona da Cova da Beira tem havido reconversão de pomares, com destaque para o aumento da importância da variedade Bravo de Esmolfe. Em Palmela foram instalados novos pomares de maçã Riscadinha, prevendo-se para os próximos anos um aumento da produção.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: China is the world leading producing country, providing a 39% contribution to total world output. The United States follow with 7%, and then Iran and Turkey, each with a 4% contribution. In the EU25, the current leading apple producers are Poland, France and Italy. The Portuguese output corresponds to only 2.5% of the total annual EU25 output.

Crop Area: 20 653 ha (INE)

Output: 248 151 t (INE)

Most Representative Market Areas: Oeste, Douro Sul, Carrazeda de Ansiães, Leiria, Viseu, Cova da Beira, Guarda.

Varieties: Golden Delicious, Red Delicious, Starking, Royal Gala, Jonagold, Jonagored, Osarkgold, Reineta Parda, Reineta Branca, Riscadinha de Palmela, Casa Nova, Granny Smith, Bravo de Esmolfe, Fuji, Pink Lady.

Relevant Production Factors: Apples are the most important fruit species in terms of fresh fruit production volume in mainland Portugal. The main apple producing regions are, in order of importance, Ribatejo e Oeste, Trás-os-Montes, Beira Litoral and Beira Interior, which account for, respectively, 40%, 30%, 13% and 12% (average for the 2001-2005 period) of total mainland Portugal output. The 2005-06 season featured a slight 9% fall in output from the previous season. For some varieties, small sizes prevailed. This was due to high temperatures and decreasing quantities of irrigation water, especially in the summer months of 2005. Portuguese apples have a Protected Designation of Origin (PDO) - "Maçã Bravo de Esmolfe" and four Protected Geographical Indications (PGI), granted to apples from Beira Alta, Cova da Beira, Alcobaça and Portalegre.

Marketing: From July 2005 to June 2006, thanks to the good storage capacity of these fruits in conventional cold structures (from harvest until April) and in controlled atmosphere (from harvest to July). Apples were sold through producer organisations, storer and individual producers with a certain dimension, who direct them to large distribution chains, wholesale markets and regional markets. Apples smaller than 65 mm and reject apples are directed to the processing industry, either in Portugal or in Spain. During this season, the large proportion of small fruits led to an increase in the amount of apples delivered to the processing industry.

Prices: Apple prices do not suffer wide price changes over the year, particularly in the case of good quality fruits. Prices are lower at the beginning of the year, given the abundant supply (both of fruits that are not good enough to be cold stored and of quality fruits) and at the end of the year, if the season lasts too long, due to strong competition from southern hemisphere apples, which flood the Portuguese market from March/April onwards. Producer price levels were down from the previous year for most varieties. The exception was the Royal Gala variety, with higher prices from January 2006 until the end of the year. The same trend was felt in wholesale and retailer markets, the exception being the Bravo de Esmolfe variety, which reached good prices throughout the marketing year.

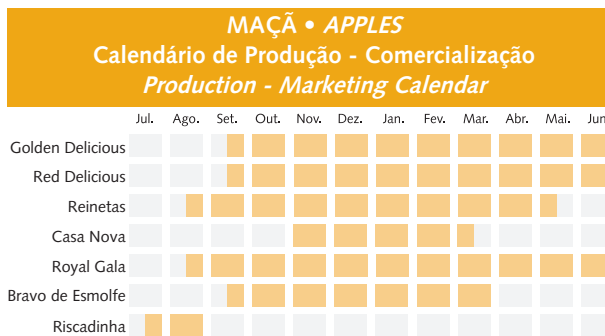
Trade Balance: There is a huge deficit, with a total import value of approximately 44.7 million euros in 2005, as compared to 2.7 million euros in exports. Apple imports totalled 74 218 tonnes and exports 7 634 tonnes, a value inferior to those of the last five years. The largest suppliers of the Portuguese market are Spain and France and, off-season, Argentina, Chile and Brazil. Exports are almost entirely directed to the European Union. Spain, the United Kingdom, Ireland and the Netherlands were our major clients in 2005.

Supply Balance Sheet: Over the last two decades, there has been an increase in available resources, caused especially by a rise in imports, more significant after the late 1980's, and also by an increase in production. Between 2000-01 and 2004-05, the average import volume was 94.8 thousand tonnes/year, representing 29.3% of the available resources. In the same period, estimated human consumption was 306 thousand tonnes/year.

Outlook: In Trás-os-Montes, producers are interested in converting traditional orchards, by using new varieties. At the Cova da Beira area, orchards have been converted, and the Bravo de Esmolfe variety has become increasingly important. In Palmela, new Riscadinha apple orchards were planted and therefore production of this variety should increase in the next few years.

MAÇÃ | APPLES

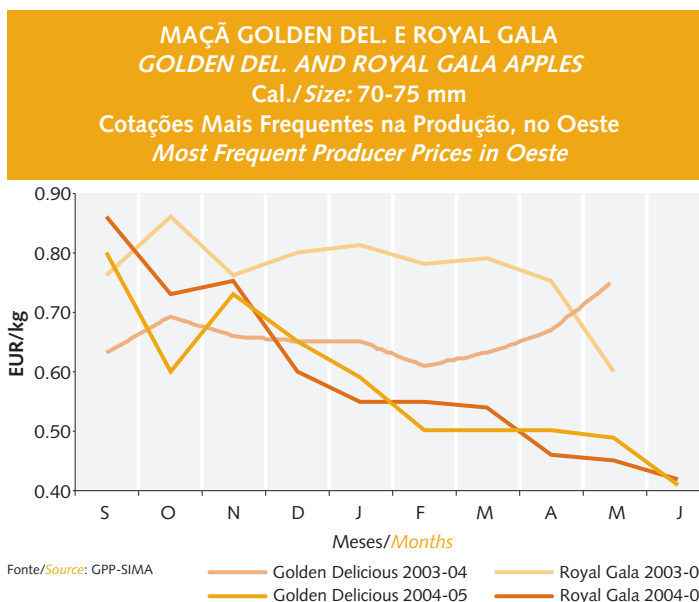
Malus domestica, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae



MAÇÃ • APPLES
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste
Most Frequent Producer Prices in Oeste

MESES MONTHS	Golden Delicious - Cal./Size: 70-75 mm			Royal Gala - Cal./Size: 70-75 mm		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Set/Sep	0.80	0.49	-39	0.86	0.55	-36
Out/Oct	0.60	0.45	-25	0.73	0.49	-33
Nov/Nov	0.73	0.45	-38	0.75	0.50	-33
Dez/Dec	0.65	0.45	-31	0.60	0.55	-8
Jan/Jan	0.59	0.47	-20	0.55	0.62	13
Fev/Feb	0.50	0.50	0	0.55	0.65	18
Mar/Mar	0.50	0.50	0	0.54	0.65	20
Abr/Apr	0.50	0.50	0	0.46	0.63	37
Mai/May	0.49	0.48	-2	0.45	0.58	29
Jun/June	0.41	0.45	10	0.41	0.52	27

Fonte/Source: GPP-SIMA



Malus domestica, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae**MAÇÃ | APPLES**

MAÇÃ • APPLES
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Golden Delicious - Cal./Size: 70-75 mm			Royal Gala - Cal./Size: 70-75 mm		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Jul/Jul				0.85		
Ago/Aug	0.70	0.45	-36	0.82	0.55	-33
Set/Sep	0.66	0.45	-32	0.69	0.63	-9
Out/Oct	0.58	0.45	-22	0.60	0.48	-20
Nov/Nov	0.51	0.45	-12	0.56	0.48	-14
Dez/Dec	0.50	0.45	-10	0.55	0.50	-9
Jan/Jan	0.50	0.45	-10	0.50	0.50	0
Fev/Feb	0.49	0.45	-8	0.43	0.50	16
Mar/Mar	0.45	0.45	0	0.40	0.50	25
Abr/Apr	0.45	0.41	-9	0.40	0.50	25
Mai/May	0.38	0.40	5		0.40	
Jun/Jun	0.35	0.40	14			

Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

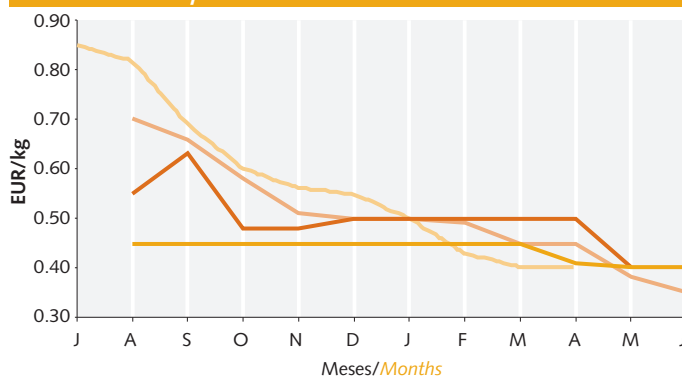


PRODUÇÃO / PRODUCTION

CONCENTRADA/CONCENTRATED

DISPERSA/DISPERSED

MAÇÃ GOLDEN E ROYAL GALA
GOLDEN AND ROYAL GALA APPLES
 Origem/Origin: Portugal
 Cal./Size: 70-75 mm
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Golden Delicious 2004-05 — Royal Gala 2004-05
 — Golden Delicious 2005-06 — Royal Gala 2005-06

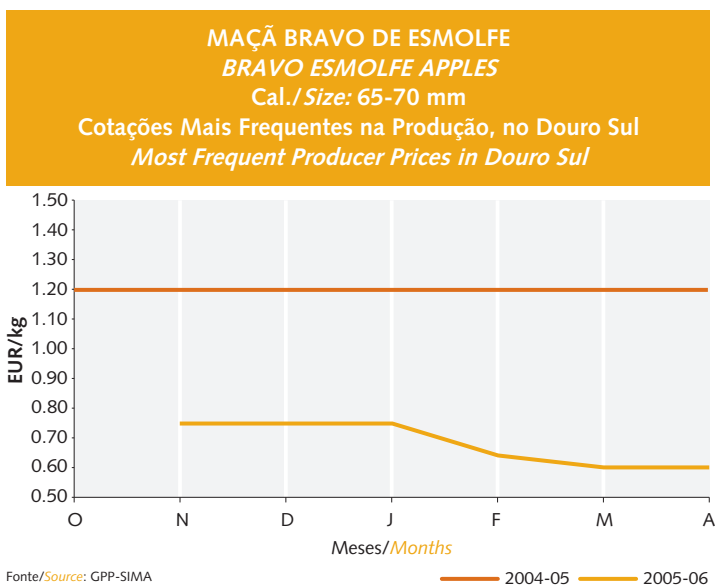
MAÇÃ BRAVO DE ESMOLFE • BRAVO ESMOLFE APPLES
 Cotações Mais Frequentes na Produção, no Douro Sul
 Most Frequent Producer Prices in Douro Sul

MESES MONTHS	Cal./Size: 65-70 mm		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Out/Oct	1.20		
Nov/Nov	1.20	0.75	-38
Dez/Dec	1.20	0.75	-38
Jan/Jan	1.20	0.75	-38
Fev/Feb	1.20	0.64	-47
Mar/Mar	1.20	0.60	-50
Abr/Apr	1.20	0.60	-50

Fonte/Source: GPP-SIMA

MAÇÃ | APPLES

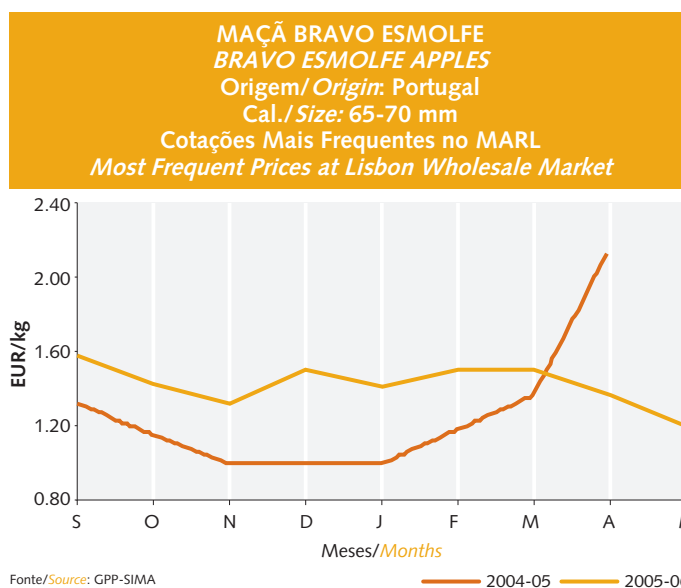
Malus domestica, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae



MAÇÃ BRAVO DE ESMOLFE • BRAVO ESMOLFE APPLES
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Cal./Size: 65-70 mm		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/2004-05 (%)
Set/Sep	1.32	1.58	20
Out/Oct	1.15	1.42	23
Nov/Nov	1.00	1.32	32
Dez/Dec	1.00	1.50	50
Jan/Jan	1.00	1.41	41
Fev/Feb	1.18	1.50	27
Mar/Mar	1.36	1.50	10
Abr/Apr	2.17	1.36	-37
Mai/May	-	1.20	-

Fonte/Source: GPP-SIMA

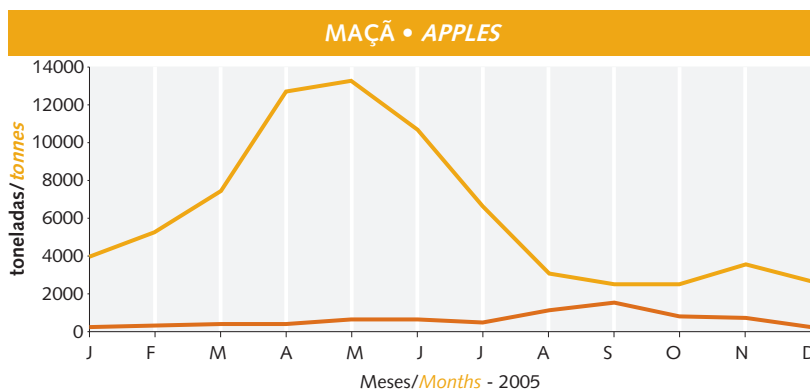
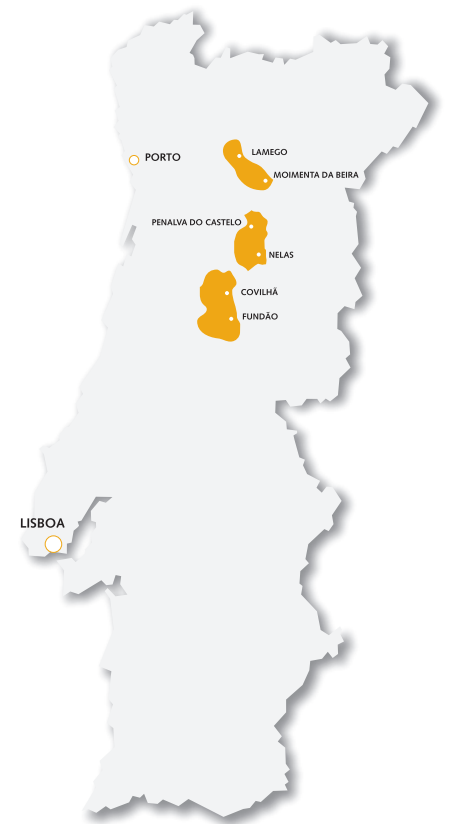


Malus domestica, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae**MAÇÃ | APPLES**

MAÇÃ • APPLES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	534.3	418 722	ALEMANHA GERMANY	187.5	60 014
ALEMANHA GERMANY	7 952.3	6 146 909	ANGOLA ANGOLA	10.0	8 103
ARGENTINA ARGENTINA	12 222.4	7 479 640	BRASIL BRAZIL	223.0	106 591
BÉLGICA BELGIUM	75.6	32 430	CABO VERDE CAPE VERDE	826.0	479 618
BRASIL BRAZIL	4 175.1	2 745 005	EMIRADOS ÁRABES U. ARAB EMIRATES	21.2	12 648
CHILE CHILE	8 588.8	5 503 243	ESPAÑA SPAIN	3 057.5	433 044
CHINA CHINA	1 549.3	947 389	FRANÇA FRANCE	587.1	210 708
ESPAÑA SPAIN	20 800.2	11 059 647	IRLANDA IRELAND	1 126.6	436 984
E. U. AMÉRICA U.S.A.	78.2	84 527	MAURITÂNIA MAURITANIA	42.4	30 647
FRANÇA FRANCE	15 498.2	8 748 751	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	188.2	46 640
ITÁLIA ITALY	1 948.3	966 137	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	1 329.0	833 531
NOVA ZELÂNDIA NEW ZEALAND	378.1	327 150	S. TOMÉ E PRÍNCIPE S. TOME AND PRINCIPE	32.2	11 865
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	416.7	212 525	OUTROS OTHERS	3.7	3 585
TOTAL	74 217.5	44 672 075	TOTAL	7 634.3	2 673 978

Distribuição geográfica das principais zonas de produção - Maçã Bravo de Esmolfe

Geographic distribution of the main production areas in Portugal - Bravo de Esmolfe Apples



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

MAÇÃ | APPLES

Malus domestica, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae

PRODUÇÃO MUNDIAL DE MAÇÃ / WORLD PRODUCTION OF APPLES

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/ <i>World</i>	4 932 771	100	5 074 022	100	58 981 789	100	63 205 385	100
Europa/ <i>Europe</i>	1 420 820	29	1 377 566	27	16 240 903	28	17 530 909	28
UE/EU 25			575 354	11			12 440 452	20
UE/EU 15	332 898	7			8 009 054	14		
Portugal	21 576	0	21 414	0	286 493	0	277 301	0
Alemanha/ <i>Germany</i>	70 000	1	70 000	1	1 578 000	3	1 592 000	3
Espanha/ <i>Spain</i>	46 020	1	31 495	1	881 101	1	603 000	1
França/ <i>France</i>	59 817	1	58 180	1	2 136 886	4	2 216 940	4
Federação Russa/ / <i>Russian Federation</i>	396 000	8	386 000	8	1 690 000	3	2 030 000	3
Hungria/ <i>Hungary</i>	43 500	1	36 000	1	507 505	1	680 000	1
Itália/ <i>Italy</i>	73 975	1	61 739	1	1 610 435	3	2 136 226	3
Polónia/ <i>Poland</i>	159 278	3	175 206	3	2 427 753	4	2 521 514	4
Ucrânia/ <i>Ukraine</i>	169 800	3	151 500	3	871 300	1	716 900	1
África/ <i>Africa</i>	140 324	3	146 575	3	1 795 885	3	1 938 588	3
África do Sul/ <i>South Africa</i>	24 000	0	24 000	0	714 321	1	707 845	1
Ásia/ <i>Asia</i>	2 946 000	60	3 140 220	62	31 603 630	54	33 609 140	53
China	1 901 129	39	2 100 621	41	21 105 161	36	23 681 494	37
Índia/ <i>India</i>	250 000	5	250 000	5	1 470 000	2	1 470 000	2
Irão/ <i>Iran, Islamic Republic of</i>	150 000	3	150 000	3	2 400 000	4	2 400 000	4
Japão/ <i>Japan</i>	41 600	1	41 300	1	842 100	1	754 600	1
Turquia/ <i>Turkey</i>	116 551	2	108 900	2	2 600 000	4	2 100 000	3
América do Norte e Central/ / <i>North & Central America</i>	245 088	5	242 553	5	4 886 497	8	5 630 532	9
EUA/ <i>USA</i>	158 010	3	156 245	3	3 988 552	7	4 726 390	7
América do Sul/ <i>South America</i>	136 109	3	126 108	2	3 627 610	6	3 777 291	6
Argentina	50 000	1	40 000	1	1 307 460	2	1 262 440	2
Brasil/ <i>Brazil</i>	31 532	1	32 848	1	841 821	1	973 325	2
Chile	35 410	1	36 095	1	1 250 000	2	1 300 000	2
Oceania	44 430	1	41 000	1	827 264	1	718 925	1
Nova Zelândia/ / <i>New Zealand</i>	11 930	0	11 000	0	501 192	1	464 000	1

Fonte/*Source*: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/*aggregated data for 2005 not available*)

Cucumis melo, L. • Família | Family: Curcubitaceae

MELÃO E MELOA | MELONS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: Cerca de 70% da produção mundial de melão concentra-se na Ásia, sendo a China o maior produtor, com um peso próximo dos 50%. Seguem-se-lhe, por ordem de importância, a Turquia, o Irão, Espanha e os Estados Unidos da América, que em conjunto têm um contributo de cerca de 20% na produção mundial. O México, o Egipto, Marrocos, a Roménia e a Itália, embora com produções inferiores, são também importantes produtores.

Área de Cultura: 3 865 ha (INE - 2003)

Produção: 91 897 t (INE - 2003)

Áreas de Mercado mais Representativas: Vila Franca Xira, Almeirim, Alpiarça, Beja, Moura, Algarve.

Varietades: Branco do Ribatejo (Branco Espanhol), Pele de Sapo, Tendral, Casca de Carvalho, Gália, Harvest King.

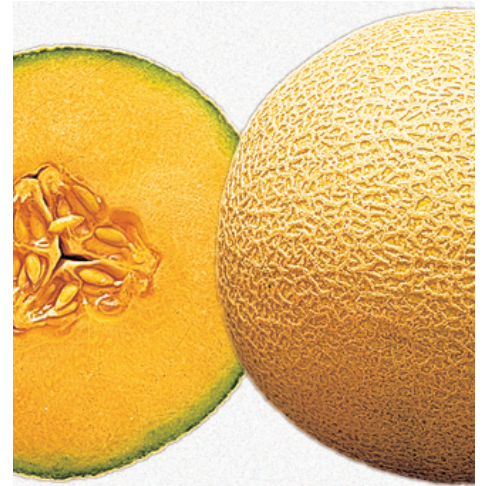
Factores Relevantes na Produção: A cultura do melão está concentrada nas regiões do Ribatejo e Oeste, Alentejo e Algarve, com quotas na produção total do Continente, no ano de 2003, de 49%, 33% e 14%, respectivamente. Nestas regiões produz-se essencialmente o melão Branco (variedade portuguesa) e as meloas tipo Gália e tipo Harvest King. Na região de Entre-Douro-e-Minho produz-se o melão Casca de Carvalho, muito apreciado e valorizado na região, mas com fraca expressão a nível nacional. No Ribatejo e Alentejo, a estrutura produtiva da cultura do melão é composta essencialmente por seareiros e algumas empresas agrícolas de maior dimensão. A campanha de 2005 caracterizou-se, em termos gerais, por uma produção idêntica à do ano anterior e com frutos de boa qualidade. No que respeita ao melão de Sequeiro e em algumas zonas do Alentejo, verificaram-se searas bastante irregulares e quebras de produtividade, mercê da seca extrema que atingiu o país.

Comercialização: Teve início em meados de Março, com a meloa Gália de estufa e terminou no fim de Setembro, com o melão de Sequeiro. A maioria dos produtores efectua o planeamento da produção para poder satisfazer os compromissos de abastecimento com as entidades comerciais (Centrais Fruteiras, Organizações e Agrupamentos de Produtores e Centrais de Compra das grandes superfícies de venda). O melão é transaccionado nos mercados regionais e nos mercados abastecedores e, através de contratos pré-estabelecidos, nas Grandes e Médias Superfícies de Venda, sendo ainda prática comum a venda directa ao consumidor, à beira da estrada ou em mercados típicos. O melão Casca de Carvalho constitui uma excepção, pois a sua comercialização é efectuada em mercados municipais, à beira da estrada e em feiras e romarias tradicionais da região norte, durante os meses de Agosto e Setembro, altura em que se regista a presença de elevado número de emigrantes.

Preços: Para o melão Branco, na campanha 2005, o preço médio na produção foi muito idêntico ao de 2004, mas nos mercados abastecedores foi superior em cerca de 40%, com um diferencial mais acentuado nos meses de Agosto e Setembro. Para a meloa Gália a situação foi inversa, com uma valorização a nível dos mercados de produção e um preço médio de campanha muito idêntico a nível dos mercados abastecedores. Na fraca valorização do melão nacional continua a pesar o facto do melão espanhol chegar ao nosso país com antecipação de 1 mês, relativamente à produção nacional, retirando-lhe o efeito "novidade".

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária e o seu saldo agravou-se em 2005 devido à acentuada diminuição das vendas ao exterior, que se cifraram em apenas 788 mil euros, face a um valor de entradas em torno dos 19,5 milhões de euros. O principal fornecedor do mercado nacional foi a Espanha, com uma quota de 90%. Em período de contra-estação, a Costa Rica e o Brasil foram os principais fornecedores, com uma quota conjunta de 5%. As vendas ao exterior destinaram-se na quase totalidade à União Europeia, com destaque para Espanha, Reino Unido e França.

Perspectivas: Na região de Entre Douro e Minho está a ser desenvolvida uma linha de trabalho para a preservação e melhoramento do melão Casca de Carvalho, como alternativa viável a outras culturas da região. Em 2004 foi inscrita a variedade "Casca de Carvalho Fino" no Catálogo Nacional de Varietades.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Approximately 70% of the world production of melon is concentrated in Asia, China being the leading world producer with an approximately 50% contribution. Turkey, Iran, Spain and the United States of America follow, in order of importance, together accounting for approximately 20% of the world output. Mexico, Egypt, Morocco, Romania and Italy, although with smaller outputs, are also important producers.

Crop Area: 3 865 ha (INE - 2003)

Output: 91 897 t (INE - 2003)

Most Representative Market Areas: Vila Franca Xira, Almeirim, Alpiarça, Beja, Moura, Algarve.

Varieties: Branco do Ribatejo (Branco Espanhol), Pele de Sapo, Tendral, Casca de Carvalho, Gália, Harvest King.

Relevant Production Factors: Melon growing is concentrated in the regions of Ribatejo e Oeste, Alentejo and Algarve, which, in 2003, accounted for 49%, 33% and 14% of total mainland output, respectively. These regions basically produce Branco melon (Portuguese variety) and Galia and Harvest King melons. The region of Entre-Douro-e-Minho produces the Casca de Carvalho melon, which, although well appreciated and sold at high prices in this region, is not very relevant at national level. In Ribatejo and Alentejo, the melon production structure consists mostly of small producers ("seareiros") and a few larger farm holdings. Output over the 2005 season was similar to that of the previous year, featuring good quality fruits. As regards non-irrigated melon in some Alentejo areas, harvests were uneven and yields fell, due to the extreme drought that affected the country.

Marketing: It began in mid-March, with greenhouse Galia melon and it ended in September with non-irrigated melon. Most producers plan their production in order to meet previous supply engagements, namely with fruit packing stations, producer organisations and groups, and purchasing centres in supermarkets and hypermarkets. Melon is traded in regional markets, wholesale markets, and supermarkets and hypermarkets (through pre-established contracts). Direct sales by the roadside or in typical markets are still common practice. Casca de Carvalho melon is an exception, since trading is done in municipal markets, by the roadside and in traditional markets and fairs in the northern region, during August and September, when a large number of Portuguese emigrants abroad arrive for their annual holidays.

Prices: As regards Branco melon, the average price in producer markets over the 2005 season was very similar to that of 2004, although in wholesale markets it was 40% higher, with a steeper difference in August and September. As for Galia melon the opposite was true, with higher prices in producer markets and very similar average prices in wholesale markets. Portuguese melons continue to obtain low prices, partly because Spanish melons get to the market one month before, thus destroying the novelty effect of their later Portuguese counterparts.

Foreign Trade: There is a deficit in trade balance that worsened in 2005 due to the steep decrease in exports, which totalled 788 thousand euros, as compared to 19.5 million euros in imports. The major supplier of the Portuguese market was Spain, with a 90% market share. Off-season, Costa Rica and Brazil were the main suppliers with a market share of 5%, together. Exports are almost entirely directed to the European Union, where Spain, the United Kingdom and France are our major clients.

Outlook: In Entre-Douro-e-Minho, a working line is being developed to preserve and improve Casca de Carvalho melon, as a viable alternative to other crops. In 2004, the "Casca de Carvalho Fino" variety was enrolled in the National List of Varieties.



MELÃO E MELOA | MELONS

Cucumis melo, L. • Família | Family: *Curcubitaceae*



MELÃO E MELOA • CANTALoupES AND OTHER MELONS

Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

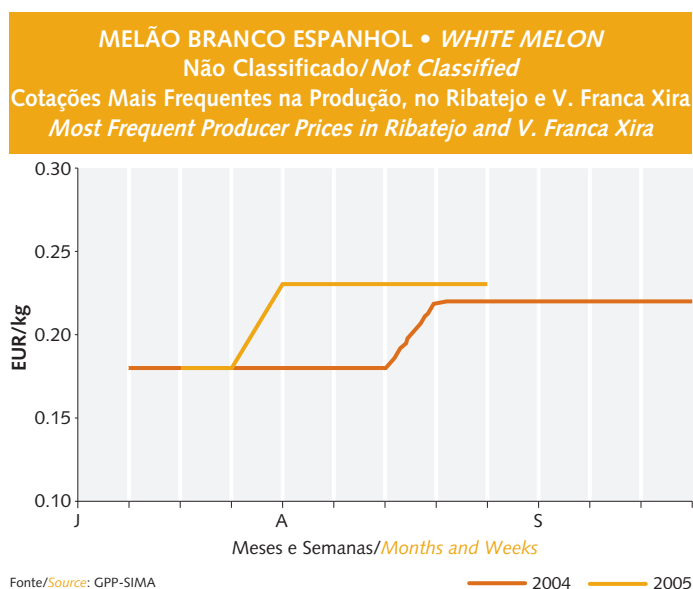
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
E. Douro Minho												
Ribatejo e Oeste												
Alentejo												
Algarve												

MELÃO BRANCO ESPANHOL • WHITE MELON

Cotações Mais Frequentes na Produção, no Ribatejo e Vila Franca Xira
Most Frequent Producer Prices in Ribatejo and Vila Franca Xira

MESES MONTHS	Não Classificado/ Not Classified		
	2004 (Ribatejo) EUR/kg	2005 (V. Franca Xira) EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jul/Jul	0.18	0.18	0
	0.18		
	0.18		
Ago/Aug	0.18	0.23	28
	0.18		
	0.18		
	0.22		
	0.22		
Set/Sep	0.22	0.23	5
	0.22		
	0.22		

Fonte/Source: GPP-SIMA



Cucumis melo, L. • Família | Family: Cucurbitaceae

MELÃO E MELOA | MELONS

MELÃO BRANCO ESPANHOL • WHITE MELON
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Cal./ Size: Grado/ Large		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jul/Jul	0.68	0.50	-26
	0.52	0.40	-23
	0.40	0.32	-20
	0.30	0.30	0
	0.27	0.25	-7
Ago/Aug	0.25	0.30	20
	0.25	0.55	120
	0.20	0.57	185
	0.37	0.60	62
Set/Sep	0.30	0.65	117
	0.30	0.62	107
		0.60	
		0.65	

Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

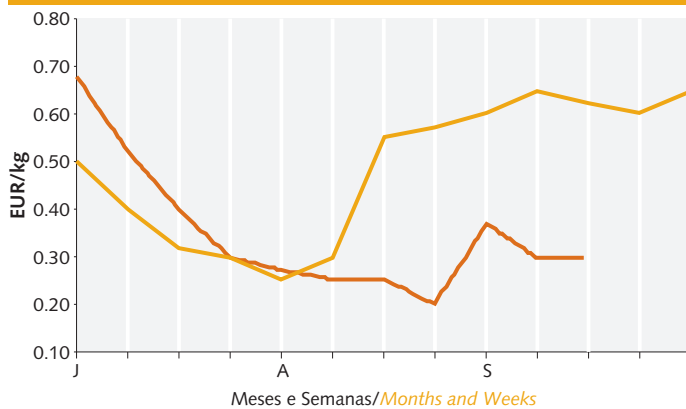
Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO / PRODUCTION

- MELÃO AR LIVRE/OUTDOORS MELONS
- MELOA AR LIVRE/OUTDOORS CANTALOUPE
- MELOA ESTUFA/GREENHOUSE CANTALOUPE

MELÃO BRANCO ESPANHOL • WHITE MELON
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

MELOA GÁLIA • GALIA MELON
 Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
 Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mar/Mar		2.40	
Abr/Apr	1.60	2.04	28
Mai/May	1.07	0.91	-15
Jun/Jun	0.73	0.75	3
Jul/Jul	0.43	0.33	-23
Ago/Aug	0.34	0.30	-12
Set/Sep	0.40		

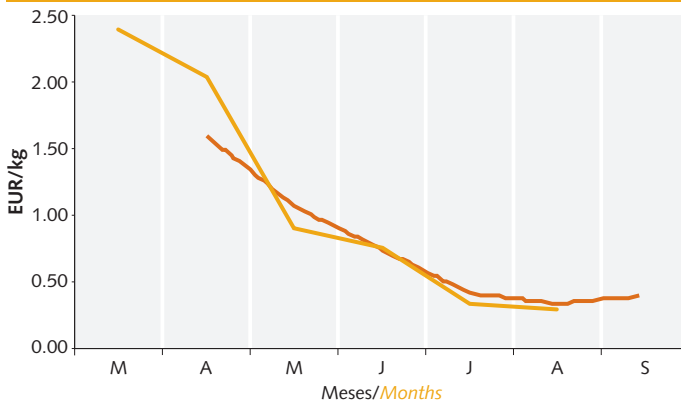
Fonte/Source: GPP-SIMA

MELÃO E MELOA | MELONS

Cucumis melo, L. • Família | Family: *Curcubitaceae*



MELOA GÁLIA • GALIA MELON
 Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
 Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Source: GPP-SIMA

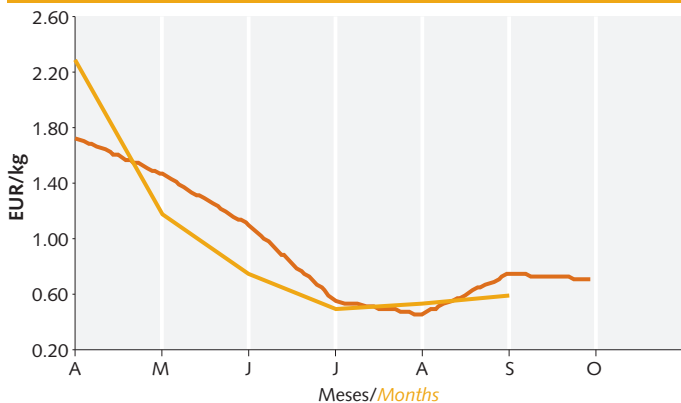
— 2004 — 2005

MELOA GÁLIA • GALIA MELON
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Abr/Apr	1.73	2.30	33
Mai/May	1.48	1.17	-21
Jun/Jun	1.09	0.75	-31
Jul/Jul	0.55	0.49	-11
Ago/Aug	0.45	0.54	20
Set/Sep	0.74	0.60	-19
Out/Oct	0.70		

Fonte/Source: GPP-SIMA

MELOA GÁLIA • GALIA MELON
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

Cucumis melo, L. • Família | Family: Curcubitaceae

MELÃO E MELOA | MELONS

MELÃO E MELOA • MELONS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	930.5	484 524	ANGOLA ANGOLA	2.1	3 295
BRASIL BRAZIL	1 406.2	802 922	CABO VERDE CAPE VERDE	49.7	31 368
COSTA RICA COSTA RICA	896.7	640 751	ESPAÑA SPAIN	710.0	371 805
ESPAÑA SPAIN	41 437.8	16 665 039	E. U. AMÉRICA U.S.A.	21.8	14 137
FRANÇA FRANCE	46.6	38 287	FRANÇA FRANCE	177.2	112 579
ITÁLIA ITALY	48.4	36 028	ITÁLIA ITALY	75.5	47 832
MARROCOS MOROCCO	372.5	361 532	LUXEMBURGO LUXEMBOURG	15.1	12 000
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	760.6	392 816	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	29.9	4 512
SUÉCIA SWEDEN	101.0	19 077	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	220.1	129 042
SUÍÇA SWITZERLAND	7.6	3 335	SUÍÇA SWITZERLAND	96.4	60 661
VENEZUELA VENEZUELA	17.0	5 263	OUTROS OTHERS	0.6	614
TOTAL	46 024.8	19 449 574	TOTAL	1 398.4	787 845

Fonte/Sourc: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

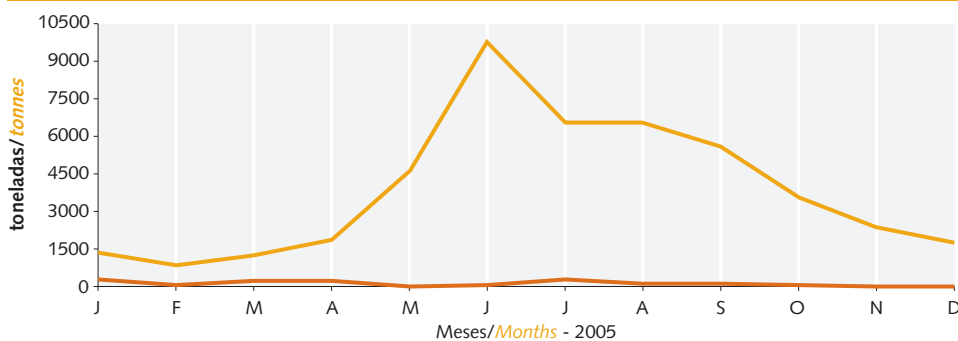
Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO / PRODUCTION

- MELÃO AR LIVRE/OUTDOORS MELONS
- MELOA AR LIVRE/OUTDOORS CANTALOUPEs
- MELOA ESTUFA/GREENHOUSE CANTALOUPEs

MELÃO E MELOA • CANTALOUPEs AND OTHER MELONS

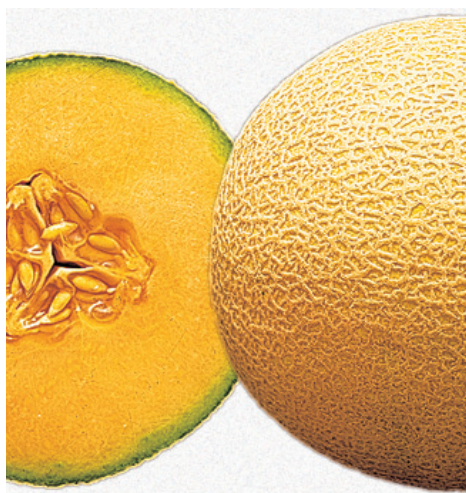


Fonte/Sourc: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

MELÃO E MELOA | MELONS

Cucumis melo, L. • Família | Family: Cucurbitaceae


PRODUÇÃO MUNDIAL DE MELÃO E MELOA
WORLD PRODUCTION OF CANTALOUPE AND OTHER MELONS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/ <i>World</i>	1 232 771	100	1 283 956	100	26 539 462	100	27 332 753	100
Europa/ <i>Europe</i>	151 867	12	145 012	11	2 984 961	11	3 026 416	11
UE/EU (25)			95 336	7			2 205 840	8
UE/EU (15)	91 979	7			2 138 587	8		
Portugal *	3 000	0	3 000	0	20 000	0	20 000	0
Espanha/ <i>Spain</i>	38 873	3	38 100	3	1 071 189	4	1 102 400	4
França/ <i>France</i>	15 527	1	15 259	1	298 772	1	289 488	1
Grécia/ <i>Greece</i>	8 500	1	8 700	1	167 000	1	174 000	1
Itália/ <i>Italy</i>	26 019	2	26 627	2	579 626	2	580 268	2
Roménia/ <i>Romania</i>	41 598	3	37 816	3	764 600	3	765 076	3
África/ <i>Africa</i>	63 922	5	67 348	5	1 230 151	5	1 450 043	5
Egipto/ <i>Egypt</i>	23 711	2	23 872	2	473 809	2	563 016	2
Marrocos/ <i>Morocco</i>	21 895	2	24 810	2	546 315	2	665 000	2
Ásia/ <i>Asia</i>	837 881	68	888 823	69	19 053 290	72	19 657 661	72
China	508 241	41	558 500	43	13 731 363	52	14 338 000	52
Índia/ <i>India</i>	31 500	3	31 500	2	645 000	2	645 000	2
Irão/ <i>Iran, Islamic Republic of</i>	80 000	6	80 000	6	1 225 000	5	1 230 000	5
Paquistão/ <i>Pakistan</i>	15 708	1	17 318	1	251 813	1	258 004	1
Turquia/ <i>Turkey</i>	103 000	8	103 000	8	1 700 000	6	1 700 000	6
América do Norte e Central/ <i>North & Central America</i>	128 809	10	132 334	10	2 559 664	10	2 471 742	9
EUA/ <i>USA</i>	44 190	4	45 180	4	1 240 660	5	1 150 440	4
México/ <i>Mexico</i>	31 500	3	31 500	2	510 000	2	510 000	2
América do Sul/ <i>South America</i>	47 468	4	47 424	4	644 671	2	647 609	2
Brasil/ <i>Brazil</i>	14 500	1	14 500	1	180 000	1	180 000	1
Venezuela	11 468	1	11 474	1	228 516	1	232 094	1
Oceania	2 824	0	3 015	0	66 725	0	79 282	0

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.
Portugal 2003 (INE): Área/Area=3865 ha; Produção/Production=91897 t
Portugal 2004 (INE): Área/Area=n.d.; Produção/Production=n.d.

Fragaria, sp. • Família | Family: Rosaceae

MORANGO | STRAWBERRIES

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: O maior produtor do Mundo de morango são os Estados Unidos da América, que anualmente contribuem com cerca de 28% da produção mundial. Na Europa produz-se cerca de 40% do volume mundial, destacando-se como principais produtores a Espanha, a Polónia, a Federação Russa, a Itália e a Alemanha. A Ásia contribui com cerca de 18%, sendo o Japão, a Coreia do Sul e a Turquia os países com maior produção.

Área de Cultura: 551 ha (INE - 2003)

Produção: 12 062 t (INE - 2003)

Áreas de Mercado mais Representativas: Ribatejo, Oeste, Palmela, Odemira, Algarve e Macedo de Cavaleiros.

Variedades: Não Remontantes ou de Dias Curtos (Camarosa, Chandler, Kwesta, Carisma, S. Juan, El Capitan, El Dorado, Chiflon, Agoura, Ventana, Candonga).
Remontantes ou Indiferentes (Selva, Irvine, Diamante, Aroma, Seascape, Camarillo).

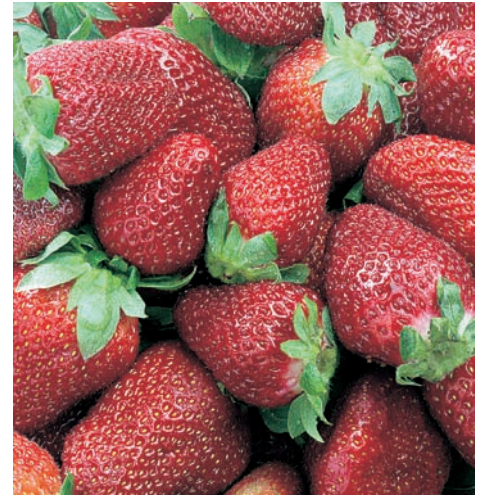
Factores Relevantes na Produção: A área plantada em 2005 foi superior à de 2004, em todos os sistemas de cultivo. A cultura em substrato (hidroponia), que permite boas produtividades e uniformidade dos frutos, a par da redução dos consumos de água e nutrientes, tem vindo a aumentar. Vai havendo, progressivamente, maior adesão à produção de morango em Protecção Integrada e até Biológica. Na campanha de 2005 verificaram-se, em algumas zonas, quebras na produção da ordem de 25 a 30%, pelo facto do ciclo vegetativo das plantas ter sido afectado pelas condições climáticas adversas, nomeadamente o frio intenso e poucas horas de sol em Novembro e Dezembro de 2004, a que se seguiram fortes geadas em Janeiro e Fevereiro e a partir de Abril temperaturas muito elevadas, para além de ter sido um ano muito seco.

Comercialização: Efectua-se durante todo o ano, graças à utilização de diferentes sistemas produtivos e variedades com produções escalonadas. O pico de produção ocorre durante o mês de Abril. Contudo, muitos produtores/empresários estão a apostar numa produção mais intensa no período entre o Natal e o Carnaval, altura em que os preços são mais elevados e depois a partir de meados de Maio e até ao final do Verão, altura em que devido às elevadas temperaturas os espanhóis não conseguem produzir. O escoamento do morango decorreu com regularidade, ao longo da campanha, pois na maioria dos casos os produtores já cultivam as áreas após contratualização da produção com as grandes superfícies. No mercado interno o morango é comercializado através das grandes superfícies de venda, dos mercados abastecedores dos grandes centros urbanos e dos mercados regionais. O morango que não tem qualidade ou calibre para a comercialização em fresco é canalizado para à indústria de transformação.

Preços: O nível médio de preços na campanha 2005, tanto nos mercados de produção, como nos abastecedores, não variou muito em relação ao de 2004, o que se justifica em grande parte pela prévia contratualização da produção com as empresas de comercialização.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária. As vendas ao exterior em 2005 cifraram-se em 2,1 milhões de euros, correspondentes a 1 120 toneladas, e destinaram-se na quase totalidade a França e ao Reino Unido, mercados onde o morango nacional tem boa aceitação. As aquisições totalizaram 8,1 milhões de euros, correspondentes a cerca de 6 475 toneladas, e foram provenientes essencialmente de Espanha (89%) e da Alemanha (10%).

Perspectivas: A tendência aponta para um incremento do sistema de produção em substrato e para se estender o calendário de produção e comercialização, de modo a que haja oferta durante todo o ano e menor concentração nos habituais picos de oferta. Está em fase de pré-reconhecimento uma organização de produtores instalada no litoral alentejano, que produz e comercializa morango e framboesa.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: The world leading strawberry producer is the United States of America, who annually contributes with approximately 28% of world output. Europe produces approximately 40% of total world volume and its major producers are Spain, Poland, the Russian Federation, Italy and Germany. Asia contributes with approximately 18%, Japan, South Korea and Turkey being its leading producers.

Crop Area: 551ha (INE - 2003)

Output: 12 062 t (INE - 2003)

Most Representative Market Areas: Ribatejo, Oeste, Palmela, Odemira, Algarve and Macedo de Cavaleiros

Varieties: Non-remontant or Short Day (Camarosa, Chandler, Kwesta, Carisma, S. Juan, El Capitan, El Dorado, Chiflon, Agoura, Ventana, Candonga).
Remontant or Day Neutral (Selva, Irvine, Diamante, Aroma, Seascape, Camarillo).

Relevant Production Factors: Planted area in 2005 was higher than in 2004, for all cultivation systems. Hydroponics, which allows good yields and produces uniform fruits, while enabling a decrease in water and nutrient consumption, has been increasing. There is also an increasing adoption of integrated production or even organic farming methods. Over the 2005 season, in some areas there were production falls of approximately 25-30%, since the plants' growth cycle was affected by adverse weather conditions, namely intense cold and few hours of sunshine in November and December 2004, followed by heavy frost in January and February 2005 and from April onwards very high temperatures. In addition, this was a very dry season.

Marketing: Fruits are traded all year long, thanks to the use of several production systems and varieties with different production calendars. Production peaks in April. However, many producers are investing in producing more intensely between Christmas and Carnival, when prices are higher, and then after mid-May until the end of summer, when due to high temperatures, Spaniards are not able to produce strawberries. Marketing went smoothly throughout the year, since in most cases producers already plan their production after contracting its sale to supermarkets and hypermarkets. In the domestic market, strawberries are sold in supermarkets and hypermarkets, wholesale markets of large urban centres and regional markets. Strawberries lacking quality or size to be marketed for fresh consumption are directed to processing.

Prices: The average price level in 2005, both in producer and in wholesale markets, did not change much as compared to 2004. This was mostly due to the previous contracts producers sign with traders.

Foreign Trade: There is a trade balance deficit. Exports in 2005 totalled 2.1 million euros, corresponding to 1 120 tonnes, almost entirely destined for France and the United Kingdom, markets where Portuguese strawberries are well appreciated. Imports reached 8.1 million euros, corresponding to approximately 6 475 tonnes and came mostly from Spain (89%) and Germany (10%).

Outlook: There is an upward trend in hydroponics and towards an extension in the production and marketing calendar, in order to have strawberry supply all year long with less concentration during the usual supply peaks. A producer organisation located in littoral Alentejo, that produces and markets strawberries and raspberries, is currently at a pre-recognition stage.

MORANGO | STRAWBERRIES

Fragaria, sp. • Família | Family: Rosaceae



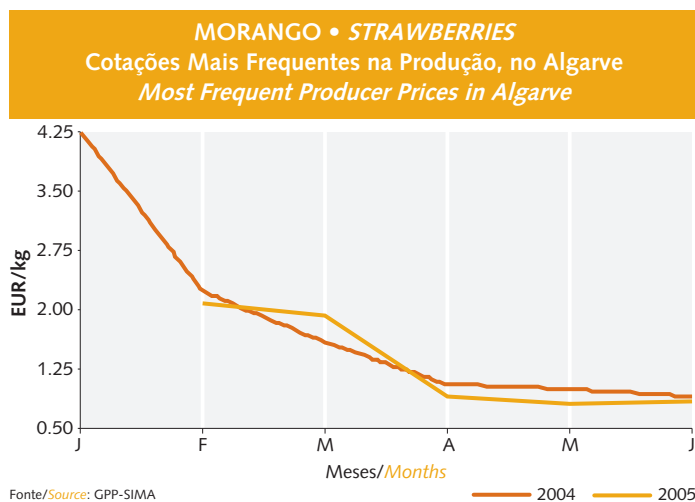
MORANGO • STRAWBERRIES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar												
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Trás-os-Montes												
Ribatejo												
Oeste												
Palmela												
Alentejo												
Algarve												

MORANGO • STRAWBERRIES Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve			
MESES MONTHS	2004 EUR/Kg	2005 EUR/Kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	4.25		
Fev/Feb	2.23	2.08	-7
Mar/Mar	1.59	1.93	21
Abr/Apr	1.05	0.89	-15
Mai/May	1.00	0.80	-20
Jun/Jun	0.90	0.85	-6

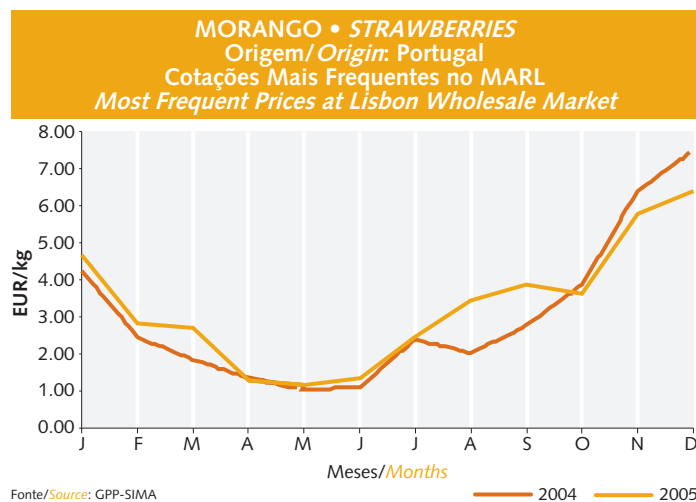
Fonte/Souce: GPP-SIMA

MORANGO • STRAWBERRIES Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	2004 EUR/Kg	2005 EUR/Kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	4.27	4.68	10
Fev/Feb	2.45	2.82	15
Mar/Mar	1.86	2.70	45
Abr/Apr	1.38	1.30	-6
Mai/May	1.05	1.17	11
Jun/Jun	1.11	1.35	22
Jul/Jul	2.41	2.47	2
Ago/Aug	2.05	3.42	67
Set/Sep	2.80	3.85	38
Out/Oct	3.85	3.65	-5
Nov/Nov	6.40	5.78	-10
Dez/Dec	7.50	6.38	-15

Fonte/Souce: GPP-SIMA



Fonte/Souce: GPP-SIMA



Fonte/Souce: GPP-SIMA

Fragaria, sp. • Família | Family: Rosaceae

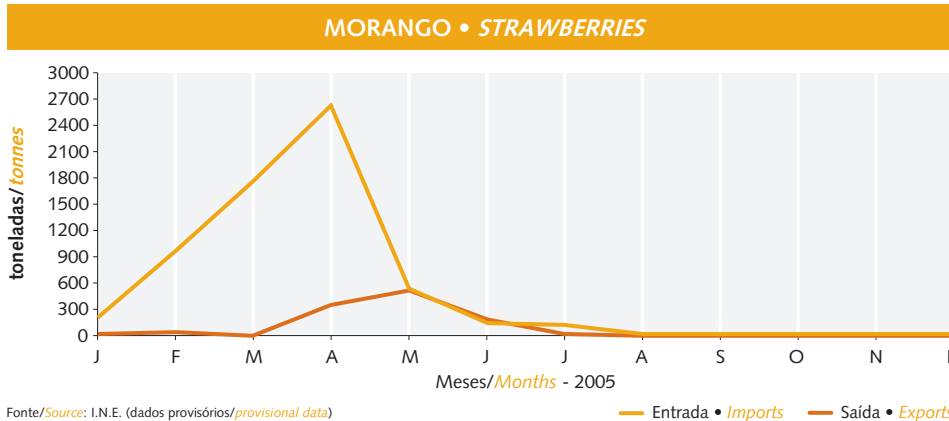
MORANGO | STRAWBERRIES

MORANGO • STRAWBERRIES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	674.8	1 066 424	ANGOLA ANGOLA	2.2	7 200
BRAZIL BRAZIL	0.3	1 542	CABO VERDE CAPE VERDE	1.8	2 693
ESPAÑA SPAIN	5 785.9	6 991 949	ESPAÑA SPAIN	4.3	4 687
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	13.9	43 936	FRANÇA FRANCE	566.1	1 103 742
			PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	57.1	139 725
			REINO UNIDO UNITED KINGDOM	488.4	881 687
			OUTROS OTHERS	0.3	818
TOTAL	6 474.8	8 103 851	TOTAL	1 120.1	2 140 552

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE MORANGO/WORLD PRODUCTION OF STRAWBERRIES

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	241 660	100	247 831	100	3 335 991	100	3 546 227	100
Europa/Europe	162 594	67	168 219	68	1 209 860	36	1 365 929	39
UE/EU 25			104 172	42			1 018 568	29
UE/EU 15	47 294	20			732 100			
Portugal *	1 500	1	1 500	1	2 500	0	2 500	0
Alemanha/Germany	10 400	4	11 844	5	95 278	3	119 384	3
Bélgica/Belgium	1 300	1	1 148	0	41 000	1	44 000	1
Espanha/Spain	9 145	4	7 600	3	264 237	8	288 100	8
Federação Russa/ /Russian Federation	35 000	14	35 000	14	205 000	6	215 000	6
França/France	3 692	2	3 677	1	45 483	1	51 793	1
Itália/Italy	6 243	3	6 194	2	154 861	5	167 718	5
Polónia/Poland	43 931	18	52 388	21	131 332	4	185 583	5
Reino Unido/ /United Kingdom	3 320	1	3 450	1	44 800	1	50 200	1
África/Africa	6 254	3	7 550	3	184 469	6	228 962	6
Egipto/Egypt	3 072	1	3 838	2	79 771	2	104 971	3
Marrocos/Morocco	2 370	1	2 780	1	90 500	3	106 100	3
Ásia/Asia	33 573	14	33 393	13	640 252	19	641 080	18
Coreia do Sul/Korea, Republic of	7 503	3	7 329	3	205 427	6	202 500	6
Japão/Japan	7 230	3	7 300	3	202 900	6	198 200	6
Turquia/Turkey	10 400	4	10 400	4	150 000	4	155 000	4
América do Norte e Central/ /North & Central America	29 941	12	30 993	13	1 162 594	35	1 188 910	34
EUA/USA	19 587	8	20 880	8	977 951	29	1 004 169	28
México/Mexico	5 414	2	5 414	2	150 261	5	150 261	4
América do Sul/South America	7 439	3	5 776	2	108 682	3	93 527	3
Oceania	1 859	1	1 900	1	30 134	1	27 819	1

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.

Portugal 2003 (INE): Área/Area=551 ha; Produção/Production=12062 t

Portugal 2004 (INE): Área/Area=n.d.; Produção/Production=n.d.

NÊSPERA | LOQUATS

Eriobotria japonica, L.

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 232 ha (INE)**Produção:** 686 t (INE)**Áreas de Mercado mais Representativas:** Algarve.**Varietades:** indiferenciadas.

Factores Relevantes na Produção: A nêspereira encontra-se como árvore dispersa, um pouco por todo o país. Contudo, é no Algarve e no Ribatejo e Oeste que a produção assume maior expressão, com representatividades de, respectivamente 55% e 25%, na produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). A maioria da produção provém de pomares mistos e de bordadura, onde não são efectuados os tratamentos adequados, nomeadamente contra o "pedrado", pelo que a qualidade dos frutos é, regra geral, heterogénea. Constitui excepção, na região do Algarve, alguma produção proveniente de pomares estremes e a que é efectuada em estufa, normalmente de boa qualidade e bem valorizada.

Comercialização: Em Abril e Maio de 2005. Não existe um circuito de comercialização específico para a nêspereira. Dada a natureza heterogénea da produção, regra geral, este fruto é transaccionado em pequenas quantidades, pelos próprios produtores. O mercado nacional é abastecido, em mais de 90%, com nêspereira proveniente de Espanha.

Preços: Nos mercados de produção os preços da nêspereira oscilaram bastante, mas com tendência de descida, relativamente ao ano anterior. Já a nível dos mercados abastecedores, a nêspereira de qualidade foi muito bem valorizada, com uma variação média de 48%, face à campanha de 2004.

Comércio Internacional: Não existem dados oficiais do comércio internacional para a nêspereira, pois esta não se encontra individualizada na Nomenclatura Combinada. Contudo, pelo contacto com operadores nacionais, constatou-se que as vendas ao exterior são nulas. Espanha é o principal fornecedor do mercado nacional, com uma quota que se estima ser de quase 100%.

Perspectivas: Não se prevêem investimentos nesta cultura.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 232 ha (INE)**Output:** 686 t (INE)**Most Representative Market Areas:** Algarve.**Varieties:** Undifferentiated.

Relevant Production Factors: Scattered loquat trees are found all over the country. However, it is in Algarve and Ribatejo e Oeste that production is more relevant, representing 55% and 25%, respectively, of total mainland Portugal output (average for the 2001-05 period). The most part of the fruits produced come from mixed, hedgerow orchards, where no adequate treatments are applied, namely against scab (*Fusicladium eriobotryae*), and therefore fruit quality is normally heterogeneous. The exception comes from fruits produced in single-species orchards and in greenhouses in Algarve, which usually are of fine quality and sell at good prices.

Marketing: In the months of April and May 2005. There is no specific distribution channel for loquats. Given the heterogeneous nature of the production, this fruit is usually traded in small amounts by the producers themselves. More than 90% of the domestic market is supplied with loquats from Spain.

Prices: In producer markets, prices varied widely, revealing a downward trend from the previous year. In wholesale markets, quality loquats reached good prices, with an average 48% increase from 2004.

Foreign Trade: There are no official external trade data for loquat, since it is not singled out in the Combined Nomenclature. However, contacts with domestic operators lead us to conclude that exports are nonexistent. Spain is our major supplier, with a market share estimated at almost 100%.

Outlook: No investments are forecast for this crop.

Eriobotria japonica, L.

NÊSPERA | LOQUATS

NÊSPERA • LOQUATS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

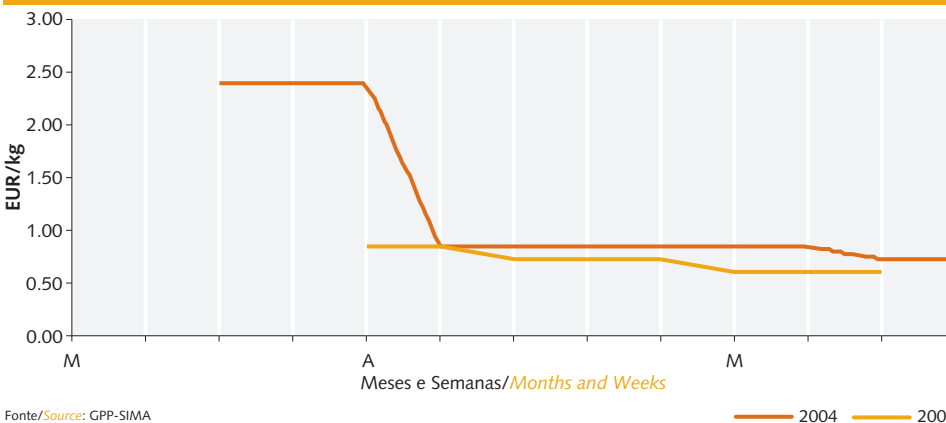


NÊSPERA • LOQUATS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Cal./Size: GG		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mar/Mar	2.50		
	2.50		
Abr/Apr	2.50	1.20	-52
	1.20	1.20	0
	1.20	1.10	-8
Mai/May	1.20	1.10	-8
	1.20	1.00	-17
	1.10	1.00	-9
	1.10	1.00	-9

Fonte/Source: GPP-SIMA

NÊSPERA • LOQUATS Cal./Size: GG Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



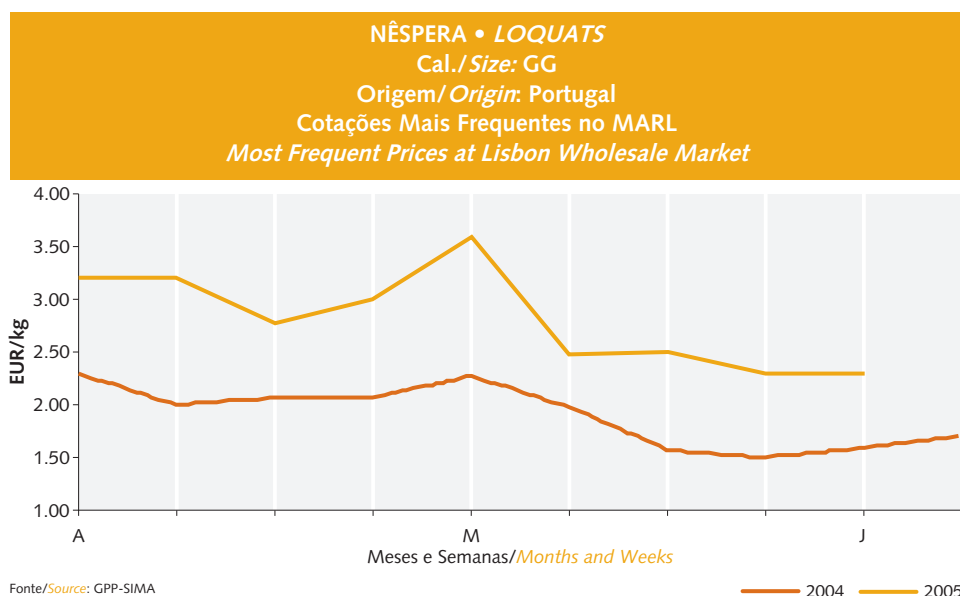
Fonte/Source: GPP-SIMA

NÊSPERA | LOQUATS

Eriobotria japonica, L.

NÊSPERA • LOQUATS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	Cal./Size: GG		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Abr/ <i>Apr</i>	2.30	3.20	39
	2.00	3.20	60
	2.07	2.77	34
	2.07	3.00	45
Mai/ <i>May</i>	2.27	3.60	59
	1.97	2.47	25
	1.57	2.50	59
	1.50	2.30	53
Jun/ <i>Jun</i>	1.60	2.30	44
	1.70		

Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA



Juglans regia, L. • Família | Family: Juglandaceae

NOZ | WALNUTS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: A produção mundial de noz distribui-se essencialmente por três continentes: a Ásia (52%), a América (23%) e a Europa (23%). A China é o maior produtor do Mundo, seguida pelos Estados Unidos da América, que em conjunto contribuem anualmente com cerca de 50% na produção mundial. O Irão e a Turquia são também importantes produtores de noz. A Ucrânia lidera a produção de noz na Europa e dentro da União Europeia (UE-25) destacam-se a França, Espanha e a Grécia.

Área de Cultura: 3 167 ha (INE)

Produção: 4 167 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Bragança, Mirandela, Condeixa, Médio Tejo, Estremoz, Beja, Portalegre.

Variedades: Franquette, Harley, Chandler, Lara, Mayette, Frenor, Howard.

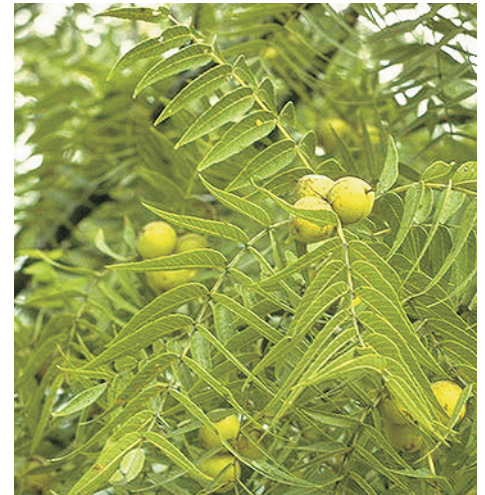
Factores Relevantes na Produção: Trás-os-Montes é a região com maior representatividade na produção de noz, contribuindo com cerca de 32% na produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). Seguem-se-lhe a Beira Litoral e o Alentejo, com uma representatividade de 21% cada. É nesta última região, em particular nos concelhos de Estremoz e Arraiolos, que se conseguem as melhores produtividades do país, devido à natureza dos pomares, na sua maioria bem implantados e com técnicas de condução adequadas. Em 2005 a produção de noz foi inferior à do ano anterior e com frutos, em geral, de menor calibre, o que se ficou a dever ao excesso de calor e à falta de humidade no solo, registados sobretudo entre Junho e Setembro.

Comercialização: De meados de Setembro de 2005 até meados de Janeiro de 2006. A noz nacional tem boa procura devido à sua qualidade intrínseca. No caso dos produtores/operadores de maior dimensão, o escoamento e preço da noz é normalmente contractualizado para toda a campanha. Situação oposta é a que se verifica na Beira Litoral, onde predominam os pequenos produtores que comercializam directamente a sua noz nas feiras regionais (de São Miguel em Penela e de São Mateus em Soure). Os intermediários ainda têm alguma representatividade no circuito de comercialização, comprando a noz junto das pequenas explorações e transaccionando-a nos mercados regionais. No mercado nacional cerca de 50% da noz destina-se às grandes superfícies venda, 10% aos mercados grossistas e 40% aos retalhistas e confeitarias.

Preços: Os preços da noz, tanto à saída da produção, como nos mercados abastecedores, mantêm-se praticamente constantes ao longo da campanha de comercialização. Esta situação justifica-se pelo facto da produção nacional ser reduzida, mas de qualidade, havendo mesmo a nível dos mercados abastecedores, onde se sente mais a concorrência da noz importada, uma nítida preferência pelo produto nacional. O preço médio da noz na campanha 2005-06 foi idêntico ao da campanha anterior, em todos os estádios da fileira.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária, mas sem grandes variações nos últimos cinco anos. As vendas ao exterior cifram-se, anualmente, na ordem de 258 mil euros (média do quinquénio 2001-05), face aos 6 milhões de euros correspondentes às entradas. No que respeita à noz com casca, Portugal abastece-se essencialmente de noz francesa, seguida da espanhola e chilena. Já no miolo de noz, para além dos três países mencionados, destaca-se ainda a Índia. As vendas ao exterior destinam-se essencialmente a Espanha e aos PALOP, nomeadamente, Angola e Cabo Verde.

Perspectivas: No Alentejo, na zona de Estremoz, perspectiva-se nos próximos anos a entrada em produção de 122 hectares de novos pomares. Em Beja têm-se efectuado reconversões dos pomares, utilizando variedades mais produtivas e mais resistentes aos picos de calor. Em Trás-os-Montes os produtores têm mostrado interesse na plantação de novos pomares, prevendo-se na região o reconhecimento de 5 novas Organizações de Produtores na categoria de frutos de casca rija.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: Walnut production is basically distributed by three continents: Asia (52%), Africa (23%) and Europe (23%). The world leading producer is China, followed by the United States of America. Together, they account for approximately 50% of total world output annually. Iran and Turkey are also important producers. Ukraine leads walnut production in Europe and within the European Union (EU25) France, Spain and Greece stand out.

Crop Area: 3 167 ha (INE)

Output: 4 167 t (INE)

Most Representative Market Areas: Bragança, Mirandela, Condeixa, Médio Tejo, Estremoz, Beja, Portalegre.

Varieties: Franquette, Harley, Chandler, Lara, Mayette, Frenor, Howard.

Relevant Production Factors: Trás-os-Montes is the leading walnut producing region, accounting for 32% of total mainland Portugal output (average for the 2001-05 period). Beira Litoral and Alentejo follow, each accounting for 21%. Alentejo, in particular the Estremoz and Arraiolos municipalities, obtains the highest yields in the country due to the nature of its orchards, most of them well planted, with adequate growth techniques. In 2005, walnut production fell from the previous year and fruits were smaller, which was due to excessive heat and a soil moisture deficit, especially between June and September.

Marketing: From mid-September 2005 to mid-January 2006. Portuguese walnuts are in good demand due to their fine quality. Larger producers/operators previously establish contract arrangements regarding marketing and prices for the entire production season. The opposite happens in Beira Litoral, where small producers prevail who sell their production in regional fairs (São Miguel at Penela and São Mateus at Soure). Intermediaries also play their role in distribution, buying fruits from small farms and trading it in regional markets. Approximately 50% of walnuts are directed to supermarkets and hypermarkets, 10% to wholesale markets and 40% to retailers and confectioner's shops.

Prices: Walnut prices, both in producer and in wholesale markets, have remained virtually unchanged throughout the marketing year. This is due to the fact that although national production is small, it is of fine quality. In wholesale markets, where competition with imported fruits is stronger, there is even a marked preference for Portuguese walnuts. The average walnut price in 2005-06 was similar to that of the previous season at all chain stages.

Foreign Trade: There is a negative trade balance, although it has remained stable over the last five years. Exports total approximately 258 thousand euros per year (average for the 2001-05 period), as compared to 6 million euros in imports. As to unshelled walnuts, Portugal is basically supplied by France, Spain and Chile. Walnut kernels are also imported from India. Exports are mainly directed to Spain and PALOP (Portuguese Speaking African Countries), namely Angola and Cape Verde.

Outlook: In Alentejo, in the Estremoz area, 122 hectares of new orchards are estimated to set fruit over the next few years. In Beja, orchards have been converted to more productive cultivars, also more resistant to heat waves. In Trás-os-Montes, producers seem interested in planting new orchards and five new nut producer organisations should soon be recognised.

NOZ | WALNUTS

Juglans regia, L. • Família | Family: Juglandaceae



NOZ • WALNUTS

Cotações Mais Frequentes na Produção, em Bragança

Most Frequent Producer Prices in Bragança

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Nov/Nov	2.27	2.33	3
	2.27	2.33	3
	2.27	2.33	3
	2.27	2.33	3
Dez/Dec	2.27	2.33	3
	2.27	2.33	3
	2.27	2.33	3

NOZ COM CASCA

UNSHELLED WALNUTS

Origem/Origin: Portugal

Cotações Mais Frequentes no MARL

Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Nov/Nov	3.10	3.11	0
Dez/Dec	3.10	3.00	-3
Jan/Jan	3.10	3.20	3

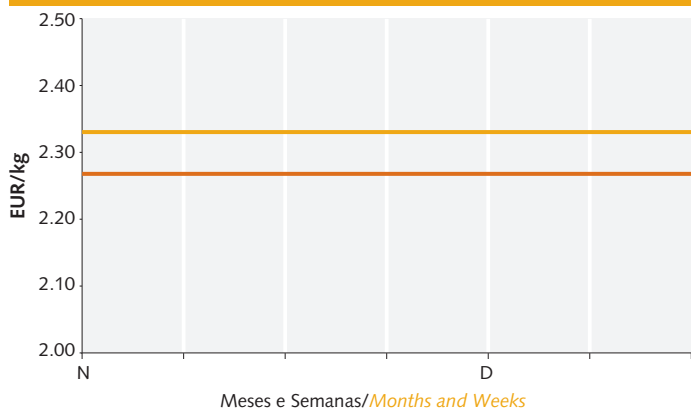
Fonte/Source: GPP-SIMA

Fonte/Source: GPP-SIMA

NOZ • WALNUTS

Cotações Mais Frequentes na Produção, em Bragança

Most Frequent Producer Prices in Bragança



Fonte/Source: GPP-SIMA

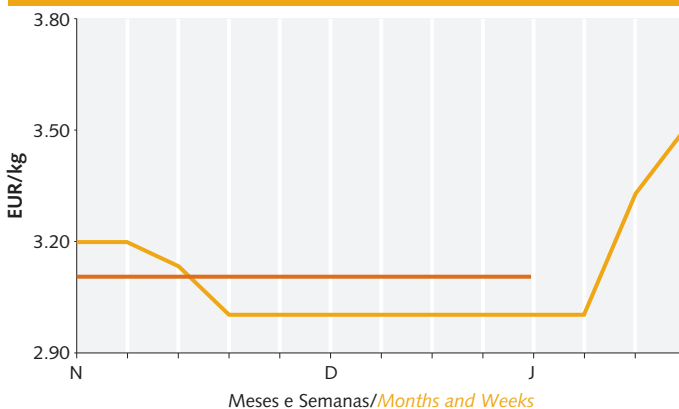
— 2004 — 2005

NOZ COM CASCA • UNSHELLED WALNUTS

Origem/Origin: Portugal

Cotações Mais Frequentes no MARL

Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

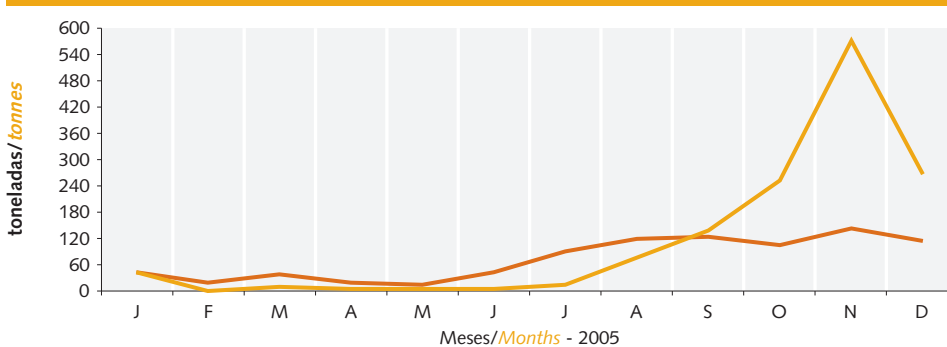


Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004-05 — 2005-06

NOZ - Entrada

WALNUTS - Imports



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Com Casca • Unshelled Walnuts
— Sem Casca • Shelled Walnuts

Juglans regia, L. • Família | Family: Juglandaceae

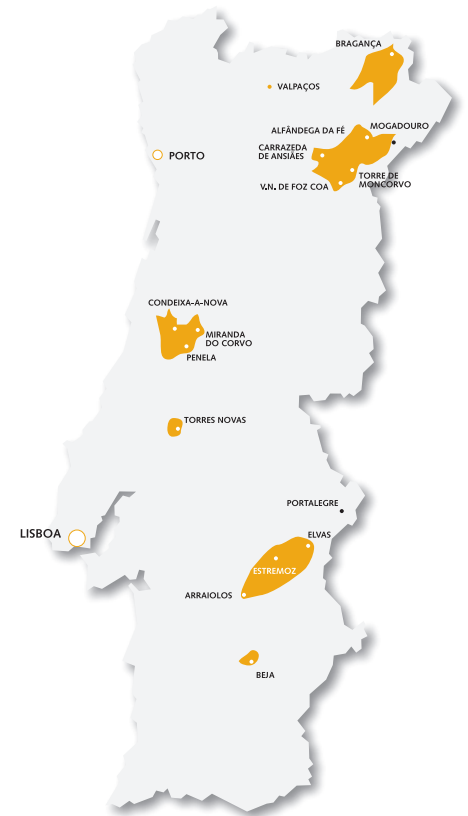
NOZ | WALNUTS

NOZ • WALNUTS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
NOZ COM CASCA UNSHELLED WALNUTS	CHILE CHILE	249.0	611 083	ANGOLA ANGOLA	18.6	75 347
	CHINA CHINA	0.2	526	CABO VERDE CAPE VERDE	1.7	4 658
	ESPAÑA SPAIN	446.5	906 881	CHILE CHILE	18.3	44 291
	E.U.A. U.S.A.	95.4	197 937	ESPAÑA SPAIN	1.8	3 895
	FRANÇA FRANCE	581.1	1 065 869	OUTROS OTHERS	1.6	6 434
	GRÉCIA GREECE	4.0	20 441			
TOTAL		1 376.2	2 802 737	TOTAL	42.0	134 625
NOZ SEM CASCA SHELLED WALNUTS	CHILE CHILE	394.0	2 584 658	ANGOLA ANGOLA	10.7	105 341
	ESPAÑA SPAIN	229.4	1 020 168	CABO VERDE CAPE VERDE	0.7	6 138
	FRANÇA FRANCE	135.1	698 690	ESPAÑA SPAIN	7.1	54 238
	GRÉCIA GREECE	32.5	164 809	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	2.3	10 134
	ÍNDIA INDIA	63.5	258 896	OUTROS OTHERS	1.1	11 849
	ITÁLIA ITALY	2.7	11 599			
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	8.8	40 647			
	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	3.5	17 360			
	TOTAL		869.5	4 796 827	TOTAL	21.8

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE NOZ/ WORLD PRODUCTION OF WALNUTS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	618 121	100	627 213	100	1 472 315	100	1 476 439	100
Europa/Europe	131 532	21	135 687	22	342 910	23	338 178	23
UE/EU 25			67 888	11			147 096	10
UE/EU 15	53 901	9			109 863	7		
Portugal	3 099	1	3 155	1	4 545	0	4 565	0
Áustria/Austria	6 000	1	6 000	1	20 338	1	17 735	1
Espanha/Spain	5 515	1	7 703	1	9 418	1	25 700	2
França/France	15 591	3	15 964	3	23 352	2	26 294	2
Grécia/Greece	15 000	2	15 000	2	19 672	1	21 000	1
Itália/Italy	3 900	1	3 900	1	15 000	1	15 000	1
Roménia/Romania	2 013	0	1 856	0	50 819	3	15 608	1
Sérvia e Montenegro/ /Serbia and Montenegro	13 200	2	13 200	2	25 586	2	22 800	2
Ucrânia/Ukraine	13 900	2	14 300	2	78 952	5	90 700	6
África/Africa	9 600	2	9 600	2	28 500	2	28 500	2
Egipto/Egypt	5 000	1	5 000	1	27 000	2	27 000	2
Ásia/Asia	367 068	59	369 914	59	761 701	52	769 951	52
China	180 000	29	185 000	29	393 529	27	415 000	28
Índia/India	30 500	5	30 500	5	31 000	2	34 000	2
Irão/Iran, Islamic Republic of	65 000	11	65 000	10	150 000	10	150 000	10
Paquistão/Pakistan	1 346	0	1 400	0	13 954	1	14 000	1
Turquia/Turkey	68 141	11	68 141	11	130 000	9	126 000	9
América do Norte e Central/ /North & Central America	95 698	15	97 317	16	314 740	21	313 840	21
EUA/USA	86 198	14	87 817	14	295 740	20	294 840	20
México/Mexico	9 500	2	9 500	2	19 000	1	19 000	1
América do Sul/South America	14 223	2	14 695	2	24 379	2	25 885	2
Chile	8 900	1	9 230	1	13 500	1	14 500	1

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

PEQUENOS FRUTOS | SOFT FRUITS



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A cultura da framboesa está concentrada na Europa, cujo contributo na produção mundial é superior a 80%. Os maiores produtores de framboesa são os países do leste europeu, destacando-se por ordem de importância: A Federação Russa (35%), a Sérvia e Montenegro (19%), a Polónia (10%) e a Ucrânia (5%). No outro lado do atlântico merecem relevo os Estados Unidos da América, com uma representatividade de 13% na produção mundial.

Área de Cultura: 60 ha framboesa e 40 ha mirtilo (GPP/SIMA)

Produção: 600 ton. de framboesa + 300 ton. de mirtilo, para consumo em fresco (GPP/SIMA)
50 ton. de amora silvestre + 22 ton. de framboesa, para a indústria (GPP/SIMA)

Áreas de Mercado mais Representativas: Alentejo Litoral, Algarve, Fundão, Sever do Vouga, Bragança.

Espécies: Amora, Framboesa (Remontante e não remontante), Mirtilo, Groselha.

Factores Relevantes na Produção: Portugal tem regiões com excelentes condições climáticas para a produção de framboesa, em particular para a produção fora de época. A amenidade do clima, especialmente no período de Outono/Inverno, possibilita a obtenção de produções de elevada qualidade, a custos unitários relativamente baixos. A produção na Europa concentra-se entre Maio e Agosto, com excepção de Espanha que produz de Janeiro a Junho/Julho. Portugal tem condições para a produção de framboesa durante Outubro, Novembro e Dezembro, período em que nenhum outro país europeu consegue produzir. Esta é uma das mais valias que faz com que o sector tenha grande rentabilidade e seja competitivo, sendo também uma das razões pelas quais as empresas de capital estrangeiro se têm vindo a instalar no nosso país. A framboesa e o mirtilo são as espécies mais importantes para consumo em fresco. A produção de mirtilo concentra-se na Beira Litoral, mais concretamente em Sever do Vouga e no Alentejo, em Grândola. A produção de framboesa tem maior expressão no litoral alentejano, na zona do Fundão e em Bragança, mas tem vindo a ganhar importância na região do Oeste. A estrutura produtiva é maioritariamente empresarial, havendo também alguns produtores individuais com expressão. Em Trás-os-Montes a produção de framboesa e de amora silvestre destina-se, na quase totalidade, à indústria de congelação.

Comercialização: Em cultura protegida consegue-se produzir framboesa durante praticamente todo o ano, nas regiões do Alentejo (litoral), Algarve e Ribatejo e Oeste. No caso do mirtilo, o calendário de produção pode estender-se de Março a Dezembro (no litoral alentejano) e de Abril a Agosto no Ribatejo e Oeste e Beira Litoral. Na cultura em ar livre, é possível obter produção de framboesa entre Abril e Setembro e de mirtilo entre Maio e Setembro, em quase todas as regiões. Cerca de 95% da produção, tanto em fresco, como congelada, destina-se ao mercado externo e apenas 5% ao mercado interno, onde é comercializada sobretudo a nível das grandes superfícies de venda. Tanto em Sever do Vouga, como no litoral alentejano, a comercialização dos pequenos frutos é realizada por Associações de Produtores, do tipo empresarial, bem estruturadas e com tradição nos mercados externos.

Preços: Os preços pagos ao produtor variam consoante a época de produção, atingindo valores máximos entre Outubro e Dezembro e mínimos entre Março e Maio. Em Portugal os preços ao consumidor são muito elevados, em consequência das elevadas margens de comercialização da distribuição, o que tem impedido, de certo modo, o aumento do consumo nacional deste tipo de frutos.

Comércio Internacional: A balança comercial é favorável para a framboesa e mirtilo. Para isto contribuem decididamente três factores: uma produção vocacionada para o mercado externo, um produto de elevada qualidade e já com mercados conquistados e um consumo nacional muito reduzido. Em 2005 as saídas de framboesa e mirtilo totalizaram cerca de 818 mil euros, correspondentes a 133 toneladas, e destinaram-se quase exclusivamente à União Europeia, com dois picos de venda em Junho-Julho e Outubro-Novembro. Quanto às aquisições, foram mais significativas para a amora e groselha, tendo a Espanha e os Países Baixos sido os principais fornecedores do mercado nacional.

Perspectivas: Agentes ligados ao sector estimam, para o período de 2007-2013, um aumento na produção de framboesa de cerca de 300%. Todos os mercados do leste europeu são uma boa aposta para Portugal, pois têm elevados hábitos de consumo de pequenos frutos e não os conseguem produzir fora de época devido ao clima. A área de mirtilo tem vindo a aumentar, estando a ser testadas novas variedades de origem norte americana, de maturação mais tardia. Está em fase de pré-reconhecimento uma organização de produtores instalada no litoral alentejano, que produz e comercializa morango e framboesa.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Raspberry cultivation is concentrated in Europe, which contributes with more than 80% to world output. The leading raspberry producers are Eastern European countries, in the following order of importance: the Russian Federation (35%), Serbia and Montenegro (19%), Poland (10%) and Ukraine (5%). On the other side of the Atlantic, the United States of America stand out, contributing with 13% to world output.

Crop Area: 60 ha raspberries and 40 ha blueberries (GPP/SIMA)

Output: 600 t of raspberries and 300 t of blueberries, for fresh consumption (GPP/SIMA)
50 t of wild blackberries and 22 t of raspberries, for processing (GPPAA/SIMA)

Most Representative Market Areas: Alentejo Litoral, Algarve, Fundão, Sever do Vouga, Bragança.

Species: Blackberries, Raspberries (everbearing and once-blooming cultivars), Blueberries, Gooseberries.

Relevant Production Factors: Portugal has regions with excellent weather conditions for producing raspberries, particularly off-season. The mild Portuguese weather, particularly in autumn/winter, enables to obtain high quality fruits, at relatively low unit costs. European production lasts from May to August, except in Spain, which produces from January to June/July. Portugal has conditions for producing raspberries in October, November and December, when no other country is able to produce. This is one of the added-values that makes the sector highly profitable and competitive and it is also one of the reasons why foreign capital enterprises have been investing in our country. Raspberries and blueberries are the most important species for fresh consumption. Blueberry cultivation is concentrated in Beira Litoral, more specifically in Sever do Vouga and in Alentejo, at Grândola. Raspberry production is more significant in littoral Alentejo, in the Fundão area and in Bragança, but it is gaining importance in the Oeste region. The production structure consists mostly of farm enterprises, although there are also some relevant individual producers. In Trás-os-Montes, raspberry and wild blackberry production is almost entirely directed to the freezing industry.

Marketing: Raspberries can be produced indoors virtually all year long, in Alentejo (littoral), Algarve and Ribatejo e Oeste. As regards blueberries, the production calendar lasts from March to December in littoral Alentejo and from April to August in Ribatejo e Oeste and Beira Litoral. Outdoors, raspberries are produced from April to September and blueberries from May to September, in almost every region. Approximately 95% of the output, both fresh and frozen, is directed to the external market and only 5% to the domestic market, where it is sold basically in supermarkets and hypermarkets. Both at Sever do Vouga and in littoral Alentejo, soft fruit marketing is made by well organised producer associations, which have a good reputation in external markets.

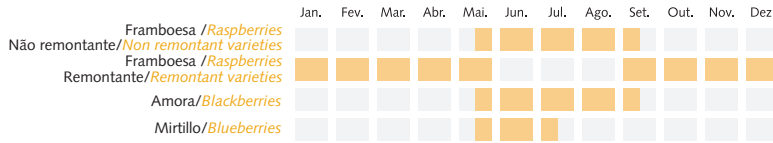
Prices: Producer prices vary according to the time of the year, peaking between October and December and reaching their lowest levels between March and May. In Portugal, consumer prices are very high, as a result of high marketing margins at the distribution stage, which have somewhat prevented an increase in the domestic consumption of this type of fruits.

Foreign Trade: Trade balance is positive for raspberries and blueberries. Three decisive factors contribute to this situation: export market-oriented production; high-quality products that have already won their market share; and low domestic consumption. In 2005, exports of raspberries and blueberries totalled approximately 818 thousand euros, corresponding to 133 tonnes and were destined almost exclusively to the European Union with two sales peaks in June-July and October-November. Imports were more significant for blackberries and gooseberries, Spain and the Netherlands being the main suppliers of the domestic market.

Outlook: Sector-related agents estimate a raspberry output increase of approximately 300% for the 2007-2013 period. All Eastern European countries represent a good market opportunity for Portugal, since they have a high consumption of small fruits and cannot produce them off-season, due to weather constraints. Blueberry area has been increasing and new American later cultivars have been tested. A producer organisation located in littoral Alentejo, producing and marketing strawberries and raspberries, is currently at a pre-recognition stage.

PEQUENOS FRUTOS | SOFT FRUITS

PEQUENOS FRUTOS • SOFT FRUITS
Calendário de Produção Ar Livre - Comercialização
Outdoors Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



FRAMBOESA • RASPBERRIES
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Alentejo Litoral
Most Frequent Producer Prices in Alentejo Litoral

MESES / MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	10.50	13.60	30
Fev/Feb	12.00	12.00	0
Mar/Mar	12.00	14.00	17
Abr/Apr	12.00	13.33	11
Mai/May	12.00	12.00	0
Jun/Jun	12.00	12.16	1
Jul/Jul	12.00	9.50	-21
Ago/Aug	12.00	8.00	-33
Set/Sep	12.00	11.00	-8
Out/Oct	12.00	11.00	-8
Nov/Nov	13.20	12.00	-9
Dez/Dec	14.00	15.00	7

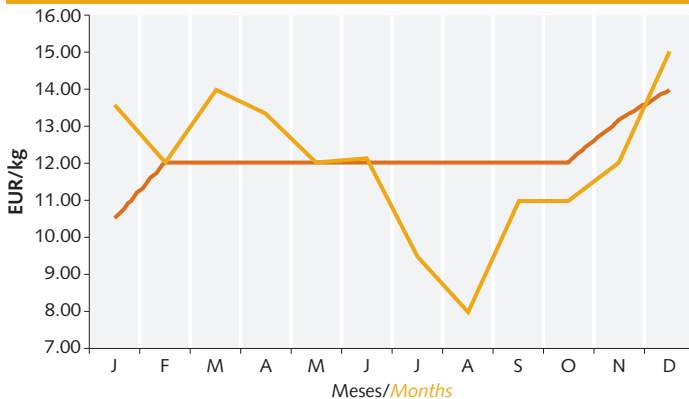
FRAMBOESA • RASPBERRIES
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES / MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	13.57	15.46	14
Fev/Feb	11.00	15.58	42
Mar/Mar		19.25	
Abr/Apr		20.00	
Mai/May	12.00	9.00	-25
Jun/Jun	11.38	9.62	-15
Jul/Jul	12.31	12.50	2
Ago/Aug	11.19	10.81	-3
Set/Sep	9.06	11.25	24
Out/Oct	9.81	10.86	11
Nov/Nov	15.99	12.89	-19
Dez/Dec	17.45		

Fonte/Source: GPP-SIMA

Fonte/Source: GPP-SIMA

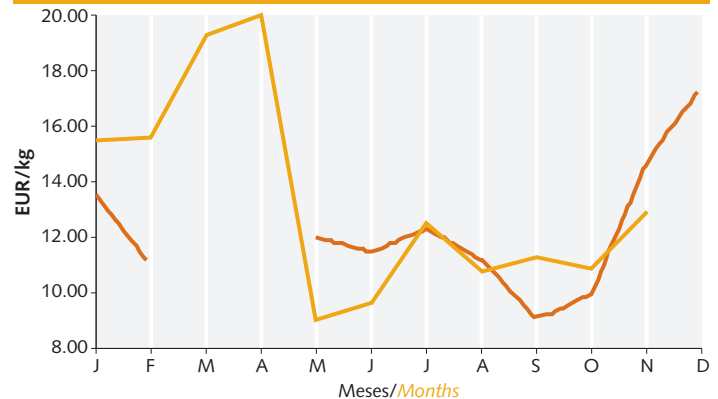
FRAMBOESA • RASPBERRIES
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Alentejo Litoral
Most Frequent Producer Prices in Alentejo Litoral



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

FRAMBOESA • RASPBERRIES
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

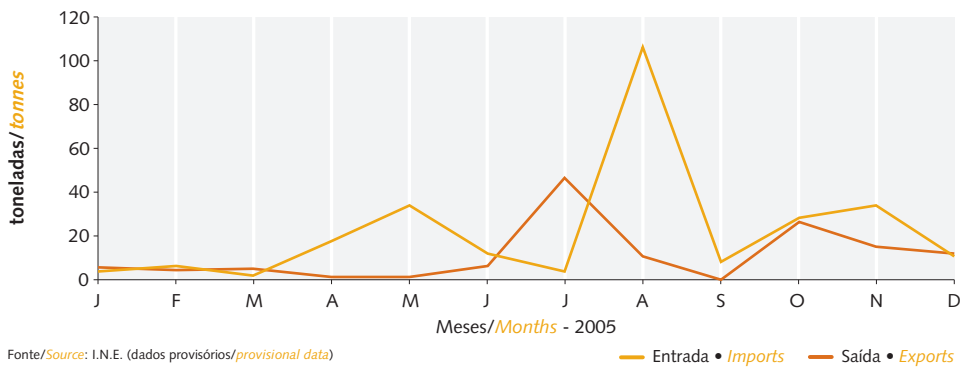
PEQUENOS FRUTOS | *SOFT FRUITS*

PEQUENOS FRUTOS • <i>SOFT FRUITS</i>						
PRODUTO <i>PRODUCT</i>	ENTRADA/ <i>IMPORTS</i> - 2005			SAÍDA/ <i>EXPORTS</i> - 2005		
	ORIGEM <i>ORIGIN</i>	1000 Kg	EUR	DESTINO <i>DESTINATION</i>	1000 Kg	EUR
AIRELA/ /MIRTILO <i>BLUEBERRIES</i>	BRASIL <i>BRAZIL</i>	0.1	1 545	BÉLGICA <i>BELGIUM</i>	2.4	11 902
	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	6.3	17 676	BRASIL <i>BRAZIL</i>	0.1	2 053
				FRANÇA <i>FRANCE</i>	22.6	107 718
				PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	26.3	130 789
TOTAL		6.4	19 221	TOTAL	51.4	252 462
AMORA <i>BLACKBERRIES</i>	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	11.6	17 661	BÉLGICA <i>BELGIUM</i>	0.4	2 037
	BRASIL <i>BRAZIL</i>	0.1	793	BRASIL <i>BRAZIL</i>	0.3	2 442
	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	43.1	71 514	FRANÇA <i>FRANCE</i>	0.6	2 542
	FRANÇA <i>FRANCE</i>	5.1	4 293			
	PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	0.4	4 860			
TOTAL		60.3	99 121	TOTAL	1.2	7 021
FRAMBOESA <i>RASPBERRIES</i>	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	4.9	8 325	BRASIL <i>BRAZIL</i>	0.5	4 844
	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	5.5	36 235	FRANÇA <i>FRANCE</i>	33.3	98 617
	PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	0.4	1 223	PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	29.6	255 778
				REINO UNIDO <i>UNITED KINGDOM</i>	18.5	205 733
				OUTROS <i>OTHERS</i>	0.0	302
TOTAL		10.7	45 783	TOTAL	82.0	565 274
GROSELHA <i>GOOSEBERRIES</i>	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	18.2	35 750	ANGOLA <i>ANGOLA</i>	0.0	104
	PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	1.7	16 787			
TOTAL		19.9	52 537	TOTAL	0.0	104
OUTROS PEQUENOS FRUTOS <i>OTHER SOFT FRUITS</i>	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	166.9	162 494			
	FRANÇA <i>FRANCE</i>	1.9	7 564			
TOTAL		168.7	170 058			

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/*provisional data*)

PEQUENOS FRUTOS | SOFT FRUITS

PEQUENOS FRUTOS • SOFT FRUITS



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE FRAMBOESA/ WORLD PRODUCTION OF RASPBERRIES

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	94 109	100	93 466	100	441 748	100	482 686	100
Europa/Europe	82 831	88	82 322	88	358 403	81	400 294	83
UE/EU 25			25 595	27			99 055	21
UE/EU 15	10 631	11			43 783	10		
Portugal *	n.d.		n.d.		100	0	100	0
Alemanha/Germany	5 900	6	5 900	6	20 600	5	20 034	4
Federação Russa/ Russian Federation	33 000	35	33 000	35	150 000	34	170 000	35
Hungria/Hungary	1 350	1	1 400	1	9 000	2	8 000	2
Polónia/Poland	13 253	14	13 000	14	42 941	10	42 000	9
Sérvia e Montenegro/ Serbia and Montenegro	16 421	17	15 995	17	79 471	18	91 725	19
Ucrânia/Ukraine	5 000	5	5 000	5	19 700	4	25 300	5
África/Africa	66	0	66	0	130	0	130	0
Ásia/Asia	975	1	1 100	1	3 800	1	3 800	1
Azerbaijão/Azerbaijan, Republic of	400	0	500	1	2 100	0	1 800	0
América do Norte e Central/ North & Central America	9 707	10	9 448	10	78 425	18	77 472	16
EUA/USA	6 192	7	6 111	7	62 143	14	61 598	13
Oceania	530	1	530	1	990	0	990	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

n.d.: Dado não disponibilizado pela FAO/FAO data not available

* Portugal 2004 - Framboesa: Área=50 ha; Produção=522 toneladas (Estimativas GPP - SIMA)

Portugal 2004 - Raspberries: Area=50 ha; Production=522 tonnes (GPP - SIMA estimates)

PÊRA | PEARS

Pyrus communis, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: A China é o maior produtor de pêra no Mundo, contribuindo anualmente com mais de 50% para a produção mundial. A União Europeia (UE-25) tem uma representatividade de cerca de 17%, destacando-se a Espanha e Itália como os principais produtores. Os Estados Unidos da América e a Argentina ocupam, respectivamente a 3ª e 4ª posição no ranking mundial. A produção nacional corresponde a cerca de 7% da produção anual da UE-25.

Área de Cultura: 12 806 ha (INE)

Produção: 129 161 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Leiria.

Varietades: *De Conservação e Meia-Estação* (Rocha, Passe Crassane, General Leclerc, Doyenné du Comice). *De Verão* (Lawson, Carapineira, Morettini, Clap's Favourite, Pérola, D. Joaquina).

Fatores Relevantes na Produção: A pêra é a terceira espécie, atrás da laranja, com maior peso no volume de produção de frutos frescos a nível do Continente. A cultura da pêra está concentrada na região do Ribatejo e Oeste, que tem uma representatividade de 86% e 88%, respectivamente na área e na produção total de pêra do Continente (média do quinquénio 2001/05). A produção nacional assenta na variedade Rocha, que na zona do Oeste beneficia de Denominação de Origem Protegida (DOP) - "Pêra Rocha do Oeste". A campanha de 2005/06 caracterizou-se por uma quebra na produção de cerca de 30%, relativamente à campanha transacta (de excepcional produção). A seca ocorrida no primeiro semestre de 2005 prejudicou o calibre dos frutos e as elevadas temperaturas registadas em Julho e Agosto provocaram algumas situações de escaldões nos frutos.

Comercialização: A comercialização das pêras de conservação desenrolou-se de Agosto de 2005 até Maio de 2006, graças ao poder de conservação dos frutos em estruturas de frio convencional e em atmosfera controlada. No que se refere às pêras de Verão, a campanha é curta e concentra-se entre Junho e Agosto. Estima-se que cerca de 50% da produção de pêra Rocha seja escoada através de Estruturas Organizadas, nas quais estão incluídas as OP (30%). A restante produção é comercializada por produtores individuais e outros operadores. No mercado interno a pêra é transaccionada nas grandes cadeias de distribuição, nos mercados abastecedores e nos mercados regionais. A pêra de calibre demasiado pequeno é canalizada para a indústria de transformação. Nesta campanha, dada a maior proporção de frutos de calibre pequeno, aumentaram as quantidades entregues na indústria.

Preços: Nos mercados de produção e nos mercados abastecedores, a pêra Rocha atingiu preços superiores, em média entre 15 a 20%, aos da campanha transacta. O aumento de preços sentiu-se de forma mais acentuada entre Janeiro e Maio de 2006, período em que deixou de haver frutos de calibre grado para comercializar e os frutos mais pequenos passaram a ser melhor valorizados.

Comércio Internacional: A pêra Rocha é um dos produtos que nos permite manter, com larga vantagem, um saldo positivo na balança comercial. Em 2005 o volume de vendas ao exterior cifrou-se em 26 milhões de euros (mais 4 milhões de euros do que em 2004), correspondentes a cerca de 45 mil toneladas de pêra. Estes valores foram os mais elevados de sempre, correspondendo a 35% da produção total em 2005, e vêm reforçar a grande aceitação que a pêra nacional tem nos mercados externos. O maior cliente de pêra Rocha é o Reino Unido, seguido pela França, Brasil, Irlanda, Holanda e países do leste da Europa (Polónia e Federação Russa, entre outros). No que respeita às aquisições, cerca de 60% do seu volume concentra-se nos meses de Março, Abril e Maio e provém, na grande maioria, de países do hemisfério sul, nomeadamente da Argentina, Chile e África do Sul, que em conjunto detêm uma quota superior a 50% no mercado nacional. Dentro da União Europeia, Espanha é o maior fornecedor do mercado nacional.

Balanco de Aprovisionamento: Ao longo das duas últimas décadas tem havido um aumento dos recursos disponíveis, mercê de um aumento sustentado da produção e de um certo equilíbrio nas trocas com o exterior, mais expressivas a partir de meados da década de noventa. O consumo humano seguiu a mesma tendência crescente, atingindo um volume médio anual de 103 mil toneladas no período de 2000-01 a 2004-05.

Perspectivas: Tem aumentado a aderência dos produtores aos regimes de produção e protecção integradas. Na Beira Litoral continua a efectuar-se a reconversão dos pomares com a variedade Rocha.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: China is the world leading producing country, providing a 50% contribution to total world output. The European Union (EU25) accounts for approximately 17%, its leading producers being Spain and Italy. The United States and Argentina occupy the third and fourth positions in the world ranking. Portuguese output corresponds to only 7% of the total annual EU25 output.

Crop Area: 12 806 ha (INE)

Output: 129 161 t (INE)

Most Representative Market Areas: Oeste, Leiria.

Varieties: Late (long-storage) and mid-season varieties (Rocha, Passe Crassane, General Leclerc, Doyenné du Comice) Summer varieties (Lawson, Carapineira, Morettini, Clap's Favourite, Pérola, D. Joaquina).

Relevant Production Factors: Pears are the third most important fruit species, after oranges, in terms of fresh fruit production volume in mainland Portugal. Ribatejo e Oeste is the largest pear producing region in the country, accounting for 86% and 88%, respectively, of total pear area and output in mainland Portugal (average for the 2001/05 five-year period). Portuguese production is based on the Rocha variety, which in the Oeste area has a Protected Designation of Origin (PDO) - "Pêra Rocha do Oeste". The 2005/06 season featured a 30% fall in output from the previous season (which was rather exceptional in terms of production). The drought over the first half of 2005 affected fruit size, and high temperatures in July and August led to some fruit damage by heat.

Marketing: For long-storage pears marketing lasted from August 2005 to May 2006, thanks to the good storage capacity of these fruits in conventional cold structures and in controlled atmosphere. For summer pears the season is short and concentrated in June and August. Approximately 50% of Rocha pear production is marketed through organised structures, which include producer organisations (30%). The remaining output is marketed by individual producers and other operators. In the domestic market, pears are traded in large distribution chains, wholesale markets and regional markets. Very small pears are directed to the processing industry. During this season, due to the large proportion of small fruits, the amount of pears delivered to the processing industry increased.

Prices: In producer and wholesale markets, Rocha pear prices climbed on average 15-20% from the previous year. This price increase was particularly felt between January and May 2006, when there were no more large fruits left to trade and therefore the price of the smaller ones increased.

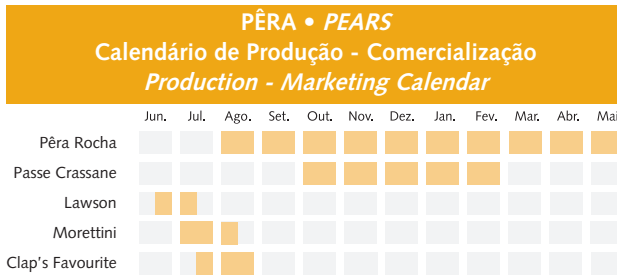
Foreign Trade: Rocha pear is one of the products that maintain a largely positive trade balance. In 2005, exports totalled 26 million euros (4 million more than in 2004), corresponding to approximately 45 thousand tonnes. These figures were all-time records, corresponding to 35% of total output in 2005, and they corroborate the wide acceptance of Portuguese pears in external markets. The largest importer of Rocha pear is the United Kingdom, followed by France, Brazil, Ireland, the Netherlands and Eastern European countries (Poland and the Russian Federation). As to imports, approximately 60% are concentrated in March, April and May and they come mostly from Southern hemisphere countries, namely Argentina, Chile and South Africa, who together hold a 50% share of the domestic market. Within the EU, Spain is our major supplier.

Supply Balance Sheet: Over the last two decades, there has been an increase in available resources, caused by a sustainable increase in production and a certain balance between imports and exports, more significant after the mid 1990's. Human consumption followed the same upward trend, reaching an average volume of 103 thousand tonnes/year, in the period from 2000-01 to 2004-05.

Outlook: There is an increasing adoption by farmers of integrated production and protection systems. In Beira Litoral, orchards continue to be converted to the Rocha variety.

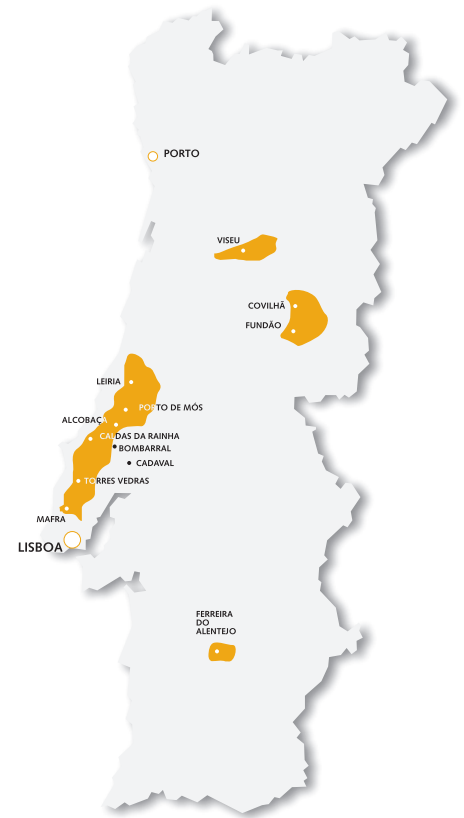
Pyrus communis, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae

PÊRA | PEARS



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PÊRA ROCHA • ROCHA PEAR
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste
Most Frequent Producer Prices in Oeste

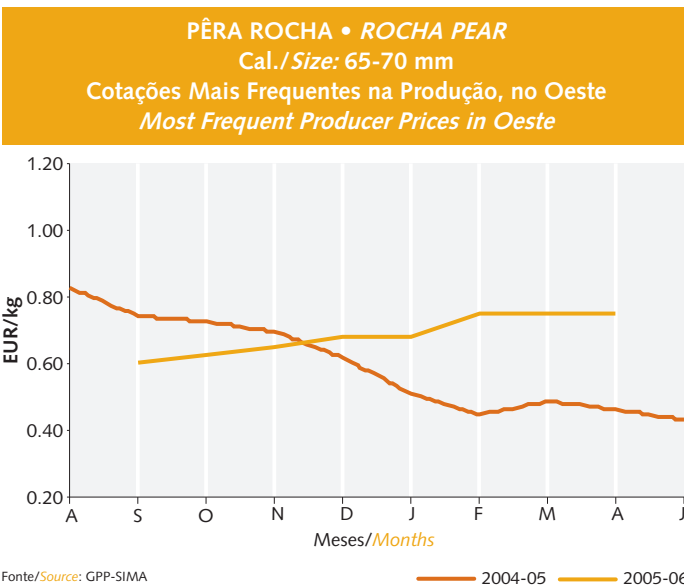
MESES MONTHS	Cal./Size: 65-70 mm		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Ago/Aug	0.83		
Set/Sep	0.74	0.60	-19
Out/Oct	0.73	0.63	-14
Nov/Nov	0.70	0.65	-7
Dez/Dec	0.62	0.68	10
Jan/Jan	0.51	0.68	33
Fev/Feb	0.45	0.75	67
Mar/Mar	0.49	0.75	53
Abr/Apr	0.46	0.75	63
Mai/May	0.43		

Fonte/Sources: GPP-SIMA

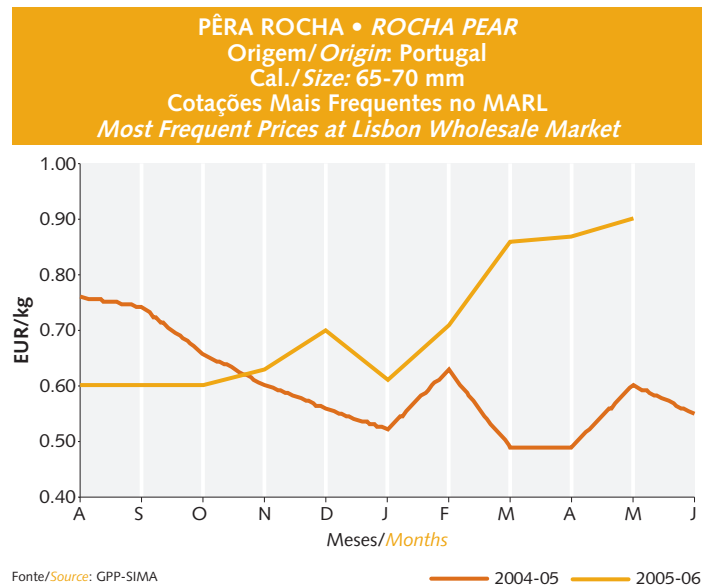
PÊRA ROCHA • ROCHA PEAR
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Cal./Size: 65-70 mm		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 (%)
Ago/Aug	0.76	0.60	-21
Set/Sep	0.74	0.60	-19
Out/Oct	0.66	0.60	-9
Nov/Nov	0.60	0.63	5
Dez/Dec	0.56	0.70	25
Jan/Jan	0.52	0.61	17
Fev/Feb	0.63	0.71	13
Mar/Mar	0.49	0.86	76
Abr/Apr	0.49	0.87	78
Mai/May	0.60	0.90	50
Jun/Jun	0.55		

Fonte/Sources: GPP-SIMA



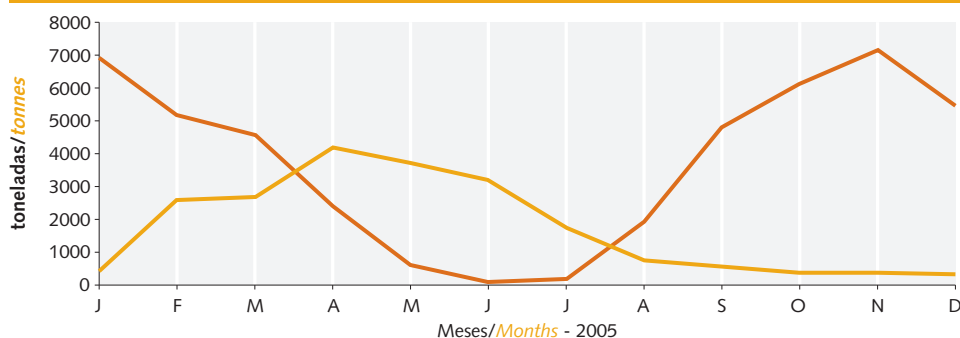
Fonte/Sources: GPP-SIMA



Fonte/Sources: GPP-SIMA

PÊRA | PEARS

Pyrus communis, L. • Sub-Família | Sub-Family: Pomoideae

PÊRA • PEARS
Entrada/Saída • Imports/Exports

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

PÊRA • PEARS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	2 099.4	1 447 640	ANGOLA ANGOLA	23.0	5 638
ALEMANHA GERMANY	894.4	895 744	AUSTRÁLIA AUSTRALIA	20.8	8 736
ARGENTINA ARGENTINA	7 963.8	4 655 097	ÁUSTRIA AUSTRIA	125.5	69 779
CHILE CHILE	2 050.8	1 304 370	BIELORÚSSIA BELARUS	51.8	24 982
ESPAÑHA SPAIN	7 320.7	4 423 443	BÉLGICA BELGIUM	121.9	60 810
FRANÇA FRANCE	192.5	170 183	BRASIL BRAZIL	5 544.9	3 478 307
ITÁLIA ITALY	40.5	19 363	CABO VERDE CAPE VERDE	189.1	113 219
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	352.3	242 059	CANADÁ CANADA	684.2	516 447
			ESLOVÁQUIA SLOVAKIA	72.0	16 666
			ESPAÑHA SPAIN	1 743.8	952 400

PÊRA • PEARS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
			FRANÇA FRANCE	8 143.6	4 742 214
			IRLANDA IRELAND	3 150.0	1 939 012
			ITÁLIA ITALY	612.4	270 825
			PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	3 726.1	1 293 112
			POLÓNIA POLAND	4 024.7	1 598 648
			REINO UNIDO UNITED KINGDOM	12 292.0	8 758 870
			ROMÉNIA ROMANIA	24.0	6 349
			RUSSIA RUSSIAN FEDERATION	4 762.2	2 243 769
			SUÍÇA SWITZERLAND	12.3	11 256
			OUTROS OTHERS	27.2	22 196
TOTAL	20 914.4	13 157 899	TOTAL	45 351.4	26 133 235

Fonte/Sources: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO MUNDIAL DE PÊRA / WORLD PRODUCTION OF PEARS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA / AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	1 605 772	100	1 692 565	100	17 822 371	100	18 693 165	100
Europa/Europe	241 231	15	233 253	14	3 515 316	20	3 621 350	19
UE/EU 25			170 089	10			3 095 407	17
UE/EU 15	158 711	10			2 820 796	16		
Portugal	12 906	1	13 002	1	89 664	1	187 567	1
Alemanha/Germany	26 000	2	26 000	2	373 600	2	398 000	2
Bélgica/Belgium	6 547	0	6 912	0	176 100	1	231 020	1
Espanha/Spain	38 136	2	29 435	2	728 266	4	562 100	3
França/France	9 532	1	9 402	1	199 484	1	261 593	1
Itália/Italy	44 798	3	44 541	3	821 675	5	877 253	5
Países Baixos/Netherlands	6 386	0	6 493	0	159 000	1	208 000	1
Ucrânia/Ukraine	15 800	1	15 400	1	149 500	1	151 700	1
África/Africa	55 532	3	56 099	3	568 147	3	580 949	3
África do Sul/South Africa	12 000	1	12 000	1	306 284	2	308 944	2
Ásia/Asia	1 235 130	77	1 329 521	79	11 752 874	66	12 664 165	68
China	1 070 203	67	1 158 379	68	9 920 562	56	10 766 873	58
Índia/India	23 000	1	23 000	1	200 000	1	200 000	1
Coreia/Korea, Republic of	24 061	1	22 982	1	316 568	2	451 861	2
Japão/Japan	17 430	1	17 230	1	365 800	2	351 900	2
Turquia/Turkey	34 799	2	34 965	2	370 000	2	320 000	2
América do Norte e Central/ /North & Central America	32 105	2	32 122	2	894 979	5	851 416	5
EUA/USA	25 961	2	26 102	2	847 406	5	807 630	4
América do Sul/South America	32 864	2	32 570	2	915 240	5	796 737	4
Argentina	17 000	1	17 000	1	639 029	4	509 749	3
Chile	8 470	1	7 920	0	205 000	1	210 000	1
Oceania	8 910	1	9 000	1	175 815	1	178 548	1
Austrália/Australia	8 000	0	8 800	1	135 919	1	138 548	1

Fonte/Sources: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

Prunus persica, L. • Família | Family: Rosaceae**PÊSSEGO | PEACHES AND NECTARINES****CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005**

Enquadramento Mundial: A China é o maior produtor de pêssegos no Mundo, com um contributo de cerca de 40% na produção mundial. A Europa é responsável por 27% e os Estados Unidos da América por 9% da produção mundial. Na União Europeia a produção é liderada por Espanha e Itália, com volumes anuais em torno de 1 milhão de toneladas cada. Seguem-se-lhes a Grécia e França. A produção nacional não chega a 2% da produção da UE-25.

Área de Cultura: 6 186 ha (INE)

Produção: 48 924 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Ribatejo, Palmela, Cova da Beira, Algarve, Campo Maior, Vilariça.

Variiedades: **PÊSSEGO POLPA AMARELA:** Florida, Royal April, Royal Gold, Maycrest, Springcrest, Cardinal, Geem Free, Dixired, Early Red Haven, Red Haven, Red Top, July Lady, M. Franciscan, Suncrest, J.H. Hale, M. Early Henry, Fayette, Albert Agent, M. O'Henry, M. Sundance, Coronado, Rubidoux, Fortuna, Lourcing, M. Carnival, M. Halloween.

PÊSSEGO POLPA BRANCA: Springtime, Colomba-Rubiette, Robin, Red-Robin, Genadix 4, Redwing, Genadix 7, Impero, Micheline. **NECTARINA:** Maybelle, Armking, Independence, Nectared 4, Nectared 6, Fantasia, Fairlene, Tasty Free, Weinberger, May Grand. **PAVIA:** Babygold 5, 6, 7, 8 e 9, Sudanel, Maracotão Rosa.

Factores Relevantes na Produção: Os pomares de pessegueiros estão concentrados nas regiões do Ribatejo e Oeste e da Beira Interior, que têm um peso de 45% e 23% respectivamente, na produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). As regiões da Beira Interior e Trás-os-Montes estão vocacionadas para a produção de pêssegos semi-tardios e tardios e o Algarve para a produção de pêssegos precoces. As variedades de pêssegos e nectarinas são inúmeras, predominando as de polpa amarela (95%). Em relação à cor da epiderme, são melhor aceites pelo consumidor e mais valorizados os frutos de coloração avermelhada. O pêssego da Cova da Beira tem Indicação Geográfica Protegida (IGP). A produção de pêssego em 2005 foi idêntica à de 2004, mas de inferior qualidade devido à seca que afectou o país, obrigando a uma redução no volume de rega. Os frutos não se desenvolveram adequadamente, ficando com pequeno calibre e fraco poder de conservação. Esta situação foi mais relevante para as variedades semi-tardias e tardias, tendo parte significativa dos frutos sido canalizada para a indústria de transformação.

Comercialização: Do início de Maio até meados de Outubro de 2005. O escoamento do pêssego efectuou-se, na grande maioria, através de armazenistas e produtores individuais com alguma dimensão e de Organizações de Produtores. O pêssego teve como destino as grandes cadeias de distribuição, os mercados abastecedores e os mercados regionais. A indústria de transformação efectua contratos de fornecimento com alguns produtores, absorvendo também parte dos frutos que não têm qualidade ou calibre para consumo em fresco e que nesta campanha foram em maior quantidade.

Preços: O nível de preços em toda a fileira, desde a produção ao consumidor, ficou bastante aquém dos conseguidos na campanha anterior, devido em grande parte à fraca qualidade dos frutos. O diferencial foi mais acentuado nos mercados de produção e nos mercados retalhistas (em média -30%) e nos meses de Julho e Agosto. Os pêssegos de polpa rija (pavias) atingem preços superiores aos dos pêssegos de polpa mole (de mesa).

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária, em virtude do valor das vendas ser reduzido, face ao das entradas. Em 2005 as entradas de pêssegos e nectarinas cifraram-se em cerca de 18 milhões de euros, correspondentes a 31 milhares de toneladas. Espanha é o principal fornecedor do mercado nacional, com uma quota de mercado superior a 90% em 2005. As saídas, no valor de quase 1 milhão de euros, aproximaram-se das 1 300 toneladas e destinaram-se na quase totalidade à União Europeia, com destaque para o Reino Unido, França e Espanha.

Balanço de Aprovisionamento: Desde 1992 que a produção nacional de pêssego regista uma tendência decrescente e as compras ao exterior uma tendência crescente. O consumo humano de pêssego em Portugal ronda as 75 mil toneladas/ano.

Perspectivas: A zona da Cova da Beira, especializada na produção de pêssego de variedades semi-tardias e tardias, tem potencial para crescer, podendo ser competitiva no mercado externo, particularmente em Espanha, graças à excelente qualidade dos frutos.

**PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)**

World Outlook: China is the world leading producing country, providing a 40% contribution to total world output. Europe accounts for 27% and the United States for 9% of world output. Within the European Union, the leading producers are Spain and Italy, with annual volumes of approximately 1 million tonnes each. Greece and France follow. Portuguese output is barely 2% of the total EU25 output.

Crop Area: 6 186 ha (INE)

Output: 48 924 t (INE)

Most Representative Market Areas: Ribatejo, Palmela, Cova da Beira, Algarve, Campo Maior, Vilariça.

Varieties: **YELLOW PEACHES:** Florida, Royal April, Royal Gold, Maycrest, Springcrest, Cardinal, Geem Free, Dixired, Early Red Haven, Red Haven, Red Top, July Lady, M. Franciscan, Suncrest, J.H. Hale, M. Early Henry, Fayette, Albert Agent, M. O'Henry, M. Sundance, Coronado, Rubidoux, Fortuna, Lourcing, M. Carnival, M. Halloween.

WHITE PEACHES: Springtime, Colomba-Rubiette, Robin, Red-Robin, Genadix 4, Redwing, Genadix 7, Impero, Micheline. **NECTARINES:** Maybelle, Armking, Independence, Nectared 4, Nectared 6, Fantasia, Fairlene, Tasty Free, Weinberger, May Grand. **CLINGSTONE PEACHES:** Babygold 5, 6, 7, 8 and 9, Sudanel, Maracotão Rosa.

Relevant Production Factors: Peach orchards are located for the most part in Ribatejo e Oeste and Beira Interior, which account for 45% and 23%, respectively, of total mainland Portugal output (average for the 2001-05 period). Production in Beira Interior and Trás-os-Montes is oriented to mid-season and late varieties and in Algarve to early ones. There is a large number of peach and nectarine varieties, although yellow varieties predominate (95%). In terms of skin colour, consumers prefer and pay higher prices for reddish fruits. Cova da Beira peaches hold a Protected Geographical Indication (PGI). Peach production in 2005 was similar to that of 2004, but quality fell due to the drought that affected the entire country, leading to a decrease in irrigation volume. Fruits did not develop adequately, resulting in small sizes and poor storage capacity. This situation was more relevant in mid-season and late varieties; a significant part of these fruits had to be directed to the processing industry.

Marketing: From the beginning of May to mid-October 2005. Peaches were sold for the most part through storers and individual producers with a certain size, and producer organisations. Their destination was large distribution chains, wholesale markets and regional markets. The processing industry continues to sign supply contracts with some producers, also purchasing part of the fruits that do not have either quality or size for fresh consumption, which during this season were in larger quantities.

Prices: Price levels over the entire chain, from producers to consumers, fell significantly from the previous year, largely due to poor fruit quality. Differences were steeper in producer and retail markets (-30% on average) and in July and August. Prices of clingstone peaches were higher than those of common peaches.

Foreign Trade: Trade balance is negative, since exports are quite few, as compared to imports. In 2005, imports of peaches and nectarines totalled 18 million euros, corresponding to 31 thousand tonnes. Spain is our major supplier, with an above 90% market share in 2005. Exports totalled almost 1 million euros and 1 300 tonnes and were almost entirely directed to the European Union, particularly to the United Kingdom, France and Spain.

Supply Balance Sheet: Since 1992, domestic production of peaches registers a decreasing trend; imports register an increasing trend. Human consumption of peaches in Portugal is around 75 thousand tonnes/year.

Outlook: The Cova da Beira area, specialised in producing mid-season and late peach varieties, has a growing potential and it might become competitive in the external market, particularly in Spain, thanks to the excellent quality of its fruits.

PÊSSEGO | PEACHES AND NECTARINES

Prunus persica, L. • Família | Family: Rosaceae



PÊSSEGO E NECTARINA • PEACHES AND NECTARINES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Feb.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Trás-os-Montes												
Beira Interior												
Ribatejo e Oeste												
Alentejo												
Algarve												

PÊSSEGO POLPA AMARELA YELLOW PEACH Cotações Mais Frequentes na Produção, na Cova da Beira Most Frequent Producer Prices in Cova da Beira

MESES MONTHS	Cal./Size: A (67-73 mm)		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mai/May	1.80		
Jun/Jun	1.70	0.82	-52
Jul/Jul	1.01	0.61	-40
Ago/Aug	0.75	0.54	-28
Set/Sep	0.64	0.60	-6
Out/Oct	0.58	0.60	3

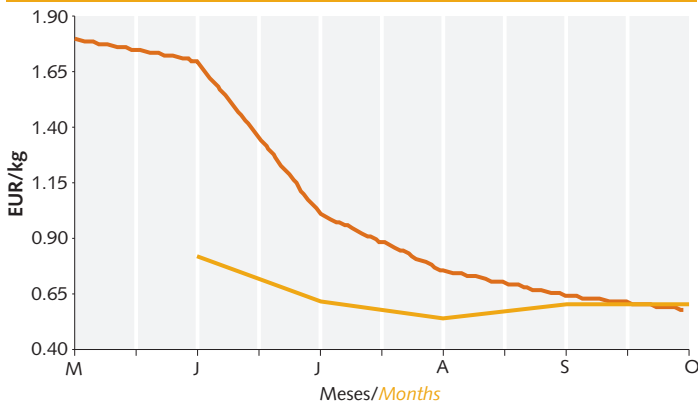
Fonte/Source: GPP-SIMA

PÊSSEGO POLPA AMARELA YELLOW PEACH Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Cal./Size: A (67-73 mm)		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mai/May	1.30	1.80	38
Jun/Jun	1.09	1.17	7
Jul/Jul	1.03	0.74	-28
Ago/Aug	0.81	0.72	-11
Set/Sep	0.76	0.70	-8
Out/Oct		0.70	

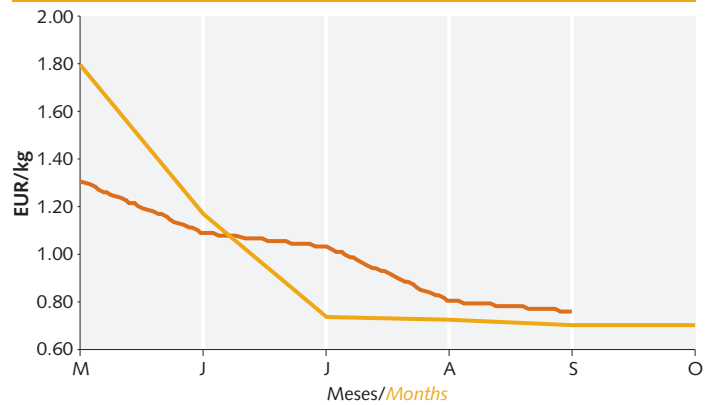
Fonte/Source: GPP-SIMA

PÊSSEGO POLPA AMARELA • YELLOW PEACH Cal./Size: A (67-73 mm) Cotações Mais Frequentes na Produção, na Cova da Beira Most Frequent Producer Prices in Cova da Beira



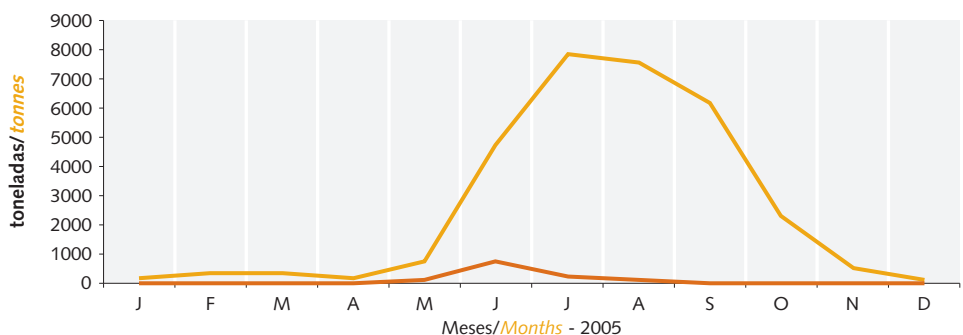
Fonte/Source: GPP-SIMA

PÊSSEGO POLPA AMARELA • YELLOW PEACH Cal./Size: A (67-73 mm) Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

PÊSSEGO E NECTARINA • PEACHES AND NECTARINES



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

Prunus persica, L. • Família | Family: Rosaceae

PÊSSEGO | PEACHES AND NECTARINES

PÊSSEGO E NECTARINA • PEACHES AND NECTARINES						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
NECTARINA NECTARINES	ALEMANHA GERMANY	1 198.8	1 093 139	ALEMANHA GERMANY	15.4	15 506
	ARGENTINA ARGENTINA	51.5	38 686	ANGOLA ANGOLA	10.8	32 860
	ESPAÑHA SPAIN	11 443.9	6 522 226	BRASIL BRAZIL	48.6	48 424
	FRANÇA FRANCE	22.0	31 445	ESPAÑHA SPAIN	78.5	77 440
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	10.4	17 566	FRANÇA FRANCE	120.1	69 568
				REINO UNIDO UNITED KINGDOM	364.2	275 468
			OUTROS OTHERS	3.6	5 044	
TOTAL		12 726.5	7 703 062	TOTAL	641.2	524 310
PÊSSEGO PEACHES	ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	12.0	15 518	ALEMANHA GERMANY	39.6	31 147
	ALEMANHA GERMANY	1 124.9	996 133	BRASIL BRAZIL	51.8	39 037
	ARGENTINA ARGENTINA	55.8	37 801	CABO VERDE CAPE VERDE	9.8	14 962
	BÉLGICA BELGIUM	42.1	29 192	ESPAÑHA SPAIN	189.4	133 812
	ESPAÑHA SPAIN	16 953.9	9 128 072	FRANÇA FRANCE	106.9	61 221
	FRANÇA FRANCE	15.9	22 880	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	231.4	181 009
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	6.1	12 885	OUTROS OTHERS	2.8	7 424
	TOTAL		18 210.8	10 242 481	TOTAL	631.7

Fonte/SOURCE: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE PÊSSEGO E NECTARINA WORLD PRODUCTION OF PEACHES AND NECTARINES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	
Mundo/World	1 389 077	100	1 403 448	100	14 901 425	100	15 300 003	100
Europa/Europe	293 489	21	314 928	22	3 372 369	23	4 200 583	27
UE/EU 25			266 475	19			3 982 779	26
UE/EU 15	234 219	17			3 118 316			
Portugal	6 485	0	6 342	0	56 927	0	52 041	0
Espanha/Spain	78 453	6	72 119	5	1 270 820	9	916 500	6
França/France	19 559	1	18 859	1	347 218	2	387 025	3
Grécia/Greece	25 000	2	52 500	4	249 437	2	790 875	5
Itália/Italy	97 422	7	96 647	7	1 175 855	8	1 700 010	11
África/Africa	94 277	7	94 881	7	835 501	6	826 265	5
África do Sul/South Africa	15 000	1	15 000	1	291 920	2	226 358	1
Egipto/Egypt	31 359	2	31 761	2	302 667	2	360 937	2
Ásia/Asia	786 772	57	778 478	55	8 021 294	54	7 573 273	49
China	609 837	44	602 667	43	6 179 365	41	5 829 482	38
Coreia/Korea, Republic of	15 880	1	15 566	1	189 413	1	200 534	1
Irão/Iran, Islamic Republic of	25 500	2	25 500	2	390 000	3	390 000	3
Japão/Japan	10 500	1	10 300	1	157 000	1	151 900	1
Turquia/Turkey	26 600	2	25 600	2	470 000	3	372 000	2
América do Norte e Central/ North & Central America	119 974	9	120 169	9	1 643 372	11	1 683 463	11
EUA/USA	73 665	5	73 924	5	1 390 269	9	1 429 822	9
América do Sul/South America	85 895	6	86 692	6	894 580	6	909 430	6
Argentina	23 000	2	26 000	2	255 785	2	272 442	2
Brasil/Brazil	24 507	2	24 000	2	220 364	1	216 000	1
Chile	19 815	1	20 068	1	304 000	2	311 000	2
Oceania	8 670	1	8 300	1	134 309	1	106 989	1

Fonte/SOURCE: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

PINHA E PINHÃO | PINE CONES AND PINE NUTS



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Área de Pinheiro Manso: 77 650 ha (ANSUB)

Produção: 60 a 70 milhões de pinhas (GPP/SIMA)
600 a 700 toneladas de miolo de pinhão (GPP/SIMA)

Áreas de Mercado mais Representativas: Alcácer do Sal, Grândola, Coruche.

Factores Relevantes na Produção: O pinheiro manso ocupa uma área em Portugal de 77 650 hectares, dos quais 68% estão localizados no Alentejo (mais de metade no litoral) e os restantes 32% no Ribatejo. Mais de 50% da produção anual de pinha é oriunda dos concelhos de Grândola e Alcácer do Sal, este último considerado o "Solar do Pinheiro Manso". A produção de pinha, sem grandes exigências em custos, tem fortes implicações a nível social e económico, na medida em que a sua apanha, de forma tradicional, movimenta muita mão de obra, a qual é relativamente bem remunerada. A produção de semente - o pinhão - para a indústria alimentar, constitui actualmente a sua principal exploração, sendo uma fonte de rendimento importante para a fileira do pinheiro manso. As condições climáticas verificadas ao longo de 2004 foram favoráveis ao desenvolvimento da pinha, pelo que o volume de produção em 2005 foi muito semelhante ao do ano anterior e constituído por frutos de qualidade e calibre grado.

Comercialização: A apanha da pinha efectua-se de meados de Dezembro até ao final de Março, com um pico no mês de Fevereiro. Após a secagem e quebra da pinha, as unidades industriais procedem ao descasque do pinhão, à sua lavagem, secagem, selecção e embalagem. As vendas do miolo de pinhão, no mercado nacional, atingem a máxima expressão nos meses de Outubro, Novembro e Dezembro, com um pico em Dezembro (época do Natal e Ano Novo), embora se desenrolem ao longo de todo o ano. Na campanha de 2005-2006, tal como na anterior, a procura de pinha foi animada, não só por parte dos operadores nacionais, como também por industriais italianos e espanhóis. Já no que respeita ao pinhão, a concorrência de produto proveniente da China e da Turquia condicionou a valorização do produto nacional. Cerca de 20% da produção de pinhão é consumida no mercado interno e os restantes 80% são absorvidos pelo mercado externo.

Preços: O preço médio anual do miolo de pinhão em 2005-06 foi ligeiramente superior ao de 2004-05. A perda da fidelidade do mercado americano, a insegurança na relação comercial com mercados recentes, como o italiano e o espanhol, bem como a concorrência do pinhão da China e da Turquia, levaram a que o nível de preços do produto nacional ficasse aquém das expectativas dos industriais.

Comércio Internacional: A balança comercial é favorável, dado o valor das vendas ao exterior ser bastante elevado, face ao das aquisições. A maioria do pinhão nacional destina-se ao mercado externo, com destaque para Itália e Espanha. Este último país compra em Portugal pinhão em casca, isto é, matéria prima, que é transformada nas suas indústrias, sendo depois vendido a outros países como pinhão espanhol. Esta situação faz com que o pinhão nacional tenha vindo a perder "terreno" nos seus mercados tradicionais de exportação. Nas Estatísticas do INE aparece referenciada Espanha como o principal fornecedor do mercado nacional. Na realidade, a maioria deste pinhão é de origem chinesa e turca que entra em Portugal via Espanha. Tem-se registado, nos últimos anos, uma melhoria sensível na relação comercial com a Itália, mercado que se tem revestido de grande importância, após a perda de parte significativa da quota do mercado americano, devido à concorrência do pinhão asiático.

Perspectivas: Aumento da produção de pinha/pinhão, mercê dos investimentos efectuados a nível de novas plantações e também porque a taxa de sobrevivência do pinheiro manso atinge com facilidade os 80 a 90%.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

Stone Pine Area: 77 650 ha (ANSUB)

Output: 60 to 70 million pine cones (GPP- SIMA)
600 to 700 tonnes pine nut kernels (GPP - SIMA)

Most Representative Market Areas: Alcácer do Sal, Grândola, Coruche.

Relevant Production Factors: Stone pines occupy an area of approximately 77 650 hectares, 68% of which are located in Alentejo (more than half in the littoral) and the remaining 32% in Ribatejo. More than 50% of the annual pine cone production comes from the Grândola and Alcácer do Sal municipalities. The latter is even called the "Solar do Pinheiro Manso" ("Pine Stone Manor"). Pine cone production, which does not have any particular demands in terms of costs, has strong social and economic implications, since traditional harvest involves a lot of labour, relatively well paid. The production of seeds - pine nuts - for the food industry is currently the main target and it is an important income source for the stone pine chain. Weather conditions in 2004 favoured pine cone growth and therefore output in 2005 was similar to that of the previous year, consisting of large-sized, good quality fruits.

Marketing: Pine cone harvest takes place from mid-December till the end of March, peaking in February. Once pine cones are dried and broken, pine nuts are shelled, washed, dried, selected and packed at industrial units. Pine nut sales in the domestic market occur all year long, but are more important in October, November and December, with a peak in December (Christmas-New Year season). In 2005-2006, as in the previous year, pine cone demand was lively, not only from Portuguese operators but also from Italian and Spanish ones. Competition from Chinese and Turkish pine nuts affected the prices of Portuguese nuts. Approximately 20% of pine nut output is consumed within the domestic market, the remaining 80% being sold at foreign markets.

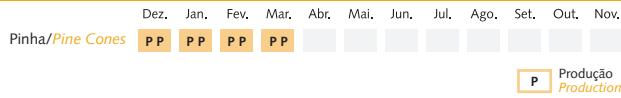
Prices: The average annual producer price of pine nut kernels in 2005-2006 was slightly up from 2004-2005. Due to the loss of part of the American market, to some insecurity in trade relations with recent markets, such as the Italian and the Spanish ones, as well as to competition from China and Turkey, Portuguese pine nut prices did not meet the expectations of the industry.

Foreign Trade: Trade balance is positive, since exports are rather high as compared to imports. Most of Portuguese pine nuts are directed to the foreign market, particularly to Italy and Spain. The latter buys unshelled pine nuts, i.e. raw material, in Portugal, processes them in its own plants and then sells them to other countries as its own. This is the reason why Portuguese pine nuts have been losing ground in their traditional exporting markets. INE Statistics state that Spain is the largest supplier of the Portuguese market. However, the most part of these pine nuts actually come from China and Turkey, entering Portugal through Spain. Over the last few years there has been a significant improvement in trade relations with Italy. The Italian market has become increasingly important, after the loss of a significant part of the American market, due to competition from Asian pine nuts.

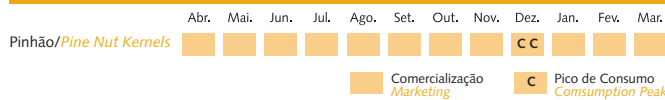
Outlook: An increase in production of pine cones and pine nuts is anticipated, because of the investments made in new plantations and also because the survival rate for this species easily reaches 80-90%.

PINHA E PINHÃO | PINE CONES AND PINE NUTS

PINHA • PINE CONES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

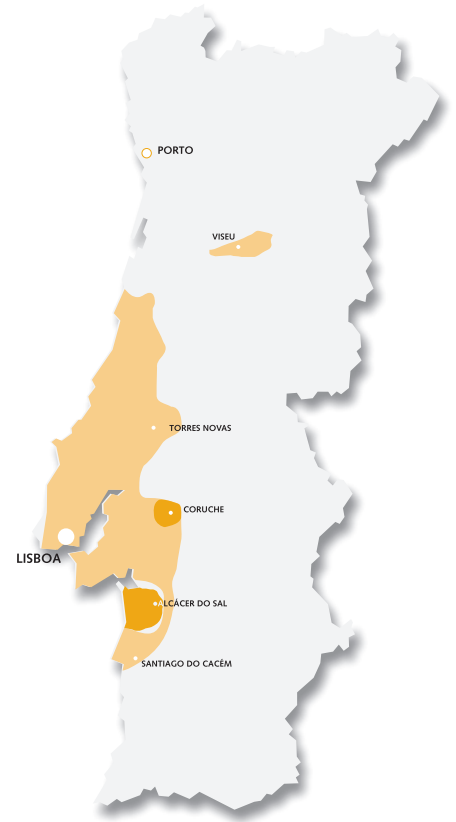


PINHÃO • PINE NUT KERNELS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO / PRODUCTION

CONCENTRADA/CONCENTRATED

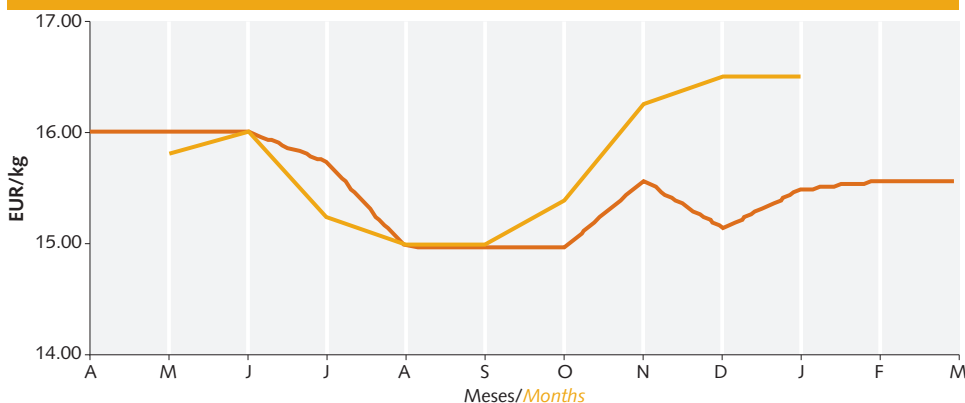
DISPERSA/DISPERSED

MIOLO DE PINHÃO • PINE KERNELS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Alentejo Litoral Most Frequent Producer Prices in Alentejo Litoral

MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Abr/Apr	16.00		
Mai/May	16.00	15.80	-1
Jun/Jun	16.00	16.00	0
Jul/Jul	15.74	15.25	-3
Ago/Aug	14.96	15.00	0
Set/Sep	14.96	15.00	0
Out/Oct	14.96	15.40	3
Nov/Nov	15.56	16.25	4
Dez/Dec	15.13	16.50	9
Jan/Jan	15.48	16.50	7
Fev/Feb	15.57		
Mar/Mar	15.57		

Fonte/Source: GPP-SIMA

MIOLO DE PINHÃO • PINE KERNELS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Alentejo Litoral Most Frequent Producer Prices in Alentejo Litoral



Fonte/Source: GPP-SIMA

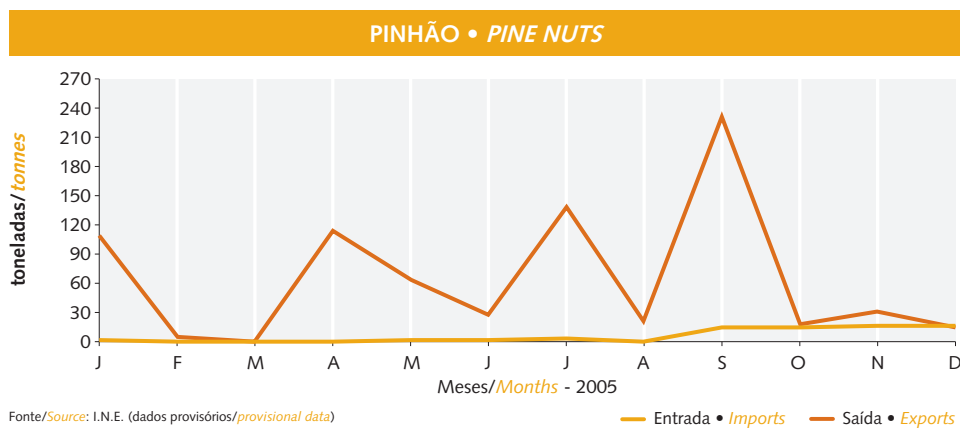
— 2004-05 — 2005-06

PINHA E PINHÃO | PINE CONES AND PINE NUTS



PINHÃO • PINE NUTS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	10.8	91 867	ALEMANHA GERMANY	3.0	48 323
ESPAÑA SPAIN	57.9	552 518	ANGOLA ANGOLA	1.6	28 891
FRANÇA FRANCE	0.8	22 500	ESPAÑA SPAIN	378.8	3 398 087
			ITÁLIA ITALY	387.7	2 064 660
			OUTROS OTHERS	1.1	20 777
TOTAL	69.6	666 885	TOTAL	772.2	5 560 738

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports



*Punica granatum, L.***ROMÃ | POMEGRANATES****CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005****Área de Cultura:** 108 ha (INE)**Produção:** 408 t (INE)**Áreas de Mercado mais Representativas:** Algarve.**Varietades:** Mollar, De Elche, Dejativa, Asseria.

Factores Relevantes na Produção: A cultura da romãzeira está concentrada na região do Algarve, que tem uma representatividade de 86% e 96%, respectivamente na área e produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). A maioria da produção provém de árvores dispersas e em bordadura, sendo relativamente reduzido o número de pomares estremes.

Comercialização: De meados de Setembro a meados de Dezembro de 2005. Dada a natureza do sistema de produção, a concentração da oferta é reduzida e a qualidade dos frutos heterogénea, pelo que a sua comercialização é efectuada maioritariamente ao nível dos pequenos mercados regionais. Verificaram-se algumas dificuldades no escoamento da romã algarvia, sobretudo no caso dos frutos de calibre mais pequeno e coloração heterogénea. Esta situação é agravada pela presença de romã de Espanha, com qualidade e boa apresentação, a qual tem vindo a conquistar gradualmente o consumidor nacional.

Preços: Os preços da romã nos mercados de produção mantiveram-se estabilizados praticamente ao longo da campanha e foram inferiores aos do ano transacto. Nos mercados abastecedores verificaram-se algumas oscilações nos preços da romã, em função da qualidade e do calibre dos frutos, assim como da maior ou menor concorrência exercida pela romã de Espanha.

Comércio Internacional: Não existem dados oficiais do comércio internacional para a romã, pois esta não se encontra individualizada na Nomenclatura Combinada. Contudo, pelo contacto com operadores nacionais, constatou-se que as vendas ao exterior são nulas. Espanha é o principal fornecedor do mercado nacional, com uma quota que se estima ser de quase 100%.

Perspectivas: Não se prevêem investimentos nesta cultura.

**PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)****Crop Area:** 108 ha (INE)**Output:** 408 t (INE)**Most Representative Market Areas:** Algarve.**Varieties:** Mollar, De Elche, Dejativa, Asseria.

Relevant Production Factors: Pomegranate cultivation is concentrated in Algarve, which accounts for 86% and 96%, respectively, of total area and output in mainland Portugal (average for the 2001-05 period). Most fruits come from scattered, hedgerow trees, single-species orchards being relatively rare.

Marketing: From mid-September to mid-December 2005. Given the nature of the production system, supply concentration is reduced and fruit quality heterogeneous, and therefore marketing is mostly done in small regional markets. There were some marketing difficulties, particularly in the case of small fruits with heterogeneous colouring. The situation is worsened by fruits coming from Spain with good quality and presentation, which have been gradually winning the preference of Portuguese consumers.

Prices: Pomegranate prices in producer markets have remained virtually unchanged throughout the season and fell from the previous season. In wholesale markets, there were some price fluctuations related to fruit quality and size, and also to competition from Spanish fruits.

Foreign Trade: There are no official external trade data for pomegranate, since it is not singled out in the Combined Nomenclature. However, contacts with domestic operators lead us to conclude that exports are nonexistent. Spain is our major supplier, with a market share estimated at almost 100%.

Outlook: No investments are forecast for this crop.

ROMÃ | POMEGRANATES

Punica granatum, L.



ROMÃ • POMEGRANATES
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

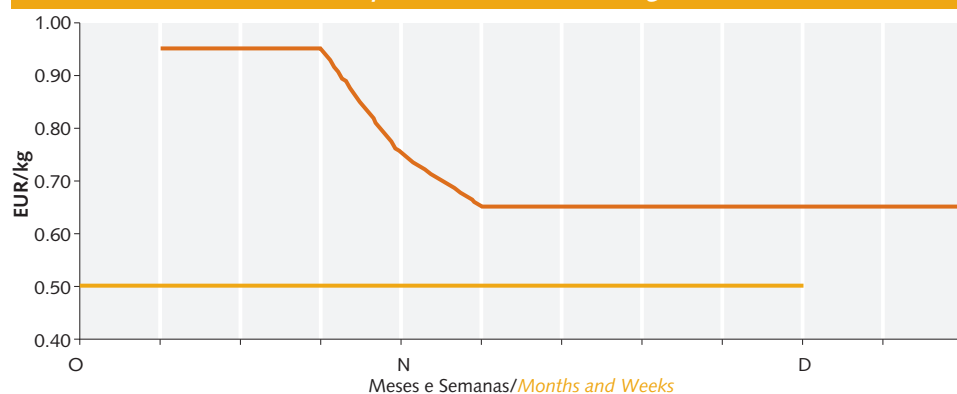


ROMÃ • POMEGRANATES
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Cal./Size: Grado/Large		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	0.95	0.50	-47
	0.95	0.50	-47
	0.95	0.50	-47
	0.75	0.50	-33
Nov/Nov	0.65	0.50	-23
	0.65	0.50	-23
	0.65	0.50	-23
	0.65	0.50	-23
Dez/Dec	0.65	0.50	-23
	0.65		
	0.65		

Fonte/Source: GPP-SIMA

ROMÃ • POMEGRANATES
Cal./Size: Grado/Large
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Source: GPPAA - SIMA

— 2004 — 2005

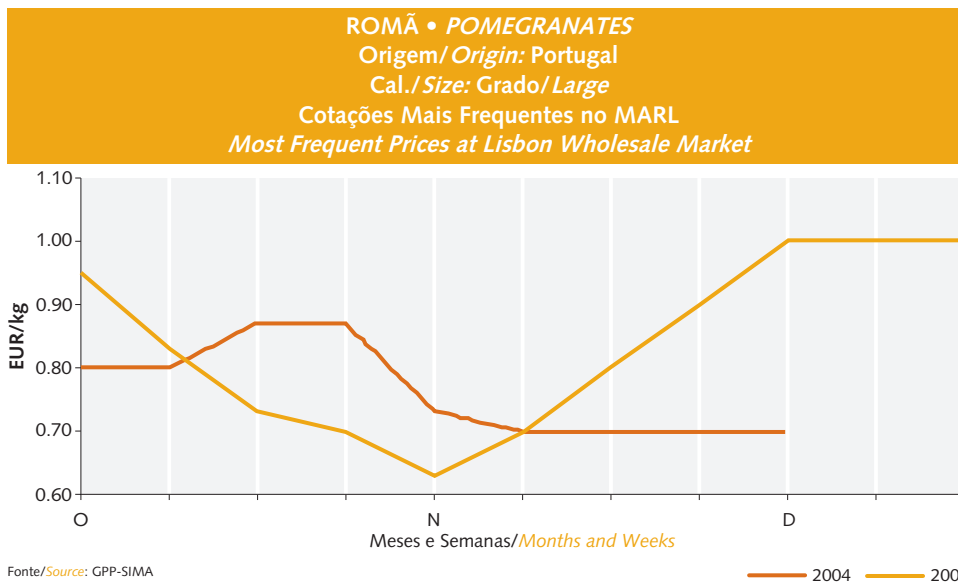
*Punica granatum, L.***ROMÃ | POMEGRANATES**

ROMÃ • POMEGRANATES Origem/ Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	Cal./ Size: Grado/ Large		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Out/Oct	0.80	0.95	19
	0.80	0.83	4
	0.87	0.73	-16
	0.87	0.70	-20
Nov/Nov	0.73	0.63	-14
	0.70	0.70	0
	0.70	0.80	14
	0.70	0.90	29
Dez/Dec	0.70	1.00	43
		1.00	
		1.00	

Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

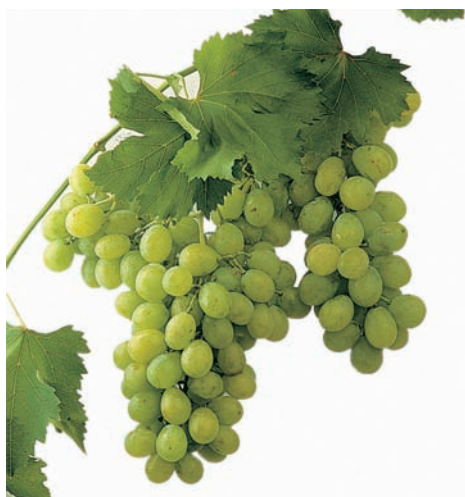


Fonte/Source: GPP-SIMA



UVA DE MESA | DESSERT GRAPES

Vitis vinifera, L. • Família | Family: Vitaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A Europa lidera a produção mundial de uva, com uma quota de quase 50%, destacando-se a Itália, a França e Espanha como os maiores produtores mundiais. A Ásia contribui com 25% na produção mundial, sendo a China e a Turquia os principais produtores. O Continente Americano contribui com cerca de 20% na produção mundial, sendo os Estados Unidos da América e a Argentina os maiores produtores.

Área de Cultura: 6 013 ha (INE)

Produção: 48 989 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve, Alenquer, Ribatejo, Palmela, Ferreira do Alentejo.

Castas: Cardinal, D. Maria, Itália, Pallière, Vitória, Red Globe, Moscatel, Black Magic, Crimson, Sagraone.

Fatores Relevantes na Produção: O Ribatejo e Oeste é a região de maior produção de uva de mesa, com uma representatividade de 57% na produção total do Continente (média do quinquénio 2001-05). Seguem-se-lhe as regiões do Algarve e do Alentejo, com quotas de 32% e 9%, respectivamente. As castas Alphonse Lavallée, Moscatel e Regina estão em declínio, sendo já pouco representativas. A tendência aponta para o incremento de castas sem grainha, como a Black Pearl, Sagraone e Crimson. A campanha de 2005 ficou marcada por uma quebra de 12% na produção, face à campanha de 2004, devido, em parte, à seca e às elevadas temperaturas que assolaram o país e que afectaram o desenvolvimento do fruto, que apresentou cachos com bagos de pequeno calibre.

Comercialização: A comercialização teve início em meados de Junho no Algarve, com a uva Cardinal, e terminou no início de Novembro, no Alentejo, com a uva Red Globe. Efectuou-se com alguma dificuldade, ao longo de toda a campanha, tendo havido a necessidade de recorrer a campanhas de promoção, em especial no caso da uva D. Maria. Esta situação, que se faz sentir há anos, em especial nos meses de Agosto e Setembro, resulta da forte concorrência, no mercado nacional, de uva de Espanha e Itália, na maioria das vezes com elevada qualidade, bem seleccionada e apresentada. A produção de uva sem grainha, ainda em reduzida escala, destina-se maioritariamente ao mercado inglês, grande apreciador deste tipo de uva.

Preços: Descida generalizada nos preços da uva, face à campanha de 2004. Para a uva Cardinal, a quebra foi em média de 15 a 20%. Para a uva D. Maria, a descida de preços foi muito acentuada a nível dos mercados de produção (-45%) e mais ligeira a nível dos mercados abastecedores (-5%). Para o consumidor, o preço pago em 2005 foi um pouco superior na uva Preta e sensivelmente idêntico na uva Branca.

Comércio Internacional: A balança comercial é muito deficitária. Contudo, o saldo negativo tem vindo a atenuar-se gradualmente, graças ao aumento das vendas ao exterior, especialmente a partir de 2003. No período de 2003 a 2005, o volume médio de vendas ao exterior totalizou 1,9 milhões de euros, contra os 364 mil euros facturados em média no triénio 2000-2002. Além de Espanha, a Itália, a França, a Bélgica, a Alemanha e a Federação Russa, são mercados onde a uva portuguesa está a ter boa aceitação. O principal fornecedor externo do mercado nacional é a Espanha, com uma quota superior a 60% e, em período de contra-estação, a África do Sul e o Chile.

Balço de Aprovisionamento: No quinquénio 2000-2004, o consumo humano de uva de mesa em Portugal estimava-se em 71,4 mil toneladas/ano e as compras ao exterior (36,6 mil toneladas/ano) representaram cerca de 45% dos recursos disponíveis anualmente.

Perspectivas: Prevê-se um aumento da produção, devido aos investimentos efectuados a nível de infra-estruturas e equipamento e ao aumento das áreas de produção, especialmente em Ferreira do Alentejo e em Palmela.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Europe leads the world grape production, with an almost 50% contribution. Italy, France and Spain stand out as the leading world producers. Asia contributes with approximately 25%, China and Turkey being its leading producers. America provides a 20% contribution to world output, the United States and Argentina being its leading producers.

Crop Area: 6 013 ha (INE)

Output: 48 989 t (INE)

Most Representative Market Areas: Algarve, Alenquer, Ribatejo, Palmela, Ferreira do Alentejo.

Vine varieties: Cardinal, D. Maria, Itália, Pallière, Vitória, Red Globe, Moscatel, Black Magic, Crimson, Sagraone.

Relevant Production Factors: Ribatejo e Oeste is the leading table grape producing region, accounting for 57% of total mainland Portugal output (average for the 2001-05 period). Algarve and Alentejo follow with contributions of 32% and 9%, respectively. The Alphonse Lavallée, Moscatel and Regina varieties are in decline and are not very significant anymore. There is an upward trend for seedless varieties, such as Black Pearl, Sagraone and Crimson. The 2005 season featured a 12% production fall from 2004, partly due to the drought and the high temperatures that affected the country, preventing proper growth and leading to small fruits being produced.

Marketing: Marketing started in mid-June in Algarve, with Cardinal grapes and it ended in the beginning of November in Alentejo, with Red Globe grapes. It was somewhat difficult throughout the year, particularly for D. Maria grapes, which required promotion campaigns. This situation, which has been happening for years now, particularly in August and September, results from the strong competition in the Portuguese market from Spanish and Italian grapes, which most of the times are of high quality, well sorted and well presented. The production of seedless grapes, although still small, is directed for the most part to the British market, where these varieties are extremely appreciated.

Prices: Overall price fall from 2004. For Cardinal grapes, the average fall was 15-20%. For D. Maria grapes, the price fall was very steep in producer markets (-45%) and slighter in wholesale markets (-5%). Consumer prices in 2005 were slightly up for Black grapes and much similar for White grapes.

Foreign trade: There is a very large trade deficit. However, this deficit has been gradually reduced, thanks to an increase in exports, particularly after 2003. Between 2003 and 2005, the average export volume totalled 1.9 million euros, as compared to an average 364 thousand euros for the 2000-2002 period. In addition to Spain, Italy, France, Belgium, Germany and the Russian Federation are markets where Portuguese grapes are well accepted. Spain is our major supplier, with a market share close to 60%. South Africa and Chile are also important off-season suppliers.

Supply Balance Sheet: During the 2000-2004 period, human consumption of grapes in Portugal was estimated at 71.4 thousand tonnes/year and imports (36.6 thousand tonnes/year) represented around 45% of available resources yearly.

Outlook: A production increase is expected, due to investments made in infrastructures and equipment and increasing production areas, particularly at Ferreira do Alentejo and Palmela.

Vitis vinifera, L. • Família | Family: Vitaceae

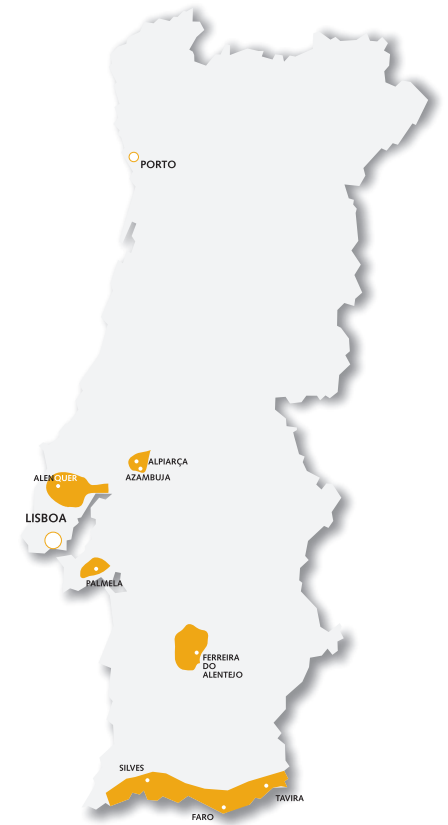
UVA DE MESA | DESSERT GRAPES

UVA DE MESA • DESSERT GRAPES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Ribatejo e Oeste												
Alentejo												
Algarve												

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

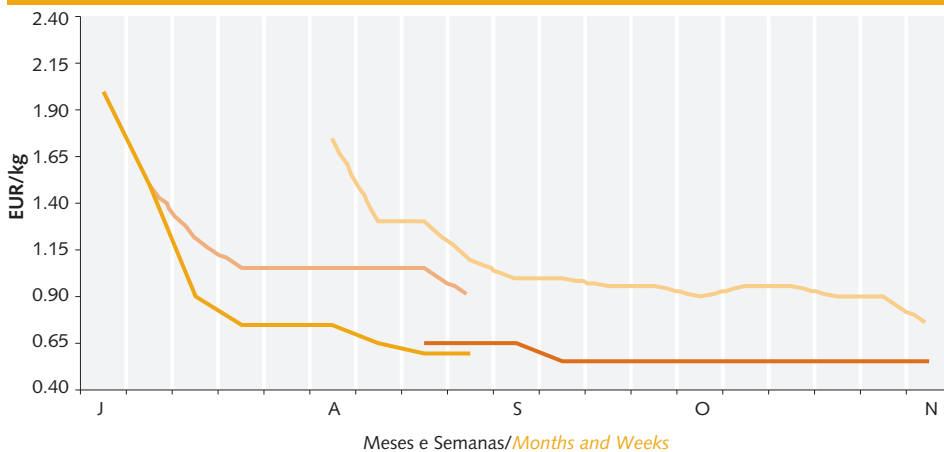


UVA DE MESA • DESSERT GRAPES Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	Cardinal			D. Maria		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jul/ <i>Jul</i>	1.50	2.00	0			
	1.20	0.90	-25			
	1.05	0.75	-29			
	1.05	0.75	-29			
Ago/ <i>Aug</i>	1.05	0.75	-29	1.75		
	1.05	0.65	-38	1.30		
	1.05	0.60	-43	1.30	0.65	-50
	0.90	0.60	-33	1.10	0.65	-41
Set/ <i>Sep</i>				1.00	0.65	-35
				1.00	0.55	-45
				0.95	0.55	-42
				0.95	0.55	-42
Out/ <i>Oct</i>				0.90	0.55	-39
				0.95	0.55	-42
				0.95	0.55	-42
				0.90	0.55	-39
Nov/ <i>Nov</i>				0.75	0.55	-27

Fonte/Source: GPP-SIMA

UVA DE MESA • DESSERT GRAPES Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Cardinal 2004 — D. Maria 2004
— Cardinal 2005 — D. Maria 2005

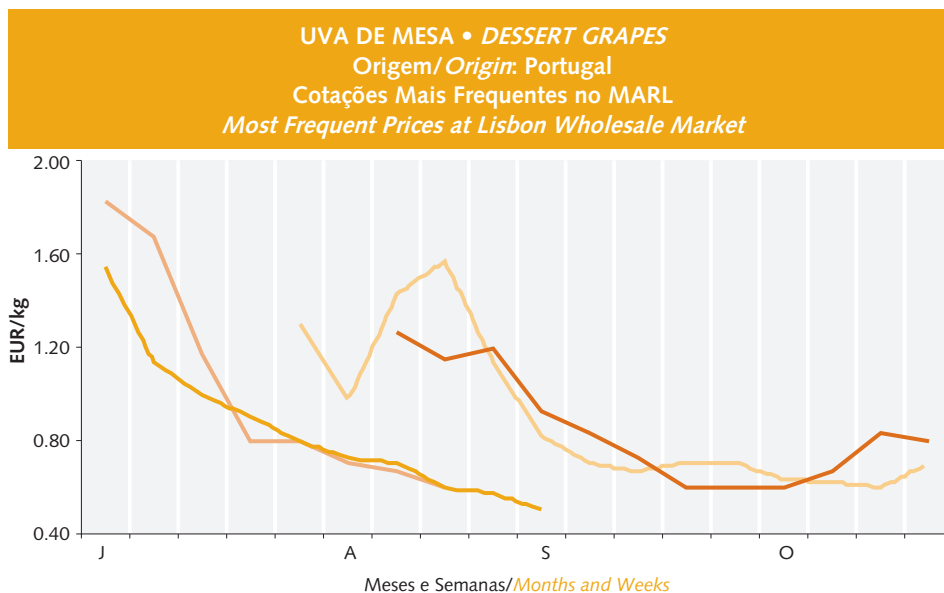
UVA DE MESA | DESSERT GRAPES

Vitis vinifera, L. • Família | Family: Vitaceae



UVA DE MESA • DESSERT GRAPES Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market						
MESES MONTHS	Cardinal			Dona Maria		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jul/Jul	1.83	1.55	-15			
	1.67	1.13	-32			
	1.17	1.00	-15			
	0.80	0.90	13	1.30		
	0.80	0.80	0	0.97		
Ago/Aug	0.70	0.73	4	1.43	1.27	-11
	0.67	0.70	4	1.57	1.15	-27
	0.60	0.60	0	1.13	1.20	6
		0.57		0.82	0.93	13
Set/Sep		0.50		0.70	0.83	19
				0.67	0.73	9
				0.70	0.60	-14
				0.70	0.60	-14
Out/Oct				0.63	0.60	-5
				0.62	0.67	8
				0.60	0.83	38
				0.70	0.80	14

Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Cardinal 2004 — D. Maria 2004
— Cardinal 2005 — D. Maria 2005

UVA DE MESA | DESSERT GRAPES

Vitis vinifera, L. • Família | Family: Vitaceae



PRODUÇÃO MUNDIAL DE UVA* / WORLD PRODUCTION OF GRAPES*								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/ <i>World</i>	7 525 126	100	7 535 739	100	63 447 600	100	67 070 746	100
Europa/ <i>Europe</i>	4 300 186	57	4 286 683	57	29 783 710	47	32 453 426	48
UE/EU 25			3 506 546	47			28 343 694	42
UE/EU 15	3 347 490	44			24 575 245	39		
Portugal	218 294	3	210 000	3	890 238	1	1 000 000	1
Alemanha/ <i>Germany</i>	98 270	1	98 000	1	1 119 000	2	1 120 000	2
Espanha/ <i>Spain</i>	1 172 797	16	1 176 133	16	7 265 635	11	7 286 300	11
França/ <i>France</i>	850 794	11	853 554	11	6 307 112	10	7 542 036	11
Grécia/ <i>Greece</i>	127 000	2	127 000	2	1 150 000	2	1 200 000	2
Itália/ <i>Italy</i>	836 114	11	839 721	11	7 482 936	12	8 691 970	13
Roménia/ <i>Romania</i>	223 079	3	202 750	3	1 078 000	2	1 230 398	2
África/ <i>Africa</i>	330 973	4	329 713	4	3 657 350	6	3 687 739	5
África do Sul/ <i>South Africa</i>	120 811	2	120 800	2	1 663 530	3	1 682 951	3
Egipto/ <i>Egypt</i>	57 214	1	58 193	1	1 196 852	2	1 275 288	2
Ásia/ <i>Asia</i>	1 824 323	24	1 841 351	24	16 135 728	25	16 638 276	25
China	424 077	6	438 133	6	5 268 061	8	5 532 884	8
Índia/ <i>India</i>	60 000	1	60 000	1	1 150 000	2	1 200 000	2
Irão/ <i>Iran, Islamic Republic of</i>	275 000	4	275 000	4	2 800 000	4	2 800 000	4
Turquia/ <i>Turkey</i>	530 000	7	530 000	7	3 600 000	6	3 500 000	5
América do Norte e Central/ <i>North & Central America</i>	435 082	6	428 387	6	6 552 765	10	6 202 546	9
EUA/ <i>USA</i>	384 860	5	377 572	5	6 026 917	9	5 653 336	8
América do Sul/ <i>South America</i>	476 290	6	480 932	6	5 744 708	9	5 907 794	9
Argentina	208 731	3	208 000	3	2 370 000	4	2 365 000	4
Brasil/ <i>Brazil</i>	68 432	1	71 100	1	1 067 420	2	1 283 200	2
Chile	172 000	2	175 000	2	1 985 000	3	1 900 000	3
Oceania	158 272	2	168 673	2	1 573 339	2	2 180 965	3
Austrália/ <i>Australia</i>	142 793	2	150 561	2	1 496 939	2	2 014 965	3

* Uva de mesa e uva para produção de vinho/*Dessert grapes and wine grapes*
 Fonte/*Source*: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/*aggregated data for 2005 not available*)



- Comércio Internacional Português de Frutos
- Balanços de Aprovisionamento de Frutos em Portugal
- Preços no Consumidor de Frutos em Portugal

- *Portuguese Foreign Trade in Fruits*
- *Fruits Supply Balance Sheets in Portugal*
- *Fruits Consumer Prices in Portugal*

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE FRUTOS* (Tonelada)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN FRUITS* (Tonne)

PRODUTO PRODUCT	2 0 0 1		2 0 0 2		2 0 0 3		2 0 0 4		2 0 0 5**	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
ABACATE AVOCADOS	319.8	0.7	219.5	2.3	229.0	1.3	405.8	0.2	1 258.9	87.3
AMEIXA FRESCA FRESH PLUMS	4 619.9	800.1	4 119.5	1 729.5	4 085.6	3 015.0	5 703.8	2 439.5	6 186.7	4 110.6
AMÊNDOA ALMONDS	488.4	1 718.0	199.4	3 335.4	244.3	1 432.1	218.1	726.3	45.1	1 005.6
AMÊNDOA S/ CASCA SHELLED ALMONDS	1 327.6	213.6	1 318.3	225.9	1 549.6	329.4	2 273.3	292.3	1 826.8	272.3
ANANÁS/ABACAXI PINEAPPLES	14 996.2	2 352.5	29 811.1	14 847.6	42 022.5	25 868.0	41 495.6	22 662.9	40 070.8	16 646.5
AVELÃ HAZELNUTS	55.6	40.8	55.4	6.2	18.3	2.5	22.1	2.0	42.8	1.6
AVELÃ S/ CASCA SHELLED HAZELNUTS	166.3	4.3	130.3	3.6	152.0	7.5	117.7	4.1	119.3	3.1
BANANA FRESCA FRESH BANANAS	198 299.7	51 493.3	176 597.8	27 244.9	160 326.6	32 009.4	161 362.0	35 564.6	163 422.6	53 545.7
CAJU/CAST. MARANHÃO CASHEW/MARANHÃO NUTS	421.0	10.0	652.0	19.0	532.8	6.4	626.2	3.9	635.8	4.9
CASTANHA CHESTNUTS	972.1	10 066.3	1 087.6	10 926.3	1 864.3	13 646.5	1 946.4	8 593.5	1 238.2	4 398.4
CEREJA CHERRIES	1 405.7	3.8	1 276.3	9.9	1 863.3	10.0	1 738.9	6.0	1 473.3	173.8
CLEMENTINA CLEMENTINES	4 502.0	60.2	3 444.9	113.6	3 487.9	73.3	3 855.1	2 698.5	4 038.0	2 374.9
CÓCO COCONUTS	2 452.5	171.2	2 715.5	238.0	2 898.4	255.9	2 664.7	231.1	2 574.4	232.7
DAMASCO APRICOTS	1 355.1	1.0	1 610.2	0.7	1 342.3	0.5	958.1	0.6	1 047.7	11.3
FIGO FRESCO FRESH FIGS	197.8	0.1	614.3	23.6	332.4	1.3	332.7	80.2	97.7	0.3
FIGO SECO DRIED FIGS	1 238.4	141.2	1 209.0	75.6	1 416.3	50.7	1 538.3	71.8	1 983.5	37.7
GOIABA/MANGA GUAVAS/MANGOS	15 413.5	165.1	15 788.5	298.9	20 181.0	185.3	17 490.9	545.7	16 736.2	350.2
KIWI KIWI FRUIT	9 796.3	423.7	9 903.6	240.1	10 217.5	1 296.9	9 162.6	1 870.5	9 990.2	2 603.3
LARANJA ORANGES	50 954.4	1 974.6	24 227.8	1 149.5	23 654.9	1 050.5	30 191.0	5 785.1	27 596.7	12 611.8
LIMÃO LEMONS	8 792.5	542.9	5 602.9	168.9	6 914.9	76.2	6 122.3	290.8	6 609.0	685.3
MAÇÃ APPLES	82 766.7	9 419.9	73 415.4	10 626.5	67 285.8	10 497.7	75 983.7	10 558.8	74 217.5	7 634.3
MAMÃO/PAPAIA PAPAYAS	3 186.1	12.4	3 949.6	33.2	5 351.2	142.9	5 788.7	212.0	5 727.3	109.9
MANDARINA/TANGERINA MANDARINS/TANGERINES	1 319.9	33.2	2 423.6	75.8	3 096.2	178.8	4 202.8	642.7	4 133.1	437.8
MELANCIA WATERMELONS	8 492.4	329.5	7 040.7	11.7	8 411.1	157.2	10 706.9	2 494.5	10 711.1	881.3
MELÃO MELONS	39 011.8	251.2	41 645.2	1 183.5	45 323.5	1 293.0	51 740.2	4 217.2	46 024.8	1 398.4
MORANGO STRAWBERRIES	5 071.1	291.4	5 401.0	450.2	5 845.4	823.3	6 699.4	1 760.6	6 474.8	1 120.1
NOZ WALNUTS	1 337.9	39.5	924.5	32.7	1 361.3	20.3	1 033.5	38.0	1 376.2	42.0
NOZ S/ CASCA SHELLED WALNUTS	756.6	12.2	622.9	10.1	733.6	14.8	727.6	19.6	869.5	21.8
OUT. CITRINOS FRESCOS OTHER FRESH CITRUS FRUITS	1 813.8	141.2	1 208.0	80.3	1 772.6	124.5	2 327.3	312.7	3 052.7	463.4
OUT. FRUTOS SECOS OTHER NUTS	42.4	1 439.0	61.2	60.2	69.4	334.1	87.6	1 896.6	84.5	1 427.9
PASSAS DE UVA RAISINS	2 447.7	80.4	1 663.5	88.7	2 046.1	66.8	2 126.0	79.5	2 240.9	53.8
PÊRA PEARS	20 399.2	28 165.6	18 536.7	36 507.1	22 020.1	23 132.1	22 640.3	30 875.0	20 914.4	45 351.4
PÊSEGO/NECTARINA PEACHES/NECTARINES	33 497.9	633.5	30 955.1	788.0	26 223.7	890.8	33 930.3	866.9	30 937.3	1 272.9
PINHÃO PINE NUTS	128.1	13 562.1	47.1	6 331.4	201.0	13 777.0	180.2	298.5	69.6	772.2
PISTÁCIO PISTACHIOS	380.6	1.2	355.7	0.3	400.1	1.6	435.0	1.7	454.1	1.6
UVA GRAPES	26 901.4	370.9	29 332.0	304.6	27 965.6	1 035.5	28 166.8	3 066.1	27 765.4	1 221.3
OUTROS FRUTOS OTHER FRUITS	11 072.9	9 756.8	9 629.9	8 155.2	9 349.8	2 599.6	9 435.9	2 989.5	10 879.7	2 576.0
TOTAL DE FRUTOS TOTAL FRUITS	556 401.2	134 723.5	507 795.8	125 399.0	510 790.5	134 408.9	544 437.5	142 199.6	532 926.6	163 943.6

*Apenas se incluem aqui os frutos frescos ou refrigerados das posições 0801 a 0810 da N.C./Only fresh or chilled fruits under CN's 0801 to 0810 positions are included.

**Dados provisórios/Provisional data

Fonte/Source: I.N.E.

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE FRUTOS* (EUR)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN FRUITS* (EUR)

PRODUTO PRODUCT	2 0 0 1		2 0 0 2		2 0 0 3		2 0 0 4		2 0 0 5**	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
ABACATE AVOCADOS	439 423	1 411	336 272	3 368	365 316	2 181	517 680	383	1 309 787	109 135
AMEIXA FRESCA FRESH PLUMS	4 680 532	926 028	3 893 697	1 558 527	4 011 038	2 646 971	6 620 052	2 680 270	4 985 711	2 662 459
AMÊNDOA ALMONDS	1 981 657	1 637 122	692 554	2 606 158	1 006 241	1 259 247	1 007 707	746 545	196 229	1 174 994
AMÊNDOA S/ CASCA SHELLED ALMONDS	4 494 513	731 708	4 799 178	675 757	5 851 991	1 167 594	10 144 602	1 007 688	10 387 485	1 712 955
ANANÁS/ABACAXI PINEAPPLES	15 462 178	3 001 863	35 192 742	20 189 421	45 079 114	29 379 972	39 309 897	19 467 462	31 685 190	11 753 078
AVELÃ HAZELNUTS	98 959	73 985	97 874	18 098	40 933	11 239	53 074	8 032	148 954	8 476
AVELÃ S/ CASCA SHELLED HAZELNUTS	561 038	32 377	367 443	19 644	499 424	54 022	606 415	35 651	907 801	40 511
BANANA FRESCA FRESH BANANAS	125 152 903	41 445 794	97 324 091	18 175 382	81 958 925	20 103 586	77 892 533	22 711 385	100 744 250	39 738 318
CAJU/CAST. MARANHÃO CASHEW/MARANHÃO NUTS	1 681 759	53 794	2 003 024	73 897	1 394 310	40 000	2 258 799	20 577	2 492 706	36 040
CASTANHA CHESTNUTS	913 846	13 727 471	1 503 237	16 639 984	2 017 687	15 986 643	2 347 446	10 146 910	1 634 563	7 742 473
CEREJA CHERRIES	2 613 331	11 264	2 798 779	36 164	4 433 180	31 308	4 059 076	23 383	3 235 537	391 882
CLEMENTINA CLEMANTINES	2 829 880	53 837	1 948 334	72 551	2 214 470	66 451	2 296 912	1 146 043	2 218 634	1 186 940
CÓCO COCONUTS	1 857 717	219 989	2 581 497	345 663	2 292 836	332 851	2 006 241	280 189	2 266 918	293 765
DAMASCO APRICOTS	1 408 046	1 955	1 308 320	3 656	1 632 414	1 717	1 269 492	1 313	1 017 332	15 394
FIGO FRESCO FRESH FIGS	242 464	475	613 952	21 866	396 466	2 055	343 252	83 249	181 682	1 353
FIGO SECO DRIED FIGS	1 873 209	373 735	2 044 372	274 081	2 135 712	212 302	2 231 012	187 643	3 120 896	138 021
GOIABA/MANGA GUAVA/MANGOS	16 965 190	210 490	15 672 545	309 268	18 726 194	196 265	18 279 158	461 809	19 723 990	351 337
KIWI KIWI FRUIT	9 620 223	461 770	11 489 865	321 681	13 196 140	1 568 506	10 666 691	2 258 723	10 087 993	2 348 907
LARANJA ORANGES	23 294 371	1 203 949	10 352 541	510 017	11 363 773	493 013	15 983 382	2 216 387	11 637 343	4 796 843
LIMÃO LEMONS	4 552 362	359 664	2 545 667	102 582	3 939 017	54 835	3 216 235	173 529	4 253 897	419 139
MAÇÃ APPLES	47 217 522	3 140 918	44 345 815	2 558 600	44 051 433	3 491 449	50 248 507	4 600 682	44 672 075	2 673 978
MAMÃO/PAPAIA PAPAYAS	5 655 626	23 074	5 740 455	55 218	6 263 701	159 473	7 335 144	327 307	8 064 437	146 794
MANDARINA/TANGERINA MANDARINS/TANGERINES	1 010 324	29 778	1 385 802	49 783	1 901 586	170 211	2 234 652	248 588	2 532 868	318 582
MELANCIA WATERMELONS	2 713 646	64 305	1 673 316	3 763	2 887 981	82 303	3 352 446	442 897	2 721 791	388 445
MELÃO MELONS	18 413 832	147 576	18 296 379	1 050 233	20 164 371	895 111	22 103 823	1 948 554	19 449 574	787 845
MORANGO STRAWBERRIES	6 206 371	873 308	7 361 160	751 686	7 666 257	1 670 751	8 597 483	3 572 156	8 103 851	2 140 552
NOZ WALNUTS	3 114 346	134 376	2 178 252	121 554	2 458 160	62 448	1 924 400	105 676	2 802 737	134 625
NOZ S/ CASCA SHELLED WALNUTS	3 467 072	147 124	2 870 330	98 823	2 931 713	133 342	3 197 382	164 489	4 796 827	187 700
OUT. CITRINOS FRESCOS OTHER FRESH CITRUS FRUITS	1 288 930	109 596	975 322	59 924	1 330 209	88 438	1 607 646	199 376	2 295 034	394 778
OUT. FRUTOS SECOS OTHER NUTS	108 648	502 995	228 078	65 443	154 831	304 135	218 246	1 515 211	265 394	1 715 748
PASSAS DE UVA RAISINS	2 197 507	222 914	1 709 129	159 232	2 214 700	160 372	2 391 408	171 191	2 588 097	141 077
PÊRA PEARS	13 972 668	18 994 116	13 041 095	23 129 352	14 647 320	17 994 791	15 692 863	21 982 742	13 157 899	26 133 235
PÊSSEGO/NECTARINA PEACHES/NECTARINES	24 923 859	560 016	19 546 007	656 045	23 304 604	1 020 956	25 678 884	889 795	17 945 543	992 922
PINHÃO PINE NUTS	568 015	9 490 623	640 211	7 303 056	1 143 271	11 899 892	894 790	3 939 890	666 885	5 560 738
PISTÁCIO PISTACHIOS	1 627 350	10 036	1 495 977	2 841	1 349 709	11 798	1 629 707	11 819	2 301 654	13 192
UVA GRAPES	27 264 722	521 869	28 084 283	413 573	27 679 234	965 990	29 099 480	3 049 011	30 058 957	1 678 204
OUTROS FRUTOS OTHER FRUITS	9 215 688	2 438 426	9 226 312	1 650 762	9 826 922	1 393 099	10 054 063	2 142 350	10 145 472	1 992 244
TOTAL DE FRUTOS TOTAL FRUITS	389 689 725	101 939 730	356 363 907	100 087 653	372 531 183	114 115 317	387 370 580	108 968 905	384 805 993	120 322 679

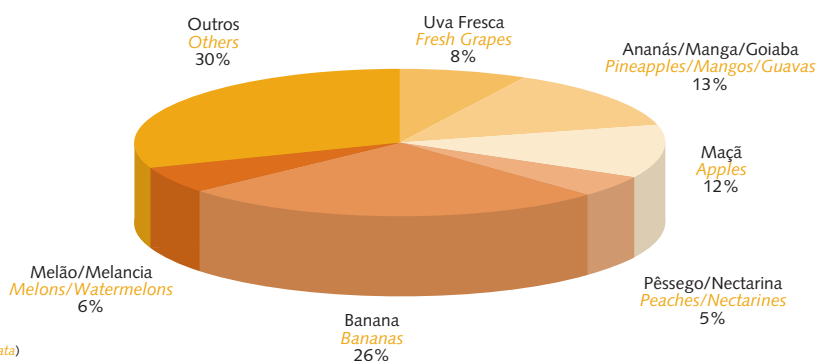
*Apenas se incluem aqui os frutos frescos ou refrigerados das posições 0801 a 0810 da N.C./Only fresh or chilled fruits under CN's 0801 to 0810 positions are included.

**Dados provisórios/Provisional data

Fonte/Source: I.N.E.

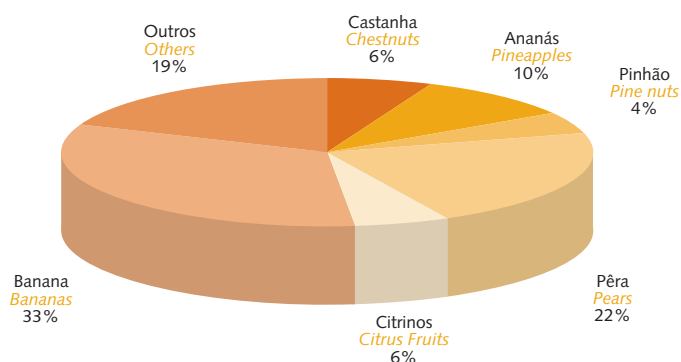
COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMPOSIÇÃO DA ENTRADA DE FRUTOS • COMPOSITION OF FRUIT IMPORTS - Total: 384 805 993 EUR - 2005



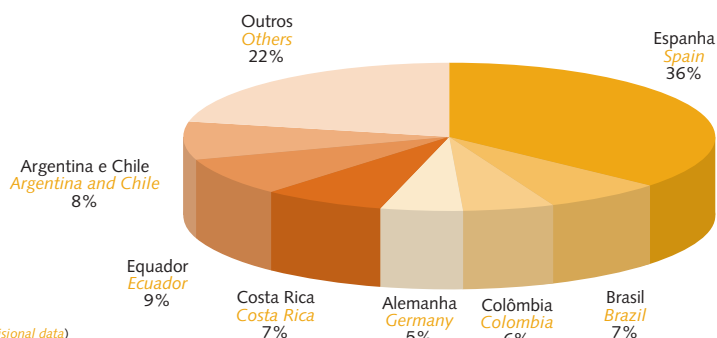
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

COMPOSIÇÃO DA SAÍDA DE FRUTOS • COMPOSITION OF FRUIT EXPORTS - Total: 120 322 679 EUR - 2005



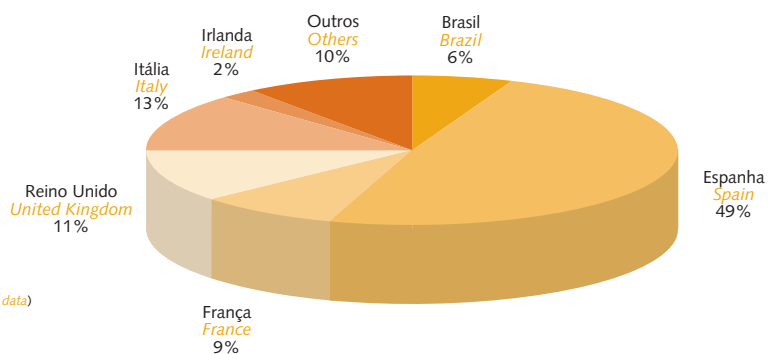
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

ORIGEM DA ENTRADA DE FRUTOS • ORIGIN OF FRUIT IMPORTS - Total: 384 805 993 EUR - 2005



Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

DESTINO DA SAÍDA DE FRUTOS • DESTINATION OF FRUIT EXPORTS - Total: 120 322 679 EUR - 2005



Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

BALANÇOS DE APROVISIONAMENTO | SUPPLY BALANCE SHEETS - PORTUGAL

BALANÇOS DE APROVISIONAMENTO DOS FRUTOS • FRUITS SUPPLY BALANCE SHEETS										
Portugal										
1000 toneladas/ 1000 tonnes										
Campanhas Years (a)	Produção Utilizável Usable Production	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation			Consumo per Capita Per Capita Consumption (Kg)	Grau de Auto- Aprovisionamento Degree of Self-Sufficiency (%)
		Entradas Imports	Saídas Exports			Total Total	Perdas Losses	Consumo Humano Human Consumption		
TOTAL FRUTOS/TOTAL FRUITS										
1997-98	1 046	459	133	1 372	23	1 349	145	1 187	119.2	77.5
1998-99	758	591	88	1 261	-28	1 289	117	1 161	116.3	58.8
1999-00	1 006	554	120	1 440	34	1 406	127	1 264	126.4	71.6
2000-01	957	645	140	1 462	22	1 440	150	1 276	124.3	66.5
2001-02	903	637	146	1 394	-20	1 414	124	1 277	123.6	63.9
2002-03 (b)	1 064	616	162	1 518	31	1 487	159	1 312	126.1	71.6
FRUTOS FRESCOS EXCLUINDO CITRINOS/FRESH FRUITS EXCEPT CITRUS FRUITS										
1997-98	732	351	100	983	15	968	85	866	87.0	75.6
1998-99	392	465	38	819	-21	840	39	790	79.2	46.7
1999-00	655	425	76	1 004	25	979	92	872	85.5	66.9
2000-01	571	522	94	999	25	974	83	877	85.5	58.6
2001-02	565	513	119	959	-10	969	75	881	85.3	58.3
2002-03 (b)	642	514	123	1 033	30	1 003	82	905	87	64.0
CITRINOS/CITRUS FRUITS										
1997-98	266	83	19	330	0	330	59	271	27.3	80.6
1998-99	326	98	26	398	0	398	78	320	32.1	81.9
1999-00	274	97	19	352	0	352	33	319	31.9	77.8
2000-01	314	93	15	392	0	392	65	327	31.9	80.1
2001-02	284	97	6	375	0	375	48	327	31.7	75.7
2002-03 (b)	349	72	11	410	0	410	75	335	32.2	85.1
FRUTOS DE CASCA RIJA/NUTS										
1997-98	45	21	14	52	8	44	1	43	4.3	102.3
1998-99	38	23	24	37	-7	44	0	44	4.4	86.4
1999-00	74	26	25	75	9	63	2	64	6.4	112.1
2000-01	69	24	31	62	-3	65	2	63	6.1	106.2
2001-02	51	22	21	52	-10	62	1	61	5.9	82.3
2002-03 (b)	70	25	28	67	1	66	2	64	6.1	106.1
FRUTOS SECADOS/DRIED FRUITS										
1997-98	3	4	0	7	0	7	0	7	0.7	42.9
1998-99	2	5	0	7	0	7	0	7	0.7	28.6
1999-00	3	6	0	9	0	9	0	9	0.9	33.3
2000-01	3	6	0	9	0	9	0	9	0.9	33.3
2001-02	3	5	0	8	0	8	0	8	0.8	37.5
2002-03 (b)	3	5	0	8	0	8	0	8	0.8	37.5

(a) Período de referência: Julho do ano n a Junho do ano n+1 (excepto a laranja)/Reference period: July year n to June year n+1 (except oranges)

(b) Dados provisórios/Provisional data

Fonte/Source: I.N.E

BALANÇOS DE APROVISIONAMENTO | SUPPLY BALANCE SHEETS - PORTUGAL

BALANÇOS DE MERCADO DE FRUTOS, POR ESPÉCIE • FRUITS MARKET BALANCE SHEETS BY SPECIES								
Portugal								
Campanhas Years (a)	Saídas da Agricultura Farm Output	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation		
		Entradas Imports	Saídas Exports			Total Total	Perdas Losses	Consumo Humano Human Consumption
MAÇÃ/ APPLES								
1997-98	258	54	18	294	8	286	15	271
1998-99	149	102	8	243	-11	254	4	250
1999-00	266	87	16	337	16	321	35	286
2000-01	204	103	14	293	-5	298	10	288
2001-02	238	96	16	318	8	310	18	292
2002-03	270	88	15	343	5	338	20	318
2003-04	259	91	18	332	1	331	14	317
2004-05 (b)	250	96	14	332	1	331	14	317
PÊRA/ PEARS								
1997-98	157	23	41	139	23	116	18	98
1998-99	18	40	5	53	-9	62	0	62
1999-00	118	27	30	115	3	113	15	98
2000-01	128	32	23	137	17	120	17	103
2001-02	128	37	41	124	4	120	17	104
2002-03	113	32	37	108	-5	113	13	101
2003-04	81	38	22	97	-5	102	10	92
2004-05 (b)	169	34	46	157	15	142	25	117
PÊSSEGO/ PEACHES								
1997-98	85	10	1	94	0	94	14	80
1998-99	59	22	1	80	0	80	7	73
1999-00	64	19	0	83	0	83	8	75
2000-01	57	26	0	83	0	83	8	75
2001-02	24	34	1	57	0	57	1	56
2002-03	54	31	1	84	0	84	8	76
2003-04	51	26	1	76	0	76	3	73
2004-05 (b)	47	34	1	80	0	80	5	75
UVA DE MESA/ DESSERT GRAPES								
1997-98	55	27	1	81	0	81	10	71
1998-99	36	35	1	70	0	70	8	62
1999-00	50	30	1	79	0	79	10	69
2000-01	48	37	2	83	0	83	10	73
2001-02	47	38	2	83	0	83	10	73
2002-03 (b)	52	43	2	93	0	93	13	80
LARANJA/ ORANGES								
1997-98	192	57	23	226	0	226	28	198
1998-99	245	70	21	294	0	294	48	246
1999-00	192	62	21	233	0	233	5	228
2000-01	230	78	13	295	0	295	45	250
2001-02	200	54	8	246	0	246	10	236
2002-03	250	51	16	285	0	285	32	253
2003-04	249	57	27	279	0	279	25	254
2004-05 (b)	225	61	25	261	0	261	12	249

(a) Período de referência: Abril do ano n a Março do ano n+1 (laranja: Outubro do ano n a Setembro do ano n+1)/Reference period: April year n to March year n+1 (oranges: October year n to September year n+1)

(b) Dados provisórios/Provisional data

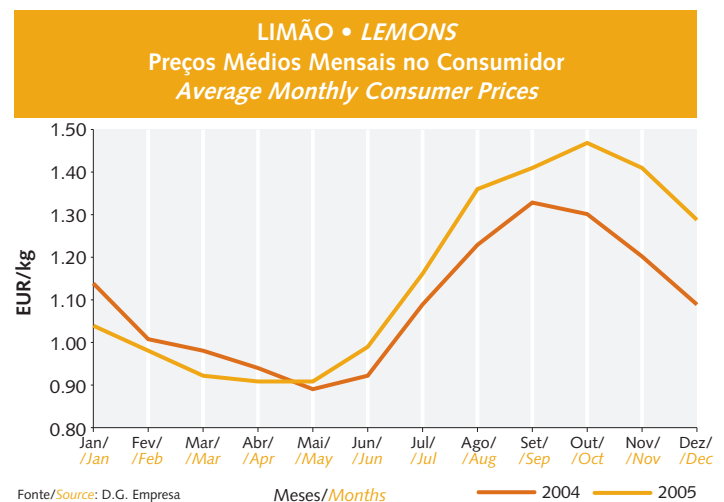
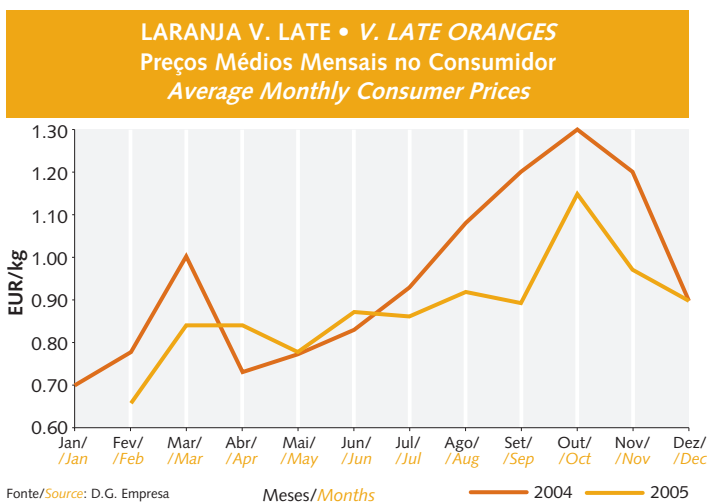
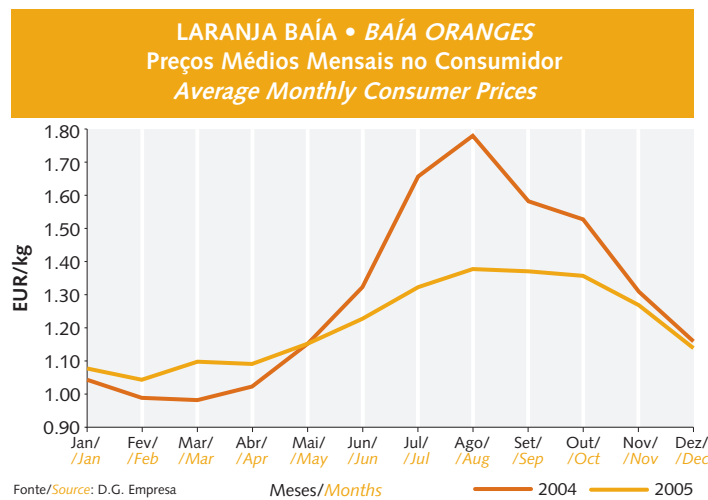
Fonte/Source: I.N.E.

PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - FRUTAS FRESCAS (EUR/Kg)
CONSUMER PRICES - FRESH FRUITS (EUR/Kg)

Meses Months	Laranja Baía Baía Oranges			Laranja V. Late V. Late Oranges			Limão Lemons		
	2004	2005	Var. % 05/04	2004	2005	Var. % 05/04	2004	2005	Var. % 05/04
Jan/ <i>Jan</i>	1.04	1.08	3.8	0.70			1.14	1.04	-8.8
Fev/ <i>Feb</i>	0.99	1.04	5.1	0.78	0.66	-15.4	1.01	0.98	-3.0
Mar/ <i>Mar</i>	0.98	1.10	12.2	1.00	0.84	-16.0	0.98	0.92	-6.1
Abr/ <i>Apr</i>	1.02	1.09	6.9	0.73	0.84	15.1	0.94	0.91	-3.2
Mai/ <i>May</i>	1.15	1.15	0.0	0.77	0.78	1.3	0.89	0.91	2.2
Jun/ <i>Jun</i>	1.32	1.23	-6.8	0.83	0.87	4.8	0.92	0.99	7.6
Jul/ <i>Jul</i>	1.66	1.32	-20.5	0.93	0.86	-7.5	1.09	1.16	6.4
Ago/ <i>Aug</i>	1.78	1.38	-22.5	1.08	0.92	-14.8	1.23	1.36	10.6
Set/ <i>Sep</i>	1.58	1.37	-13.3	1.20	0.89	-25.8	1.33	1.41	6.0
Out/ <i>Oct</i>	1.53	1.36	-11.1	1.30	1.15	-11.5	1.30	1.47	13.1
Nov/ <i>Nov</i>	1.31	1.27	-3.1	1.20	0.97	-19.2	1.20	1.41	17.5
Dez/ <i>Dec</i>	1.16	1.14	-1.7	0.90	0.90	0.0	1.09	1.29	18.3
Média Anual <i>Annual Average</i>	1.29	1.21	-6.2	0.95	0.88	-7.4	1.09	1.15	5.5

Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa

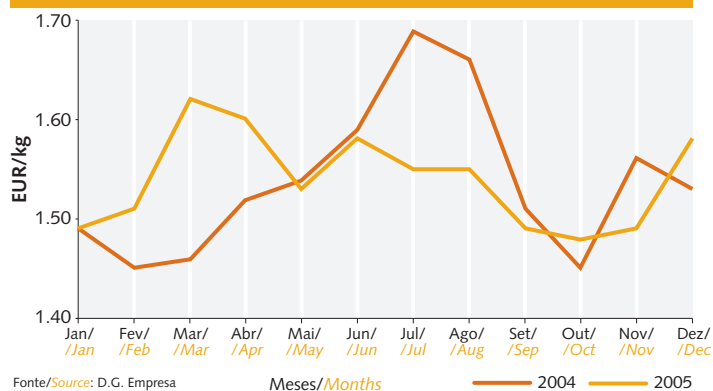


PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - FRUTAS FRESCAS (EUR/Kg)
CONSUMER PRICES - FRESH FRUITS (EUR/Kg)

Meses Months	Maçã Golden Delicious Golden Delicious Apples			Maçã Starking Starking Apples			Pêra Rocha Rocha Pears		
	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04
Jan/Jan	1.49	1.49	0.0	1.52	1.52	0.0	1.63	1.47	-9.8
Fev/Feb	1.45	1.51	4.1	1.56	1.53	-1.9	1.63	1.43	-12.3
Mar/Mar	1.46	1.62	11.0	1.61	1.67	3.7	1.67	1.53	-8.4
Abr/Apr	1.52	1.60	5.3	1.59	1.68	5.7	1.76	1.50	-14.8
Mai/May	1.54	1.53	-0.6	1.62	1.62	0.0	1.81	1.44	-20.4
Jun/Jun	1.59	1.58	-0.6	1.63	1.61	-1.2	1.59	1.51	-5.0
Jul/Jul	1.69	1.55	-8.3	1.65	1.53	-7.3		1.37	
Ago/Aug	1.66	1.55	-6.6	1.74	1.44	-17.2	1.67	1.54	-7.8
Set/Sep	1.51	1.49	-1.3	1.64	1.48	-9.8	1.49	1.47	-1.3
Out/Oct	1.45	1.48	2.1	1.57	1.43	-8.9	1.46	1.43	-2.1
Nov/Nov	1.56	1.49	-4.5	1.56	1.43	-8.3	1.47	1.48	0.7
Dez/Dec	1.53	1.58	3.3	1.57	1.50	-4.5	1.47	1.54	4.8
Média Anual Annual Average	1.54	1.54	0.0	1.61	1.54	-4.3	1.60	1.48	-7.5

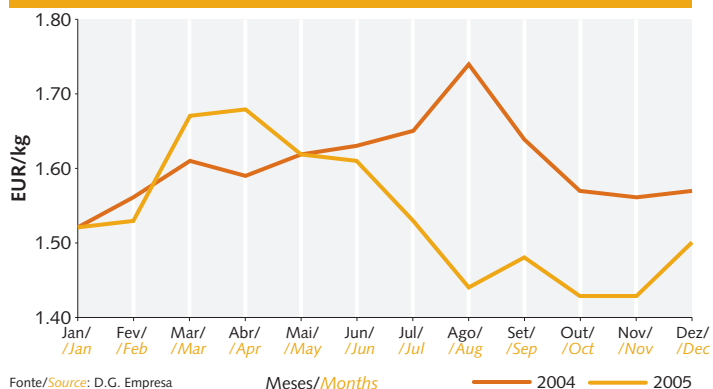
Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa

MAÇÃ GOLDEN DELICIOUS • GOLDEN DELICIOUS APPLES
Preços Médios Mensais no Consumidor
Average Monthly Consumer Prices

Fonte/Source: D.G. Empresa

Meses/Months

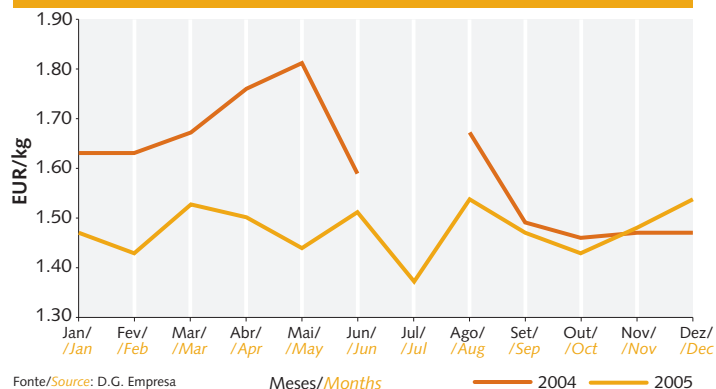
— 2004 — 2005

MAÇÃ STARKING • STARKING APPLES
Preços Médios Mensais no Consumidor
Average Monthly Consumer Prices

Fonte/Source: D.G. Empresa

Meses/Months

— 2004 — 2005

PÊRA ROCHA • ROCHA PEARS
Preços Médios Mensais no Consumidor
Average Monthly Consumer Prices

Fonte/Source: D.G. Empresa

Meses/Months

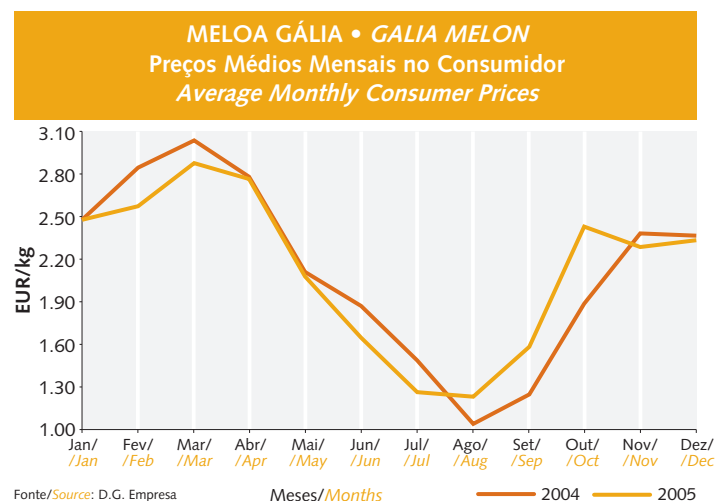
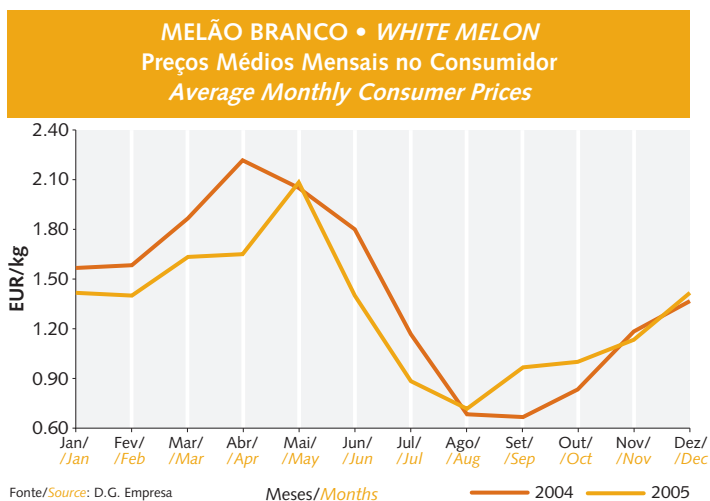
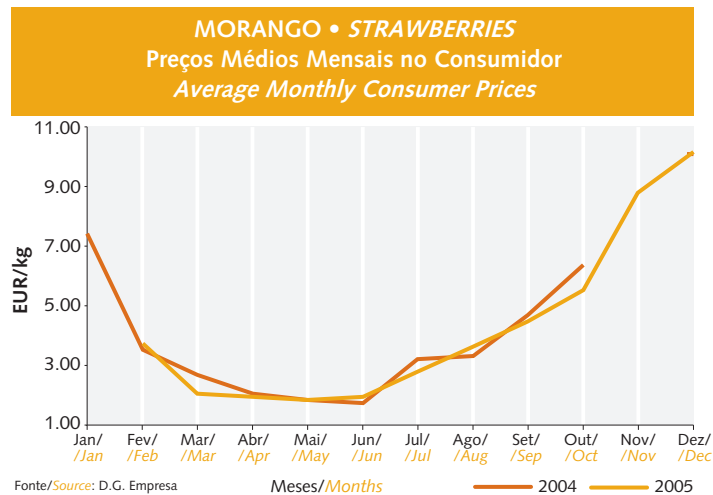
— 2004 — 2005

PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - FRUTAS FRESCAS (EUR/Kg)
CONSUMER PRICES - FRESH FRUITS (EUR/Kg)

Meses Months	Morango Strawberries			Melão Branco White Melon			Meloá Gália Galia Melon		
	2004	2005	Var. % 05/04	2004	2005	Var. % 05/04	2004	2005	Var. % 05/04
Jan/Jan	7.45			1.56	1.41	-9.6	2.47	2.48	0.4
Fev/Feb	3.57	3.73	4.5	1.59	1.40	-11.9	2.84	2.57	-9.5
Mar/Mar	2.64	2.04	-22.7	1.87	1.64	-12.3	3.03	2.87	-5.3
Abr/Apr	2.07	1.97	-4.8	2.21	1.65	-25.3	2.78	2.76	-0.7
Mai/May	1.81	1.79	-1.1	2.05	2.08	1.5	2.11	2.08	-1.4
Jun/Jun	1.77	1.99	12.4	1.80	1.40	-22.2	1.86	1.64	-11.8
Jul/Jul	3.19	2.76	-13.5	1.17	0.88	-24.8	1.48	1.26	-14.9
Ago/Aug	3.34	3.60	7.8	0.69	0.72	4.3	1.04	1.23	18.3
Set/Sep	4.69	4.45	-5.1	0.66	0.97	47.0	1.24	1.57	26.6
Out/Oct	6.37	5.55	-12.9	0.83	1.00	20.5	1.88	2.42	28.7
Nov/Nov		8.83		1.19	1.14	-4.2	2.38	2.29	-3.8
Dez/Dec	9.92	10.18	2.6	1.36	1.42	4.4	2.36	2.33	-1.3
Média Anual Annual Average	4.26	4.26	0.0	1.42	1.31	-7.7	2.12	2.13	0.5

Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa

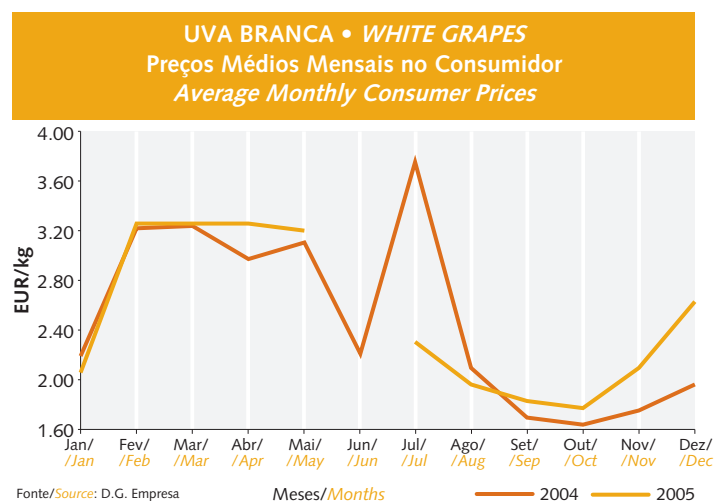
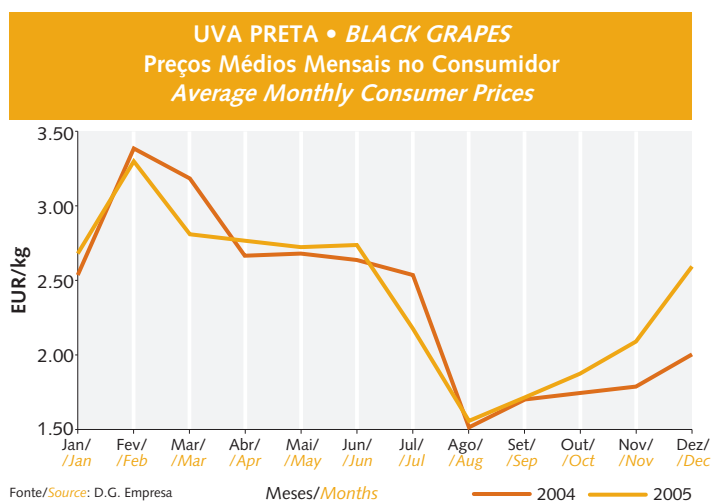
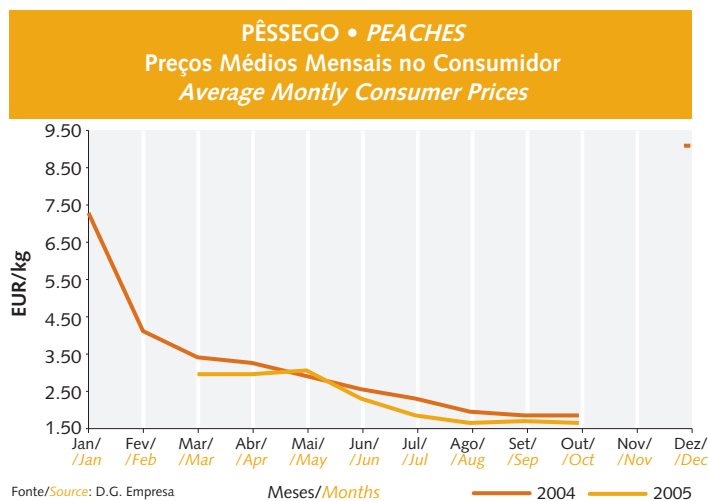


PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - FRUTAS FRESCAS (EUR/Kg)
CONSUMER PRICES - FRESH FRUITS (EUR/Kg)

Meses Months	Pêssego Peaches			Uva Preta Black Grapes			Uva Branca White Grapes		
	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04
Jan/Jan	7.28			2.53	2.68	5.9	2.19	2.06	-5.94
Fev/Feb	4.12			3.38	3.30	-2.4	3.21	3.26	1.56
Mar/Mar	3.42	2.95	-13.7	3.19	2.81	-11.9	3.24	3.25	0.31
Abr/Apr	3.28	2.95	-10.1	2.67	2.77	3.7	2.98	3.25	9.06
Mai/May	2.89	3.06	5.9	2.68	2.72	1.5	3.10	3.20	3.23
Jun/Jun	2.58	2.30	-10.9	2.63	2.74	4.2	2.20		
Jul/Jul	2.30	1.86	-19.1	2.53	2.18	-13.8	3.75	2.31	-38.40
Ago/Aug	1.95	1.67	-14.4	1.52	1.56	2.6	2.10	1.97	-6.19
Set/Sep	1.85	1.70	-8.1	1.70	1.72	1.2	1.69	1.82	7.69
Out/Oct	1.86	1.67	-10.2	1.74	1.87	7.5	1.64	1.77	7.93
Nov/Nov				1.79	2.09	16.8	1.76	2.09	18.75
Dez/Dec	9.03			2.00	2.60	30.0	1.97	2.62	32.99
Média Anual Annual Average	3.69	2.27	-38.5	2.36	2.42	2.5	2.49	2.51	0.8

Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa



Hortícolas Frescos

- Caracterização da Produção e da Comercialização em Portugal

Fresh Vegetables

- *Production and Marketing in Portugal*

ABÓBORA | PUMPKINS

Cucurbita pepo, L. • Família | Family: Cucurbitaceae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Área de Cultura e Produção: Na região de Entre-Douro-e-Minho estima-se uma área de 17 hectares e uma produção de abóbora de 425 toneladas. No Oeste, as zonas de produção são o Vimeiro, Ribamar, Lourinhã, Loures, Peniche e Frielas. Em Palmela existe produção de abóbora Porqueira, mas que é canalizada maioritariamente para a alimentação animal.

Áreas de Mercado mais Representativas: Póvoa de Varzim-Esposende, Grande Porto e Oeste.

Varietades: Mogango, Menina, Buternet e Porqueira.

Factores Relevantes na Produção: É uma cultura de ar livre. Existem alguns casos de produção em regime de estufa, com pouco significado. O seu ciclo prolonga-se de Junho a Dezembro. É um produto com um natural poder de conservação. Em 2005 a produção de abóbora foi afectada pelas condições meteorológicas. A escassez de água para rega teve influência negativa, afectando a sua produtividade, enquanto que o calor excessivo provocou uma maior irregularidade, quer na qualidade, quer na apresentação comercial do fruto. Nos mercados do Centro e Sul do Continente predomina a variedade Menina, enquanto que nos mercados do Norte há preferência pela abóbora Mogango.

Comercialização: Efectuou-se de Junho de 2005 a inícios de Fevereiro de 2006. Houve dificuldades de escoamento nos meses de Julho, Agosto e Setembro, dado a excessiva oferta relativamente à procura. No mercado interno a abóbora é comercializada através de operadores comerciais e Organizações de Produtores, que colocam o produto nas grandes superfícies de venda e em cadeias de média e pequena dimensão. Prevaecem alguns produtores que escoam o seu produto através dos Mercados Abastecedores e dos mercados regionais. Quando a oferta é inferior à procura, recorre-se à importação de abóbora de Marrocos e da Argélia, sobretudo das variedades Buternet e Mogango. Na zona do Oeste existem produtores de abóbora que fazem exportação da variedade mogango para cristalização.

Preços: Nos mercados de produção, as cotações nos meses de Julho, Agosto e Setembro, quando a produção era excessiva para a procura, foram inferiores às dos restantes meses. Nos Mercados Abastecedores as cotações na campanha 2005-2006 foram superiores às da campanha transacta.

Perspectivas: Aposta em diferentes variedades de abóbora, com escoamento assegurado, acompanhando as novas tendências de consumo, nomeadamente, na região de Entre-Douro-e-Minho.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

Crop Area and Production: In Entre-Douro-e-Minho, there is an estimated 17 ha area of pumpkin, corresponding to a 425 tonne output. In Oeste, producing areas are Vimeiro, Ribamar, Lourinhã, Loures, Peniche and Frielas. In the south margin of the Tagus river, summer squash is produced but it is mostly directed to animal feeding.

Most Representative Market Areas: Póvoa de Varzim-Esposende, Grande Porto and Oeste.

Varieties: Mogango, Buternet, winter squash (*Cucurbita maxima* Duch.) and summer squash (*Cucurbita pepo* L. var. *styriaca*).

Relevant Production Factors: This is an outdoor crop. There is some indoor production, but it is rather irrelevant. The pumpkin growth cycle lasts from June to December. These fruits have a good storage capacity. In 2005, pumpkin output was affected by weather conditions. Lack of irrigation water reduced productivity, whereas excessive heat led to uneven quality and commercial presentation. In markets of the south and centre of the country, winter squashes prevail, whereas in the north the Mogango variety is favoured.

Marketing: From June 2005 to early February 2006. There were marketing difficulties in July, August and September, due to surplus supply. In the domestic market, pumpkins are traded through commercial operators and producer organisations, who sell them to supermarkets and hypermarkets and to small and medium distribution chains. Some producers, however, continue to sell pumpkins through wholesale markets and regional markets. When supply fails to meet demand, pumpkins are imported from Morocco and Algeria, mostly of the Buternet and Mogango varieties. In the Oeste area, some producers export the Mogango variety for crystallisation.

Prices: In producer markets, prices in July, August and September, when supply exceeded demand, fell below the remaining months. In wholesale markets, prices in 2005-2006 were up from the previous year.

Outlook: Producers are investing in different, more easily marketed, pumpkin varieties, thus following the new consumer trends, namely in Entre-Douro-e-Minho.

Cucurbita pepo, L. • Família | Family: Cucurbitaceae

ABÓBORA | PUMPKINS

ABÓBORA • PUMPKINS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar												
	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.
Póvoa de Varzim-Esposende	M	F	F	F	F	F	F	F	M	f		
Oeste	M	M	F	F	F	F	M	M	M	M	M	f

 Produção / Production
F Oferta Forte / Good Supply
M Oferta Média / Moderate Supply
f Oferta Fraca / Poor Supply

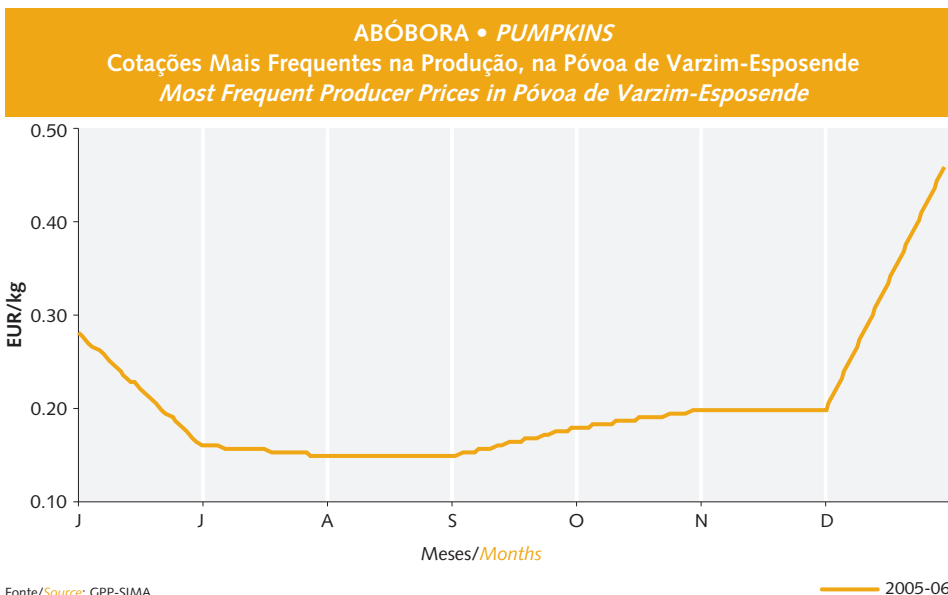
Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ABÓBORA • PUMPKINS Cotações Mais Frequentes na Produção, na Póvoa de Varzim-Esposende Most Frequent Producer Prices in Póvoa de Varzim-Esposende	
MESES MONTHS	2005-06 EUR/Kg
Jun/ <i>Jun</i>	0.28
Jul/ <i>Jul</i>	0.16
Ago/ <i>Aug</i>	0.15
Set/ <i>Sep</i>	0.15
Out/ <i>Oct</i>	0.18
Nov/ <i>Nov</i>	0.20
Dez/ <i>Dec</i>	0.20
Jan/ <i>Jan</i>	0.47

Fonte/Sources: GPP-SIMA

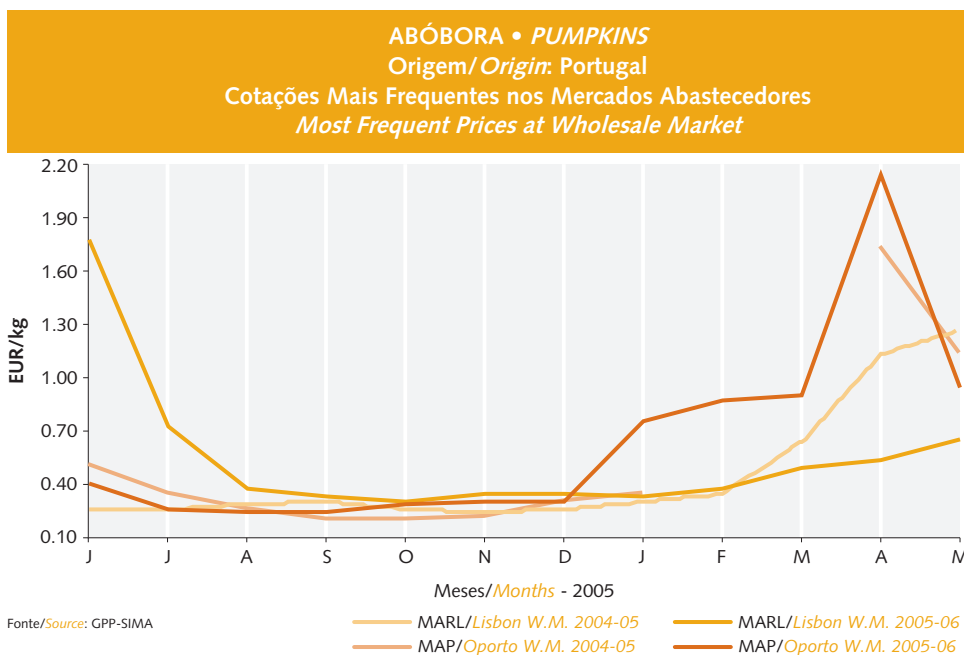


ABÓBORA | PUMPKINS

Cucurbita pepo, L. • Família | Family: Cucurbitaceae

ABÓBORA • PUMPKINS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes nos Mercados Abastecedores Most Frequent Prices at Wholesale Market						
MESES MONTHS	MARL/Lisbon W.M. Abóbora Menina/Menina Pumpkin			MAP/Oporto W.M. Abóbora Mogango/Mogango Pumpkin		
	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Jun/Jun	0.26	1.77	581	0.51	0.41	-20
Jul/Jul	0.26	0.73	181	0.35	0.26	-26
Ago/Aug	0.29	0.37	28	0.26	0.25	-4
Set/Sep	0.31	0.33	6	0.20	0.25	25
Out/Oct	0.26	0.30	15	0.20	0.29	45
Nov/Nov	0.25	0.35	40	0.21	0.30	43
Dez/Dec	0.26	0.35	35	0.31	0.30	-3
Jan/Jan	0.31	0.33	6	0.35	0.75	114
Fev/Feb	0.35	0.38	9		0.87	
Mar/Mar	0.64	0.50	-22		0.90	
Abr/Apr	1.14	0.54	-53	1.74	2.14	23
Mai/May	1.26	0.65	-48	1.14	0.95	-17

Fonte/Source: GPP-SIMA



Nastrutium officinale (agrião do rio | *watercress*); *Barbarea verna* (agrião da horta | *garden cress*); *Lepidium sativum* (mastruço | *bitter cress*) • Família | Family: *Cruciferae*

AGRIÃO | WATERCRESS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura e Produção: No Algarve existiam cerca de 15 ha com cultura de agrião. Nesta região, em excelentes condições de produção, chega-se a atingir uma produtividade de 1,8 t/ha/semana. Na Beira Litoral a área de cultivo em 2005 foi de 8 ha, o que representa uma redução de 20% relativamente a 2004.

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve (Almancil), Beira Litoral (Eira Pedrinha) e Grande Lisboa (Concelhos de Sintra e Loures)

Varietades: Existem várias sementes seleccionadas, no entanto, uma grande parte dos produtores retiram as sementes das plantas que apresentam maior vigor vegetativo. Na Beira Litoral as variedades de folha larga são as preferidas para multiplicação. Existe uma empresa multinacional, a operar em Almancil, que produz as suas próprias sementes em Inglaterra.

Factores Relevantes na Produção: O agrião cultiva-se ao longo de todo o ano, em regime intensivo ao ar livre. Cada plantação dura cerca de 5 a 6 meses e fazem-se 6 a 7 cortes por plantação. Os cortes estão escalonados no tempo, para facilitar a comercialização. No Inverno os cortes ocorrem mês a mês. Nos meses de Verão a falta de água origina uma diminuição da produção e o número de cortes é menor. A qualidade diminui quando começa a floração da planta. Em 2005 as elevadas temperaturas ocorridas durante a campanha de produção e, sobretudo, a falta de água, originou uma diminuição na produção, afectando a qualidade do agrião na Grande Lisboa e em Eira Pedrinha. Nesta última área de mercado verificou-se um decréscimo da área ocupada com esta cultura e um ligeiro atraso no início das plantações. Na região algarvia a produção de agrião foi superior à do ano anterior, o que se deveu ao aumento da área e à existência de explorações com boas tecnologias de produção, onde a falta de água não é problema.

Comercialização: Em 2005, a oferta de agrião foi inferior à do ano transacto, com excepção da região algarvia. A comercialização fez-se durante todo o ano, no entanto, o maior volume aconteceu entre Outubro e Junho. Nos meses de Verão houve um abrandamento no volume comercializado devido à falta de água e ao espigamento das plantas. No Algarve a maioria da produção teve como destino a exportação e o abastecimento das grandes e médias superfícies, sendo o agrião apresentado já lavado, embalado e pronto a consumir. O principal mercado externo foi a Inglaterra. Alguma produção teve como destino empresas de "catering" e a restauração. A restante produção, proveniente de pequenos produtores das hortas de Portimão, Monchique e Campina de Faro/Olhão foi sobretudo para o abastecimento dos mercados locais. O agrião produzido na área de mercado de Eira Pedrinha foi canalizado para os Mercados Abastecedores através de camionistas e distribuidores e também abasteceu os mercados regionais. Uma grande parte da produção foi entregue a um grande operador que adquire o agrião em molhos.

Preços: As cotações médias na produção do agrião, na área de mercado da Grande Lisboa, foram superiores, em cerca de 30%, às de 2004. Em Eira Pedrinha, as cotações mantiveram-se constantes ao longo da campanha, variando o tamanho dos molhos, consoante a maior ou menor oferta de produto. No Mercado Abastecedor de Lisboa o nível médio de preços em 2005 foi superior ao do ano transacto, situando-se a subida próximo dos 50%.

Perspectivas: Existem produtores que pretendem aumentar a produção, pois consideram uma cultura muito rentável, nomeadamente para a produção de IV Gama. Prevê-se a continuação das vendas para mercados externos e o alargamento desta a Espanha. Os horticultores mais idosos estão a abandonar a actividade, dada a sua fraca estrutura comercial.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area and Production: In Algarve, there are approximately 15 ha of watercress. In this region, which has excellent production conditions, yields of 1.8 t/ha/week are reached sometimes. In Beira Litoral, watercress area in 2005 was 8 ha, a 20% fall from 2004.

Most Representative Market Areas: Algarve (Almancil), Beira Litoral (Eira Pedrinha) and Grande Lisboa (Sintra and Loures municipalities)

Varieties: There are several selected seeds. However, most producers take their seeds from their most vigorous plants. In Beira Litoral, broad-leaved varieties are favoured for multiplication purposes. There is a multinational company operating in Almancil that produces its own seeds in Britain.

Relevant Production Factors: Watercress is cultivated outdoors all year round, under an intensive system. Each plantation lasts around 5-6 months and 6-7 cuts are made per plantation. Cuts are scheduled to facilitate marketing. In winter, cuts are made every month. During the summer, lack of water leads to a fall in output and the number of cuts is lower. Quality decreases when flowering begins. In 2005, high temperatures during the production season, and lack of water in particular, led to a production fall, affecting watercress quality in Grande Lisboa and Eira Pedrinha. At the latter, there was a decrease in planted area and a slight delay in starting plantation. In Algarve, watercress production increased from the previous year, due to an area increase and to the fact that there are holdings with good production technology, where lack of water is not an issue.

Marketing: The amount of watercress traded fell from 2004, except in Algarve. Marketing is done all year long, although the largest amounts are traded between October and June. During the summer months, trade slowed down, due to lack of water and plant eaning. In Algarve, the most part of the production was destined to exports and to supply supermarkets and hypermarkets. In these cases, watercress is sold pre-cut, packaged, washed, ready to eat. The most important external market is the United Kingdom. Part of the output was directed to catering firms and restaurants. The remaining production, provided by small producers with gardens at Portimão, Monchique and Campina de Faro/Olhão, was predominantly sold at local markets. Watercress produced at the Eira Pedrinha market area was directed to wholesale markets through truck drivers and distributors and it also supplied regional markets. A large part of the output was delivered to a large operator who buys watercress in bunches.

Prices: Average watercress prices, in the Grande Lisboa market area, were 30% up from 2004. At Eira Pedrinha, prices remained constant throughout the season, but bunch size varied, according to supply. At the Lisbon Wholesale Market (MARL), average prices increased nearly 50% from the previous year.

Outlook: Some producers intend to increase output, since they believe this is a highly profitable crop, namely for pre-cut, packaged, washed, ready to eat production. Watercress exports will proceed in general and the Spanish market will also be targeted. Older vegetable growers are abandoning the activity, given their poor trade capacity.

AGRIÃO | WATERCRESS

Nastrutium officinale (agrião do rio | *watercress*); *Barbarea verna* (agrião da horta | *garden cress*); *Lepidium sativum* (mastruço | *bitter cress*) • Família | Family: Cruciferae



AGRIÃO • WATERCRESS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Eira Pedrinha	MM	MM	MM	ff	f							f
Grande Lisboa	F	F	F	MM	MM	ff	ff	ff	ff	MM	F	F
Algarve	F	F	F	F	F	MM	MM	ff	ff	F	F	F

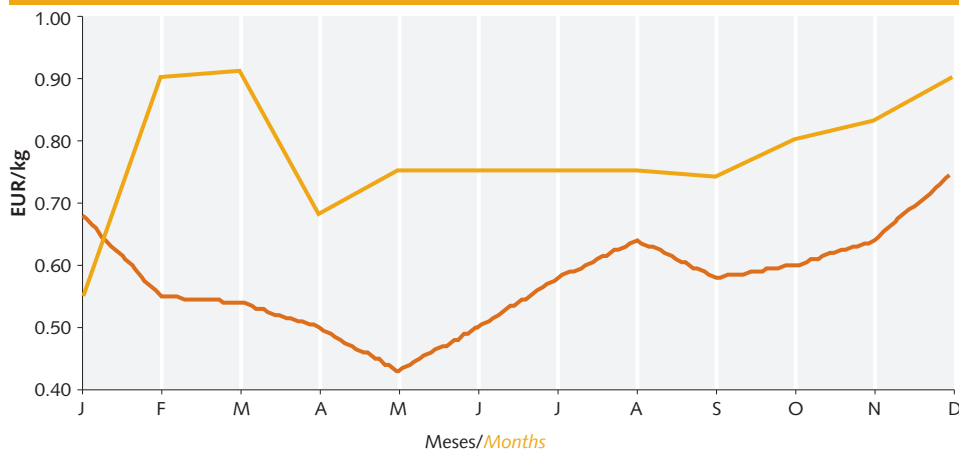
F Oferta Forte
M Oferta Média
f Oferta Fraca

AGRIÃO • WATERCRESS Cotações Mais Frequentes na Produção, na Grande Lisboa Most Frequent Producer Prices in Grande Lisboa

MESES MONTHS	2004 EUR/Kg	2005 EUR/Kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.68	0.54	-21
Fev/Feb	0.55	0.90	64
Mar/Mar	0.54	0.91	69
Abr/Apr	0.50	0.68	36
Mai/May	0.43	0.75	74
Jun/Jun	0.50	0.75	50
Jul/Jul	0.58	0.75	29
Ago/Aug	0.64	0.75	17
Set/Sep	0.58	0.74	28
Out/Oct	0.60	0.80	33
Nov/Nov	0.64	0.83	30
Dez/Dec	0.75	0.90	20

Fonte/Source: GPP-SIMA

AGRIÃO • WATERCRESS Cotações Mais Frequentes na Produção, na Grande Lisboa Most Frequent Producer Prices in Grande Lisboa



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

Nastrutium officinale (agrião do rio | *watercress*); *Barbarea verna* (agrião da horta | *garden cress*); *Lepidium sativum* (mastruço | *bitter cress*) • Família | Family: Cruciferae

AGRIÃO | WATERCRESS

AGRIÃO • WATERCRESS

Origem/Origin: Portugal

Cotações Mais Frequentes no MARL

Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/Molho EUR/Bunch	2005 EUR/Molho EUR/Bunch	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.26	0.31	19
Fev/Feb	0.25	0.54	116
Mar/Mar	0.25	0.47	88
Abr/Apr	0.21	0.32	52
Mai/May	0.21	0.33	57
Jun/Jun	0.23	0.30	30
Jul/Jul	0.29	0.30	3
Ago/Aug	0.27	0.33	22
Set/Sep	0.32	0.38	19
Out/Oct	0.29	0.47	62
Nov/Nov	0.33	0.44	33
Dez/Dec	0.29	0.55	90

Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

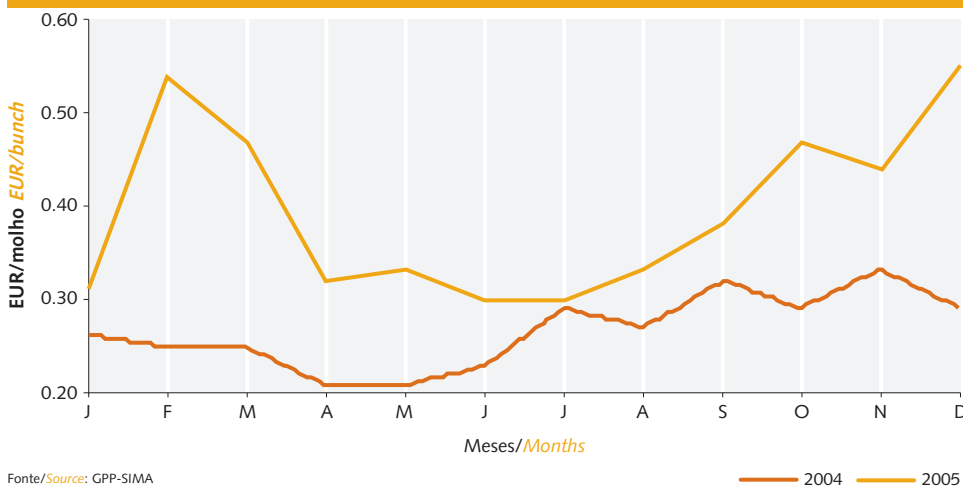


AGRIÃO • WATERCRESS

Origem/Origin: Portugal

Cotações Mais Frequentes no MARL

Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

ALFACE | LETTUCE

Lactuca sativa, L. • Família | Family: Compositae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A China é o maior produtor do mundo com aproximadamente metade da produção mundial de alface. Seguem-se-lhe os Estados Unidos da América com quase 25%. A U.E., onde a Espanha e a Itália são os principais produtores de alface, é responsável por cerca de 15% da produção mundial desta hortícola.

Área de Cultura e Produção: Nos últimos anos tem-se verificado um aumento da área e da produção de alface no Continente. Em Entre-Douro-e-Minho cerca de dois terços da área de alface era em estufa. No Oeste predominava a produção de ar livre e na região algarvia a produção de estufa não chegava aos 50%. A produtividade em estufa atingia as 40 t/ha, enquanto que a produtividade em ar livre se ficava nas 20-25 t/ha.

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Grande Lisboa, Póvoa de Varzim-Esposende, Grande Porto, Aveiro, Leiria, Gândaras e Algarve.

Tipos: Alface Frisada, Alface Lisa e Alface Roxa.

Factores Relevantes na Produção: O ano de 2005 foi caracterizado por geadas tardias, em Março e Abril, que obrigaram alguns produtores a fazer replantações, pela escassez de água para rega, provocada pela seca prolongada, e pelas temperaturas elevadas no período de Verão. De um modo geral a alface apresentou boa qualidade. No entanto, nos meses em que as condições meteorológicas não foram favoráveis à cultura, a alface apresentou menor calibre e a qualidade foi inferior. A procura incidiu preferencialmente nas variedades frisadas. Os consumidores da região Norte preferem a alface frisada, em detrimento da lisa. Em Leiria e Gândaras predomina a variedade lisa.

Comercialização: A comercialização da alface efectuou-se ao longo de todo o ano. A campanha de comercialização caracterizou-se por um excesso de oferta no período de Maio a Julho e em Outubro, pelo que ocorreram dificuldades no escoamento. Houve produto que não teve venda e nem a saída de alface para outros países evitou esta situação. As elevadas temperaturas de Agosto foram responsáveis por uma oferta inferior à procura durante esse período. O escoamento da alface processou-se através das Organizações e Associações de Produtores e operadores comerciais, que procederam à sua colocação, quer no mercado interno, em cadeias de grande, média e pequena dimensão, quer em mercados externos. São de considerar as transações realizadas por camionistas e grossistas, que encaminharam a produção para os Mercados Abastecedores. Embora em menor volume, também se verificou a venda de produto directamente em feiras e mercados regionais, por parte de alguns produtores de menor dimensão.

Preços: Em 2005 o nível médio de preços da alface em toda a fileira, desde a produção ao consumidor, foi, no geral, superior ao do ano transacto, variando entre os 2% e os 35% nos mercados de produção e nos Mercados Abastecedores. A excepção foram as cotações do produto de ar livre na produção, que diminuíram cerca de 5%. Durante a campanha, as cotações oscilaram consoante a relação oferta/procura se encontrava equilibrada ou em desequilíbrio. As variedades de alface mais valorizadas foram a roxa e a lisa de estufa. Para o consumidor a subida de preços situou-se nos 9%.

Comércio Internacional: A balança comercial manteve-se favorável. A entrada de alface tem diminuído e a saída aumentado, gradualmente, nos últimos anos. Relativamente às vendas ao exterior de produtos hortícolas, a alface é o produto com maior importância, com um peso de 20% no valor total das vendas, em 2005. Neste mesmo ano, as vendas de alface ao exterior rondaram os 9,9 milhões de euros e as 4,8 mil toneladas. A França e o Reino Unido foram os principais compradores de alface nacional, com 45% e 41%, respectivamente, do valor total das vendas ao exterior. Aproximadamente 66% das quantidades transaccionadas ocorreram em Fevereiro e Março. Cerca de 80% das quantidades de alface adquiridas ao exterior foram provenientes de Espanha.

Perspectivas: Aumento da área em explorações com melhor tecnologia, nomeadamente na rega e fertilizações, e com variedades mais resistentes. Substituição da alface produzida em ar livre, pela produzida em estufa. Aumento da utilização de plástico para evitar o aparecimento das infestantes, para o que contribui a falta de mão de obra. Continuação das vendas para mercados externos e perspectivas de alargamento a outros países, nomeadamente, a Alemanha.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outline: China is the world leading producer, providing nearly half of total world output. The United States follow with almost 25%. The European Union accounts for 15%, Spain and Italy being the leading European lettuce producers.

Crop Area and Production: Over the last few years, there has been an increase in lettuce area and output in mainland Portugal. In Entre-Douro-e-Minho, greenhouses occupied approximately two thirds of all lettuce area. In Oeste, outdoor production prevailed and in Algarve, greenhouse production barely reached 50%. Greenhouse yield reached 40 t/ha, whereas outdoor yield was approximately 20-25 t/ha.

Most Representative Market Areas: Oeste, Grande Lisboa, Póvoa de Varzim-Esposende, Grande Porto, Aveiro, Leiria, Gândaras and Algarve.

Types: Curly lettuce, Broadleaf lettuce and Red lettuce.

Relevant Production Factors: 2005 was marked by late frost in March and April, which required replanting for some producers, by lack of irrigation water, caused by the long drought, and by high temperatures in the summertime. In general, lettuce was of good quality. However, when weather conditions were less favourable, size and quality dropped. Demand was higher for curly varieties. Consumers in the northern region prefer curly to broadleaf varieties. In Leiria and Gândaras, broadleaf varieties prevail.

Marketing: Lettuce marketing occurs all year long. The marketing year featured surplus supply from May to July and in October. Therefore, there were some marketing difficulties and product left unsold, and not even exports avoided this situation. High temperatures in August were responsible for a supply of lesser quality. Lettuces were traded through producer organisations and associations and commercial operators, who sold them both in the domestic market, to small, medium and large distribution chains, and to foreign markets. Transactions made by truck-drivers and wholesalers, who sell to wholesale markets, should also be considered. There were also some direct sales by small producers at regional markets and fairs.

Prices: In 2005, price levels over the entire chain, from producers to consumers, were on average up from 2004, with increases ranging from 2% to 35% in producer and wholesale markets. The only exception was producer prices of outdoor lettuces, which fell approximately 5%. Lettuce prices fluctuated along the year, according to the supply/demand ratio. Greenhouse curly and red lettuces reached the highest prices. Consumer prices increased approximately 9%.

International Trade: Trade balance remained positive. Over the last few years, lettuce imports have decreased and exports have gradually increased. Lettuce is the most important vegetable product in terms of exports, accounting in 2005 for 20% of total vegetables exports, which corresponded to 9.9 million euros and 4.8 thousand tonnes. France and the United Kingdom were the main buyers, representing 45% and 41%, respectively, of total lettuce exports. Approximately 66% of trading occurred in February and March. Around 80% of imported lettuces came from Spain.

Outlook: Area increase in farm holdings with better technology, namely in terms of irrigation and fertilisation, and with more resistant varieties. Replacement of outdoor lettuce by indoor lettuce. Increase in the use of plastic to avoid weeds, partly due to lack of labour. Lettuce exports will proceed and should be extended to other countries, namely to Germany.

Lactuca sativa, L. • Família | Family: Compositae

ALFACE | LETTUCE

ALFACE ESTUFA • GREENHOUSE LETTUCE

Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende	F F	F F	F F	F M	f f	f f	f f	f f	M F	F F	F F	F F
Aveiro	M F	F F	F F	M f	f f	f f	f f	f f	f f	f f	f f	f M
Gândaras	F F	F F	F F	M M	f					f	f M	M F
Leiria	F F	F F	F F	M M	f f	f f	f				f M	M F
Oeste	M M	M F	F F	M M	M f	f f	f f	f f	f M	M F	F F	M M
Algarve	M M	M M	M F	F F	F F	F F	M f	f f	f f			

ALFACE AR LIVRE • OUTDOORS LETTUCE

Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende												
Aveiro			f	f f	M M	M M	M M	M M	M M	M M	M f	f f
Gândaras					f	F F	F F	F F	M M	M M	f f	f f
Leiria					f f	f f	F F	M M	M M	f f	f f	
Oeste	f f	f M	M M	M F	F F	F F	M M	M M	M F	F F	M M	M f
Algarve			f	M F	F F	F F	M f					

F Oferta Forte Good Supply M Oferta Média Moderate Supply f Oferta Fraca Poor Supply

ALFACE FRISADA ESTUFA • GREENHOUSE CURLY LETTUCE

Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste
Most Frequent Producer Prices in Oeste

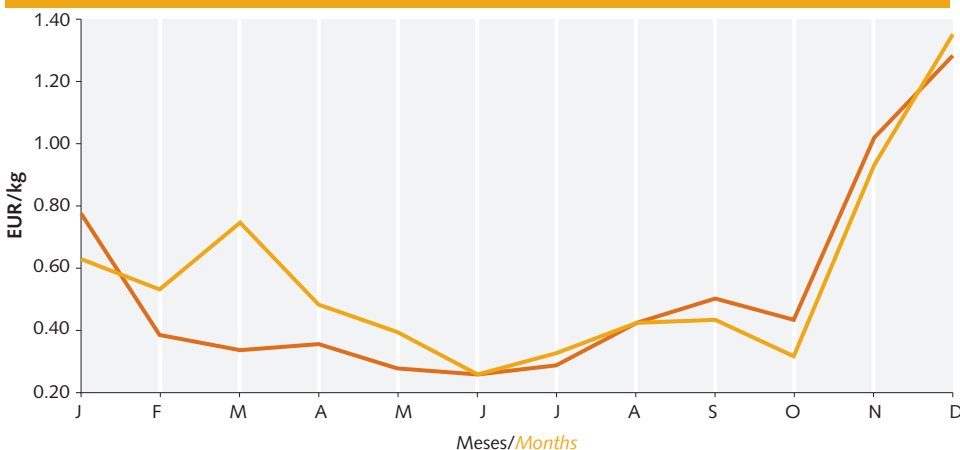
MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.78	0.63	-19
Fev/Feb	0.39	0.53	36
Mar/Mar	0.34	0.75	121
Abr/Apr	0.36	0.48	33
Mai/May	0.28	0.40	43
Jun/Jun	0.26	0.26	0
Jul/Jul	0.29	0.33	14
Ago/Aug	0.42	0.42	0
Set/Sep	0.50	0.43	-14
Out/Oct	0.43	0.32	-26
Nov/Nov	1.02	0.93	-9
Dez/Dec	1.28	1.35	5

Fonte/Source: GPP-SIMA

ALFACE FRISADA ESTUFA

GREENHOUSE CURLY LETTUCE

Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste
Most Frequent Producer Prices in Oeste

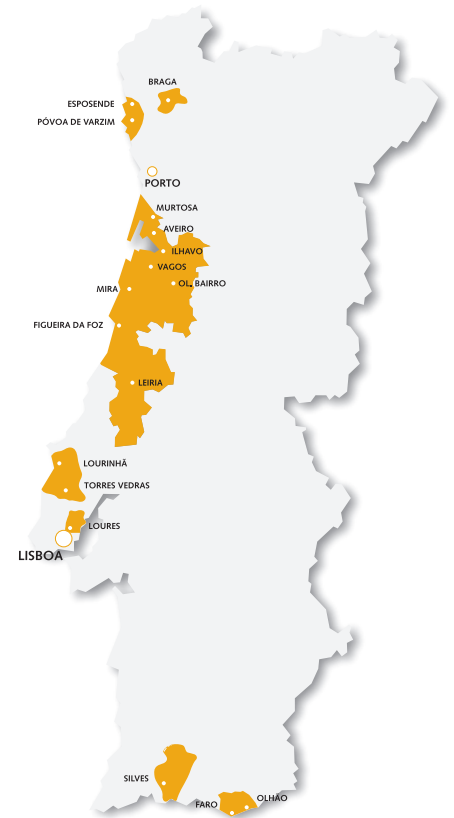


Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ALFACE | LETTUCE

Lactuca sativa, L. • Família | Family: *Compositae*

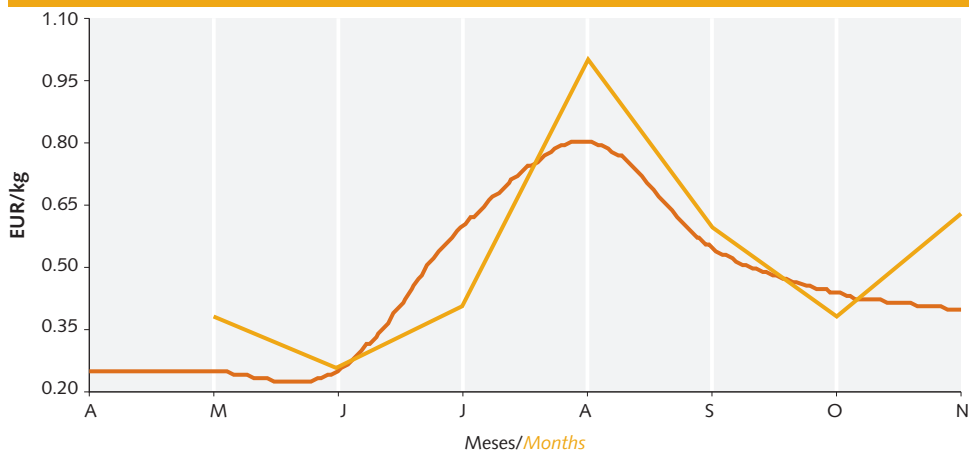


ALFACE FRISADA AR LIVRE • OUTDOORS CURLY LETTUCE Cotações Mais Frequentes na Produção, em Gândaras Most Frequent Producer Prices in Gândaras

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Abr/Apr	0.25		
Mai/May	0.25	0.38	52
Jun/Jun	0.25	0.26	4
Jul/Jul	0.60	0.41	-32
Ago/Aug	0.80	1.00	25
Set/Sep	0.55	0.60	9
Out/Oct	0.44	0.38	-14
Nov/Nov	0.40	0.63	58

Fonte/Source: GPP-SIMA

ALFACE FRISADA AR LIVRE OUTDOORS CURLY LETTUCE Cotações Mais Frequentes na Produção, em Gândaras Most Frequent Producer Prices in Gândaras



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005



Lactuca sativa, L. • Família | Family: Compositae

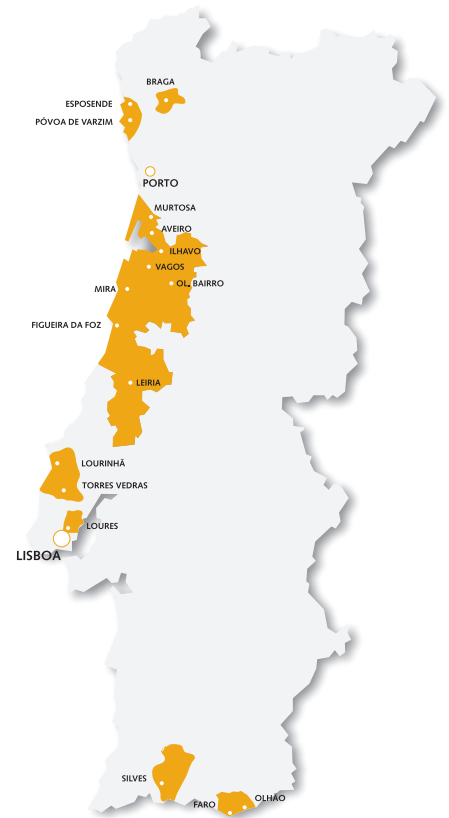
ALFACE | LETTUCE

ALFACE • LETTUCE Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	Frisada Ar Livre Outdoors Curly	Frisada Estufa Greenhouse Curly	Lisa Estufa Greenhouse Non-Curly
	2005 EUR/kg		
Jan/Jan		0.97	1.44
Fev/Feb		0.78	1.28
Mar/Mar		1.01	1.16
Abr/Apr		0.78	0.85
Mai/May	0.40	0.60	0.98
Jun/Jun	0.41	0.66	1.09
Jul/Jul	0.68	0.79	1.30
Ago/Aug	1.15		
Set/Sep	0.65		
Out/Oct	0.61		
Nov/Nov	0.90	1.32	1.95
Dez/Dec		1.32	2.02

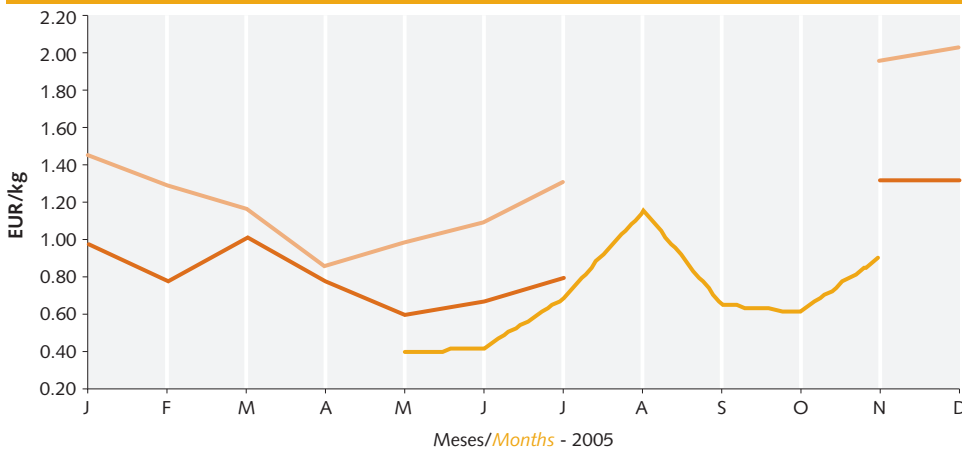
Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ALFACE • LETTUCE
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Frisada Ar Livre • Outdoors Curly
— Frisada Estufa • Greenhouse Curly
— Lisa Estufa • Greenhouse Non-Curly

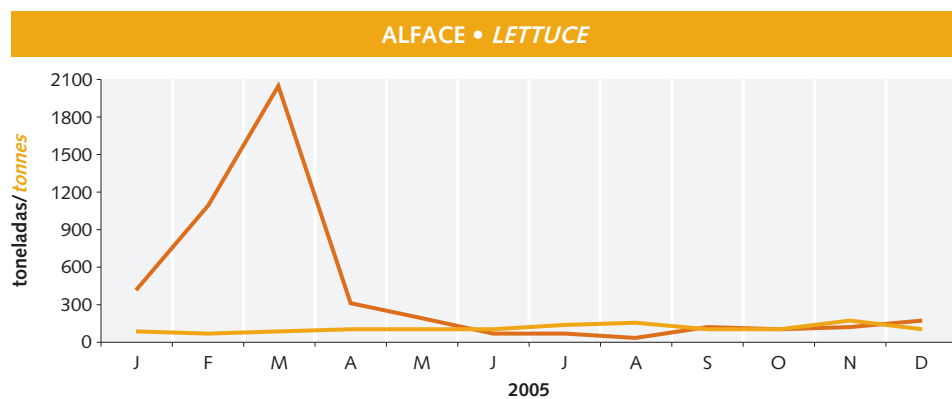
ALFACE | LETTUCE

Lactuca sativa, L. • Família | Family: **Compositae**



ALFACE • LETTUCE					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	112.6	128 681	BÉLGICA BELGIUM	47.5	59 745
BÉLGICA BELGIUM	39.2	43 783	ESPAÑA SPAIN	1 166.0	1 100 001
ESPAÑA SPAIN	1 053.5	1 605 210	FRANÇA FRANCE	2 738.9	4 426 674
FRANÇA FRANCE	98.2	117 139	ITÁLIA ITALY	32.4	52 642
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	21.1	76 191	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	24.9	89 689
			REINO UNIDO UNITED KINGDOM	699.6	4 096 183
			OUTROS OTHERS	56.7	68 807
TOTAL	1 324.6	1 971 004	TOTAL	4 766.1	9 893 741

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

PRODUÇÃO MUNDIAL DE ALFACE / WORLD PRODUCTION OF LETTUCE								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	938 540	100	1 020 842	100	21 233 395	100	22 001 381	100
Europa/Europe	146 434	16	143 725	14	3 305 934	16	3 333 728	15
UE/EU 25			135 906	13			3 227 623	15
UE/EU 15	137 691	15			3 196 713	15		
Portugal *	4 400	0	4 400	0	95 000	0	95 000	0
Alemanha/Germany	9 400	1	8 300	1	202 000	1	220 000	1
Espanha/Spain	37 705	4	37 500	4	1 044 762	5	967 100	4
França/France	17 444	2	17 237	2	460 524	2	462 917	2
Itália/Italy	47 472	5	49 162	5	913 942	4	986 734	4
África/Africa	15 429	2	15 194	1	272 386	1	265 426	1
Ásia/Asia	607 355	65	689 365	68	12 174 575	57	12 690 739	58
China	420 250	45	500 250	49	10 005 000	47	10 505 000	48
Coreia do Sul/Korea, Republic of.	6 994	1	6 791	1	190 304	1	204 786	1
Índia/India	120 000	13	120 000	12	790 000	4	790 000	4
Japão/Japan	22 100	2	22 000	2	548 600	3	508 700	2
Turquia/Turkey	17 900	2	19 000	2	340 000	2	362 000	2
América do Norte e Central/ North & Central America	146 587	16	150 152	15	5 133 500	24	5 358 685	24
EUA/USA	128 050	14	131 280	13	4 754 890	22	4 976 880	23
México/Mexico	11 290	1	11 290	1	243 406	1	243 406	1
América do Sul/ South America	15 241	2	14 925	1	193 800	1	193 705	1
Oceania	7 494	1	7 481	1	153 200	1	159 098	1

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data. Portugal - 2003 (INE): Área/Area=2541 ha; Produção/Production=57287 t

Allium sativum, L. • Família | Family: Liliaceae

ALHO | GARLIC

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A China é o maior produtor do mundo, com um volume anual de cerca de três quartos da produção mundial. A Índia tem uma quota de 4% e a U.E. uma quota de apenas 2%. A produtividade média na China é bastante mais elevada que nos restantes mercados produtores.

Área de Cultura e Produção: Na Póvoa de Varzim-Esposende existiam cerca de 6 hectares. No Oeste Litoral a estimativa da produção situava-se nas 50 toneladas, sendo 60% de alho película roxa, 30% de alho película rosa e 10% de alho película branca.

Áreas de Mercado mais Representativas: Póvoa de Varzim-Esposende e Oeste Litoral (Loures, Mafra e Peniche).

Tipos: Alho película roxa, alho película rosa e alho película branca

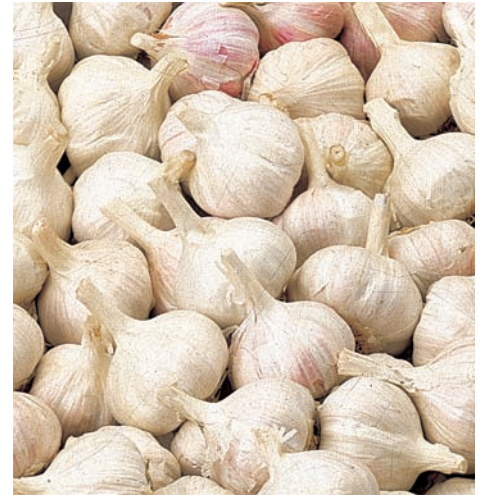
Factores Relevantes na Produção: A forte concorrência de alho seco importado de Espanha e da China, mais barato, levou à perda de importância da produção nacional. Contudo, esta, apesar de reduzida, tem boa procura e é mais valorizada.

Comercialização: Os produtores da Póvoa de Varzim-Esposende escoaram o produto através de uma Organização de Produtores, outros venderam a operadores e grossistas com actividade nos Mercados Abastecedores e outros, os mais pequenos, venderam directamente em feiras e mercados regionais. A produção da zona do Oeste Litoral foi escoada maioritariamente nos mercados da zona Centro e Norte do país, onde a procura pela produção nacional é mais acentuada. Uma pequena parte da produção foi transaccionada no MARL.

Preços: No Mercado Abastecedor do Porto, as cotações de alho seco nacional nos primeiros seis meses de 2005 foram inferiores às de 2004 e a partir de Agosto, tornaram-se superiores. As cotações estiveram relativamente estáveis ao longo da campanha de comercialização, tendo atingido no final do ano, os 1,55 €/Kg. Os preços a nível do consumidor tiveram um comportamento semelhante ao longo do ano. Em 2005, a partir de Setembro, quando a produção nacional era escassa, os preços atingiram valores mais elevados e superiores a 2004, mas a média anual foi ligeiramente inferior à do ano anterior (-2%).

Comércio Internacional: A balança comercial é muito deficitária. Nos últimos anos, tem-se verificado um aumento nas quantidades de alho seco adquiridas ao exterior. Relativamente a 2004, o volume adquirido em 2005 foi ligeiramente inferior (6 517 toneladas). No entanto, atingiu nesse ano um valor de 8,3 milhões de euros, ou seja mais 20%, face a 2004. A Espanha e a Alemanha contribuíram com 70% e 25% desse valor, respectivamente. Nas estatísticas do INE, a Espanha aparece como o principal fornecedor de alho seco. No entanto, uma grande quantidade deve ser de origem chinesa, entrando em Portugal via Espanha. No MARL aproximadamente 55% da produção comercializada veio da China, 40% de Espanha e 5% da Argentina. De Janeiro a Maio houve mais produto espanhol, de Junho a Dezembro, foi o chinês o mais importante e em Dezembro e Janeiro apareceu produto proveniente da Argentina. Em 2005, o alho seco foi o sexto produto hortícola mais adquirido ao exterior, representando 6% do valor total de hortícolas compradas. As vendas nacionais tiveram como destino a Espanha e a França. Apesar do valor das saídas ser muito reduzido face ao das entradas, verificou-se um aumento de 23 para os 136 mil euros nas vendas.

Perspectivas: A evolução dos últimos anos aponta para o progressivo abandono da cultura.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outline: China is the world leading producer with an annual 75% contribution to total world output. India follows with 4% and the EU has only a 2% share. Average yields obtained by China are much higher than in the remaining producing countries.

Crop Area and Output: At Póvoa de Varzim-Esposende there were approximately 6 hectares of garlic area. In littoral Oeste, output estimates near 50 tonnes, of which 60% is purple garlic, 30% pink garlic and 10% white garlic.

Most Representative Market Areas: Póvoa de Varzim-Esposende and littoral Oeste (Loures, Mafra and Peniche).

Types: Purple, white and pink garlic.

Relevant Production Factors: Strong competition from less expensive dried garlic coming from Spain and China led to a decreasing importance in domestic production. However, although quantities are small, Portuguese garlic is in good demand and its prices are higher.

Marketing: Some producers from Póvoa de Varzim-Esposende sold their garlic production through a producer organisation, while others sold to operators and wholesalers working in wholesale markets, and still others, the smallest ones, sold directly in regional markets and fairs. Production in the littoral Oeste area was sold for the most part in markets of the Centro e Norte area, where demand is higher. A small part of the output was traded at MARL (Lisbon wholesale market).

Prices: At the Porto wholesale market, garlic prices during the first half of 2005 fell from 2004, but from August onwards they were up. Prices remained relatively stable over the marketing year, reaching €1.55/kg at the end of the year. Consumer prices behaved in a similar way throughout the year. In 2005, from September onwards, when national output was scarce, prices were up from the previous year, but the annual average was slightly down (-2%).

International Trade: There is a very large trade balance deficit. Over the last few years, there has been an increase in dried garlic imports. Import volume was slightly down from 2004 (6 517 tonnes), but it corresponded to 8.3 million euros, that is, 20% up from the previous year. Spain and Germany accounted for 70% and 25%, respectively, of these imports. Although in INE statistics Spain is the leading supplier of dried garlic, a large part of that supply must come from China, entering Portugal via Spain. At MARL, approximately 55% of marketed output came from China, 40% from Spain and 5% from Argentina. Between January and May, Spanish garlic prevailed, then from June to December, Chinese garlic was predominant and finally, from December to January, Argentinean garlic also came to the market. In 2005, dried garlic occupied the sixth position in terms of vegetable imports, accounting for 6% of total vegetables purchased. Portuguese production was destined for Spain and France. Although the export value is much smaller than the import value, there was an increase in exports from 23 to 136 thousand euros.

Outlook: The last few years' trend indicates a gradual abandonment of this crop.

ALHO | GARLIC

Allium sativum, L. • Família | Family: Liliaceae



ALHO SECO • DRIED GARLIC
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

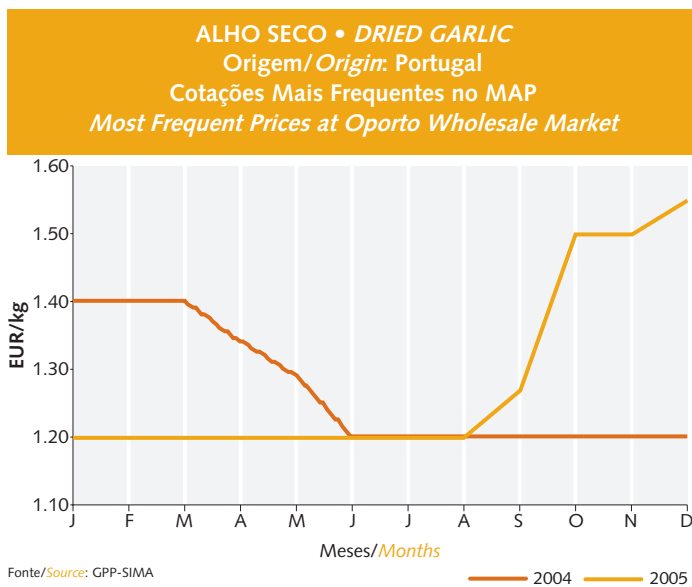
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende					f f	f						
Oeste Litoral					f f	f f	f M	M M				

 Produção
F Oferta Forte
M Oferta Média
f Oferta Fraca

ALHO SECO • DRIED GARLIC
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MAP
Most Frequent Prices at Oporto Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	1.40	1.20	-14
Fev/Feb	1.40	1.20	-14
Mar/Mar	1.40	1.20	-14
Abr/Apr	1.34	1.20	-10
Mai/May	1.29	1.20	-7
Jun/Jun	1.20	1.20	0
Jul/Jul	1.20	1.20	0
Ago/Aug	1.20	1.20	0
Set/Sep	1.20	1.27	6
Out/Oct	1.20	1.50	25
Nov/Nov	1.20	1.50	25
Dez/Dec	1.20	1.55	29

Fonte/Source: GPP-SIMA



Allium sativum, L. • Família | Family: Liliaceae

ALHO | GARLIC

ALHO SECO • DRIED GARLIC					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	1 227.2	2 061 739	ANGOLA ANGOLA	6.2	11 895
BÉLGICA BELGIUM	19.5	41 716	CABO VERDE CAPE VERDE	10.0	11 179
CHINA CHINA	19.4	17 192	ESPAÑA SPAIN	64.4	60 941
ESPAÑA SPAIN	5 025.2	5 911 012	FRANÇA FRANCE	48.7	43 679
FRANÇA FRANCE	57.4	51 831	ITÁLIA ITALY	3.3	2 372
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	158.7	209 605	S. TOMÉ E PRÍNCIPE S. TOME AND PRINCIPE	2.8	4 148
OUTROS OTHERS	10.0	10 903	OUTROS OTHERS	1.3	1 468
TOTAL	6 517.2	8 303 998	TOTAL	136.7	135 682

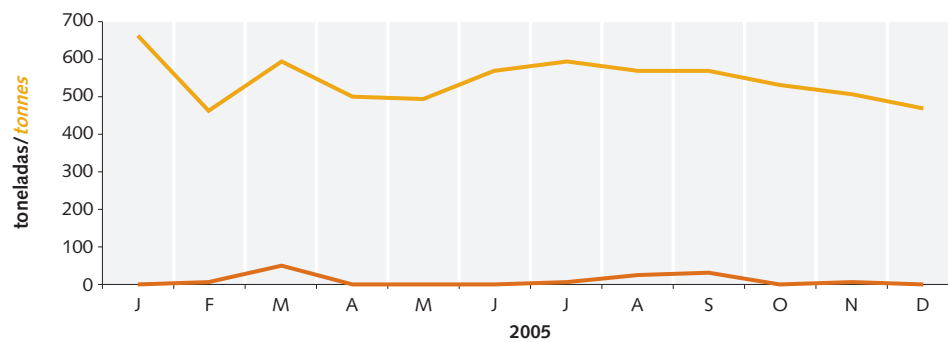
Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ALHO SECO • DRIED GARLIC



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

PRODUÇÃO MUNDIAL DE ALHO SECO / WORLD PRODUCTION OF GARLIC

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA / AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	1 132 037	100	1 122 324	100	13 619 221	100	14 087 991	100
Europa/Europe	118 486	10	112 061	10	716 572	5	756 498	5
UE/EU 25			35 994	3			267 782	2
UE/EU 15	31 155	3			251 442	2		
Portugal	250	0	250	0	1 400	0	1 400	0
Espanha/Spain	21 683	2	23 700	2	170 161	1	168 300	1
Federação Russa/ Russian Federation	30 110	3	30 610	3	219 570	2	236 170	2
Roménia/Romania	14 800	1	8 747	1	76 523	1	65 884	0
Ucrânia/Ukraine	20 600	2	19 600	2	103 200	1	130 700	1
África/Africa	35 395	3	33 034	3	377 731	3	361 518	3
Egipto/Egypt	9 509	1	8 349	1	207 757	2	187 833	1
Ásia/Asia	908 436	80	915 578	82	11 781 778	87	12 304 193	87
China	632 350	56	637 250	57	10 078 351	74	10 593 366	75
Coreia do Norte/Korea, Dem. People's Rep.	8 500	1	8 500	1	90 000	1	90 000	1
Coreia do Sul/Korea, Republic of	33 140	3	30 237	3	378 846	3	357 824	3
Índia/India	120 000	11	120 000	11	500 000	4	500 000	4
Myanmar (Birmânia)	21 209	2	22 000	2	120 333	1	121 000	1
Tailândia/Thailand	15 516	1	16 800	1	95 909	1	107 000	1
Turquia/Turkey	19 000	2	17 000	2	125 000	1	109 000	1
América do Norte e Central/ North & Central America	25 574	2	23 634	2	375 301	3	348 090	2
América do Sul/ South America	43 866	4	37 717	3	366 359	3	316 192	2
Oceania	280	0	300	0	1 480	0	1 500	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

ALHO FRANCÊS | LEEKS

Allium porrum, L. • Família | Family: Liliaceae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura e Produção: Na região de Entre-Douro-e-Minho estimava-se uma área de 45 hectares e uma produção de 530 toneladas.

Áreas de Mercado mais Representativas: Póvoa de Varzim-Esposende, Grande Porto e Oeste.

Variedades: Furor, Goliath, Lancelot, Paragon, Poruit, Porvit, Prelina, Porbella e Upton F1.

Factores Relevantes na Produção: É uma cultura de ar livre. No Entre-Douro-e-Minho esta cultura tem vindo a ganhar importância no contexto da horticultura da região, face à boa aceitação do produto por parte do consumidor. Nas áreas de mercado de Póvoa de Varzim-Esposende e Grande Porto verificou-se, em 2005, um aumento de aproximadamente 25% na área de cultivo. Porém, a falta de água e o calor excessivo condicionou a produção, não só em termos de quantidade (quebra na produtividade da ordem dos 30%), mas também em termos de qualidade e apresentação comercial. No Ribatejo e Oeste utilizaram-se tanto as sementes híbridas, mais produtivas, mas também mais exigentes e com maiores custos de produção, como as variedades mais tradicionais, que estão melhor adaptadas às condições edafo-climáticas. Nesta região a seca que se fez sentir não afectou a produção do alho francês e o produto apresentou boa qualidade. A campanha decorreu favoravelmente, sem a ocorrência de factores de natureza fitossanitária dignos de realce.

Comercialização: Durante todo o ano, mas com maiores quantidades transaccionadas em dois períodos: nos meses de Janeiro a Abril e de Setembro a Dezembro. Houve dificuldades de escoamento de Abril a Junho que se deveram, sobretudo, ao espigamento precoce das plantas, já que, para o de melhor qualidade, não se registaram essas dificuldades, pois é um produto com boa procura, quer no mercado nacional, quer no internacional. No mercado interno o alho francês é comercializado através de operadores comerciais e Organizações de Produtores, que colocam o produto nas grandes superfícies de venda e em cadeias de média e pequena dimensão. Prevalecem alguns produtores que escoam o seu produto através dos Mercados Abastecedores e dos mercados regionais.

Preços: Em 2005 as cotações médias na produção e nos Mercados Abastecedores foram muito semelhantes às do ano transacto. A nível da produção e nos primeiros meses do ano, as cotações foram inferiores às de 2004, invertendo-se a situação nos últimos sete meses.

Comércio Internacional: A balança comercial é positiva. A entrada de alho francês tem diminuído e a saída aumentado acentuadamente, nos últimos 3 anos. Em 2005 as saídas de alho francês cifraram-se em 2 milhões de euros, correspondentes a 3 mil toneladas. Os principais compradores de alho francês nacional foram, nesse ano, a França, o Reino Unido e a Espanha, com pesos de 40%, 32% e 26% no valor total das vendas, respectivamente. Maio e Junho foram os meses onde ocorreu o maior volume de transacções, quase 80% das quantidades totais vendidas ao exterior no ano.

Perspectivas: A continuação do aumento da procura, a verificar-se, constituirá um incentivo para o aumento da área de cultivo, nomeadamente, na região de Entre-Douro-e-Minho. Prevê-se uma cada vez melhor valorização do produto de qualidade, mesmo em períodos menos favoráveis à cultura, e a continuação das vendas para mercados externos.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area and Output: In Entre-Douro-e-Minho, there was an estimated 45 ha area, corresponding to and a 530 tonne output.

Most Representative Market Areas: Póvoa de Varzim-Esposende, Grande Porto and Oeste.

Varieties: Furor, Goliath, Lancelot, Paragon, Poruit, Porvit, Prelina, Porbella and Upton F1.

Relevant Production Factors: This is an outdoor crop. In Entre-Douro-e-Minho, leeks have been gaining importance within the region horticulture, given their acceptance by consumers. At the Póvoa de Varzim-Esposende and Grande Porto market areas, there was a 25% increase in crop area in 2005. However, lack of water and excessive heat affected output, not only in terms of quantity (a 30% decrease in yield), but also of quality and commercial presentation. In Ribatejo e Oeste, both hybrid seeds, more productive but also more demanding and with higher production costs, and more traditional varieties, better adapted to weather and soil conditions, were used. In this region, the drought did not affect output and leeks were of good quality. It was a fine year, without any health plant problems worthy of notice.

Marketing: Leeks are traded all year long, although there are two peak periods: from January to April and from September to December. There were marketing difficulties from April to June mostly due to early earing, since best quality leeks experienced no such difficulties. Leeks are in good demand, both in the domestic market and in foreign markets. In the domestic market, leeks are traded through commercial operators and producer organisations, who sell them to supermarkets and hypermarkets and to small and medium distribution chains. Some producers continue to market leeks through wholesale markets and regional markets.

Prices: In 2005, average producer and wholesale prices were very similar to the previous year. Producer prices over the first months of the year fell from 2004. The situation reversed during the last seven months.

International Trade: Trade balance is positive. Over the last three years, leek imports have decreased and exports have increased steeply. In 2005, exports totalled 2 million euros, corresponding to 3 thousand tonnes. The major buyers of Portuguese leeks were France, the United Kingdom and Spain, accounting for 40%, 32% and 26% of total exports, respectively. The largest trade volume occurred in May and June, corresponding to almost 80% of total exports.

Outlook: The increasing demand will be an incentive to extend crop area, namely in Entre-Douro-e-Minho. Prices of quality leeks should improve, even at times less favourable to this crop, and leek exports should proceed.

Allium porrum, L. • Família | Family: Liliaceae

ALHO FRANCÊS | LEEKS

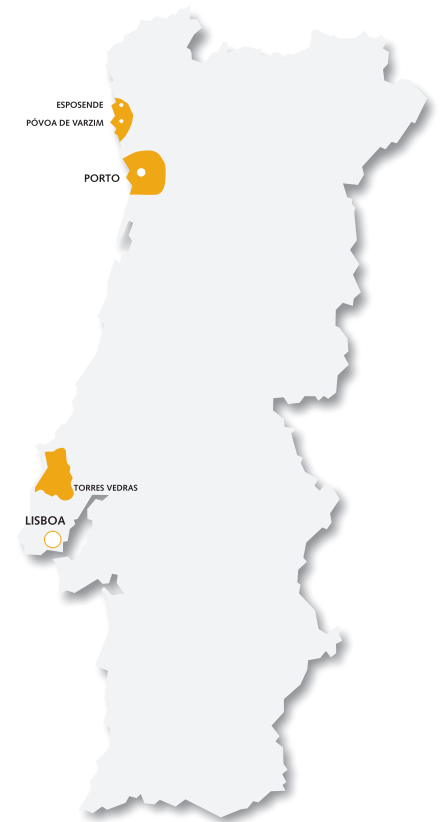
ALHO FRANCÊS • LEEKS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
Oeste	F	F	F	F	F	M	M	M	M	F	F	F

F Oferta Forte
Good Supply
 M Oferta Média
Moderate Supply
 f Oferta Fraca
Poor Supply

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

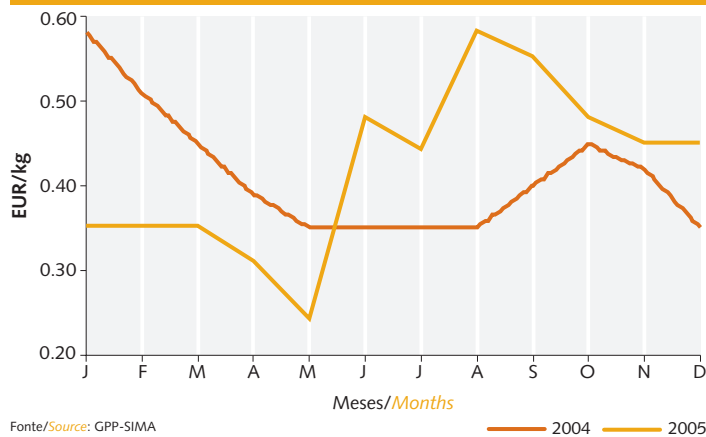


ALHO FRANCÊS • LEEKS Cotações Mais Frequentes na Produção, na Póvoa de Varzim-Esposende Most Frequent Producer Prices in Póvoa de Varzim-Esposende

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.58	0.35	-40
Fev/Feb	0.51	0.35	-31
Mar/Mar	0.45	0.35	-22
Abr/Apr	0.39	0.31	-21
Mai/May	0.35	0.24	-31
Jun/Jun	0.35	0.48	37
Jul/Jul	0.35	0.44	26
Ago/Aug	0.35	0.58	66
Set/Sep	0.40	0.55	38
Out/Oct	0.45	0.48	7
Nov/Nov	0.42	0.45	7
Dez/Dec	0.35	0.45	29

Fonte/Source: GPP-SIMA

ALHO FRANCÊS • LEEKS Cotações Mais Frequentes na Produção, na Póvoa de Varzim-Esposende Most Frequent Producer Prices in Póvoa de Varzim-Esposende



Fonte/Source: GPP-SIMA

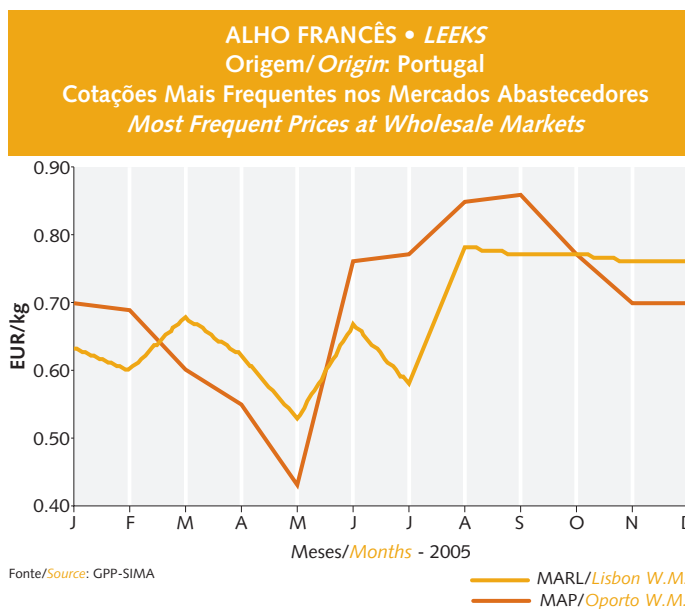
ALHO FRANCÊS • LEEKS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes nos Mercados Abastecedores Most Frequent Prices at Wholesale Markets

MESES MONTHS	MARL/Lisbon W.M. 2005 - EUR/kg	MAP/Oporto W.M. 2005 - EUR/kg
Jan/Jan	0.63	0.70
Fev/Feb	0.60	0.69
Mar/Mar	0.68	0.60
Abr/Apr	0.62	0.55
Mai/May	0.53	0.43
Jun/Jun	0.67	0.76
Jul/Jul	0.58	0.77
Ago/Aug	0.78	0.85
Set/Sep	0.77	0.86
Out/Oct	0.77	0.77
Nov/Nov	0.76	0.70
Dez/Dec	0.76	0.70

Fonte/Source: GPP-SIMA

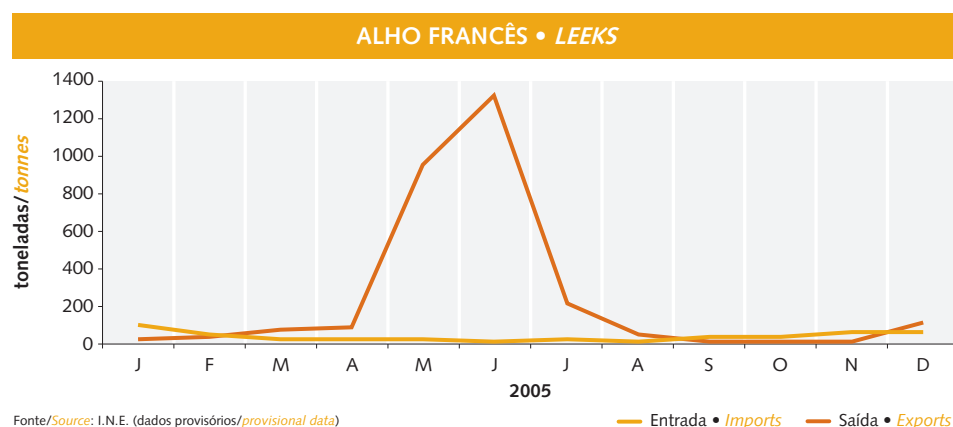
ALHO FRANCÊS | LEEKS

Allium porrum, L. • Família | Family: Liliaceae



ALHO FRANCÊS • LEEKS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
BÉLGICA BELGIUM	122.1	49 981	ALEMANHA GERMANY	28.5	27 556
ESPAÑA SPAIN	270.0	298 049	ESPAÑA SPAIN	733.7	513 560
FRANÇA FRANCE	92.9	60 319	FRANÇA FRANCE	1 750.3	804 069
OUTROS OTHERS	0.0	104	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	390.0	631 103
			OUTROS OTHERS	13.4	13 366
TOTAL	485.0	408 453	TOTAL	2 915.8	1 989 654

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Solanum Tuberosum • Família | Family: Solanaceae**BATATA | POTATOES****CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006**

Enquadramento Mundial: A China é o maior produtor do mundo, com cerca de 21% da produção mundial e a U.E. produz cerca de 20% do total mundial. Seguem-se a Federação Russa e a Índia, com quotas de 11% e 8%, respectivamente, seguidas pela Ucrânia e E.U.A. com uma quota de 6%, cada um. Na U.E. o maior produtor é a Polónia, mas as maiores produtividades, superiores a 40 t/ha, encontram-se na Alemanha, França, Países Baixos e Reino Unido. As produtividades médias na China e na Federação Russa rondam 16 t/ha e 12 t/ha, respectivamente.

Área de Cultura: 39 126 ha (INE)

Produção: 510 910 t (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Aveiro, Viseu, Montijo, Oeste, Bragança e Chaves.

Tipos: Batata de conservação branca, batata de conservação vermelha, batata primor/nova branca e batata primor/nova vermelha. As variedades mais utilizadas são a Desirée, Kennebec, Jaerla, Spunta, Monalisa, Marine, Asterix, Stemster, Agria, Amorosa e Picasso.

Factores Relevantes na Produção: Em 2005 a área semeada de batata foi inferior em cerca de 13% à do ano anterior, tendo a produção diminuído quase 30% no mesmo período. Predomina a cultura de regadio, cerca de 85% da produção total. O intenso calor e a falta de precipitação em 2005 obrigou a que se fizessem regas constantes, de modo a impedir que o tubérculo se "queimasse". Alguma produção foi afectada pela traça da batata, que foi controlada de modo mais eficaz através de medidas culturais (alteração dos compassos de plantação, aumentando as dimensões dos camalhões, optando por parcelas regadas por pivot ou cobertura total, optando por cultivares que tuberizem a maiores profundidades). De um modo geral, a batata apresentou razoável qualidade. Foram utilizadas, para além das sementes certificadas, sementes do segundo ano.

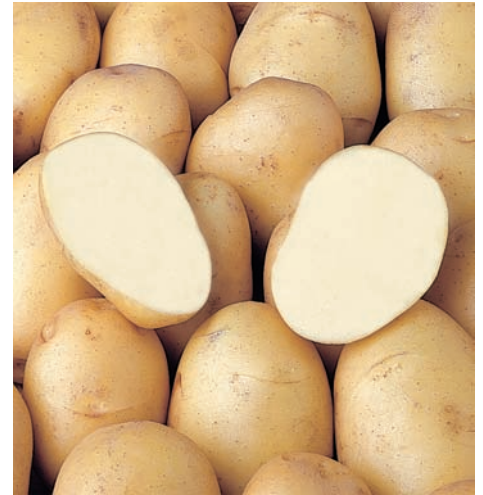
Comercialização: O escoamento da batata continua a ser maioritariamente assegurado por armazenistas/grossistas, os quais transaccionam o produto nos Mercados Abastecedores. Outra é escoada directamente para as grandes superfícies através dos grandes operadores comerciais. Persiste a comercialização tradicional nas feiras e mercados regionais. Também é de considerar o autoconsumo, por ter alguma importância, nomeadamente na Beira Interior. Verificou-se algum estrangulamento no regular escoamento do produto nacional, motivado pela inferior qualidade e calibre mais pequeno do tubérculo e pela concorrência de batata proveniente de Espanha e França, a preços inferiores aos nacionais. Relativamente à batata primor, são de salientar as vendas de produto para França, que ajudaram a escoar a produção nacional.

Preços: Na campanha 2005-06, as cotações na produção de batata de conservação foram superiores às da campanha anterior, em alguns casos em mais de 50%. Nos Mercados Abastecedores a subida das cotações foi menos acentuada, tendo sido inferior no caso da batata de conservação branca e na primor/nova. Para o consumidor, verificaram-se descidas dos preços, de cerca de 4% na batata de epiderme branca e de cerca de 6% na de epiderme vermelha, descidas estas resultantes da oferta de batata estrangeira, mais barata que a nacional.

Comércio Internacional: A batata de conservação é o produto hortícola mais adquirido ao exterior, representando 19% do valor total das entradas de hortícolas. A balança comercial da batata de conservação é altamente deficitária. Em 2005, o valor de compras ao exterior totalizou cerca de 25 milhões de euros (menos quase 30% que em 2004), para cerca de 6 milhões de euros de vendas, metade do valor das vendas relativamente a 2004. Quer em volume, quer em valor, mais de 90% da batata de conservação comprada ao exterior foi oriunda de França e Espanha. O Reino Unido, com 52% do valor, e a França, com 17%, foram os principais compradores de batata de conservação nacional. Relativamente à batata primor e à batata semente, o saldo da balança comercial manteve-se altamente negativo.

Balanço de Aprovisionamento e Consumo per Capita: Em Portugal, nos últimos vinte anos, o consumo de batata teve algumas oscilações, notando-se um decréscimo evidente a partir de meados da década de 90. O consumo anual de batata ronda as 974 mil toneladas, a que corresponde um consumo per capita de 93 kg/habitante/ano. O grau de auto-aprovisionamento ronda os 71%.

Perspectivas: Boas perspectivas para a cultura primor no Montijo. Na Beira Interior, tendência para a redução da área de cultura de batata, dada a pouca rentabilidade económica da cultura e à crescente dificuldade em comercializar a produção.

**PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)**

World Outlook: China is the world leading producer, providing 21% of total world output, followed by the EU with 20%. The Russian Federation and India come next, with contributions of 11% and 8%, respectively, closely followed by Ukraine and the USA, with 6% each. In the EU, Poland is the largest producer, although the highest yields (above 40 t/ha) are in Germany, France, the Netherlands and the United Kingdom. Average yields in China and the Russian Federation are around 16 t/ha and 12 t/ha, respectively.

Crop Area: 39 126 ha (INE)

Output: 510 910 t (INE)

Most Representative Market Areas: Aveiro, Viseu, Montijo, Oeste, Bragança and Chaves.

Types: Ware potatoes (white and red skin), early potatoes (white and red skin). The most used varieties are Desirée, Kennebec, Jaerla, Spunta, Monalisa, Marine, Asterix, Stemster, Agria, Amorosa and Picasso.

Relevant Production Factors: In 2005, the area sown with potatoes fell 13% from the previous year and output almost 30%. Irrigated cultivation prevails, representing 85% of total production. Intense heat and lack of rainfall in 2005 required constant irrigation to prevent tuber drying. Some potatoes were affected by the potato tuber moth, which was more effectively controlled through cultivation measures (changes in plantation schedules, increase in ridge size, choice of sprinkler irrigation or total coverage, selection of cultivars with deeper tuber forming). Overall, potatoes were of fair quality. In addition to certified seeds, second year seeds were also used.

Marketing: Most potatoes are still traded by wholesalers, operating in wholesale markets. Part of the output is sold directly to supermarkets and hypermarkets by large commercial operators and trading in regional markets and fairs persists. Self-consumption is also to be taken into account, particularly in Beira Interior. There were some marketing difficulties for Portuguese potatoes, caused by poorer quality and smaller size tubers and by competition from Spanish and French potatoes at lower prices. As to early potatoes, exports to France helped selling the Portuguese output.

Prices: In 2005-06, producer prices for ware potatoes climbed, in some cases more than 50% from the previous year. In wholesale markets, the price increase was less steep and for white skin ware potatoes and early potatoes prices even fell. Consumer prices fell approximately 4% for white skin potatoes and 6% for red skin potatoes. These falls were the result of competition from foreign potatoes, less expensive than the Portuguese ones.

International Trade: Ware potatoes lead vegetable imports, accounting for 19% of total vegetable purchases. There is a huge trade deficit for ware potatoes: in 2005, imports totalled approximately 25 million euros (almost less 30% than in 2004), as compared to 6 million euros in exports (a 50% fall from 2004). More than 90% (both in volume and in value) of ware potato imports came from France and Spain. The United Kingdom, with 52% of total value, and France, with 17%, were the major buyers of Portuguese ware potatoes. As regards early potatoes and seed potatoes, the trade balance remained highly negative.

Supply Balance and per capita Consumption: In Portugal, over the last twenty years, potato consumption has fluctuated, with a clear decrease after the mid-90s. Annual consumption of potatoes nears 974 thousand tonnes, corresponding to a per capita consumption of 93 kg/inhab/year. The degree of self-sufficiency is close to 71%.

Outlook: There are good perspectives for early potatoes in Montijo. In Beira Interior, there is a downward trend in potato area, given the low profitability of this crop and the increasing marketing difficulties.

BATATA | POTATOES

Solanum Tuberosum • Família | Family: Solanaceae



BATATA PRIMOR • EARLY POTATOES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Aveiro				f f	M F	F F						
Oeste				M M	F F	F F	F F					
Montijo	f f	f M	M M	M F	F F	F F						

BATATA CONSERVAÇÃO • MATURE POTATOES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.
Bragança							F	F	F	F	M	M
Chaves			M	M	M	M	M	F	F	F	F	M
Viseu				F	F	F	M	M	M	f	f	
Aveiro	M	F	F	F	F	F	F	M	M	f	f	
Oeste	M	F	F	M	M	f						
Montijo	F	F	F	F	M	M	f					

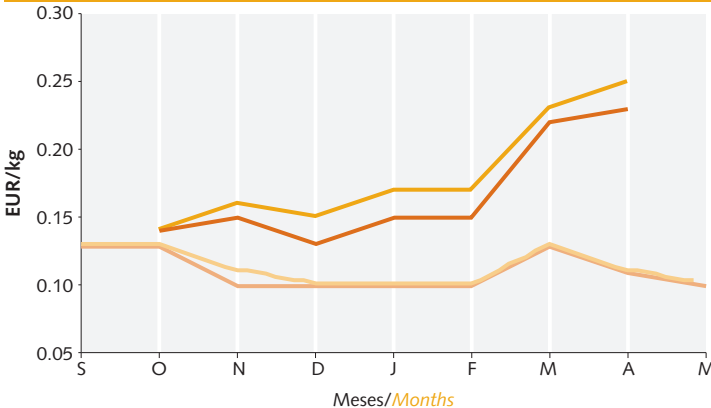
F Oferta Forte Good Supply M Oferta Média Moderate Supply f Oferta Fraca Poor Supply

BATATA DE CONSERVAÇÃO • MATURE POTATOES Cotações Mais Frequentes na Produção, em Viseu Most Frequent Producer Prices in Viseu

MESES MONTHS	Vermelha/ Red			Branca/ White		
	2004-2005 EUR/kg	2005-2006 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %	2004-2005 EUR/kg	2005-2006 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Set/Sep	0.13			0.13		
Out/Oct	0.13	0.14	8	0.13	0.14	8
Nov/Nov	0.11	0.16	45	0.10	0.15	50
Dez/Dec	0.10	0.15	50	0.10	0.13	30
Jan/Jan	0.10	0.17	70	0.10	0.15	50
Fev/Feb	0.10	0.17	70	0.10	0.15	50
Mar/Mar	0.13	0.23	77	0.13	0.22	69
Abr/Apr	0.11	0.25	127	0.11	0.23	109
Mai/May	0.10			0.10		

Fonte/Source: GPP-SIMA

BATATA DE CONSERVAÇÃO • MATURE POTATOES Cotações Mais Frequentes na Produção, em Viseu Most Frequent Producer Prices in Viseu



Fonte/Source: GPP-SIMA
 Vermelha • Red - 2005-06 Branca • White - 2005-06
 Vermelha • Red - 2004-05 Branca • White - 2004-05

Solanum Tuberosum • Família | Family: Solanaceae

BATATA | POTATOES

BATATA • POTATOES Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	Primor/Nova Branca Early White	Conservação Branca Mature White	Conservação Vermelha Mature Red
	2005-2006 EUR/kg		
Abr/Apr	0.45		
Mai/May	0.45		
Jun/Jun		0.15	
Jul/Jul		0.15	0.15
Ago/Aug		0.18	0.18
Set/Sep		0.21	0.23
Out/Oct		0.23	0.22
Nov/Nov		0.25	0.24
Dez/Dec			0.25
Jan/Jan			0.26
Fev/Feb			0.28
Mar/Mar			0.34
Abr/Apr			0.36

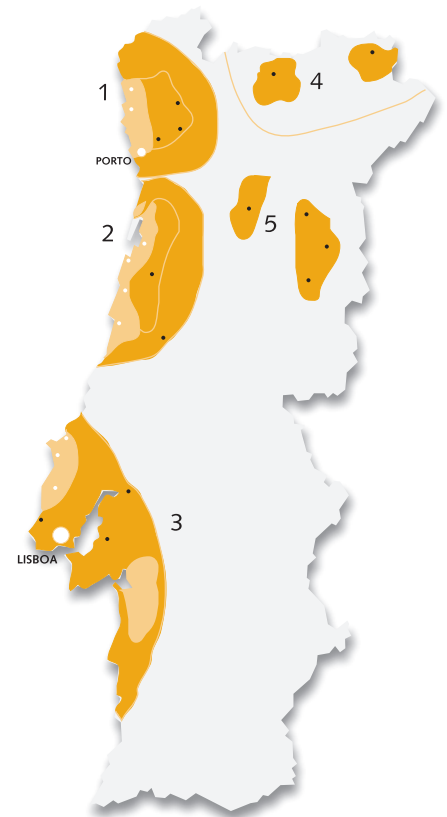
Fonte/Sources: GPP-SIMA

BATATA DE CONSERVAÇÃO VERMELHA • MATURE RED POTATOES Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Jul/Jul	0.24	0.15	-38
Ago/Aug	0.25	0.18	-28
Set/Sep	0.24	0.23	-4
Out/Oct	0.22	0.22	0
Nov/Nov	0.22	0.24	9
Dez/Dec	0.22	0.25	14
Jan/Jan	0.22	0.26	18
Fev/Feb	0.22	0.28	27
Mar/Mar	0.24	0.34	42
Abr/Apr	0.25	0.36	44
Mai/May	0.22		

Fonte/Sources: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

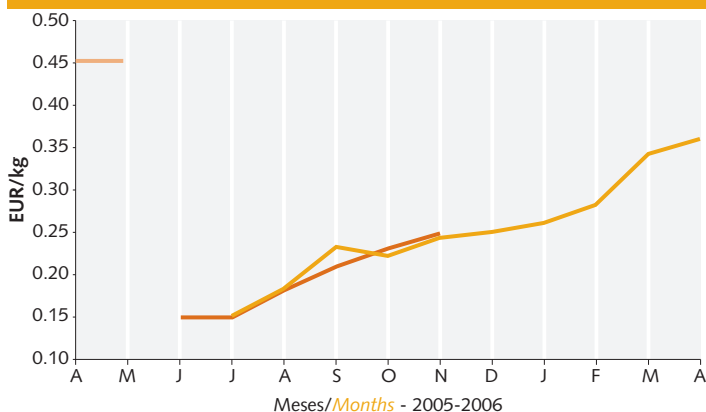
Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ZONA 1 - Famalicão, 5^o Tirso, Póvoa, Vila do Conde, Maia
 ZONA 2 - Aveiro, Gândaras, Mira, Vagos, O. Bairro, Soure
 ZONA 3 - Lourinhã, Caldas, Torres Vedras, Salvaterra de Magos, Montijo, Odemira
 ZONA 4 - Chaves, Montalegre, Boticas, Valpaços, V. Pouca de Aguiar, Bragança, Vinhais
 ZONA 5 - Viseu, Trancoso, Guarda, Celorico da Beira, Sabugal, Pinhel

PRIMOR
EARLY POTATO
 CONSERVAÇÃO
MATURE POTATO

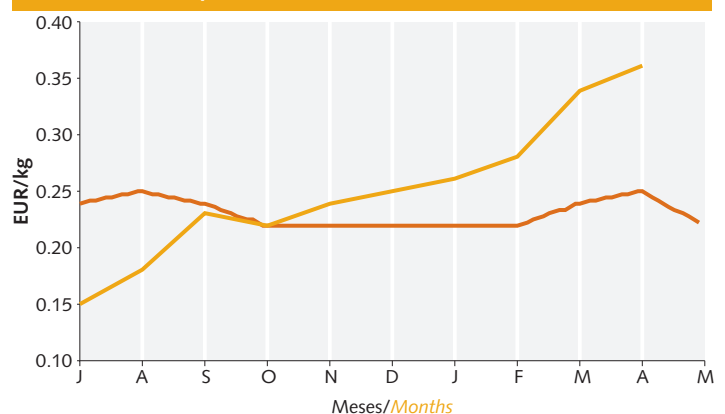
BATATA • POTATOES
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Sources: GPP-SIMA

Conservação Vermelha • Mature Red
 Conservação Branca • Mature White
 Primor/Nova Branca • Early White

BATATA DE CONSERVAÇÃO VERMELHA
MATURE RED POTATOES
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

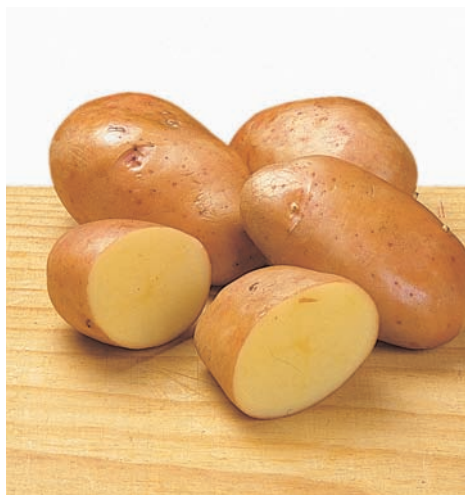


Fonte/Sources: GPP-SIMA

2004-05 2005-06

BATATA | POTATOES

Solanum Tuberosum • Família | Family: Solanaceae



BATATA DE CONSERVAÇÃO • MATURE POTATOES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
BÉLGICA BELGIUM	6 160.0	675 957	ALEMANHA GERMANY	1 879.9	360 441
DINAMARCA DENMARK	1 023.3	131 877	ANGOLA ANGOLA	261.0	60 511
ESPAÑA SPAIN	63 399.1	11 189 277	BÉLGICA BELGIUM	511.4	91 610
FRANÇA FRANCE	106 107.3	11 834 927	CABO VERDE CAPE VERDE	1 812.1	331 101
IRLANDA IRELAND	157.5	19 726	ESPAÑA SPAIN	3 847.6	527 641
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	7 189.8	926 277	FRANÇA FRANCE	971.7	299 535
REINO UNIDO UNITED KINGDOM	356.2	56 070	LUXEMBURGO LUXEMBOURG	210.7	41 335
OUTROS OTHERS	104.8	18 194	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	5 044.8	1 001 723
			REINO UNIDO UNITED KINGDOM	2 084.0	3 029 517
			OUTROS OTHERS	211.7	36 616
TOTAL	184 498.0	24 852 305	TOTAL	16 834.9	5 780 030

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

BATATA DE SEMENTE • SEED POTATOES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	4 006.3	1 196 996	ANGOLA ANGOLA	15.1	3 844
BÉLGICA BELGIUM	911.3	191 331	CABO VERDE CAPE VERDE	7.2	1 949
CANADÁ CANADA	464.0	143 304	ESPAÑA SPAIN	2 726.8	1 023 642
DINAMARCA DENMARK	4 089.1	1 537 549	FRANÇA FRANCE	50.0	16 903
ESPAÑA SPAIN	422.6	153 181	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	0.1	29
FRANÇA FRANCE	3 978.4	1 705 193			
IRLANDA IRELAND	331.5	115 786			
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	22 683.1	6 833 996			
REINO UNIDO UNITED KINGDOM	1 789.6	514 561			
OUTROS OTHERS	77.6	26 197			
TOTAL	38 753.4	12 418 094	TOTAL	2 799.2	1 046 367

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Solanum Tuberosum • Família | Family: Solanaceae

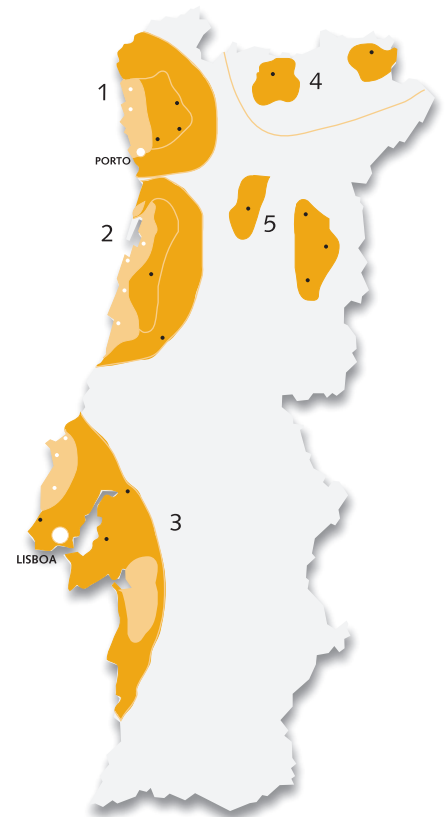
BATATA | POTATOES

BATATA PRIMOR • EARLY POTATOES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	0.1	12 613	ALEMANHA GERMANY	2.5	432
BÉLGICA BELGIUM	34.1	4 358	ESPANHA SPAIN	3.6	702
ESPANHA SPAIN	2 308.5	379 894	FRANÇA FRANCE	15.0	3 320
FRANÇA FRANCE	5 717.6	581 077	MAURITÂNIA MAURITANIA	1.0	877
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	296.0	34 135	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	0.1	20
TOTAL	8 356.2	1 012 077	TOTAL	22.2	5 351

Fonte/SOURCE: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

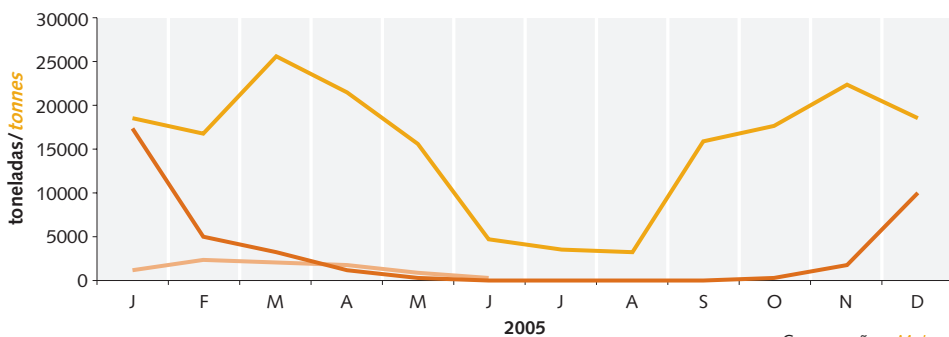
Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ZONA 1 - Famalicão, 5º Tirso, Póvoa, Vila do Conde, Maia
 ZONA 2- Aveiro, Gândaras, Mira, Vagos, O. Bairro, Soure
 ZONA 3 - Lourinhã, Caldas, Torres Vedras, Salvaterra de Magos, Montijo, Odemira
 ZONA 4 - Chaves, Montalegre, Boticas, Valpaços, V. Pouca de Aguiar, Bragança, Vinhais
 ZONA 5 - Viseu, Trancoso, Guarda, Celorico da Beira, Sabugal, Pinhel

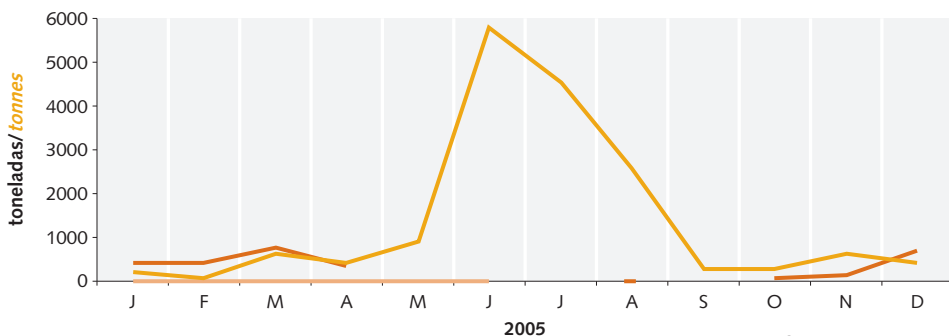
PRIMOR
EARLY POTATO
 CONSERVAÇÃO
MATURE POTATO

BATATA - Entrada • POTATOES - Imports



Fonte/SOURCE: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

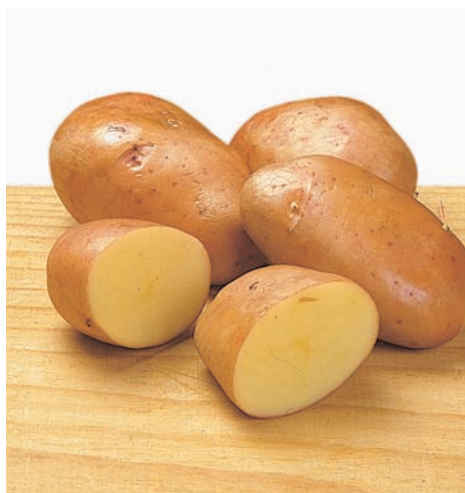
BATATA - Saída • POTATOES - Exports



Fonte/SOURCE: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

BATATA | POTATOES

Solanum Tuberosum • Família | Family: Solanaceae



PRODUÇÃO MUNDIAL DE BATATA / WORLD PRODUCTION OF POTATOES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA / AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo / World	18 972 088	100	18 753 576	100	315 750 538	100	330 518 791	100
Europa / Europe	8 175 821	43	8 016 947	43	131 006 378	41	141 863 576	43
UE / EU 25			2 249 240	12			67 162 967	20
UE / EU 15	1 236 230	7			41 721 679	13		
Portugal *	80 000	0	80 000	0	1 200 000	0	1 250 000	0
Alemanha / Germany	283 624	1	295 300	2	10 231 737	3	13 044 000	4
Bielorrússia / Belarus	530 000	3	509 000	3	8 649 400	3	9 902 100	3
Federação Russa / Russian Federation	3 175 000	17	3 130 000	17	36 746 512	12	35 914 240	11
França / France	157 278	1	159 638	1	6 348 126	2	7 254 221	2
Países Baixos / Netherlands	158 600	1	163 905	1	6 468 762	2	7 488 000	2
Polónia / Poland	765 771	4	713 250	4	13 731 500	4	13 998 654	4
Reino Unido / United Kingdom	145 000	1	149 000	1	5 918 000	2	6 316 000	2
Roménia / Romania	282 000	1	265 622	1	3 947 177	1	4 230 210	1
Ucrânia / Ukraine	1 586 900	8	1 556 000	8	18 453 000	6	20 754 800	6
África / Africa	1 214 375	6	1 334 223	7	13 913 949	4	15 110 335	5
Argélia / Algeria	88 660	0	90 000	0	1 879 918	1	1 800 000	1
Egipto / Egypt	82 879	0	104 217	1	2 039 351	1	2 546 610	1
Ásia / Asia	7 877 206	42	7 729 775	41	126 528 513	40	129 630 573	39
Bangladesh	245 242	1	270 730	1	3 386 000	1	3 908 000	1
Cazaquistão / Kazakhstan	166 014	1	168 200	1	2 308 340	1	2 260 630	1
China	4 523 764	24	4 301 512	23	68 139 264	22	70 036 279	21
Índia / India	1 370 000	7	1 400 000	7	25 000 000	8	25 000 000	8
Irão / Iran, Islamic Rep. Of	175 000	1	190 000	1	3 750 000	1	4 180 000	1
Japão / Japan	88 400	0	85 000	0	2 939 000	1	2 884 000	1
Turquia / Turkey	195 000	1	179 000	1	5 300 000	2	4 800 000	1
América do Norte e Central / North & Central America	790 724	4	746 392	4	28 571 002	9	28 424 974	9
Canadá / Canada	180 890	1	170 530	1	5 282 420	2	5 170 790	2
EUA / USA	505 300	3	472 230	3	20 766 100	7	20 685 670	6
América do Sul / South America	866 373	5	878 409	5	13 980 586	4	13 675 218	4
Brasil / Brazil	151 850	1	139 883	1	3 089 020	1	2 931 180	1
Colômbia	164 088	1	161 873	1	2 872 284	1	2 836 187	1
Peru / Peru	213 300	1	250 600	1	3 151 355	1	2 996 090	1
Oceania	47 589	0	47 830	0	1 750 110	1	1 814 115	1

Fonte / Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis / aggregated data for 2005 not available)

* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais. / FAO data for Portugal do not match national statistical data.

Portugal - 2003 (INE): Área / Area=45421 ha; Produção / Production=670251 t

Portugal - 2004 (INE): Área / Area=45196 ha; Produção / Production=705439 t

Brassica oleraceae, SP • Família | Family: Cruciferae

BRÁSSICAS | CABBAGES

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A China lidera a produção mundial de couves, com quase 50% do total, e a Índia vem em segundo lugar com uma quota de produção de 9%. A União Europeia tem uma quota na produção mundial de cerca de 7% e a Federação Russa uma quota de cerca de 6%. A produtividade média na China e na Índia é cerca de metade da que se atinge na Alemanha e na Polónia. A China e a Índia são os maiores produtores de couve flor a nível mundial, com quotas que rondam os 44% e 30%, respectivamente. A quota da U.E. é de 14%.

Área de Cultura e Produção: Nas regiões de Entre-Douro-e-Minho e na Beira Litoral, houve uma diminuição na área e na produção de couves. Na área de mercado do Oeste a área dedicada às brássicas foi sensivelmente a mesma do ano anterior.

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Póvoa de Varzim-Esposende e Aveiro.

Variiedades: Couve Repolho tipo Coração - *Cape Horn, Duchy*. Couve Lombardo - *Savoy Ace, Savoy King, Savonarch, Famosa, Melisa, Palacio, Retosa, Chirimen, SK 97011, Darsa*. Couve Repolho - *Coração de Boi, Bacalan, Gloria, Polaris, Green Express*. Couve Roxa - *Autoro, Red Jewel*. Couve Flor - *Bola de Neve, Aviso, Síria, Nautilus, Sirenta, Pavillion, Atila*. Couve Brócolo - *Marathon, Triathlon, Decathlon, Pentathlon*. Couve Penca - *Penca da Póvoa, Penca de Chaves, Beira, Portuguesa*. Nabo Cabeça - *Bola de Neve, Roxo, Regional*. Nabo Grêlo - *Greleiro Especial, S. Cosme, Grêlo Francês*.

Fatores Relevantes na Produção: Tradicionalmente cultivada em regime de ar livre, tem-se vindo a assistir, nos últimos anos, na área de mercado de Póvoa de Varzim/Esposende, ao aumento da área de cultivo em estufa da couve penca e do repolho. A couve penca continua a ser um produto hortícola muito importante na região, pois tem boa procura. Nesta região, em 2005 a produção de couve penca e de couve repolho foi afectada pelas elevadas temperaturas e falta de água. Para além de uma menor qualidade, o impacto da seca traduziu-se, sobretudo, na redução da produção, mais acentuada no caso da couve penca (quase 30%). Em Aveiro, o tempo seco também afectou a produção das couves, bem como a sua qualidade. No Oeste, as condições meteorológicas, nomeadamente a menor precipitação, não afectou a produção das couves.

Comercialização: Efectua-se durante todo o ano. Na Póvoa de Varzim-Esposende, a comercialização deste produto é feita maioritariamente pelas Organizações e Associações de Produtores, que colocam o produto nas cadeias de média e grande dimensão, mas são também de considerar os grossistas com actividade nos Mercados Abastecedores do Porto e Braga, bem como as transacções efectuadas em feiras e mercados regionais. O repolho foi escoado com normalidade, enquanto que para a couve penca, apesar da menor produção, houve dificuldades no escoamento em vários períodos, dada a sua menor qualidade. Em Aveiro, a oferta de repolho e lombardo foi, quase sempre, superior à procura, sendo o produto transaccionado com alguma lentidão. Nesta região as transacções são realizadas, maioritariamente junto de grossistas e camionistas com actividade nos Mercados Abastecedores. No Oeste a campanha de comercialização decorreu com regularidade. A comercialização das brássicas, no geral, é feita por operadores comerciais e Organizações de Produtores, que colocam o produto junto das cadeias de pequena e média dimensão. De referir, ainda, que no Algarve a produção é reduzida e praticamente todo o produto é comercializado na região. São também de considerar, em todas as regiões, as transacções efectuadas em mercados regionais.

Preços: Em 2005 os preços da couve flor, do lombardo e do repolho nos principais mercados de produção e abastecedores aumentaram entre os 7% e os 40%, face a 2004, enquanto que os preços da couve penca e do brócolo diminuíram. O brócolo foi a brássica mais valorizada na produção e nos Mercados Abastecedores. Para o consumidor, verificou-se uma subida de 6% no preço da couve flor e de 3% no preço da couve portuguesa.

Comércio Internacional: O saldo da balança comercial do conjunto de todas as couves é positivo. As "outras couves" foram as que mais contribuíram para esse saldo, nomeadamente, a variedade Spitzkool, vulgarmente conhecida por couve pontiaguda, que, não sendo habitual no consumo dos portugueses, é apreciada nos mercados estrangeiros. Em 2005 o valor de vendas de brássicas ao exterior cifrou-se em 6,4 milhões de euros, contra cerca de 5 milhões de euros de compras. Os principais compradores de brássicas nacionais foram a Alemanha (33%), o Reino Unido (26%), a França (14%) e a Espanha (12%). Em volume, cerca de 83% das vendas ao exterior ocorreu nos meses de Janeiro a Maio (8,9 mil toneladas). Relativamente à couve de Bruxelas, apesar de o saldo da balança comercial ser negativo, o valor de vendas ao exterior tem aumentado nos últimos anos, atingindo 125 mil euros em 2005. No que respeita às compras, os Países Baixos e a Espanha concentraram o fornecimento a Portugal, com quotas de cerca de 54% e 39%, respectivamente. Relativamente à couve flor e ao brócolo o saldo da balança comercial é altamente negativo, com aquisições de 3,8 milhões de euros em 2005, das quais, 50% a Espanha e 39% à Alemanha.

Perspectivas: Aumento da área de cultivo em estufa da couve penca e do repolho, na área de mercado de Póvoa de Varzim/Esposende, como forma de ultrapassar condicionamentos climáticos, permitindo um abastecimento do mercado mais regular ao longo do ano.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: China is the world leading producer, accounting for almost 50% of total output, and India is second with a 9% output share. The EU contributes with approximately 7% and the Russian Federation with 6%. Average yield in China and in India is approximately half of the average yield in Germany and in Poland. China and India are the world leading producers of cauliflower, with 44% and 30% shares, respectively. The EU accounts for 14% of total cauliflower produced.

Crop Area and Output: In Entre-Douro-e-Minho and Beira Litoral, cabbage area and output fell. In Oeste, the area allocated to cabbages was virtually the same as in the previous year.

Most Representative Market Areas: Oeste, Póvoa de Varzim-Esposende and Aveiro.

Varieties: Spitzkool Cabbage - *Cape Horn, Duchy*. Savoy Cabbage - *Savoy Ace, Savoy King, Savonarch, Famosa, Melisa, Palacio, Retosa, Chirimen, SK 97011, Darsa*. Garden Cabbage - *Coração de Boi, Bacalan, Gloria, Polaris, Green Express*. Red Cabbage - *Autoro, Red Jewel*. Cauliflower - *Bola de Neve, Aviso, Síria, Nautilus, Sirenta, Pavillion, Atila*. Broccoli - *Marathon, Triathlon, Decathlon, Pentathlon*. Penca Cabbage - *Penca da Póvoa, Penca de Chaves, Beira, Portuguesa*. Turnip cabbage - *Bola de Neve, Roxo, Regional*. Turnip greens - *Greleiro Especial, S. Cosme, Grêlo Francês*.

Relevant Production Factors: Traditionally cultivated outdoors, greenhouse area for penca and garden cabbages has been increasing over the last few years at the Póvoa de Varzim/Esposende market area. Penca cabbages continue to be a very important vegetable product in this region, since demand is good. In 2005, output of penca and garden cabbages was affected by high temperatures and lack of water. In addition to poorer quality, the drought also led to a decreased output, steeper for penca cabbages (almost 30%). In Aveiro, dry weather also affected cabbage output, as well as quality. In Oeste, weather conditions, namely less rainfall, did not affect cabbage production.

Marketing: Trading goes on all year long. At Póvoa de Varzim-Esposende, cabbages are mainly traded by producer organisations/associations, who sell them to medium and large distribution chains. Also relevant are wholesalers operating at the Porto and Braga Wholesale Markets. Garden cabbage sales were normal, whereas penca cabbages, in spite of the reduced output, experienced market difficulties at several times, due to its poorer quality. In Aveiro, supply of garden cabbages and Savoy cabbages was almost always above demand and, consequently, there were some marketing difficulties. In this region, most transactions are made by wholesalers and truck drivers, operating in wholesale markets. In Oeste, the marketing year proceeded smoothly. Trading is usually made by commercial operators and producer organisations, who sell cabbages to small and medium distribution chains. It should also be mentioned that, in Algarve, output is small and practically all cabbages are marketed within the region. Trading in regional markets and fairs must also be considered for all regions.

Prices: In 2005, prices of cauliflower, Savoy cabbages and garden cabbages in the major producer and wholesale markets increased between 7% and 40% from 2004, whereas prices of cabbages penca and broccoli fell. Broccoli reached the highest price of all cabbages, both in producer and in wholesale markets. Consumer prices climbed 6% for cauliflowers and almost 3% for Portuguese cabbages.

International Trade: Trade balance for cabbages as a whole is positive. The "other cabbages" category provided the largest contribution to this balance, namely the Spitzkool variety, which is not usually consumed internally, but it is well-appreciated in foreign markets. In 2005, cabbage exports totalled 6.4 million euros, as compared to 5 million euros in imports. The main buyers were Germany (33%), the United Kingdom (26%), France (14%) and Spain (12%). Approximately 83% of cabbage exports, in volume, were sold from January to May (8.9 thousand tonnes). As to Brussels sprouts, although the trade balance is negative, exports have been increasing over the last few years, having reached 125 thousand euros in 2005. Imports of this type of cabbages came mainly from the Netherlands (54%) and Spain (39%). As regards cauliflower and broccoli, the trade balance is extremely negative, imports reaching 3.8 million euros in 2005, 50% of which came from Spain and 39% from Germany.

Outlook: The increase in greenhouse area for penca and garden cabbages should proceed at the Póvoa de Varzim/Esposende market area, as a way of overcoming weather constraints and of enabling a more even distribution of market supply throughout the year.



BRÁSSICAS | CABBAGES

Brassica oleraceae, SP • Família | Family: Cruciferae



COUVE PENCA • PENCA CABBAGES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvo de Varzim/Esposende	F F	F F	F F	F F	F F	F M	M M	M M	M F	F F	F F	F F

COUVE FLOR • CAULIFLOWER Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Oeste	M M	M M	F F	F F	F F	F M	M M	M f	f f	f f	f M	M M

COUVE BRÓCOLO • BROCCOLI Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Oeste	F F	F F	F F	F F	F F	M M	M M	M M	M M	M F	F F	F F

COUVE REPOLHO E LOMBARDO DRUMHEAD AND SAVOY CABBAGES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvo de Varzim/Esposende	f f	f f	f f	f M	F F	F F	F f	f f	f M	F F	F F	f f
Aveiro	f f	M F	F F	F F	F F	F F	F F	F F	M M	M M	f f	f f
Oeste	M M	M M	F F	F F	F F	F M	M M	M M	f f	f f	f f	M M

F Oferta Forte / Good Supply **M** Oferta Média / Moderate Supply **f** Oferta Fraca / Poor Supply

COUVE LOMBARDO • SAVOY CABBAGES Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste Most Frequent Producer Prices in Oeste

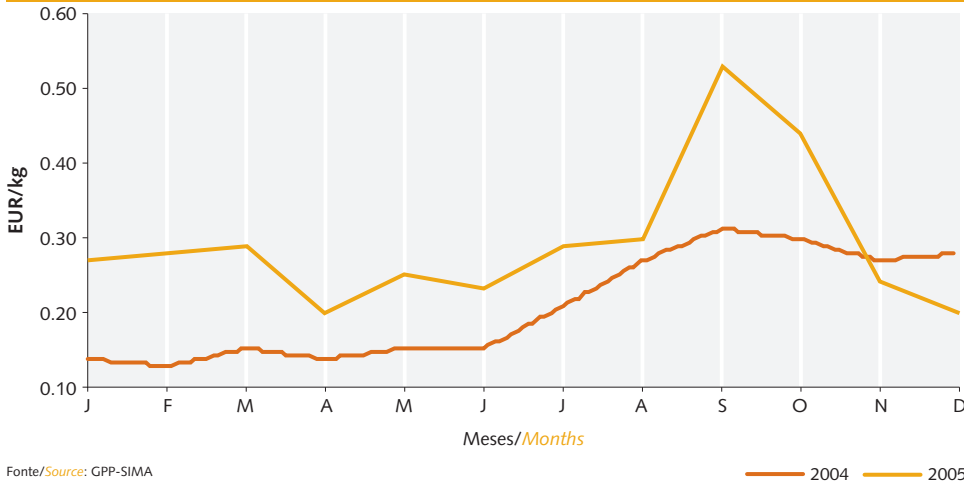
MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.14	0.27	93
Fev/Feb	0.13	0.28	115
Mar/Mar	0.15	0.29	93
Abr/Apr	0.14	0.20	43
Mai/May	0.15	0.25	67
Jun/Jun	0.15	0.23	53
Jul/Jul	0.21	0.29	38
Ago/Aug	0.27	0.30	11
Set/Sep	0.31	0.53	71
Out/Oct	0.30	0.44	47
Nov/Nov	0.27	0.24	-11
Dez/Dec	0.28	0.20	-29

Fonte/Source: GPP-SIMA

Brassica oleraceae, SP • Família | Family: Cruciferae

BRÁSSICAS | CABBAGES

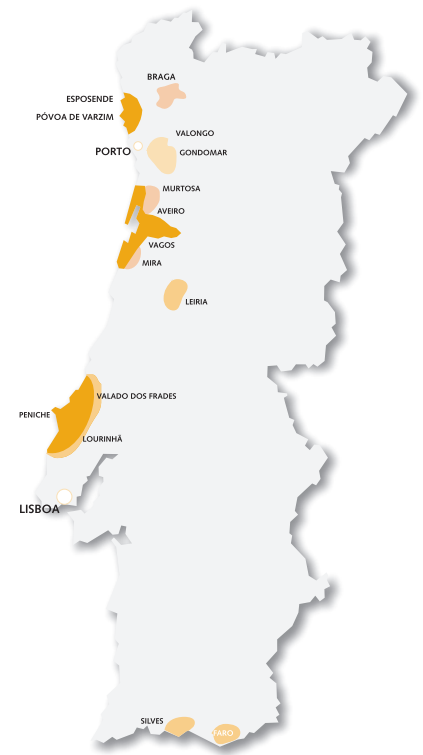
COUVE LOMBARDO • SAVOY CABBAGES Cotações Mais Frequentes na Produção, no Oeste Most Frequent Producer Prices in Oeste



Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



- COUVE PENCA
PENCA CABBAGE
- COUVE FLOR E BRÓCOLO
CAULIFLOWER AND BROCCOLI
- COUVE REPOLHO LOMBARDO
DRUMHEAD CABBAGE SAVOY CABBAGE
- NABO GRELO E CABEÇA
TRUNIP

BRÁSSICAS • CABBAGES Cotações Mais Frequentes na Produção • Most Frequent Producer Prices

MESES MONTHS	Couve Penca Penca Cabbage		Brócolo Broccoli	Couve Flor Cauliflower
	Póvoa de Varzim-Esposende		Oeste	Oeste
	2005 EUR/kg			
Jan/Jan	0.13	0.47	0.54	
Fev/Feb	0.11	0.49	0.63	
Mar/Mar	0.15	0.53	0.65	
Abr/Apr	0.28	0.35	0.25	
Mai/May	0.21	0.38	0.31	
Jun/Jun	0.25	0.51	0.35	
Jul/Jul	0.35	0.78	0.73	
Ago/Aug	0.40	0.90	0.90	
Set/Sep	0.25	1.25	0.86	
Out/Oct	0.22	0.60	0.50	
Nov/Nov	0.20	0.41	0.55	
Dez/Dec	0.26	0.53	0.86	

Fonte/Source: GPP-SIMA

BRÁSSICAS • CABBAGES Origem/ Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes nos Mercados Abastecedores Most Frequent Prices at Wholesale Markets

MESES MONTHS	MARL/ Lisbon W.M. 2005 - EUR/kg			MAP/ Oporto W.M. 2005 - EUR/kg	
	Brócolo Broccoli	Couve Lombardo Savoyn Cabbage	Couve Flor Cauliflower	Couve Penca Penca Cabbage	Couve Repolho Drumhead Cabb.
Jan/Jan	0.65	0.38	0.64	0.40	0.36
Fev/Feb	0.76	0.35	0.90	0.36	0.39
Mar/Mar	0.82	0.39	0.84	0.39	0.29
Abr/Apr	0.51	0.23	0.38	0.48	0.38
Mai/May	0.63	0.42	0.42	0.35	0.18
Jun/Jun	0.78	0.27	0.61	0.35	0.26
Jul/Jul	0.89	0.30	0.80	0.39	0.66
Ago/Aug	1.25	0.43	0.97	0.48	0.78
Set/Sep	1.38	0.64	1.09	0.45	0.53
Out/Oct	0.97	0.51	0.69	0.38	0.30
Nov/Nov	0.81	0.33	0.71	0.35	0.29
Dez/Dec	1.04	0.34	1.14	0.42	0.61

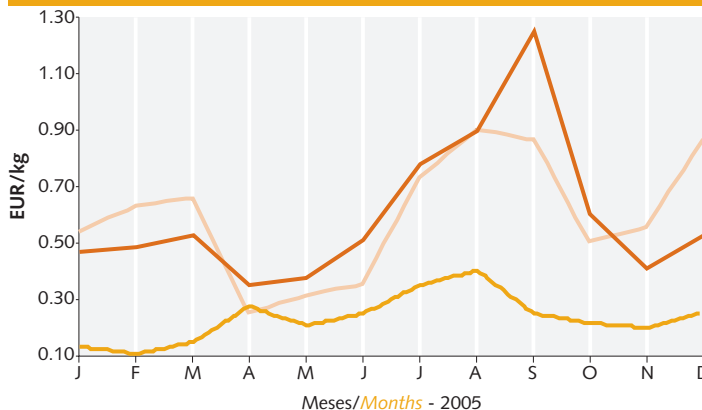
Fonte/Source: GPP-SIMA

BRÁSSICAS | CABBAGES

Brassica oleraceae, SP • Família | Family: Cruciferae

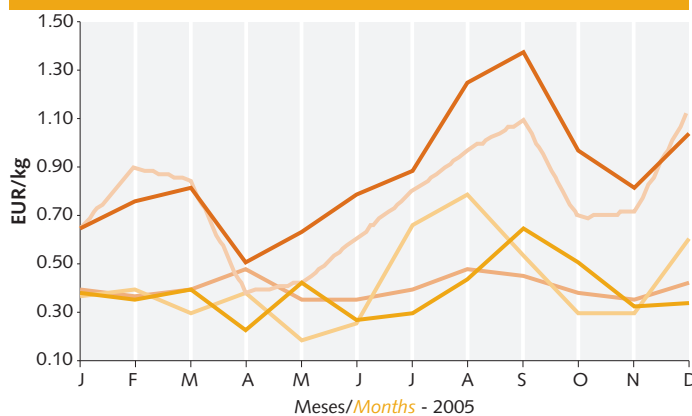


BRÁSSICAS • CABBAGES Cotações Mais Frequentes na Produção Most Frequent Producer Prices



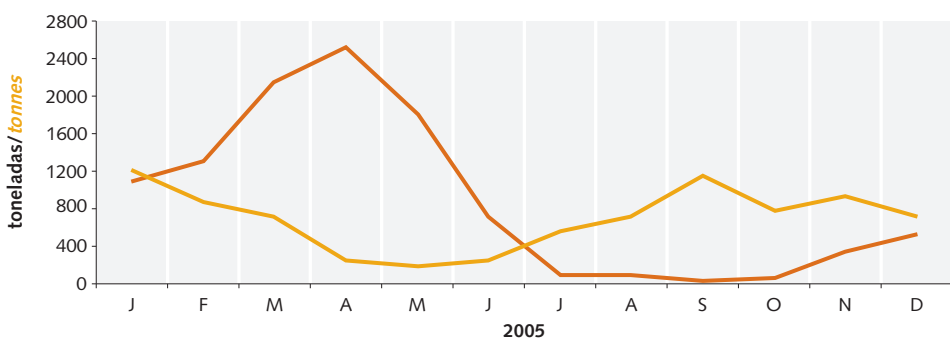
Fonte/Source: GPP-SIMA
 — Couve Penca • *Penca Cabbage* - Póvoa de Varzim-Esposende
 — Brócolo • *Broccoli* - Oeste
 — Couve Flor • *Cauliflower* - Oeste

BRÁSSICAS • CABBAGES Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL e no MAP Most Frequent Prices at Lisbon and Oporto Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA
 — Brócolo • *Broccoli*
 — Couve Lombardo • *Savoy Cabbage*
 — Couve Flor • *Cauliflower*
 — Couve Penca • *Penca Cabbage*
 — Couve Repolho • *Drumhead Cabbage*

BRÁSSICAS • CABBAGES



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)
 — Entrada • *Imports* — Saída • *Exports*

Brassica oleraceae, SP • Família | Family: Cruciferae

BRÁSSICAS | CABBAGES

BRÁSSICAS • CABBAGES						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
COUVE BRANCA COUVE ROXA WHITE CABBAGE RED CABBAGE	ALEMANHA GERMANY	99.7	49 101	ESPAÑA SPAIN	189.0	81 265
	BÉLGICA BELGIUM	101.9	25 726	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	91.8	131 974
	ESPAÑA SPAIN	348.1	144 873	OUTROS OTHERS	6.4	3 553
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	318.2	65 390			
	OUTROS OTHERS	41.7	23 137			
TOTAL		909.7	308 227	TOTAL	287.2	216 792
COUVE BRUXELAS BRUSSEL SPROUTS	ESPAÑA SPAIN	61.4	65 159	ESPAÑA SPAIN	6.4	6 343
	FRANÇA FRANCE	17.0	11 896	FRANÇA FRANCE	53.1	117 805
	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	148.5	91 225	OUTROS OTHERS	0.7	1 338
TOTAL		226.9	168 280	TOTAL	60.2	125 486
COUVE FLOR E BRÓCOLOS CAULIFLOWER AND BROCCOLI	ALEMANHA GERMANY	1 516.8	1 482 148	ALEMANHA GERMANY	26.4	26 216
	ESPAÑA SPAIN	2 838.5	1 895 124	BÉLGICA BELGIUM	71.4	59 673
	FRANÇA FRANCE	363.1	341 811	ESPAÑA SPAIN	73.4	54 489
	OUTROS OTHERS	77.3	63 188	FRANÇA FRANCE	81.8	74 771
				PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	78.9	79 298
				REINO UNIDO UNITED KINGDOM	59.9	73 796
				OUTROS OTHERS	8.8	13 668
TOTAL		4 795.7	3 782 271	TOTAL	400.5	381 911
OUTRAS COUVES OTHER CABBAGES	ALEMANHA GERMANY	286.7	40 743	ALEMANHA GERMANY	4 255.6	2 102 865
	BÉLGICA BELGIUM	17.0	9 163	DINAMARCA DENMARK	86.8	72 965
	ESPAÑA SPAIN	1 008.4	387 432	ESPAÑA SPAIN	1 799.2	658 537
	FRANÇA FRANCE	296.6	158 989	FRANÇA FRANCE	1 045.4	686 759
	PAÍSES BAIXO NETHERLANDS	680.7	251 796	ITÁLIA ITALY	426.8	232 954
	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	137.9	44 127	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	634.0	289 247
				REINO UNIDO UNITED KINGDOM	1 516.3	1 435 624
				SUÉCIA SWEEDEN	82.8	79 251
				SUÍÇA SWITZERLAND	65.0	62 149
				OUTROS OTHERS	94.2	73 911
TOTAL		2 427.3	892 250	TOTAL	10 006.1	5 694 262

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



BRÁSSICAS | CABBAGES

Brassica oleracea, SP • Família | Family: Cruciferae



PRODUÇÃO MUNDIAL DE COUVES/ WORLD PRODUCTION OF CABBAGES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	3 127 891	100	3 156 672	100	65 776 148	100	68 219 989	100
Europa/Europe	535 767	17	521 329	17	13 226 353	20	13 182 198	19
UE/EU 25			153 192	5			4 938 148	7
UE/EU 15	95 692	3			2 736 140	4		
Portugal *	10 178	0	8 000	0	211 890	0	140 000	0
Alemanha/Germany	16 000	1	23 800	1	757 000	1	972 510	1
Bielorrússia/Belarus	27 000	1	26 000	1	845 000	1	850 000	1
Federação Russa/ /Russian Federation	177 040	6	169 500	5	4 442 210	7	4 067 680	6
Polónia/Poland	31 815	1	32 313	1	1 236 670	2	1 370 957	2
Roménia/Romania	42 200	1	42 101	1	1 019 234	2	919 101	1
Ucrânia/Ukraine	78 100	2	74 700	2	1 541 000	2	1 559 300	2
África/Africa	112 362	4	99 177	3	1 984 753	3	1 769 379	3
Egipto/Egypt	22 541	1	18 790	1	624 346	1	541 915	1
Quênia/Kenya	44 701	1	35 000	1	708 972	1	550 000	1
Ásia/Asia	2 310 068	74	2 359 944	75	47 211 122	72	49 663 912	73
China	1 624 310	52	1 669 350	53	30 584 911	46	32 591 000	48
Coreia do Sul/Korea, Republic of.	53 087	2	49 837	2	2 959 855	4	3 139 407	5
Índia/India	280 000	9	280 000	9	5 800 000	9	6 000 000	9
Indonésia/Indonesia	64 520	2	68 029	2	1 348 433	2	1 432 814	2
Japão/Japan	55 000	2	54 000	2	2 340 500	4	2 165 400	3
Turquia/Turkey	32 000	1	32 000	1	721 000	1	700 000	1
América do Norte e Central/ /North & Central America	127 602	4	133 491	4	2 742 671	4	2 979 326	4
EUA/USA	83 550	3	86 510	3	1 981 190	3	2 155 670	3
América do Sul/ /South America	39 147	1	39 776	1	499 432	1	513 164	1
Oceania	2 945	0	2 955	0	111 817	0	112 010	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)
*Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.
Portugal - 2003 (INE): Área/Area=8051 ha; Produção/Production=180062 t

PRODUÇÃO MUNDIAL DE COUVE FLOR/ WORLD PRODUCTION OF CAULIFLOWER								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO/ PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	846 248	100	885 298	100	15 980 696	100	16 483 937	100
Europa/Europe	129 410	15	126 700	14	2 235 257	14	2 305 977	14
UE/EU 25			121 231	14			2 248 883	14
UE/EU 15	109 434	13			1 943 009	12		
Portugal *	1 800	0	1 800	0	35 000	0	35 000	0
Alemanha/Germany	5 491	1	7 740	1	136 600	1	182 264	1
Espanha/Spain	26 620	3	26 500	3	509 911	3	499 000	3
França/France	26 564	3	25 413	3	413 657	3	412 707	3
Itália/Italy	24 035	3	22 446	3	484 854	3	460 707	3
Polónia/Poland	10 363	1	10 243	1	188 845	1	205 687	1
África/Africa	15 497	2	14 574	2	224 061	1	308 030	2
Egipto/Egypt	4 350	1	5 439	1	109 618	1	131 209	1
Ásia/Asia	650 423	77	692 447	78	12 701 554	79	13 014 589	79
China	313 464	37	353 165	40	7 084 863	44	7 328 864	44
Índia/India	280 000	33	280 000	32	4 800 000	30	4 800 000	29
Paquistão/Pakistan	11 061	1	11 343	1	199 570	1	204 971	1
América do Norte e Central/ /North & Central America	41 026	5	42 183	5	616 165	4	648 826	4
EUA/USA	15 780	2	16 840	2	311 890	2	335 530	2
México/Mexico	18 000	2	18 000	2	210 000	1	215 000	1
América do Sul/ /South America	4 813	1	4 628	1	77 078	0	73 734	0
Oceania	5 079	1	4 766	1	126 581	1	132 781	1

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)
* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.
Portugal - 2003 (INE): Área/Area=1011 ha; Produção/Production=18400 t

Allium Cepa, L. • Família | Family: Liliaceae

CEBOLA | ONIONS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005-2006

Enquadramento Mundial: A China lidera a produção mundial com 32% do total. A U.E. e a Índia têm, cada uma, uma representatividade de 10% na produção mundial. Os E.U.A. produzem 6% do total. A produtividade média nos EUA é de cerca de 54 t/ha e na U.E. de cerca de 35 t/ha. Na China e na Índia as produtividades são de 21 t/ha e de 10 t/ha, respectivamente.

Área de Cultura e Produção: Na campanha 2005-2006 registaram-se quebras na produção de cebola no Entre-Douro-e-Minho (-20%). Este decréscimo foi resultado de uma diminuição da área e da produtividade. No Ribatejo e Oeste também houve um decréscimo da área, mas a produção apenas foi ligeiramente inferior à da campanha anterior.

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Montijo e Póvoa de Varzim-Esposende.

Tipos: Cebola de Conservação e Cebola Temporã.

Factores Relevantes na Produção: A cebola é maioritariamente cultivada em regime intensivo de ar livre. As elevadas temperaturas verificadas no Entre-Douro-e-Minho e a falta de água provocada pela seca prolongada foram responsáveis pela quebra na produção de cebola, bem como pelo menor calibre dos bolbos. Nesta região, a cebola "Vermelha da Póvoa" é muito apreciada e procurada, dada a sua boa qualidade e elevado poder de conservação. Na área de mercado do Montijo a cebola temporã tem cada vez maior importância.

Comercialização: Na região de Entre-Douro-e-Minho, a campanha de comercialização da cebola de conservação foi de meados de Junho de 2005 a Abril de 2006. Relativamente à cebola temporã, a campanha decorreu de Abril a Junho de 2005. Nesta região verificou-se a presença constante de produto proveniente do Ribatejo e Oeste e de Espanha, registando-se ainda produto francês e holandês, sobretudo a partir de Outubro. A procura foi boa durante toda a campanha. As Organizações de Produtores e os operadores comerciais da região desempenham um papel importante na comercialização deste produto. Contudo, uma grande parte das transacções desta hortícola é garantida por intermediários, que compram a cebola directamente à produção e a transaccionam nos Mercados Abastecedores do Porto, Braga e de Lisboa. São também de destacar, as transacções efectuadas em feiras e mercados regionais, embora com menor significado. Na região do Ribatejo e Oeste, a cebola temporã comercializou-se entre meados de Maio e finais do mês de Julho de 2005. A cebola de conservação teve o seu início de campanha em Julho de 2005 e prolongou-se até meados de Dezembro de 2005. Nesta campanha, a oferta de cebola regional foi ligeiramente inferior à da campanha anterior e a procura foi regular. Embora o escoamento do produto continue a fazer-se tradicionalmente nos mercados regionais, cada vez há mais produtores a escoar a sua produção através dos Mercados Abastecedores e grandes superfícies.

Preços: As cotações da cebola de conservação na campanha 2005-06 foram, em média, superiores às da campanha anterior, tanto na produção como nos Mercados Abastecedores. Foram registadas subidas médias de 80% na produção e de quase 50% nos Mercados Abastecedores. Relativamente à cebola temporã, houve um decréscimo médio de 45% nas cotações a nível da produção e de 50% nos Mercados Abastecedores. Para o consumidor verificou-se uma descida média nos preços de aproximadamente 22%.

Comércio Internacional: Apesar de, em 2005, o valor das compras de cebola ao exterior ter diminuído quase 50%, relativamente a 2004, o saldo da balança comercial continuou altamente negativo. Em 2005, o valor das compras ao exterior totalizou aproximadamente 5 milhões de euros, para cerca de 83 mil euros de vendas. Aproximadamente, 80% da quantidade de cebola entrada em Portugal foi proveniente de Espanha e França (cerca de 25 mil toneladas). Metade das quantidades adquiridas ao exterior, aproximadamente, entraram nos meses de Janeiro a Abril. Cerca de 50% da produção nacional vendida ao exterior teve como destino Cabo Verde (tanto em volume como em valor).

Perspectivas: Na região de Entre-Douro-e-Minho, para colmatar o problema da concorrência de produto proveniente do Oeste e do Montijo, bem como de outros mercados da Europa, os produtores estão a optar por uma maior oferta de cebola temporã, recorrendo a variedades híbridas que lhes permitam uma maior rentabilidade, para além da cebola de conservação da Póvoa de Varzim ("Vermelha da Póvoa"), tradicionalmente muito apreciada. Perspectiva-se um aumento da área de cebola temporã na área de mercado do Montijo, por ser um produto muito valorizado. Na região do Ribatejo e Oeste verifica-se o abandono da cultura por parte dos pequenos produtores, devido à dificuldade de mecanização das pequenas parcelas. A ausência de mecanização torna economicamente difícil a produção desta cultura, dados os elevados custos da mão-de-obra.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

World Outlook: China is the world leading producer, providing a 32% contribution to total output. The EU and India each account for 10% of world output. The average yield in the USA is 54 t/ha and in the EU 35 t/ha. Yields in China and India are 21 t/ha and 10 t/ha, respectively.

Crop Area and Output: In 2005-2006, onion output fell in Entre-Douro-e-Minho (-20%). This decrease resulted from a decrease in area and in yield. In Ribatejo e Oeste, area also fell, but output was only slightly down from the previous year.

Most Representative Market Areas: Oeste, Montijo and Póvoa de Varzim-Esposende.

Types: Ware Onions and Early Onions.

Relevant Production Factors: Onions are cultivated for the most part under an intensive outdoor system. High temperatures in Entre-Douro-e-Minho and lack of water due to a long drought led to output falls and also to small size onions. In this region, "Vermelha da Póvoa" onion is much appreciated and in high demand, given its good quality and storage capacity. At the Montijo market area, early onions are gaining importance.

Marketing: In Entre-Douro-e-Minho, the ware onion production/marketing year lasted from June 2005 to April 2006. As to early onions, the year lasted from April to June 2005. In this region, onions from Ribatejo e Oeste and Spain were traded all year long and, especially from October onwards, French and Dutch onions also came to the market. Demand was good throughout the season. Producer organisations and commercial operators play an important part in onion marketing. However, a large part of onion trading is done by intermediaries, who buy onions directly from producers and sell them at the Porto, Braga and Lisbon wholesale markets. Trade in regional markets and fairs should also be mentioned, although it is less significant. In Ribatejo e Oeste, early onions were traded between mid-May and the end of July 2005. Marketing of ware onions started in July 2005 and lasted until mid-December 2005. During this year, supply of regional onions fell slightly from the previous year, while demand remained normal. Although onions are still traditionally sold in regional markets, producers are increasingly selling their output through wholesale markets and supermarkets and hypermarkets.

Prices: In 2005-06, ware onion prices climbed from the previous year, both in producer and in wholesale markets (average increases of 80% and almost 50%, respectively). Producer prices of early onions fell on average 45% from 2004, whereas wholesale prices fell 50%. Consumer prices fell approximately 22%, on average.

International Trade: Although onion imports fell almost 50% from 2004, there is still a huge trade deficit. In 2005, the import volume totalled 5 million euros, as compared to 83 thousand euros for exports. Approximately 80% of the onions imported in Portugal came from Spain and France (25 thousand tonnes). Half of the onions were imported between January and April. Nearly 50% of the Portuguese output, in value and in volume, was destined for Cape Verde.

Outlook: In Entre-Douro-e-Minho, in order to offset competition from onions of Oeste and Montijo, as well as from other European countries, in addition to Póvoa de Varzim ware onions ("Vermelha da Póvoa"), traditionally much appreciated, producers are trying to provide a larger supply of early onions, resorting to hybrid, more profitable varieties. An increase of early onion area is expected in Montijo, where this type of onions reaches high prices. In Ribatejo e Oeste, over the last few years, this crop has been abandoned by small producers, due to the difficulties they experience in using machines in small plots. The lack of mechanisation makes cultivation economically difficult, given its high labour costs.

CEBOLA | ONIONS

Allium Cepa, L. • Família | Family: Liliaceae



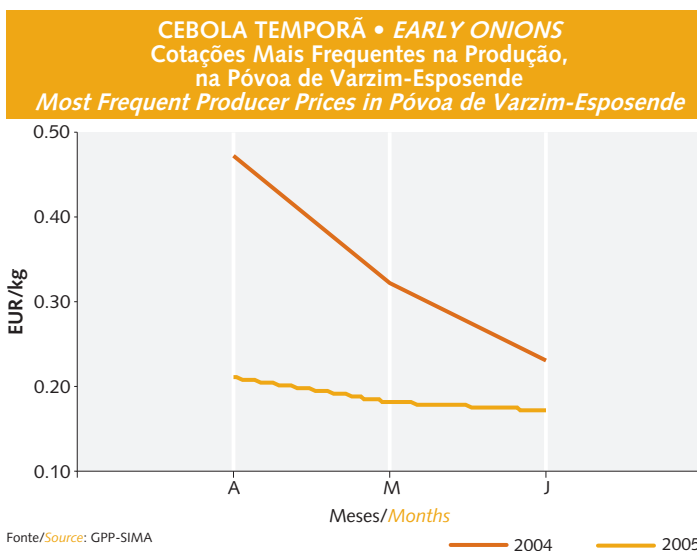
CEBOLA TEMPORÃ • EARLY ONIONS

Cotações Mais Frequentes na Produção, na Póvoa de Varzim-Esposende

Most Frequent Producer Prices in Póvoa de Varzim-Esposende

MESES / MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Abr / Apr	0.47	0.21	-55
Mai / May	0.32	0.18	-44
Jun / Jun	0.23	0.17	-26

Fonte/Source: GPP-SIMA

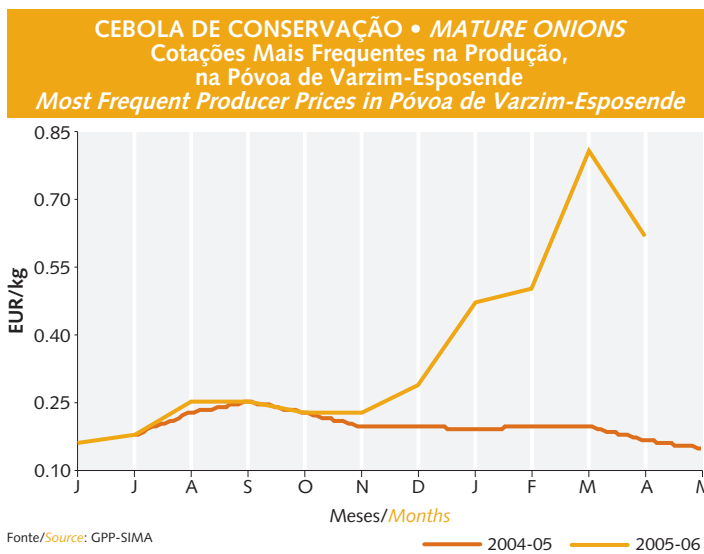


Allium Cepa, L. • Família | Family: Liliaceae

CEBOLA | ONIONS

CEBOLA DE CONSERVAÇÃO • MATURE ONIONS			
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Póvoa de Varzim-Esposende			
Most Frequent Producer Prices in Póvoa de Varzim-Esposende			
MESES MONTHS	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Jun/Jun		0.16	
Jul/Jul	0.18	0.18	0
Ago/Aug	0.23	0.25	9
Set/Sep	0.25	0.25	0
Out/Oct	0.23	0.23	0
Nov/Nov	0.20	0.23	15
Dez/Dec	0.20	0.29	45
Jan/Jan	0.19	0.47	147
Fev/Feb	0.20	0.50	150
Mar/Mar	0.20	0.81	305
Abr/Apr	0.17	0.62	265
Mai/May	0.15		

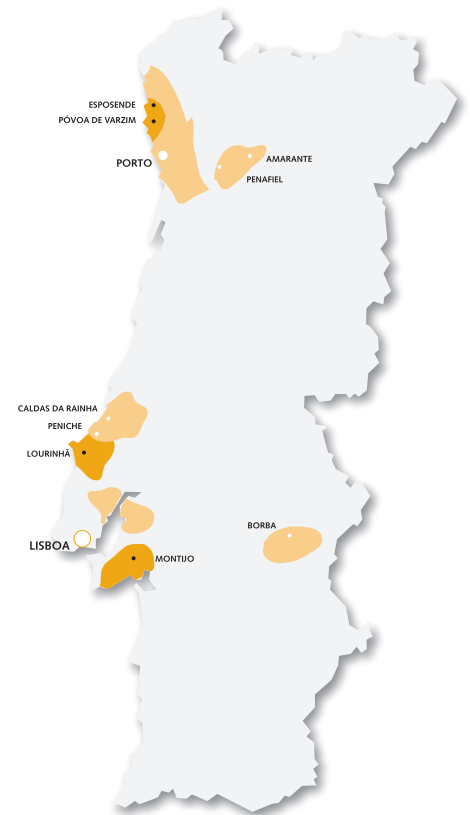
Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO AR LIVRE / OPEN AIR PRODUCTION

CONSERVAÇÃO MATURE / TEMPORÃ EARLY

CEBOLA • ONIONS						
Origem/Origin: Portugal						
Cotações Mais Frequentes no MARL						
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market						
MESES MONTHS	Cebola Temporã/Early Onion			Cebola de Conservação/Mature Onion		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004-05 EUR/kg	2005-06 EUR/kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Mar/Mar	1.00					
Abr/Apr	0.61	0.32	-48			
Mai/May	0.42	0.25	-40			
Jun/Jun	0.33					
Jul/Jul				0.27	0.20	-26
Ago/Aug				0.24	0.29	21
Set/Sep				0.26	0.30	15
Out/Oct				0.31	0.30	-3
Nov/Nov				0.31	0.34	10
Dez/Dec				0.30	0.35	17
Jan/Jan				0.30	0.52	73
Fev/Feb				0.30	0.63	110
Mar/Mar				0.30	0.85	183
Abr/Apr				0.30		
Mai/May				0.30		
Jun/Jun				0.20		

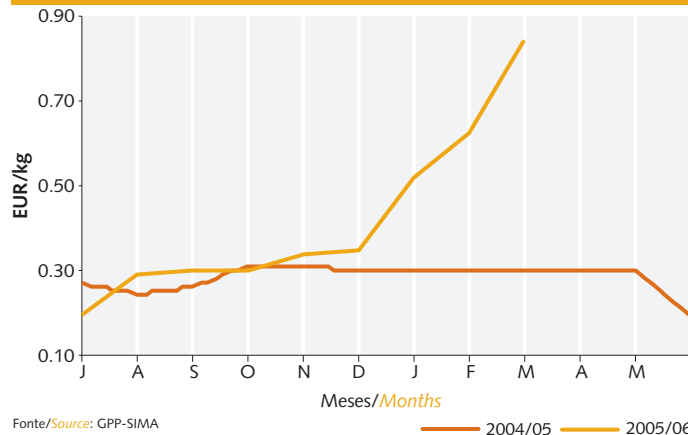
Fonte/Source: GPP-SIMA

CEBOLA | ONIONS

Allium Cepa, L. • Família | Family: Liliaceae



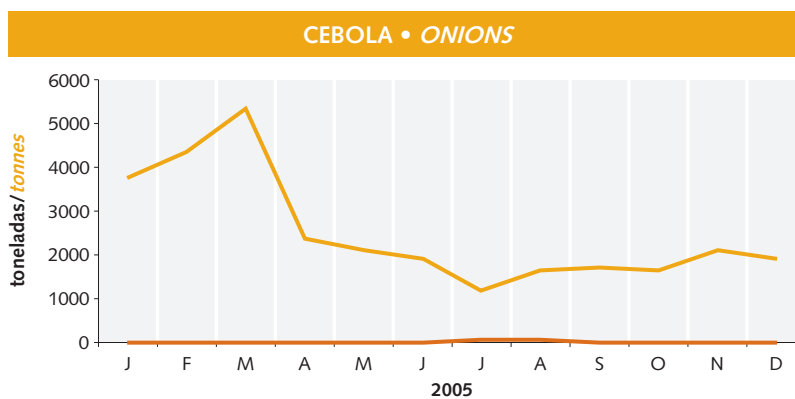
CEBOLA DE CONSERVAÇÃO • MATURE ONIONS
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

CEBOLA • ONIONS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	4 185.5	1 484 365	ANGOLA ANGOLA	11.9	2 866
BÉLGICA BELGIUM	586.4	39 465	CABO VERDE CAPE VERDE	143.9	43 270
EL SALVADOR EL SALVADOR	4.4	5 525	ESPAÑA SPAIN	48.2	11 374
ESPAÑA SPAIN	13 077.0	2 353 176	FRANÇA FRANCE	22.0	6 655
FRANÇA FRANCE	11 636.3	805 251	LUXEMBURGO LUXEMBOURG	28.4	8 931
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	579.2	109 831	S. TOMÉ E PRÍNCIPE S. TOME AND PRINCIPE	26.6	8 520
SUÉCIA SWEDEN	75.1	15 788	OUTROS OTHERS	0.9	530
TOTAL	30 144.0	4 813 401	TOTAL	282.0	82 146

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

Allium Cepa, L. • Família | Family: Liliaceae

CEBOLA | ONIONS

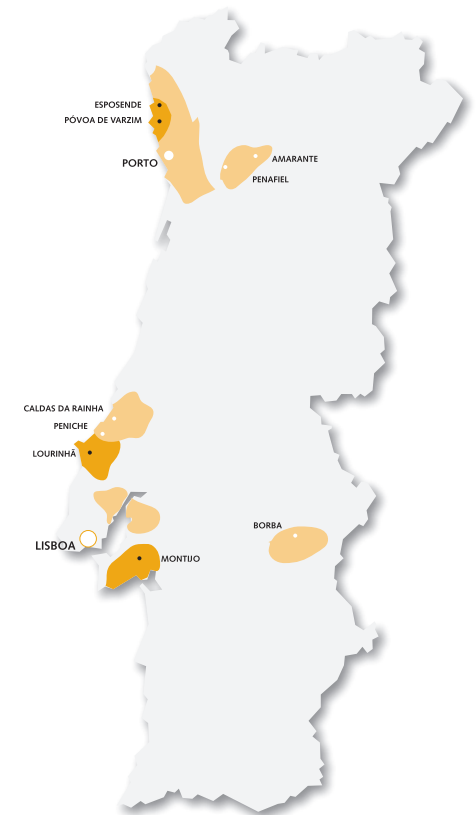
PRODUÇÃO MUNDIAL DE CEBOLA / WORLD PRODUCTION OF ONIONS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	3 019 512	100	3 095 697	100	53 492 312	100	56 806 477	100
Europa/Europe	420 635	14	426 213	14	7 339 705	14	8 736 780	15
UE/EU 25			158 523	5			5 596 803	10
UE/EU 15	104 522	3			3 648 946	7		
Portugal *	4 800	0	4 800	0	110 000	0	110 000	0
Espanha/Spain	21 324	1	22 800	1	936 827	2	1 083 700	2
Federação Russa/ Russian Federation	118 130	4	127 000	4	1 564 730	3	1 673 420	3
Países Baixos/Netherlands	23 200	1	23 200	1	808 800	2	1 224 700	2
Polónia/Poland	32 463	1	36 548	1	678 262	1	865 735	2
África/Africa	293 567	10	298 059	10	4 331 948	8	4 663 978	8
Egipto/Egypt	23 253	1	29 059	1	686 345	1	895 491	2
Marrocos/Morocco	29 500	1	31 590	1	684 220	1	788 950	1
Nigéria/Nigeria	41 000	1	41 000	1	615 000	1	615 000	1
Ásia/Asia	2 029 636	67	2 105 988	68	33 973 117	64	35 196 564	62
China	800 617	27	850 834	27	17 536 041	33	18 046 822	32
Coreia do Sul/Korea, Republic of.	12 352	0	15 563	1	745 203	1	947 797	2
Índia/India	530 000	18	530 000	17	5 500 000	10	5 500 000	10
Indonésia/Indonesia	88 029	3	88 707	3	762 795	1	757 399	1
Irão/Iran, Islamic Rep. Of	45 000	1	45 000	1	1 500 000	3	1 450 000	3
Japão/Japan	23 500	1	23 000	1	1 172 000	2	1 125 000	2
Paquistão/Pakistan	108 020	4	108 931	4	1 427 480	3	1 449 025	3
Turquia/Turkey	82 000	3	78 000	3	1 750 000	3	2 040 000	4
América do Norte e Central/ North & Central America	105 688	4	107 316	3	3 920 325	7	4 325 986	8
EUA/USA	67 210	2	67 440	2	3 327 670	6	3 669 540	6
América do Sul/South America	164 721	5	152 560	5	3 698 605	7	3 649 809	6
Argentina	25 000	1	25 000	1	678 248	1	699 480	1
Brasil/Brazil	68 790	2	57 790	2	1 229 850	2	1 132 920	2
Oceania	5 265	0	5 561	0	228 612	0	233 360	0

Fonte/SOURCE: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)
 * Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.
 Portugal - 2003 (INE): Área/Area=1617 ha; Produção/Production=38593 t

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO AR LIVRE / OPEN AIR PRODUCTION

CONSERVAÇÃO MATURE TEMPORÃ EARLY

CENOURA | CARROTS

Daucus carota, L. • Família | Family: Umbeliferae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A China é responsável por cerca de 34% da produção mundial de cenoura. Na U.E. produz-se aproximadamente 21% da cenoura a nível mundial, sendo a Polónia o maior produtor. A Federação Russa e os E.U.A. são responsáveis, cada um, por cerca de 7% da produção mundial. Mas, enquanto que na U.E. e nos E.U.A. a produtividade média ronda as 43 t/ha e 40 t/ha, respectivamente (73 t/ha no Reino Unido e acima dos 50 t/ha na Alemanha e Países Baixos), a produtividade média na Federação Russa e na China fica-se pelas 20 t/ha e 18 t/ha, respectivamente.

Área de Cultura e Produção: Na região de Entre-Douro-e-Minho estima-se uma superfície com esta cultura de 43 ha e uma produção da ordem das 1500 toneladas. Houve redução da área e da produção nas áreas de mercado da Póvoa de Varzim-Esposende e Aveiro. A produtividade ronda as 30 a 40 t/ha.

Áreas de Mercado mais Representativas: Montijo, Oeste, Almeirim, Póvoa de Varzim-Esposende e Aveiro.

Variedades: A principal variedade é a Nantes, embora se utilizem outras, nomeadamente, a Anglia, Puma, Tancar, Bangor e Bolero.

Factores Relevantes na Produção: Cultura intensiva de ar livre. No Montijo, Almeirim e Oeste, a campanha de produção da cenoura decorreu sem problemas, apesar da seca verificada em 2005. O produto apresentou boa qualidade. Nas restantes regiões, a falta de água para rega, verificada sobretudo nos meses de Verão, condicionou o normal desenvolvimento do tubérculo e contribuiu para a redução da produção, bem como para a menor qualidade do produto.

Comercialização: A comercialização aconteceu ao longo de todo o ano, embora com um volume de transacções inferior ao do ano transacto. A produção nacional não é suficiente para assegurar o abastecimento dos mercados, pelo que se recorre a cenoura proveniente de Espanha, França e Alemanha. Esta situação, não sendo nova, foi agravada em 2005 devido à menor produção nacional. A Cooperativa Agrícola de Esposende desempenhou um papel importante na comercialização da cenoura. Nesta região, são ainda de considerar as transacções realizadas por intermediários (operadores/grossistas) com actividade nos mercados Abastecedores de Porto e Braga, bem como as efectuadas directamente pelo produtor em feiras e mercados regionais, que nesta cultura tem ainda grande importância. Na Beira Litoral, cerca de 60% da produção é comercializada através de camionistas e grossistas. A restante produção é escoada, por ordem decrescente de importância, pelas cooperativas, grandes e médias superfícies, retalhistas e directamente pelo produtor ao consumidor.

Preços: O nível médio dos preços da cenoura nos mercados de produção foi, em 2005, inferior ao de 2004. Essa diminuição variou de 4% a 17% consoante as áreas de mercado. Nos Mercados Abastecedores verificou-se a situação contrária, tendo as cotações sido superiores em quase todos os meses. No mesmo período, o preço médio da cenoura no consumidor foi inferior em 3%, relativamente ao ano anterior. As oscilações dos preços ao longo da campanha de comercialização deveram-se à maior ou menor oferta de produto regional e à concorrência de produto proveniente de outros países, pois a procura manteve-se regular.

Comércio Internacional: O saldo da balança comercial em cenoura e nabo é negativo e agravou-se em 2005. O valor das vendas ao exterior de cenoura e nabo cifrou-se em 2,8 milhões de euros, menos quase 40% do que em 2004. Cerca de 90% das quantidades vendidas concentraram-se nos meses de Abril, Maio e Junho. A França e o Reino Unido, com uma quota conjunta de 80%, em valor, foram os principais compradores de cenoura e nabo nacionais. No que respeita às compras ao exterior, elas aumentaram 60% face ao ano anterior e atingiram os 14,6 milhões de euros. Cerca de 60% destas aquisições provieram de Espanha, não chegando aos 20% as compras provenientes da Alemanha e França.

Perspectivas: Tem-se assistido ao abandono de áreas de cenoura, principalmente de pequenos produtores, dado os elevados custos de produção, a falta de mão de obra, a não garantia de uma razoável valorização do produto no mercado e à cada vez maior concorrência de produto oriundo de Espanha, França e Alemanha, muitas vezes de melhor qualidade e apresentação comercial e a preços mais baixos do que os nacionais. No Norte, a alteração nos sistemas de produção hortícola, nomeadamente o aumento da horticultura em estufa em detrimento da de ar livre, e o facto do ciclo da cultura ser longo, o que não se coaduna com a produção intensiva, também tem levado ao abandono desta cultura. A Cooperativa Agrícola de Esposende tem vindo a desenvolver, desde 2003, iniciativas no sentido de expandir o cultivo da cenoura, como alternativa a outros onde existe excesso de produção. Deste modo poderá relançar a produção de cenoura na sua área de actuação e contribuir para inverter a situação de abandono da cultura.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: China accounts for 34% of world carrot output. The EU produces approximately 21% of total carrot output, Poland being its leading producer. The Russian Federation and the USA each account for 7% of world output. However, whereas in the EU and in the USA average yields near 43 t/ha and 40 t/ha, respectively (73 t/ha in the United Kingdom and above 50 t/ha in Germany and the Netherlands), in the Russian Federation and in China they reach only 20 t/ha and 18 t/ha, respectively.

Crop Area and Output: In Entre-Douro-e-Minho, there is an estimated 43 ha area, corresponding to a 1500 tonne output. Area and output fell in the Póvoa de Varzim-Esposende and Aveiro market areas. Yield is approximately 30 to 40 t/ha.

Most Representative Market Areas: Montijo, Oeste, Almeirim, Póvoa de Varzim-Esposende and Aveiro.

Varieties: The main variety is Nantes, although others are used, namely Anglia, Puma, Tancar, Nerac, Bangor and Bolero.

Relevant Production Factors: This is an intensive outdoor crop. In Montijo, Almeirim and Oeste, the carrot production season proceeded smoothly, in spite of the drought in 2005. Carrots produced were of good quality. In the remaining regions, lack of irrigation water, particularly in the summer months, affected the normal development of tubers and contributed to reduce both output and quality.

Marketing: Carrots are traded all year long, but trade volume fell from the previous year. Domestic output does not meet demand and therefore carrots must be imported from Spain, France and Germany. Although this was not a new situation, it worsened in 2005 due to the decreasing output. The Esposende Agricultural Cooperative played an important role in carrot marketing. In this region, transactions made by intermediaries (operators/wholesalers) operating in Porto and Braga wholesale markets should also be considered, as well as direct sales by producers at regional markets and fairs, which are still quite important for this crop. In Beira Litoral, approximately 60% of carrot output is marketed through truck drivers and wholesalers. The remaining output is sold, in decreasing order of importance, by cooperatives, supermarkets and hypermarkets, retailers and also by producers directly to consumers.

Prices: In 2005, average carrot producer prices fell from 2004. This decrease ranged from 4% to 17%, according to the market area. In wholesale markets, the opposite happened and prices were higher almost every month. Over the same period, average carrot consumer price fell 3%. Price fluctuations along the marketing year were due to changes in regional supply and to competition from foreign carrots, since demand remained stable.

International Trade: Trade balance in carrots and turnips is negative and in 2005 the deficit worsened. Exports of carrots and turnips reached 2.8 million euros in 2004, almost 40% less than in 2004. Approximately 90% of the carrots were sold in April, May and June. France and the United Kingdom, with a joint market share of 80% in value, were the main buyers of Portuguese carrots and turnips. Imports increased 60% from 2004, reaching 14.6 million euros. Approximately 60% of these imports came from Spain and purchases from Germany and France did not reach 20%.

Outlook: Some carrot areas have been abandoned, mainly by small producers, given the high production costs, the lack of labour, the fear of failing to obtain reasonable market prices and the increasing competition of carrots from Spain, France and Germany, often with better quality and presentation and at lower prices. In Norte, changes in vegetable production systems, namely the increase in greenhouse horticulture to the detriment of outdoor horticulture and the fact that the growth cycle is long for this crop, therefore not adequate for intensive production, have also led to abandonment. Since 2003, the Esposende Agricultural Cooperative has been trying to expand carrot cultivation, as an alternative to other surplus crops. This way, it could relaunch carrot production in this region, thus contributing to reversing the current abandonment situation.

Daucus carota, L. • Família | Family: Umbelíferae

CENOURA | CARROTS

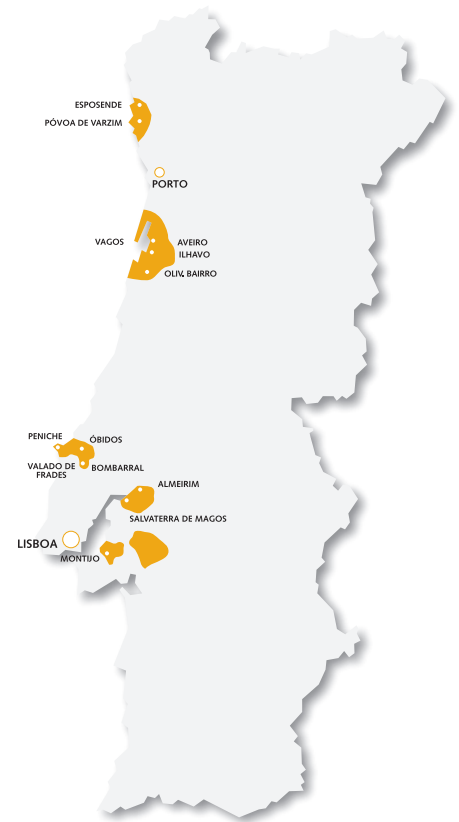
CENOURA • CARROTS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende						ff	MM	MM	MM	ff	ff	
Aveiro	ff	ff	ff	ff	ff	fM	FF	FF	FF	FM	MM	Mf
Oeste	ff	ff	MM	MM	MM	FF	FM	Mf	ff	ff	ff	ff
Montijo	MM	Mf	ff	MM	FF	FF	FF	MM	Mf	ff	ff	MM
Almeirim	MM	Mf	ff	MM	FF	FF	FF	MM	Mf	ff	ff	MM

F Oferta Forte *Good Supply*
 M Oferta Média *Moderate Supply*
 f Oferta Fraca *Poor Supply*

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



CENOURA • CARROTS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Montijo Most Frequent Producer Prices in Montijo

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.28	0.10	-64
Fev/Feb	0.30	0.10	-67
Mar/Mar	0.27	0.24	-11
Abr/Apr	0.18	0.21	17
Mai/May	0.15	0.20	33
Jun/Jun	0.15	0.24	60
Jul/Jul	0.15	0.18	20
Ago/Aug	0.14	0.14	0
Set/Sep	0.14	0.17	21
Out/Oct	0.14	0.12	-14
Nov/Nov	0.14	0.11	-21
Dez/Dec	0.10	0.11	10

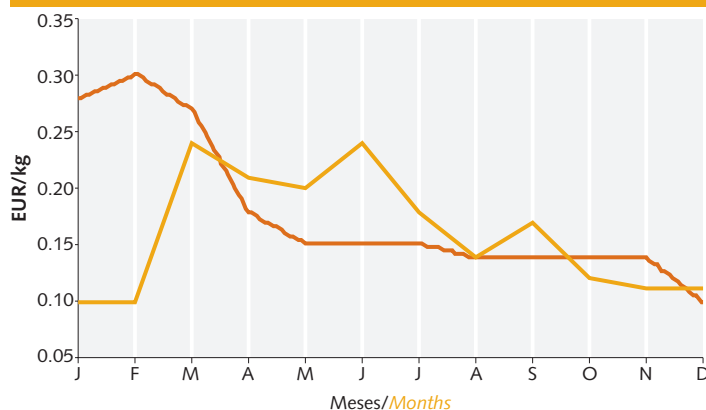
Fonte/Sources: GPP-SIMA

CENOURA • CARROTS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.39	0.22	-44
Fev/Feb	0.40	0.24	-40
Mar/Mar	0.38	0.35	-8
Abr/Apr	0.34	0.35	3
Mai/May	0.29	0.35	21
Jun/Jun	0.27	0.34	26
Jul/Jul	0.25	0.34	36
Ago/Aug	0.26	0.30	15
Set/Sep	0.25	0.30	20
Out/Oct	0.25	0.28	12
Nov/Nov	0.24	0.25	4
Dez/Dec	0.23	0.24	4

Fonte/Sources: GPP-SIMA

CENOURA • CARROTS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Montijo Most Frequent Producer Prices in Montijo

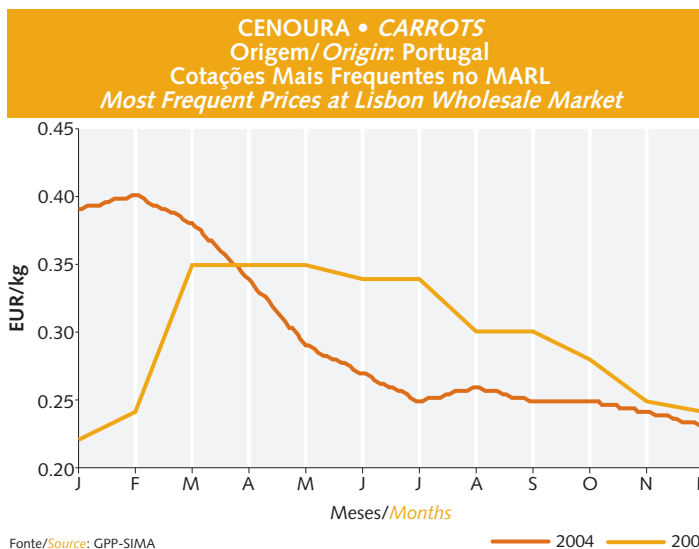


Fonte/Sources: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

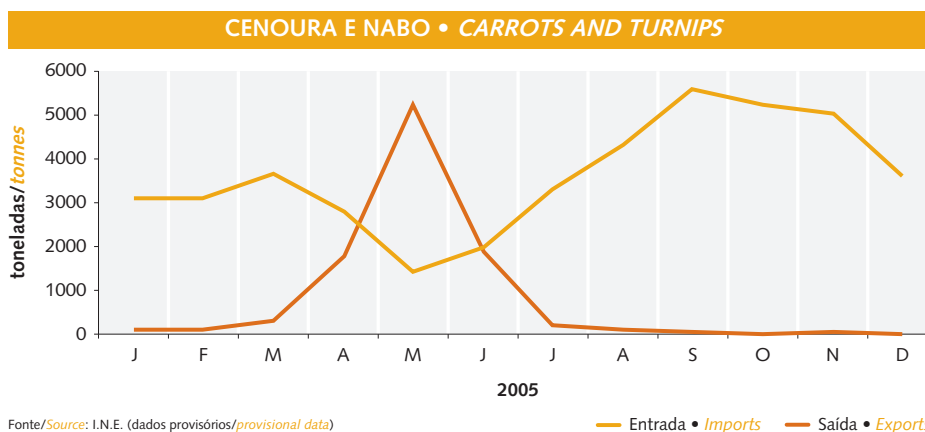
CENOURA | CARROTS

Daucus carota, L. • Família | Family: Umbeliferae



CENOURA E NABO • CARROTS AND TURNIPS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	6 734.3	2 629 647	ALEMANHA GERMANY	1 030.5	383 741
BÉLGICA BELGIUM	2 162.3	594 915	BÉLGICA BELGIUM	22.7	13 729
ESPAÑA SPAIN	22 374.4	8 623 708	CABO VERDE CAPE VERDE	256.7	105 025
FRANÇA FRANCE	11 864.9	2 762 974	ESPAÑA SPAIN	216.8	85 128
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	58.9	36 249	FRANÇA FRANCE	6 450.0	1 199 769
OUTROS OTHERS	2.5	1 161	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	1 812.9	1 000 415
			OUTROS OTHERS	15.4	6 670
TOTAL	43 197.2	14 648 654	TOTAL	9 804.9	2 794 477

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



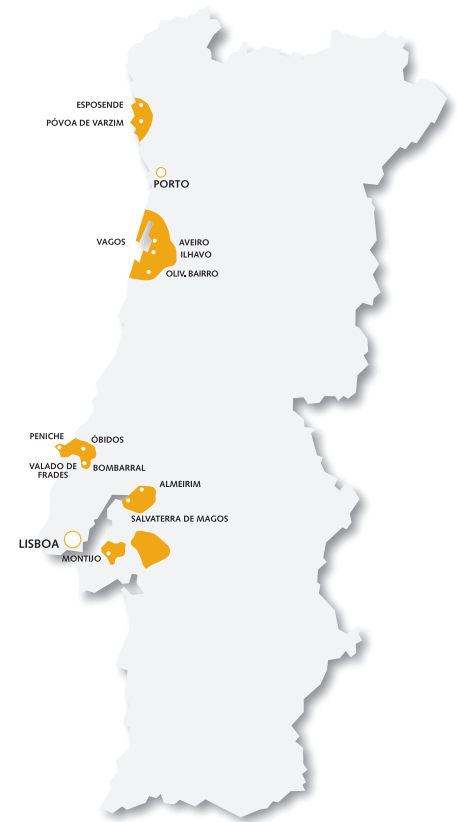
Daucus carota, L. • Família | Family: Umbeliferae**CENOURA | CARROTS**

PRODUÇÃO MUNDIAL DE CENOURA / WORLD PRODUCTION OF CARROTS								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA / AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/ <i>World</i>	1 048 321	100	1 102 198	100	23 827 102	100	24 405 409	100
Europa/ <i>Europe</i>	289 905	28	287 437	26	7 872 266	33	8 241 433	34
UE/EU 25			123 378	11			5 246 051	21
UE/EU 15	80 358	8			3 894 753	16		
Portugal *	4 500	0	4 500	0	150 000	1	150 000	1
Alemanha/ <i>Germany</i>	9 255	1	10 500	1	426 038	2	554 000	2
Federação Russa/ / <i>Russian Federation</i>	88 980	8	89 200	8	1 735 760	7	1 762 040	7
França/ <i>France</i>	15 872	2	15 998	1	688 426	3	703 218	3
Itália/ <i>Italy</i>	13 212	1	13 694	1	571 160	2	607 188	2
Países Baixos/ <i>Netherlands</i>	8 000	1	8 000	1	432 000	2	430 000	2
Polónia/ <i>Poland</i>	30 277	3	30 384	3	834 621	4	927 949	4
Reino Unido/ / <i>United Kingdom</i>	8 810	1	8 444	1	617 800	3	619 300	3
Ucrânia/ <i>Ukraine</i>	38 800	4	41 700	4	529 700	2	674 900	3
África/ <i>Africa</i>	82 454	8	83 207	8	1 128 303	5	1 141 222	5
Marrocos/ <i>Morocco</i>	11 500	1	11 202	1	332 210	1	311 090	1
Nigéria/ <i>Nigeria</i>	27 500	3	27 500	2	235 000	1	235 000	1
Ásia/ <i>Asia</i>	549 594	52	607 271	55	11 070 760	46	11 336 540	46
China	402 521	38	452 436	41	8 093 079	34	8 295 350	34
Índia/ <i>India</i>	24 000	2	24 000	2	350 000	1	350 000	1
Indonésia/ <i>Indonesia</i>	21 501	2	24 168	2	355 802	1	423 722	2
Japão/ <i>Japan</i>	20 300	2	21 000	2	658 700	3	613 400	3
Turquia/ <i>Turkey</i>	21 000	2	23 000	2	405 000	2	438 000	2
América do Norte e Central/ / <i>North & Central America</i>	71 415	7	69 565	6	2 425 223	10	2 371 881	10
Canadá/ <i>Canada</i>	9 542	1	8 812	1	313 344	1	293 810	1
EUA/ <i>USA</i>	41 170	4	40 330	4	1 637 700	7	1 601 790	7
México/ <i>Mexico</i>	15 189	1	15 189	1	378 517	2	378 517	2
América do Sul/ <i>South America</i>	45 766	4	45 703	4	968 188	4	955 423	4
Argentina	9 500	1	9 333	1	230 000	1	230 000	1
Oceania	9 187	1	9 015	1	362 362	2	358 910	1

Fonte/*Source*: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/*aggregated data for 2005 not available*)* Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./*FAO data for Portugal do not match national statistical data.*Portugal - 2003 (INE): Área/*Area*=1598 ha; Produção/*Production*=54039 t

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



COGUMELOS | MUSHROOMS



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Regiões Produtoras mais Importantes: Trás-os-Montes, Beira Litoral e Ribatejo e Oeste.

Tipos: Cogumelo branco (conhecido por champignon de Paris), shiitake (cogumelo preto do Japão), cogumelo castanho e cogumelo silvestre.

Factores Relevantes na Produção: Nas grandes empresas e para que o produto se mantenha tal como foi colhido, existe uma tecnologia de ponta na produção, uma selecção rigorosa, um controlo permanente em todo o processo, conservação no frio adequado e um embalamento perfeito. Praticamente toda a produção é efectuada de acordo com as condições de "Agricultura Biológica". As sementes (esporas) são recolhidas durante o crescimento do cogumelo e inoculadas em laboratório, com excepção dos cogumelos silvestres, que são produzidos no meio dos pinhais e bosques, onde existem folhas secas e manta morta em decomposição.

Comercialização: A comercialização dos cogumelos de cultura ocorre durante todo o ano, enquanto que os cogumelos silvestres são comercializados durante os meses de Abril e Maio e de Outubro e Novembro, altura em que existe precipitação e, simultaneamente, as temperaturas são amenas. De um modo geral, os cogumelos são apanhados logo de manhã, passam pelo arrefecimento e são embalados, chegando ao circuito de distribuição ao fim da tarde. São comercializados cogumelos pré-embalados, cogumelos congelados e cogumelos desidratados. O escoamento no mercado nacional está garantido, sendo as transacções efectuadas através de hipermercados, Mercados Abastecedores, hotéis e restaurantes. Uma grande parte da produção é escoada para fora do país, nomeadamente, para os mercados espanhol e francês.

Preços: Em 2005, as cotações médias dos cogumelos nos Mercados Abastecedores não sofreram alterações relativamente às do ano anterior.

Comércio Internacional: Há já vários anos que a cultura de cogumelos nos permite manter, com larga vantagem, um saldo positivo na balança comercial. Em 2005 as trocas com o exterior diminuíram, relativamente ao ano transacto. O valor das vendas de cogumelos ao exterior diminuiu quase 70%, totalizando 1 milhão de euros. As compras também diminuíram, totalizando 435 mil euros. A Espanha (44%) e a França (34%) foram os principais clientes de cogumelos portugueses, seguidos pela Itália (11%) e pela Alemanha (7%). O principal fornecedor foi a Espanha. De realçar a alta valorização dos cogumelos portugueses: o valor unitário médio dos cogumelos vendidos foi quase 4 vezes superior ao dos cogumelos comprados ao exterior.

Perspectivas: Aumento da produção e diversificação da oferta, dada a boa rentabilidade desta cultura e ao aumento do consumo.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Most Important Producing Regions: Trás-os-Montes, Beira Litoral and Ribatejo e Oeste.

Types: White mushrooms ("champignons de Paris"), shiitake (black Japanese mushrooms), brown mushrooms and wild mushrooms.

Relevant Production Factors: Large holdings use state-of-the art technology to produce mushrooms, strictly selecting them, controlling them at all stages, cold storing them and providing perfect packages to maintain mushrooms just as they were picked. Virtually all the production is obtained under organic farming conditions. Seeds (spores) are collected during mushroom growth and inoculated in laboratory, except for wild mushrooms, which grow in pine groves and woods, where there are decaying dried leaves and duff.

Marketing: Cultivated mushrooms are marketed all year long, whereas wild mushrooms are traded in April/May and October/November, when rain falls and, at the same time, temperatures are mild. In general, mushrooms are picked early in the morning, cooled down and packaged, and they reach the distribution circuit at early evening. Trading involves pre-packaged, frozen and dehydrated mushrooms. Sales in the Portuguese market are guaranteed and they are made in hypermarkets, wholesale markets, hotels and restaurants. A large part of the output is exported, namely to Spain and France.

Prices: In 2005, average mushroom prices in wholesale markets remained unchanged as compared to the previous year.

International Trade: For several years now, mushroom cultivation has enabled Portugal to maintain a largely positive trade balance. In 2005, mushroom external trade fell from 2004. Exports fell almost 70% in value, totalling 1 million euros. Imports also fell to 435 thousand euros. Spain (44%) and France (34%) were our main buyers, followed by Italy (11%) and Germany (7%). Our main supplier was Spain. Portuguese mushrooms reach very high prices: the average unit price of exported mushrooms was almost four times that of imported mushrooms.

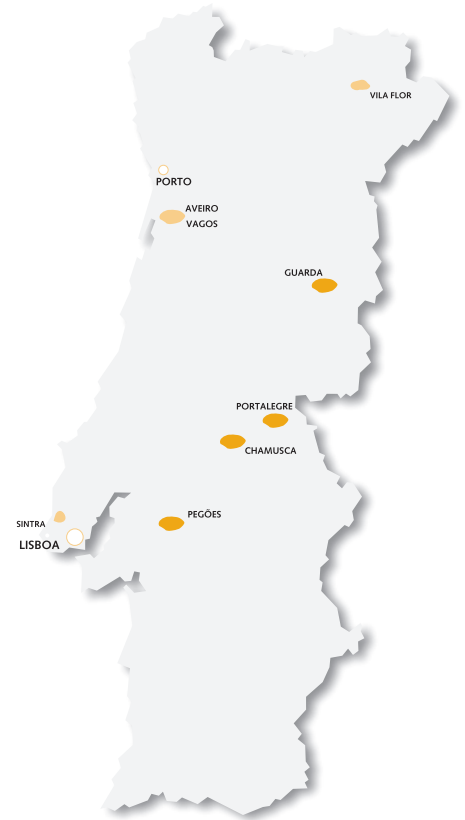
Outlook: Increasing output and supply diversification are expected, given the good profitability and the increasing consumption of this crop.

COGUMELOS | MUSHROOMS



Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

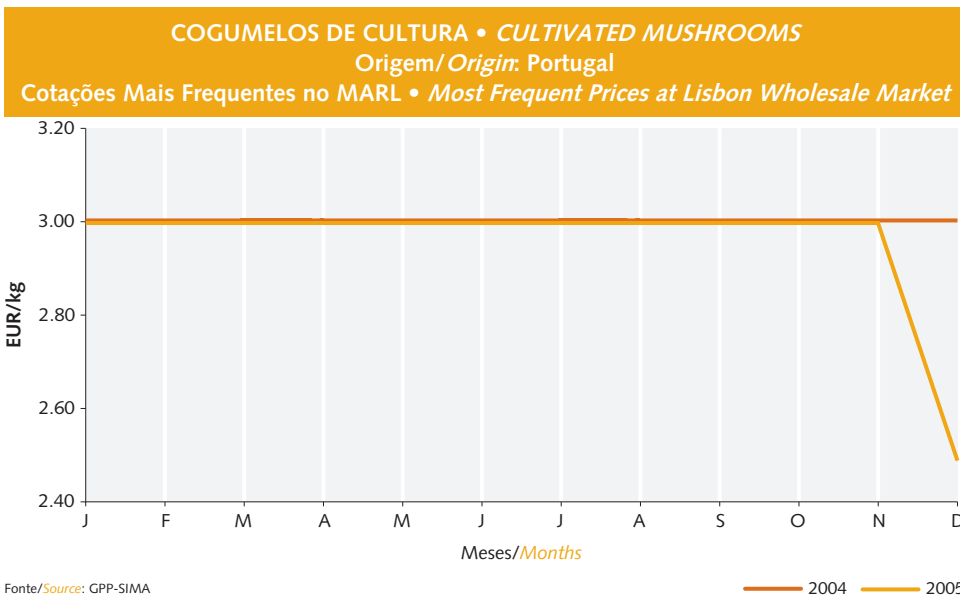


- COGUMELOS DE CULTURA
 CULTIVATED MUSHROOMS
 Centros de Produção/*Production Centers*
- COGUMELOS SILVESTRES
 WILD MUSHROOMS
 Centros de Recolha/*Buy-in Centers*

COGUMELOS DE CULTURA • CULTIVATED MUSHROOMS
 Origem/*Origin: Portugal*
 Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/ <i>Jan</i>	3.00	3.00	0
Fev/ <i>Feb</i>	3.00	3.00	0
Mar/ <i>Mar</i>	3.00	3.00	0
Abr/ <i>Apr</i>	3.00	3.00	0
Mai/ <i>May</i>	3.00	3.00	0
Jun/ <i>Jun</i>	3.00	3.00	0
Jul/ <i>Jul</i>	3.00	3.00	0
Ago/ <i>Aug</i>	3.00	3.00	0
Set/ <i>Sep</i>	3.00	3.00	0
Out/ <i>Oct</i>	3.00	3.00	0
Nov/ <i>Nov</i>	3.00	3.00	0
Dez/ <i>Dec</i>	3.00	2.50	-17

Fonte/*Source: GPP-SIMA*

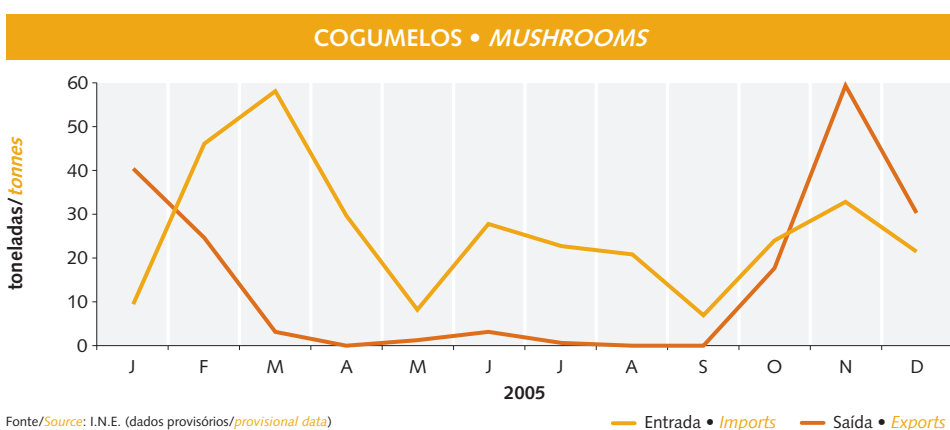


COGUMELOS | MUSHROOMS



COGUMELOS • MUSHROOMS						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
COGUMELOS DE CULTURA <i>CULTIVATED MUSHROOMS</i>	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	103.0	152 513	BÉLGICA <i>BELGIUM</i>	1.4	18 089
	MARROCOS <i>MOROCCO</i>	2.9	6 677	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	21.3	206 201
	OUTROS <i>OTHERS</i>	0.5	12 325	FRANÇA <i>FRANCE</i>	25.4	151 509
				ITÁLIA <i>ITALY</i>	4.2	45 147
				OUTROS <i>OTHERS</i>	1.0	7 608
Total	106.3	171 515	TOTAL	53.3	428 554	
COGUMELOS CANTARELOS <i>CHANTARELLES MUSHROOMS</i>	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	0.0	197	FRANÇA <i>FRANCE</i>	1.7	20 095
	FRANÇA <i>FRANCE</i>	0.0	187			
Total	0.0	384	TOTAL	1.7	20 095	
COGUMELOS CEPES <i>CEPES MUSHROOMS</i>	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	0.1	1 535	FRANÇA <i>FRANCE</i>	0.9	18 761
	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	0.4	2 805			
Total	0.5	4 340	TOTAL	0.9	18 761	
OUTROS COGUMELOS E TRUFAS <i>OTHER MUSHROOMS AND TRUFFLES</i>	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	0.4	15 516	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	12.0	72 739
	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	200.0	232 838	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	79.4	241 930
	FRANÇA <i>FRANCE</i>	0.2	5 271	FRANÇA <i>FRANCE</i>	24.1	156 827
	PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	0.8	3 701	ITÁLIA <i>ITALY</i>	7.8	70 779
	OUTROS <i>OTHERS</i>	0.0	1 840	OUTROS <i>OTHERS</i>	1.1	6 852
Total	201.5	259 166	TOTAL	124.3	549 127	
TOTAL	308	435 405		180	1 016 537	

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



COGUMELOS | MUSHROOMS

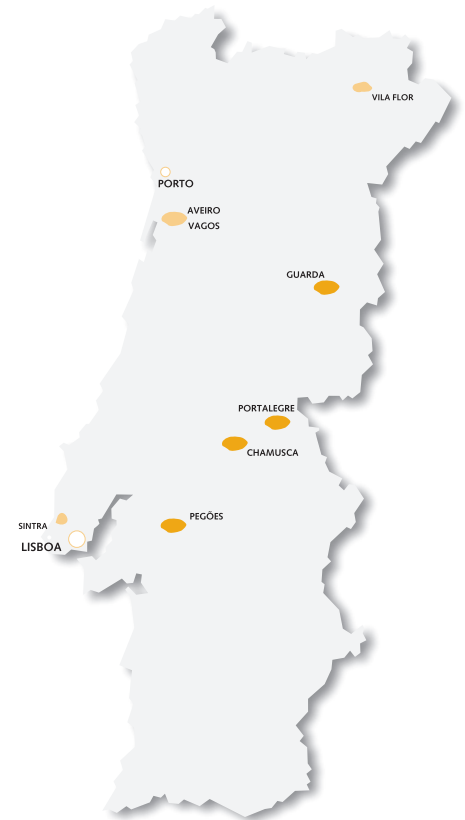
PRODUÇÃO MUNDIAL DE COGUMELOS / WORLD PRODUCTION OF MUSHROOMS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/ AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/ <i>World</i>	n.d.		n.d.		3 216 323	100	3 311 072	100
Europa/ <i>Europe</i>	n.d.		n.d.		1 142 523	36	1 202 086	36
UE/EU 25			580				1 142 275	34
UE/EU 15	453				934 562	29		
Portugal	n.d.		n.d.		1 000	0	1 000	0
Alemanha/ <i>Germany</i>	n.d.		n.d.		60 000	2	65 000	2
Espanha/ <i>Spain</i>	308		435		129 205	4	181 223	5
França/ <i>France</i>	n.d.		n.d.		165 647	5	170 000	5
Irlanda/ <i>Ireland</i>	n.d.		n.d.		69 000	2	70 000	2
Itália/ <i>Italy</i>	n.d.		n.d.		96 090	3	94 152	3
Países Baixos/ <i>Netherlands</i>	100		100		263 000	8	260 000	8
Polónia/ <i>Poland</i>	n.d.		n.d.		120 000	4	130 000	4
Reino Unido/ <i>United Kingdom</i>	n.d.		n.d.		81 000	3	74 000	2
África/ <i>Africa</i>	n.d.		n.d.		12 020	0	11 784	0
Ásia/ <i>Asia</i>	n.d.		n.d.		1 535 055	48	1 566 755	47
China	12 041		12 046		1 309 455	41	1 360 501	41
Coreia do Sul/ <i>Korea, Republic of</i>	180		180		24 957	1	25 000	1
Índia/ <i>India</i>	n.d.		n.d.		48 000	1	48 000	1
Japão/ <i>Japan</i>	n.d.		n.d.		65 400	2	64 000	2
América do Norte e Central/ <i>North & Central America</i>	n.d.		n.d.		478 937	15	475 682	14
Canadá/ <i>Canada</i>	n.d.		n.d.		87 937	3	84 682	3
EUA/ <i>USA</i>	n.d.		n.d.		391 000	12	391 000	12
América do Sul/ <i>South America</i>	n.d.		n.d.		n.d.		n.d.	
Oceania	169		194		47 788	1	54 765	2
Austrália/ <i>Australia</i>	128		153		39 288	1	46 265	1

Fonte/*Source*: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/*aggregated data for 2005 not available*)
n.d.: Dado não disponibilizado pela FAO/*data not available*

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



- COGUMELOS DE CULTURA
CULTIVATED MUSHROOMS
Centros de Produção/*Production Centers*
- COGUMELOS SILVESTRES
WILD MUSHROOMS
Centros de Recolha/*Buy-in Centers*

ERVILHA | PEAS

Pisum sativum, L. • Família | Family: Leguminosae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A Índia é o maior produtor mundial de ervilha, com um volume anual que representa cerca de 35% da produção mundial. Segue-se-lhe a China, com cerca de 23% da produção mundial. A U.E. é responsável por aproximadamente 16% e os E.U.A. por cerca de 10%, da produção mundial. Na U.E. a França é o maior produtor, com cerca de 5% do total mundial. As maiores produtividades desta cultura são obtidas na Bélgica, Países Baixos e França (14-18 t/ha). A produtividade na Índia e na China ronda as 9 t/ha.

Área de Cultura e Produção: Na região algarvia houve um diminuição na área e, mais acentuadamente, na produção de ervilha.

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve e Oeste.

Tipos: Ervilha de grão e ervilha de vagem comestível.

Factores Relevantes na Produção: A distribuição da área segundo o regime/mo de instalação, revela a importância da cultura extensiva (com um peso de 95%) em detrimento da intensiva. Na campanha de produção de 2005 as condições meteorológicas, nomeadamente, a falta de humidade dos solos, levou à diminuição da superfície semeada e da produção unitária de ervilha, daí resultando uma quebra na produção de mais de 50%, face a 2004. Por vezes, o produto apresentou qualidade irregular.

Comercialização: No Algarve a campanha de comercialização decorreu de Janeiro a Maio de 2005, com um volume de oferta bastante inferior ao da campanha anterior. Nos meses de Março e Abril a oferta e a qualidade foram superiores. A maioria da produção, cerca de 80%, foi escoada através dos Mercados Abastecedores, sendo os restantes 20% em cadeias de pequena e média dimensão. Não existe produção de ervilha para a indústria nesta região. Na área de mercado do Oeste praticamente toda a ervilha teve como destino a indústria. A produção em fresco não tem importância nesta região.

Preços: Em 2005 o nível de preços da ervilha de grão, nos mercados de produção e nos Mercados Abastecedores foi, em média, superior ao do ano transacto. Para o consumidor houve um decréscimo de 9% nos preços. A ervilha de vagem comestível é mais valorizada que a de grão. As cotações foram decrescendo à medida que decorria a campanha, tal como em anos anteriores.

Comércio Internacional: A balança comercial é fortemente deficitária. Verificou-se em 2005 um decréscimo de 30% nas compras de ervilha ao exterior, que se situaram em 553 mil euros. Mais de 50% da ervilha foi adquirida nos meses de Fevereiro, Março e Abril e a Espanha foi, praticamente, o único fornecedor (96% em quantidade e em valor). As vendas ao exterior deste produto situam-se em níveis muito baixos e em 2005 diminuíram quase 75% relativamente ao ano transacto.

Perspectivas: Perda de importância da produção de ervilha em fresco no Oeste. A forte concorrência de produto espanhol e o aumento do consumo da ervilha congelada e/ou embalada, mais prática e rápida de utilizar, são algumas das razões. Na região algarvia, verifica-se o abandono da cultura de sequeiro e das áreas de pequenos produtores.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: India is the world leading producer with an annual 35% contribution to total world output. China follows, with 23% of world output. The EU accounts for approximately 16% and the USA for 10% of total world output. France is the leading producer in the EU with a 5% contribution. The highest yields occur in Belgium, the Netherlands and France (14-18 t/ha). Yields in China and India near 9 t/ha.

Crop Area and Output: In Algarve, pea area fell and output fell even more steeply.

Most Representative Market Areas: Algarve and Oeste.

Types: Grain peas and edible pod peas.

Relevant Production Factors: Area distribution according to the cultivation method shows the importance of extensive cultivation (with a 95% contribution) to the detriment of intensive cultivation. During the 2005 production season, weather conditions, namely soil moisture deficit, led to a decrease in sowed area and in unit output, leading to a more than 50% fall in output from 2004. Quality was uneven.

Marketing: In Algarve, the marketing year lasted from January to May 2005, with a much smaller supply volume as compared to the previous year. In March and April both supply and quality improved. Approximately 80% of total pea output was sold in wholesale markets and the remaining 20% through small and medium size distribution chains. In Algarve, there is no production of peas for processing. In the Oeste market area, in contrast, virtually all peas were destined for processing. Production for fresh consumption is quite irrelevant in this region.

Prices: In 2005, price levels for grain peas in producer and wholesale markets were on average up from 2004, but consumer prices fell 9%. Prices of edible pod peas are higher than those of grain peas. Prices kept falling throughout the year, as it happened in previous years.

International Trade: There is a very large trade deficit. In 2005, there was a 30% decrease in pea imports, which reached 553 thousand euros. More than 50% of peas were imported in February, March and April. Spain was virtually the only supplier (96% in volume and value). Pea exports are low and in 2005 they fell almost 75% from 2004.

Outlook: A gradual decrease in the relevance of fresh pea production is expected in Oeste, due to strong competition from Spanish peas together with the increasing consumption of easier to use frozen and/or packaged peas. In Algarve, non-irrigated cultivation and areas owned by small producers are being abandoned.

Pisum sativum, L. • Família | Family: Leguminosae

ERVILHA | PEAS

ERVILHA • PEAS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar



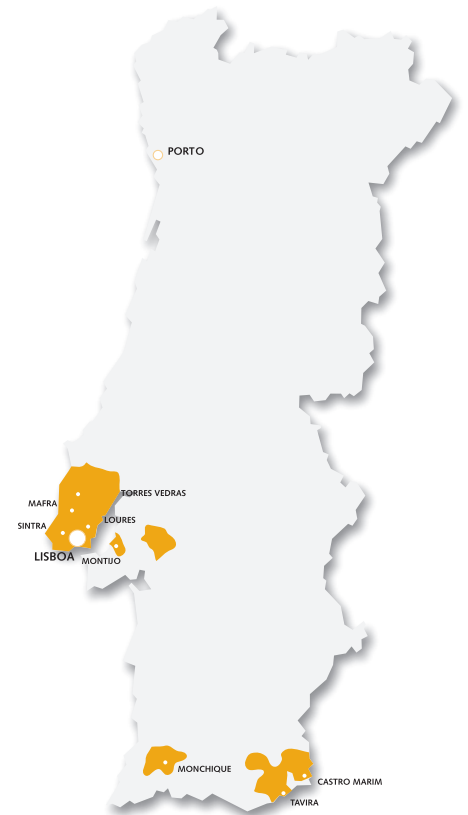
ERVILHA DE GRÃO • PEAS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/ <i>Jan</i>	2.50		
Fev/ <i>Feb</i>	1.87	2.60	39
Mar/ <i>Mar</i>	1.67	2.49	49
Abr/ <i>Apr</i>	1.58	1.66	5
Mai/ <i>May</i>	1.26	1.26	0

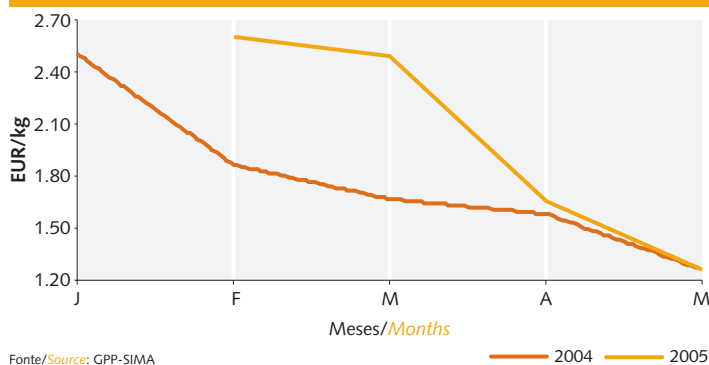
Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ERVILHA DE GRÃO • PEAS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Source: GPP-SIMA

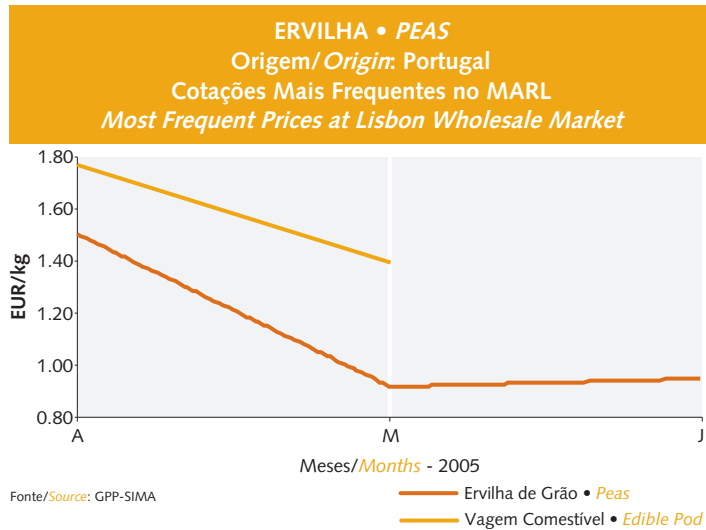
ERVILHA • PEAS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Ervilha de Grão Peas	Vagem Comestível Edible Pod
	2005 EUR/kg	
Abr/ <i>Apr</i>	1.50	1.77
Mai/ <i>May</i>	0.92	1.39
Jun/ <i>Jun</i>	0.95	

Fonte/Source: GPP-SIMA

ERVILHA | PEAS

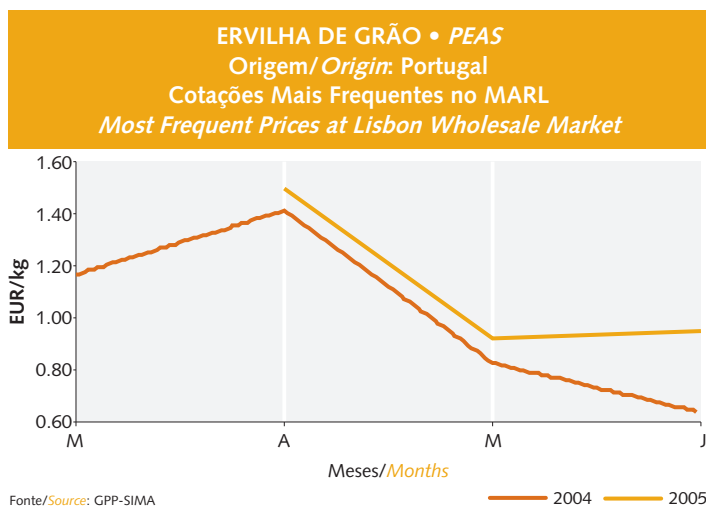
Pisum sativum, L. • Família | Family: Leguminosae



ERVILHA DE GRÃO • PEAS
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mar/Mar	1.17		
Abr/Apr	1.41	1.50	6
Mai/May	0.83	0.92	11
Jun/June	0.64	0.95	48

Fonte/Source: GPP-SIMA



Pisum sativum, L. • Família | Family: Leguminosae

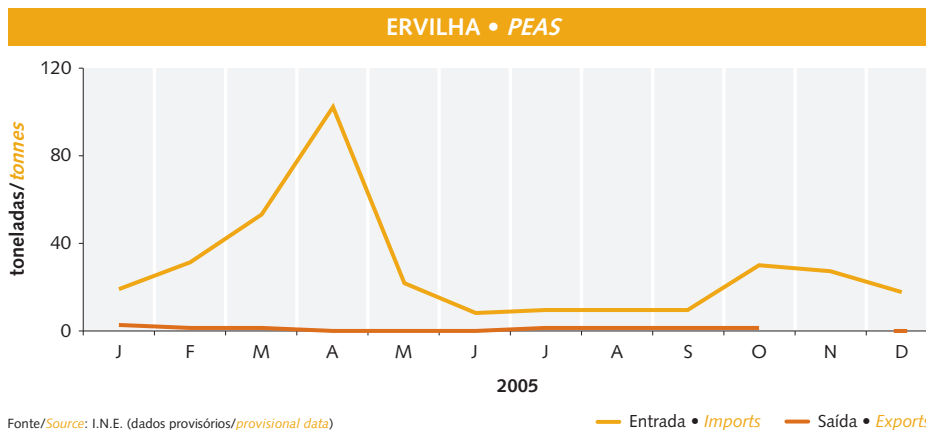
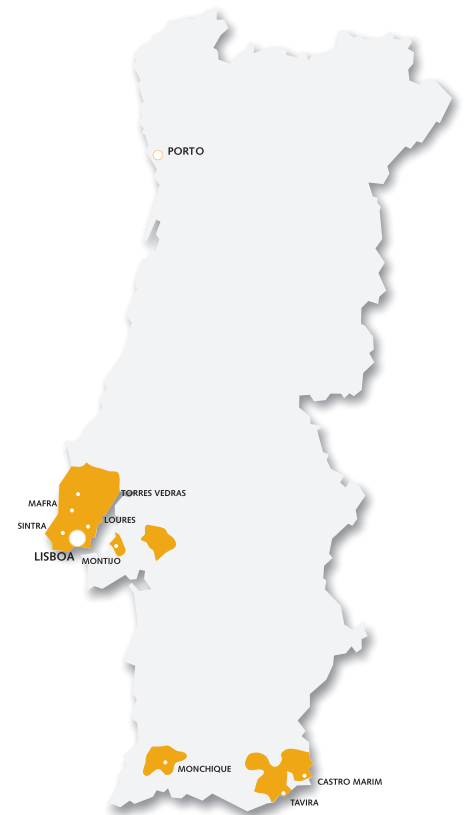
ERVILHA | PEAS

ERVILHA • PEAS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	11.0	13 997	ANGOLA ANGOLA	6.0	12 794
BRASIL BRAZIL	0.0	17	ESPAÑA SPAIN	2.5	9 204
ESPAÑA SPAIN	326.8	532 664	LUXEMBURGO LUXEMBOURG	0.4	604
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	1.4	6 629	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	0.7	1 105
			S. TOMÉ E PRÍNCIPE S. TOMÉ AND PRÍNCIPE	0.4	493
			OUTROS OTHERS	0.4	570
TOTAL	339.2	553 307	TOTAL	10.4	24 770

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO MUNDIAL DE ERVILHA/WORLD PRODUCTION OF GREEN PEAS								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	1 135 640	100	1 106 596	100	9 036 758	100	8 998 357	100
Europa/Europe	194 296	17	180 078	16	1 587 545	18	1 579 473	18
UE/EU 25			142 380	13			1 444 316	16
UE/EU 15	128 144	11			1 385 958	15		
Portugal	1 000	0	1 000	0	7 000	0	7 000	0
Alemanha/Germany	5 656	0	5 503	0	60 700	1	66 000	1
Bélgica/Belgium	10 233	1	9 755	1	192 000	2	178 000	2
Espanha/Spain	7 780	1	10 000	1	55 225	1	75 200	1
França/France	32 059	3	31 312	3	420 660	5	441 400	5
Hungria/Hungary	17 852	2	15 296	1	68 666	1	93 000	1
Itália/Italy	11 478	1	11 575	1	61 260	1	70 714	1
Países Baixos/Netherlands	6 000	1	4 900	0	84 000	1	80 000	1
Reino Unido/ United Kingdom	35 800	3	32 360	3	399 000	4	313 300	3
África/Africa	86 742	8	89 798	8	519 395	6	589 878	7
Argélia/Algeria	25 000	2	25 000	2	81 992	1	80 000	1
Egipto/Egypt	26 277	2	28 108	3	257 454	3	293 358	3
Marrocos/Morocco	19 870	2	20 895	2	115 450	1	145 430	2
Quênia/Kenya	5 900	1	5 900	1	25 000	0	25 000	0
Ásia/Asia	628 139	55	625 151	56	5 452 847	60	5 553 836	62
China	231 110	20	231 016	21	2 009 094	22	2 108 663	23
Índia/India	350 000	31	350 000	32	3 200 000	35	3 200 000	36
Paquistão/Pakistan	10 125	1	10 481	1	73 196	1	76 444	1
Turquia/Turkey	7 700	1	8 300	1	54 000	1	58 000	1
América do Norte e Central/ North & Central America	121 400	11	108 990	10	1 185 906	13	1 000 814	11
Canadá/Canada	17 470	2	16 760	2	76 256	1	67 114	1
EUA/USA	93 930	8	82 230	7	1 060 650	12	884 700	10
América do Sul/South America	89 846	8	87 105	8	208 970	2	189 885	2
Oceania	15 217	1	15 474	1	82 095	1	84 471	1

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

ESPINAFRE | SPINACH

Spinacia oleracea, L. • Família | Family: *Chenopodiaceae*

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: O espinafre é cultivado em muitos países do mundo. Na Europa, os principais produtores de espinafres são a Itália, França e Alemanha.

Área de Cultura e Produção: É produzido, em maior escala, junto dos grandes centros urbanos. A maior produção situa-se na zona da Grande Lisboa (Loures).

Área de Mercado mais Representativas: Grande Lisboa.

Factores Relevantes na Produção: O espinafre distingue-se, não pelas suas variedades, mas sim pelas épocas de colheita. O espinafre de Primavera tem as folhas mais finas e tenras, sendo ideal para saladas. As folhas mais consistentes e vigorosas são as do espinafre de Inverno, que se encontram no mercado desde finais de Outono até à Primavera. Os limites entre o espinafre de Verão e o de Outono são imprecisos, ambos podem ser consumidos em cru, mas as suas folhas são claramente mais duras que as do espinafre de Primavera.

Comercialização: A comercialização do espinafre efectua-se ao longo de todo o ano. Os espinafres congelados encontram-se bastante generalizados. No mercado interno é comercializado através de operadores comerciais e Organizações de Produtores, que colocam o produto nas grandes superfícies de venda e em cadeias de média e pequena dimensão. Alguns produtores escoaram o seu produto através dos Mercados Abastecedores e dos mercados regionais.

Preços: O nível de preços nos mercados de produção e nos Mercados Abastecedores foram oscilando ao longo do ano, pois sendo um produto perecível, está condicionado pelas condições meteorológicas. Em 2005 a cotação foi, em média, ligeiramente inferior à do ano anterior.

Comércio Internacional: A balança comercial mantém-se favorável, há já alguns anos. As vendas de espinafre ao exterior têm vindo a aumentar, tendo atingido, em 2005, os 2,9 milhões de euros, o valor mais elevado dos últimos anos. O Reino Unido absorveu cerca de 93% das quantidades vendidas ao exterior (97% em valor). O grosso das vendas ao exterior, em volume, ocorre entre Dezembro e Abril, período em que a produção nacional é mais forte.

Perspectivas: Aumento da área em explorações com melhor tecnologia. Continuação das vendas para mercados externos.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outline: Spinach is cultivated in many countries in the world. In Europe, the current leading spinach producer countries are Italy, France and Germany.

Crop Area and Output: It is mostly produced near large urban centres. The largest producing area is Grande Lisboa (Loures).

Most Representative Market Areas: Grande Lisboa.

Relevant Production Factors: Spinach is differentiated not by varieties but by harvest times. Spring spinach has thinner and tenderer leaves and it is ideal for salads. The most consistent and vigorous leaves are those of winter spinach, which are marketed from the end of autumn until spring. The threshold between summer and autumn spinach is unclear, as both can be consumed raw, but their leaves are firmer than those of spring spinach.

Marketing: Spinach is traded all year long. Consumption of frozen spinach is widespread. In the domestic market, spinach is traded through commercial operators and producer organisations, who sell them to supermarkets and hypermarkets and to small and medium distribution chains. Some producers market spinach through wholesale markets and regional markets.

Prices: Price levels in producer and wholesale markets fluctuated throughout the year, since this a perishable product, affected by weather conditions. In 2005, average prices fell slightly from the previous year.

International Trade: Trade balance has been positive for some years now. Spinach exports have been increasing, reaching 2.9 million euros in 2005, a record in the last few years. The United Kingdom bought 93% of total spinach exports (97% in value). Most spinach exports occur between December and April, when domestic production peaks.

Outlook: An area increase is expected in farm holdings with better technology. Spinach exports will proceed.

Spinacia oleracea, L. • Família | Family: Chenopodiaceae

ESPINAFRE | SPINACH

ESPINAFRE • SPINACH Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Grande Lisboa	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	M	M

F Oferta Forte
M Oferta Média
f Oferta Fraca

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

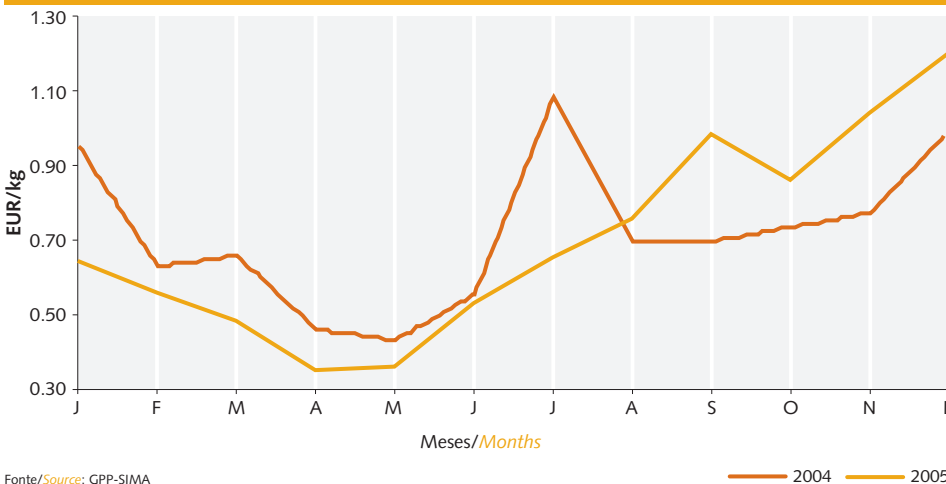


ESPINAFRE • SPINACH Cotações Mais Frequentes na Produção, na Grande Lisboa Most Frequent Producer Prices in Grande Lisboa

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.95	0.64	-33
Fev/Feb	0.63	0.55	-13
Mar/Mar	0.66	0.48	-27
Abr/Apr	0.46	0.35	-24
Mai/May	0.43	0.36	-16
Jun/Jun	0.55	0.53	-4
Jul/Jul	1.08	0.65	-40
Ago/Aug	0.70	0.75	7
Set/Sep	0.70	0.98	40
Out/Oct	0.73	0.86	18
Nov/Nov	0.77	1.04	35
Dez/Dec	1.00	1.20	20

Fonte/Source: GPP-SIMA

ESPINAFRE • SPINACH Cotações Mais Frequentes na Produção, na Grande Lisboa Most Frequent Producer Prices in Grande Lisboa



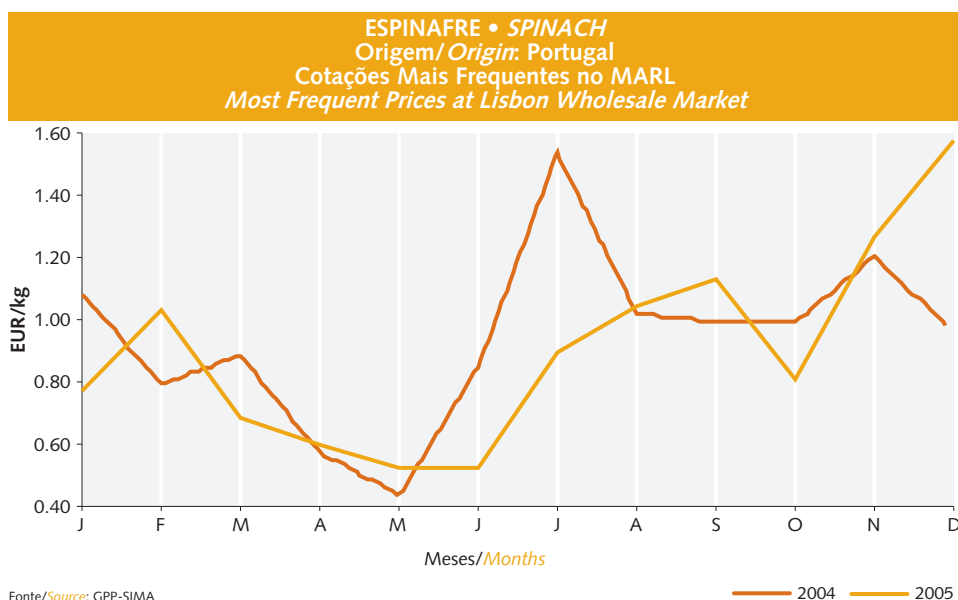
Fonte/Source: GPP-SIMA

ESPINAFRE | SPINACH

Spinacia oleracea, L. • Família | Family: Chenopodiaceae

ESPINAFRE • SPINACH Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	1.08	0.77	-29
Fev/Feb	0.79	1.03	30
Mar/Mar	0.88	0.69	-22
Abr/Apr	0.57	0.60	5
Mai/May	0.44	0.52	18
Jun/Jun	0.85	0.52	-39
Jul/Jul	1.54	0.90	-42
Ago/Aug	1.02	1.04	2
Set/Sep	1.00	1.13	13
Out/Oct	1.00	0.81	-19
Nov/Nov	1.21	1.27	5
Dez/Dec	0.96	1.58	65

Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA

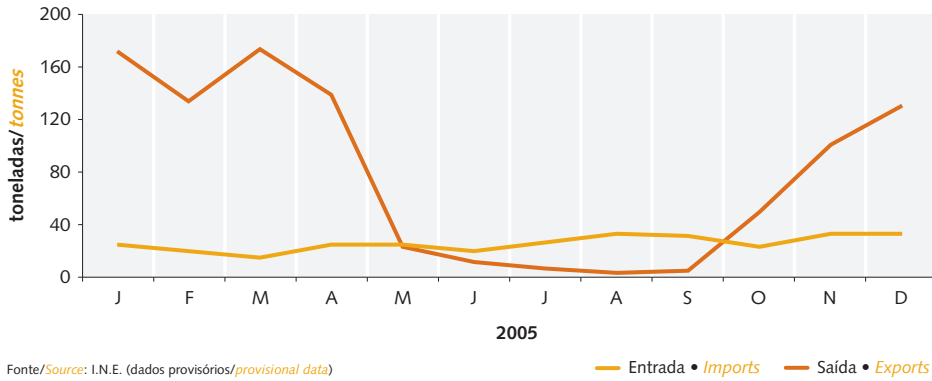
ESPINAFRE • SPINACH					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
BÉLGICA BELGIUM	5.0	2 937	ESPAÑA SPAIN	30.5	18 056
ESPAÑA SPAIN	303.2	698 453	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	37.5	54 953
OUTROS OTHERS	0.2	593	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	881.6	2 818 243
			OUTROS OTHERS	0.0	35
TOTAL	308.4	701 983	TOTAL	949.6	2 891 287

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Spinacia oleracea, L. • Família | Family: Chenopodiaceae

ESPINAFRE | SPINACH

ESPINAFRE • SPINACH



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



FAVA | BROAD BEANS

Vicia faba, L. • Família | Family: Leguminosae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A Argélia e Marrocos, em conjunto, produzem cerca de 27% do total mundial. A U.E. produz cerca de 19%, destacando-se a Espanha e a Itália com, respectivamente, 7% e 5%. A China produz 12% e o México, a Bolívia e o Peru produzem 5%, cada um.

Área de Cultura e Produção: Diminuição significativa da área e da produção de fava no Algarve. Na área de mercado do Oeste não se verificaram quebras, nem na área nem na produção.

Áreas de Mercado mais Representativas: Algarve e Oeste.

Factores Relevantes na Produção: A fava é uma cultura produzida essencialmente no modo de produção extensivo. No Algarve, mais de 90% da superfície total encontra-se neste regime. Nas áreas de sequeiro, que são a maior parte, e tendo em conta que a chuva foi escassa ao longo de 2005, nomeadamente na época das sementeiras, verificou-se alguma dificuldade no desenvolvimento da cultura e quebras acentuadas na produção. O produto no início da campanha teve qualidade irregular, coincidindo a melhoria da qualidade com o aumento da produção. Na área de mercado do Oeste, a área ocupada pela fava foi semelhante à do ano anterior e, apesar da seca, não se verificaram quebras na produção.

Comercialização: Na região algarvia a campanha de comercialização foi ligeiramente mais curta e com menor oferta que a do ano transacto. O escoamento processou-se com regularidade e foi efectuado através de grossistas expedidores, que concentram a produção e a escoam para os Mercados Abastecedores, cerca de 80% da produção, sendo os restantes 20% transaccionados pelas cadeias de pequena e média dimensão. Praticamente todo o produto foi comercializado em caixas. A produção proveniente da zona do Oeste é escoada por intermediários, que compram a fava directamente à produção e a transaccionam nos Mercados Abastecedores e grandes superfícies. Também é de considerar o autoconsumo pelos pequenos produtores. Verificou-se a presença de produto espanhol quando ainda não havia produção nacional. Alguma produção teve como destino a indústria.

Preços: O nível de preços na produção foi, em média, superior em 60%, relativamente a 2004. Estes aumentos ficaram a dever-se à menor produção verificada em 2005. Tal como tem acontecido em anos anteriores, os preços foram descendo ao longo da campanha. Nos Mercados Abastecedores de Lisboa e Porto ocorreu uma descida dos preços da fava. No consumidor houve uma subida de preços da ordem dos 15%.

Perspectivas: A importância da produção de fava para a indústria tem vindo a diminuir nos últimos anos, devido à ausência de indústrias transformadoras interessadas neste produto, bem como à fraca rentabilidade da cultura.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Algeria and Morocco together account for 27% of world output. The EU produces around 19%, Spain and Italy standing out with 7% and 5%, respectively. China produces 12% and Mexico, Bolivia and Peru 5% each.

Crop Area and Output: Significant fall in area and output in Algarve. In the Oeste market area, there were no falls, either in area or in output.

Most Representative Market Areas: Algarve and Oeste.

Relevant Production Factors: Broad beans are basically cultivated in extensive production systems. In Algarve, more than 90% of total area is cultivated under this system. In non-irrigated areas, which are prevailing, there were some crop growth problems and output fell steeply, since rainfall was scarce throughout 2005, particularly at sowing time. At the beginning of the year, quality was uneven, but then it improved as production increased. In Oeste, the area allocated to broad beans was similar to that of the previous year and, in spite of the drought, there were no significant changes in output.

Marketing: In Algarve, the marketing year was slightly shorter and supply was down from the previous year. Broad beans were sold at a normal pace by wholesalers-dispatchers, who gather production and then sell to wholesale markets nearly 80% of it, the remaining 20% being sold through small and medium sized chains. Virtually all broad beans were marketed in boxes. Broad beans produced in Oeste are sold by intermediaries, who buy them directly from producers and sell them in wholesale markets, and supermarkets and hypermarkets. Self-consumption must also be taken into account, in the case of small producers. Spanish broad beans came into the market, when Portuguese production was not out yet. Part of the output was directed to processing.

Prices: Producer price levels were on average 60% up from 2004, an increase due to the reduced output in 2005. As in previous years, prices kept falling along the marketing year. At the Lisbon and Porto wholesale markets, there was a price fall. Consumer prices increased 15%.

Outlook: Production of broad beans for processing has been decreasing over the last few years, due to low profitability and also because the processing industry is not much interested in this product.

Vicia faba, L. • Família | Family: Leguminosae

FAVA | BROAD BEANS

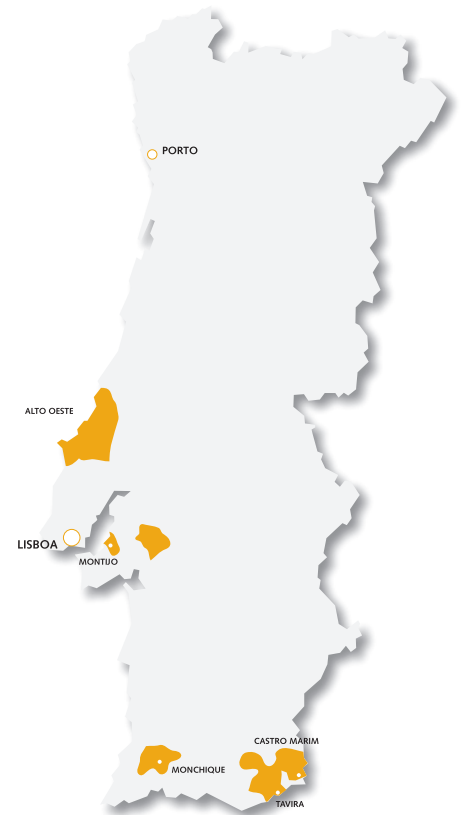
FAVA • BROAD BEANS
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Algarve	f f	M M	F F	F F	F M							
Oeste			f	M F	F M							

F Oferta Forte
Good Supply
M Oferta Média
Moderate Supply
f Oferta Fraca
Poor Supply

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

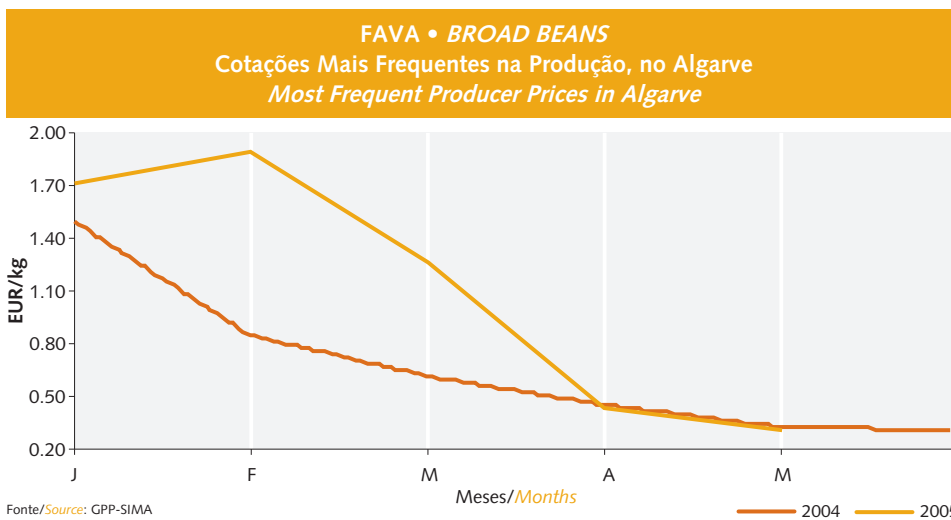
Geographic distribution of the main production areas in Portugal



FAVA • BROAD BEANS
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	1.50	1.71	14
Fev/Feb	0.85	1.90	124
Mar/Mar	0.61	1.26	107
Abr/Apr	0.46	0.43	-7
Mai/May	0.33	0.30	-9
Jun/Jun	0.30		

Fonte/Source: GPP-SIMA



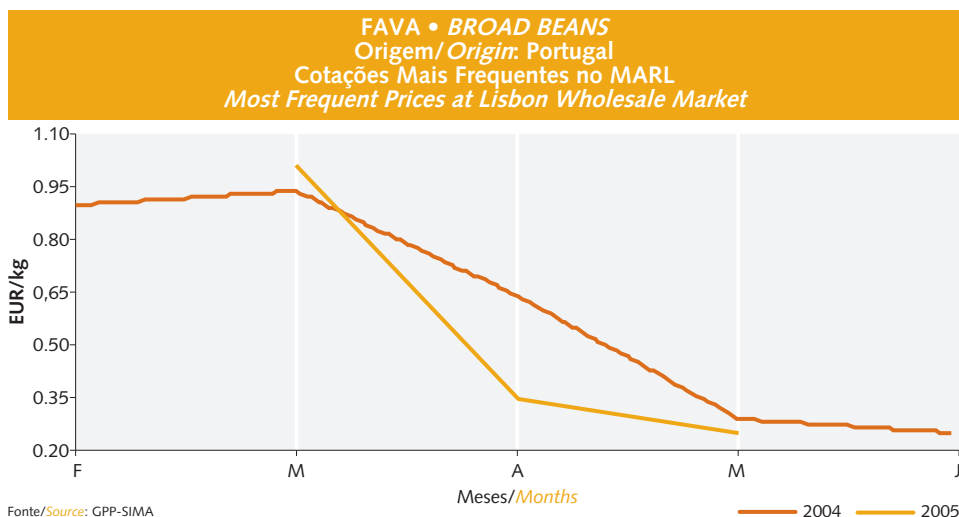
FAVA • BROAD BEANS
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Fev/Feb	0.90		
Mar/Mar	0.94	1.01	7
Abr/Apr	0.64	0.35	-45
Mai/May	0.29	0.25	-14
Jun/Jun	0.25		

Fonte/Source: GPP-SIMA

FAVA | BROAD BEANS

Vicia faba, L. • Família | Family: Leguminosae



PRODUÇÃO MUNDIAL DE FAVA / WORLD PRODUCTION OF GREEN BROAD BEANS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	194 063	100	200 153	100	1 092 542	100	1 138 538	100
Europa/Europe	27 997	14	30 890	15	188 492	17	216 501	19
UE/EU 25			29 960	15			214 001	19
UE/EU 15	26 469	14			183 537	17		
Portugal *	3 000	2	3 000	1	30 000	3	30 000	3
Espanha/Spain	6 800	4	8 000	4	60 500	6	75 900	7
Itália/Italy	9 725	5	9 700	5	54 883	5	55 000	5
Reino Unido/United Kingdom	2 090	1	2 100	1	11 900	1	11 800	1
África/Africa	52 075	27	51 750	26	364 792	33	364 060	32
Argélia/Algeria	27 000	14	27 000	13	176 407	16	175 000	15
Libia/Libyan Arab Jamahiriya	1 100	1	1 100	1	15 000	1	15 000	1
Marrocos/Morocco	14 325	7	14 000	7	140 725	13	140 000	12
Tunísia/Tunisia	7 000	4	7 000	3	20 600	2	22 000	2
Ásia/Asia	46 581	24	48 843	24	323 846	30	342 379	30
Casaquistão/Kazakhstan	1 000	1	1 000	0	11 500	1	12 000	1
China	13 094	7	13 803	7	132 333	12	138 011	12
Libano/Lebanon	1 653	1	1 700	1	16 100	1	16 500	1
Siria/Syrian Arab Republic	5 154	3	5 160	3	43 597	4	44 000	4
Turquia/Turkey	6 000	3	6 000	3	44 000	4	44 000	4
América do Norte e Central/North & Central America	10 550	5	10 550	5	58 100	5	58 100	5
México/Mexico	9 700	5	9 700	5	53 000	5	53 000	5
América do Sul/South America	56 730	29	57 990	29	156 312	14	156 498	14
Bolívia/Bolivia	33 200	17	33 350	17	59 231	5	61 680	5
Chile	2 500	1	2 550	1	20 000	2	20 500	2
Equador/Ecuador	9 396	5	10 590	5	15 205	1	17 818	2
Peru/Peru	11 634	6	11 500	6	61 876	6	56 500	5
Oceania	130	0	130	0	1 000	0	1 000	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)
 * Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.
 Portugal - 2003 (INE): Área/Area=1192 ha; Produção/Production=6794 t

Phaseolus vulgaris, L. • Família | Family: Leguminosae

FEIJÃO VERDE | GREEN BEANS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: Aproximadamente 36% da produção mundial de feijão verde encontra-se na China. A União Europeia tem um peso de 14% na produção mundial, destacando-se a Espanha e a Itália como os maiores produtores, com pesos no total mundial de 4% e 3%, respectivamente. A Indonésia, a Turquia e a Índia produzem cerca de 13%, 9% e 7%, respectivamente. A produtividade na China é semelhante à produtividade média da U.E. (cerca de 11 t/ha). Contudo, é em países da U.E. que se atingem as produtividades mais elevadas a nível mundial: cerca de 17 t/ha na Bélgica e cerca de 13 t/ha na França e em Espanha.

Área de Cultura e Produção: No Oeste, diminuição da área de feijão verde, bastante acentuada na cultura de ar livre. No Entre-Douro-e-Minho, aumento da cultura em estufa (cerca de 9%) em detrimento da de ar livre. Este aumento na área não teve reflexos positivos na produção devido às condições meteorológicas ocorridas em 2005.

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Algarve, Póvoa de Varzim-Esposende e Grande Porto.

Tipos: Feijão verde de vagem curva, feijão verde de vagem direita, Manata, Riscadinho, Maduro e Filet.

Factores Relevantes na Produção: É uma cultura predominantemente cultivada em estufa. Na região de Entre-Douro-e-Minho, verificou-se um atraso no desenvolvimento da cultura provocado pelas geadas tardias, com posteriores replantações. Durante o período de Verão, a escassez de água para rega teve influência negativa, em particular na de ar livre, afectando as respectivas produtividades. Por outro lado, o calor excessivo afectou a qualidade e a apresentação comercial do produto de estufa. Na região algarvia ainda tem importância a produção de ar livre. Em 2005 tanto a área como a produção foram inferiores às do ano anterior.

Comercialização: No Entre-Douro-e-Minho, o escoamento decorreu sem problemas e efectuou-se através das Organizações de Produtores e operadores comerciais, que colocam o produto nas grandes superfícies e cadeias de média e grande dimensão. Prevalecem ainda produtores, essencialmente de menor dimensão, que comercializam o feijão verde junto de grossistas com actividade nos Mercados Abastecedores do Porto e de Braga. Nesta região houve saída regular de feijão para Espanha até meados de Agosto. No Oeste não ocorreram problemas de escoamento. A maioria da produção foi comercializada de meados de Abril a meados de Agosto, através dos grandes operadores comerciais e junto das grandes superfícies. No Algarve a comercialização efectua-se durante todo o ano. De Abril a Junho e de Setembro a Novembro a oferta foi superior à procura e houve dificuldades no escoamento. O produto foi escoado através dos mercados regionais e de Mercados Abastecedores, principalmente o MARL. Verificou-se a concorrência de feijão verde proveniente de Marrocos e Espanha.

Preços: Em 2005 as cotações de feijão verde de estufa nos mercados de produção foram superiores às do ano anterior, variando essa subida entre os 2% e os 18%. No Oeste ocorreu o inverso, sendo inferiores, em cerca de 13%. Relativamente ao produto de ar livre, as cotações foram inferiores às de 2004. Nos Mercados Abastecedores, constataram-se cotações mais elevadas que as do ano anterior, constituindo excepção os preços do feijão verde de vagem curva de estufa no MARL, que foram mais baixas. O feijão riscadinho é o mais valorizado. Para o consumidor verificou-se uma subida dos preços de 14%.

Comércio Internacional: A balança comercial é altamente deficitária. O feijão verde é um dos produtos hortícolas mais adquiridos ao exterior (11,7 milhões de Euros em 2005), com um peso de 9% no valor total das entradas de hortícolas. Houve, relativamente a 2004, um aumento de 27% no valor adquirido ao exterior, tendo a Espanha, com 10,2 milhões de euros, contribuído com quase 90% do valor total de feijão verde comprado ao exterior. O Reino Unido, a Espanha e este ano, também, Cabo Verde foram os principais compradores de feijão verde nacional, com pesos de 46%, 26% e 20%, respectivamente, em relação ao valor total de vendas.

Perspectivas: Substituição da área de feijão verde de ar livre pela de estufa, motivada pela maior produtividade, precocidade, melhoria da qualidade e valorização que o produto pode atingir. Tem-se verificado iniciativas de algumas organizações no sentido de aumentarem a produção própria recorrendo ao cultivo em áreas de outras regiões do país, com o objectivo de preencher os períodos mais deficitários da oferta regional e garantir uma maior regularidade no abastecimento dos mercados regionais. Continuação das vendas para mercado externos, nomeadamente para Espanha.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: Approximately 35% of total world output comes from China. The EU provides a 14% contribution to world production, Spain and Italy standing out as its leading producers, with 4% and 3%, respectively. Indonesia, Turkey and India produce 13%, 9% and 7%, respectively. Average yield in China is similar to the average EU yield (approximately 11 t/ha). However, the world highest yields are obtained in EU countries: 17 t/ha in Belgium and 13 t/ha in France and Spain.

Crop Area and Output: In Oeste, the decrease in green bean area was rather steep for outdoor cultivation. In Entre-Douro-e-Minho, greenhouses have increased 9%, to the detriment of outdoor cultivation. However, this area increase did not have positive effects on output, due to adverse weather conditions.

Most Representative Market Areas: Oeste, Algarve, Póvoa de Varzim-Esposende and Grande Porto.

Types: Curved pod green beans, straight pod green beans, Manata, Riscadinho, Maduro and Filet.

Relevant Production Factors: Green beans are predominantly grown indoors, in greenhouses. In Entre-Douro-e-Minho, there was a delay in crop growth caused by late frost, which involved subsequent replanting. In the summertime, lack of irrigation water affected yields, particularly for outdoor green beans. On the other hand, excessive heat affected quality and commercial presentation of greenhouse green beans. In Algarve, outdoor cultivation is still relevant. In 2005, both area and output fell from the previous year.

Marketing: In Entre-Douro-e-Minho, trading was done through producer organisations and commercial operators, who sell green beans to supermarkets and hypermarkets, and medium and large distribution chains. Smaller producers still sell their output directly to wholesalers, who operate at the Porto and Braga wholesale markets. Regular exports to Spain occur until mid-August. In Oeste, there were no marketing problems. Most green beans were traded from mid-April to mid-August, through large commercial operators, and supermarkets and hypermarkets. In Algarve, trading goes on all year long. From April to June and from September to November, supply exceeded demand, resulting in marketing difficulties. Green beans were sold in regional markets and wholesale markets, particularly at MARL (Lisbon Wholesale Market). There was also competition from green beans coming from Morocco and Spain.

Prices: In 2005, producer prices for greenhouse green beans were up from the previous year, an increase ranging from 2% to 16%. In Oeste, the opposite happened, with a 13% price fall. As to outdoor green beans, prices were always below 2004 levels. At wholesale markets, prices were up from the previous year, except for curved pod green beans, whose prices at MARL fell. Riscadinho green beans reach the highest prices. Consumer prices climbed 14%.

International Trade: There is a huge trade deficit. Green beans are one of the most imported vegetables (11.7 million euros in 2005), accounting for 9% of total vegetable imports. Imports climbed 27% from 2004, Spain having contributed with almost 90% of total green bean imports, corresponding to 10.2 million euros. The United Kingdom, Spain and this year Cape Verde also were the main buyers of Portuguese green beans, accounting for 46%, 26% and 20%, respectively, of total exports.

Outlook: Green bean outdoor area is being replaced by greenhouse area, given its higher yields, earliness, higher quality, and better prices obtained. Some producer organisations have been trying to increase output by cultivating green beans in other regions of the country, in order to overcome regional deficits and to provide a more even distribution in regional supply. Green bean exports will proceed, namely to Spain.



FEIJÃO VERDE | GREEN BEANS

Phaseolus vulgaris, L. • Família | Family: Leguminosae



FEIJÃO VERDE ESTUFA • GREENHOUSE GREEN BEANS
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende					f	MM	F F	F F	F F	M f	f	
Oeste			f f	f M	M F	F F	F M	M f	f f	f f	f	
Algarve	f f	f f	MM	F F	MM	f f	f f	f f	f f	f f	MM	f f

FEIJÃO VERDE AR LIVRE • OUTDOORS GREEN BEANS
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

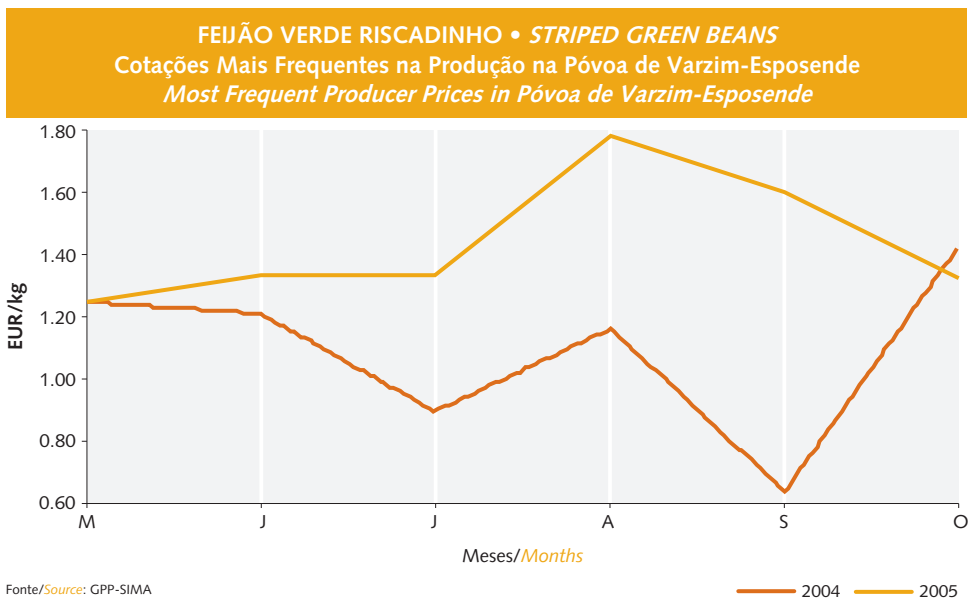
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Oeste					f M	M F	F F	F M	f f			
Algarve					f	M F	F F	M F	MM	f f		

F Oferta Forte *Good Supply*
 M Oferta Média *Moderate Supply*
 f Oferta Fraca *Poor Supply*

FEIJÃO VERDE RISCADINHO • STRIPED GREEN BEANS
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Póvoa de Varzim-Esposende
Most Frequent Producer Prices in Póvoa de Varzim-Esposende

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Mai/May	1.25	1.25	0
Jun/Jun	1.21	1.33	10
Jul/Jul	0.90	1.33	48
Ago/Aug	1.16	1.78	53
Set/Sep	0.64	1.60	150
Out/Oct	1.43	1.32	-8

Fonte/Source: GPP-SIMA



Phaseolus vulgaris, L. • Família | Family: Leguminosae

FEIJÃO VERDE | GREEN BEANS

FEIJÃO VERDE ACHATADO DIREITO ESTUFA GREENHOUSE STRAIGHT GREEN BEANS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve			
MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	1.80	2.98	66
Fev/Feb	1.40	3.73	166
Mar/Mar	1.38	2.75	99
Abr/Apr	1.50	1.56	4
Mai/May	1.38	0.68	-51
Jun/Jun	1.23	1.06	-14
Jul/Jul	1.54	1.25	-19
Ago/Aug	1.86	1.62	-13
Set/Sep	1.90	1.10	-42
Out/Oct	1.58	0.65	-59
Nov/Nov	1.49	0.69	-54
Dez/Dec	1.48	1.45	-2

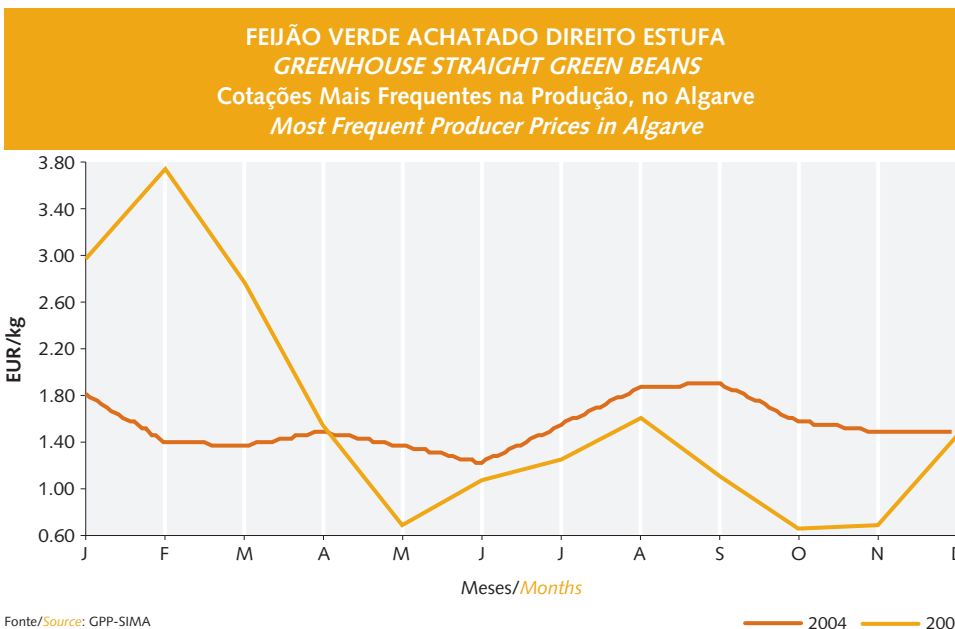
Fonte/SOURCE: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



■ PRODUÇÃO ESTUFA
GREENHOUSE PRODUCTION
 ■ PRODUÇÃO AR LIVRE
OUTDOORS PRODUCTION



Fonte/SOURCE: GPP-SIMA

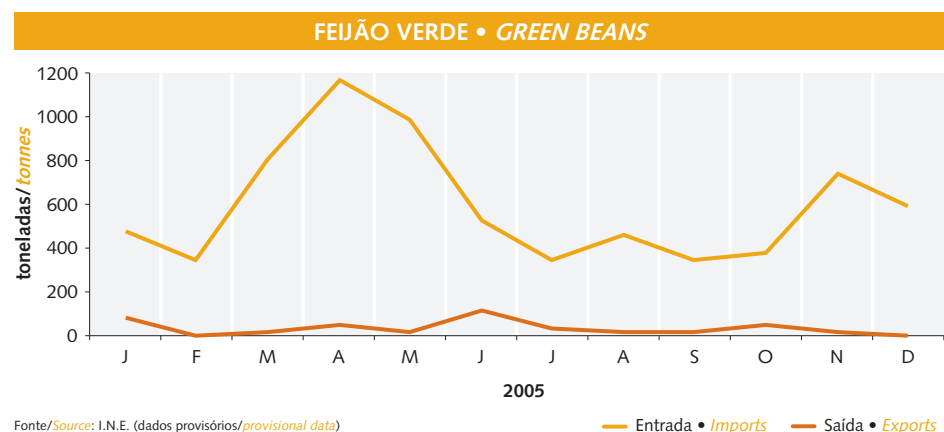
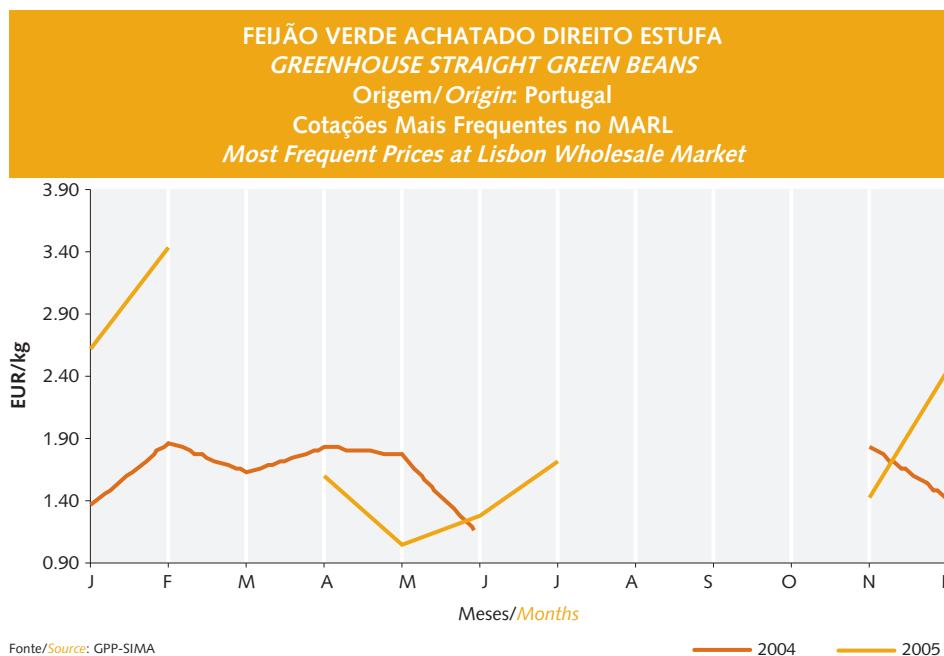
FEIJÃO VERDE | GREEN BEANS

Phaseolus vulgaris, L. • Família | Family: Leguminosae



FEIJÃO VERDE ACHATADO • GREEN BEANS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market						
MESES MONTHS	Direito Estufa/ Greenhouse Straight			Curvo Estufa/ Greenhouse Curved		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	1.38	2.63	91			
Fev/Feb	1.85	3.42	85			
Mar/Mar	1.64			2.04		
Abr/Apr	1.82	1.60	-12	2.86		
Mai/May	1.78	1.05	-41	2.57	1.79	-30
Jun/Jun	1.11	1.28	15	1.50	1.18	-21
Jul/Jul		1.73			1.62	
Ago/Aug	2.03					
Set/Sep						
Out/Oct						
Nov/Nov	1.84	1.41	-23			
Dez/Dec	1.42	2.44	72			

Fonte/Source: GPP-SIMA



Phaseolus vulgaris, L. • Família | Family: Leguminosae

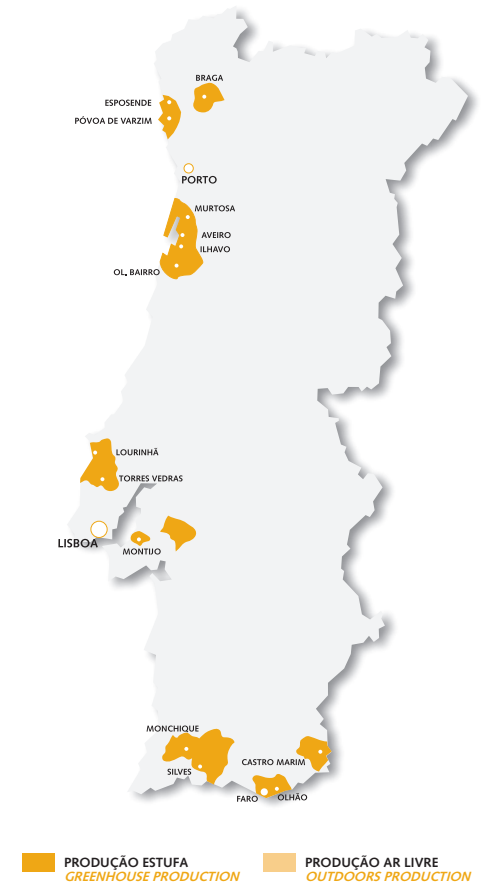
FEIJÃO VERDE | GREEN BEANS

FEIJÃO VERDE • GREEN BEANS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	427.8	710 955	ANGOLA ANGOLA	8.2	8 923
ESPAÑA SPAIN	6 022.5	10 223 844	CABO VERDE CAPE VERDE	151.9	122 436
ESTÓNIA ESTONIA	18.5	28 046	ESPAÑA SPAIN	97.2	158 448
FRANÇA FRANCE	656.3	669 782	FRANÇA FRANCE	12.6	20 361
MARROCOS MOROCCO	27.4	23 485	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	109.1	277 601
OUTROS OTHERS	4.8	9 730	S. TOMÉ E PRÍNCIPE S. TOME AND PRINCIPE	14.8	9 315
			OUTOS OTHERS	8.2	9 621
TOTAL	7 157.3	11 665 842	TOTAL	402.1	606 705

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE FEIJÃO VERDE/ WORLD PRODUCTION OF GREEN BEANS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	882 840	100	894 428	100	6 221 028	100	6 383 990	100
Europa/Europe	116 178	13	112 820	13	980 101	16	980 463	15
UE/EU 25			80 076	9			877 528	14
UE/EU 15	75 990	9			844 449	14		
Portugal *	1 188	0	1 200	0	14 241	0	15 000	0
Bélgica/Belgium	6 098	1	6 270	1	105 000	2	109 068	2
Espanha/Spain	17 329	2	17 700	2	258 632	4	225 900	4
França/France	8 691	1	8 033	1	97 660	2	100 440	2
Grécia/Greece	8 327	1	8 087	1	70 000	1	72 500	1
Itália/Italy	23 720	3	23 562	3	190 452	3	207 205	3
África/Africa	64 401	7	65 510	7	501 775	8	543 040	9
Argélia/Algeria	8 000	1	8 000	1	40 681	1	40 000	1
África do Sul/South Africa	5 600	1	4 800	1	44 485	1	35 390	1
Egipto/Egypt	21 300	2	21 300	2	215 000	3	215 000	3
Marrocos/Morocco	4 960	1	5 830	1	82 000	1	128 900	2
Ásia/Asia	626 930	71	640 887	72	4 386 157	71	4 523 023	71
Bangladesh	11 331	1	12 545	1	50 000	1	59 000	1
China	197 030	22	203 030	23	2 279 929	37	2 310 300	36
Índia/India	150 000	17	150 000	17	420 000	7	420 000	7
Indonésia/Indonesia	148 163	17	150 000	17	770 428	12	829 899	13
Japão/Japan	7 950	1	8 000	1	57 000	1	52 900	1
Tailândia/Thailand	22 000	2	22 000	2	88 000	1	88 000	1
Turquia/Turkey	66 000	7	70 000	8	545 000	9	582 000	9
América do Norte e Central/ /North & Central America	38 293	4	36 333	4	233 054	4	217 578	3
Canadá/Canada	10 969	1	10 698	1	65 964	1	62 503	1
EUA/USA	18 530	2	16 840	2	109 180	2	97 160	2
América do Sul/South America	29 252	3	30 931	3	80 015	1	83 347	1
Oceania	7 786	1	7 947	1	39 926	1	36 539	1

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)
 * Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais./FAO data for Portugal do not match national statistical data.
 Portugal - 2003 (INE): Área/Area=1188 ha; Produção/Production=14241 t

PEPINO | CUCUMBERS

Cucumis sativus, L. • Família | Family: Cucurbitaceae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A China, com uma quota de 62%, é o maior produtor do mundo, com uma produtividade média de 17 toneladas por hectare. A U.E. é responsável por cerca de 5% da produção mundial e tem uma produção média por hectare de 47 toneladas, destacando-se a Espanha e os Países Baixos com produtividades de quase 70 t/ha. A Turquia produz cerca de 4% do total mundial e a Federação Russa e o Irão cerca de 3%, cada um.

Área de Cultura e Produção: No Oeste e no Entre-Douro-e-Minho esta cultura é efectuada predominantemente em estufa, mais de 90% da área total. Na primeira área de mercado houve diminuição da área de ar livre, mas a produção foi semelhante à do ano anterior. No Entre-Douro-e-Minho a superfície com esta cultura aumentou cerca de 20%, mas, devido às condições meteorológicas adversas, o aumento da produção ficou-se pelos 10%. No Algarve, a área de ar livre e de estufa é semelhante. No entanto, a produção de estufa é muito superior (85% do total da região) à de ar livre, pois naquele regime as produtividades são superiores. Nesta região, em 2005, houve um forte aumento da área cultivada com pepino, mas a produção foi menor, devido às condições meteorológicas.

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Algarve, Grande Porto e Póvoa de Varzim-Esposende.

Tipos: Pepino de ar livre e pepino de estufa, sendo as variedades mais importantes a "jizzer" e a "pontia".

Factores Relevantes na Produção: Devido à seca prolongada, o ano de 2005 não foi favorável à cultura do pepino, afectando não só a cultura de ar livre, como a de estufa. As geadas tardias ocorridas no início da Primavera "queimaram" algumas plantações temporais, havendo necessidade de se proceder a novas plantações. A escassez de água para rega e as elevadas temperaturas afectaram o normal desenvolvimento da cultura, provocando quebras na produção e afectando a qualidade e a apresentação comercial do produto. As condições meteorológicas não afectaram a produção no Oeste.

Comercialização: Toda a produção nacional é facilmente escoada, dado o nosso país ser deficitário neste produto. No Oeste a produção foi transaccionada através de operadores comerciais, grandes superfícies e Mercados Abastecedores, sobretudo o MARL. Na região algarvia, a comercialização do pepino efectua-se durante todo o ano, com um volume superior nos meses de verão. O escoamento é feito essencialmente através dos Mercados Abastecedores, principalmente o MARL, mas também dos mercados regionais e pequenas superfícies de venda. No Norte do país é cada vez maior o número de produtores que aderem às organizações e associações agrícolas para o abastecimento dos mercados. Prevaecem ainda alguns produtores que continuam a comercializar o seu produto directamente em feiras e mercados regionais ou junto de grossistas com actividade nos Mercados Abastecedores do Porto e Braga.

Preços: Tanto nos mercados de produção, como nos Mercados Abastecedores, registou-se uma subida nas cotações de 10% a quase 50%, relativamente à campanha anterior, dependendo da área de mercado e de a produção ser de estufa ou de ar livre. O pepino de estufa continua mais valorizado que o de ar livre.

Comércio Internacional: A balança comercial é altamente deficitária. As quantidades vendidas ao exterior continuam muito inferiores às quantidades adquiridas, que em 2005 tiveram um valor de quase 1,9 milhões euros, contra 37 mil euros de vendas. A Espanha é o principal fornecedor, com praticamente 100% de quota, ou seja 2,5 mil toneladas de pepino. Cerca de 60% do volume adquirido ao exterior ocorreu entre Janeiro e Abril, quando a produção nacional foi menor.

Perspectivas: Na região de Entre-Douro-e-Minho há interesse em aumentar a área de pepino, em substituir a área de ar livre pela de estufa, em cultivar novas variedades e em melhorar a apresentação do produto, visando obter uma produção superior e um produto de melhor qualidade e calibre e mais valorizado.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: China, with a 62% share of total world output, is the leading producer, with an average yield of 17 tonnes per hectare. The EU accounts for 5% of the world output and reaches an average yield of 47 tonnes per hectare. Spain and the Netherlands stand out with yields close to 70 t/ha. Turkey produces 4% of total world output and the Russian Federation and Iran 3% each.

Crop Area and Output: In Oeste and Entre-Douro-e-Minho, cucumbers are grown for the most part in greenhouses, which represent 90% of total area. In Oeste, outdoor area fell, but output was similar to that of the previous year. In Entre-Douro-e-Minho, cucumber area increased approximately 20%, but due to adverse weather conditions, the increase in output was only 10%. In Algarve, outdoor and greenhouse areas are similar. However, greenhouse output is much higher (85% of the region's total), since yields are greater. In this region, cucumber area increased steeply in 2005, but output fell, due to poor weather conditions.

Most Representative Market Areas: Oeste, Algarve, Grande Porto and Póvoa de Varzim-Esposende.

Types: Outdoor and greenhouse cucumbers, the most important varieties being jizzer and pontia.

Relevant Production Factors: Due to the long drought, 2005 was not propitious to cucumber cultivation. Both outdoor and greenhouse cultivation were affected. Late frost at the beginning of spring "burnt" some early plantations, and subsequent replanting was necessary. Lack of irrigation water and high temperatures affected normal growth, leading to falls in production and affecting quality and commercial presentation. Weather conditions did not affect production in Oeste.

Marketing: All domestic production is easily sold, since Portugal has a deficit in cucumbers. In Oeste, cucumbers were traded through commercial operators, supermarkets and hypermarkets, and wholesale markets, particularly MARL (Lisbon Wholesale Market). In Algarve, cucumbers are traded all year long, although trade volume increases in the summertime. Trading is basically done in wholesale markets, particularly at MARL, but regional markets and small local markets also play an important role. In the north of the country, an increasing number of producers are joining agricultural organisations and associations in order to market their supply. Small producers still sell their output either directly in regional markets and fairs or to wholesalers, who operate at the Porto and Braga wholesale markets.

Prices: Cucumber prices, both in producer markets and in wholesale markets, climbed 10% to almost 50% from the previous year, according to the market area and to whether they were outdoor or greenhouse cucumbers. Greenhouse cucumbers continue to reach higher prices.

International Trade: There is a huge trade deficit. Exports continue to be largely exceeded by imports, which in 2005 reached almost 1.9 million euros, as compared with 37 thousand euros in exports. Spain is our major supplier, accounting for virtually 100% of all imports, that is, 2.5 thousand tonnes of cucumbers. Approximately 60% of cucumber imports were bought from January to April, when Portuguese production falls.

Outlook: In Entre-Douro-e-Minho, producers are interested in increasing cucumber area, in replacing outdoor area by greenhouse area, in cultivating new varieties and in providing better presented products, in order to increase output and quality and therefore to obtain higher prices.

Cucumis sativus, L. • Família | Family: Cucurbitaceae

PEPINO | CUCUMBERS

PEPINO DE ESTUFA • GREENHOUSE CUCUMBERS

Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende					f M	F F	F F	F F	F M	M f		
Oeste						M M	M F	F F	F F	M M	M f	f
Algarve	f f	f f	f M	M F	F F	M f	f f	f f	f f	f f	f f	f f

PEPINO AR LIVRE • EARLY CUCUMBERS

Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Algarve								F	F	F		

F Oferta Forte / Good Supply **M** Oferta Média / Moderate Supply **f** Oferta Fraca / Poor Supply

PEPINO DE ESTUFA GREENHOUSE CUCUMBERS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve

Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.75	0.77	3
Fev/Feb	0.55	1.26	129
Mar/Mar	0.46	1.28	178
Abr/Apr	0.43	0.73	70
Mai/May	0.31	0.19	-39
Jun/Jun	0.31	0.27	-13
Jul/Jul	0.26	0.31	19
Ago/Aug	0.43	0.35	-19
Set/Sep	0.46	0.35	-24
Out/Oct	0.30	0.22	-27
Nov/Nov	0.40	0.28	-30
Dez/Dec	0.45	0.55	22

Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

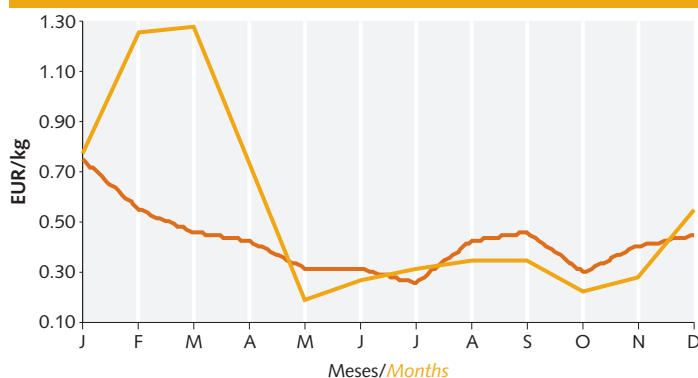
Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO ESTUFA / GREENHOUSE PRODUCTION

PEPINO DE ESTUFA • GREENHOUSE CUCUMBERS

Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve
Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

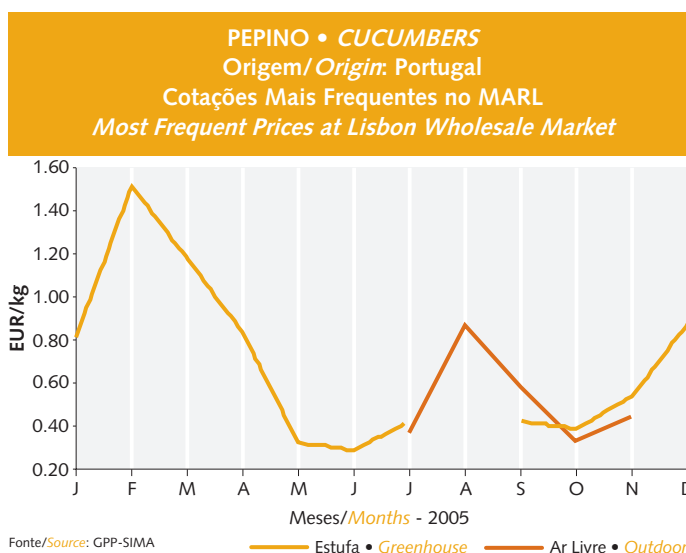
PEPINO | CUCUMBERS

Cucumis sativus, L. • Família | Family: Cucurbitaceae



PEPINO • CUCUMBERS Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market						
MESES MONTHS	Estufa/ Greenhouse			Ar Livre/ Outdoors		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/2004 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/2004 %
Jan/Jan	0.80	0.81	1			
Fev/Feb	0.89	1.51	70			
Mar/Mar	0.79	1.18	49			
Abr/Apr	0.59	0.84	42			
Mai/May	0.39	0.33	-15			
Jun/Jun	0.42	0.29	-31			
Jul/Jul	0.31	0.42	35	0.25	0.36	44
Ago/Aug	0.44			0.34	0.86	153
Set/Sep		0.42		0.49	0.58	18
Out/Oct	0.41	0.39	-5	0.40	0.33	-18
Nov/Nov	0.52	0.54	4		0.44	
Dez/Dec	0.57	0.88	54			

Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA

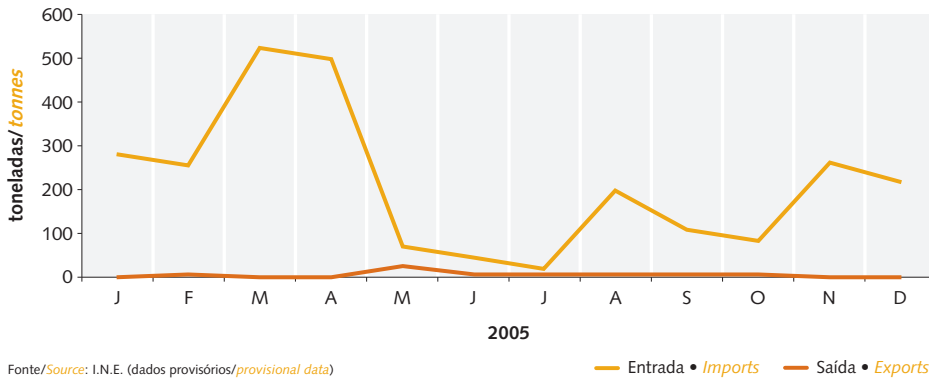
PEPINO • CUCUMBERS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
BÉLGICA BELGIUM	5.7	6 474	CABO VERDE CAPE VERDE	2.7	2 647
ESPAÑA SPAIN	2 529.0	1 879 431	ESLOVÉNIA SLOVENIA	11.3	2 242
FRANÇA FRANCE	5.0	4 053	ESPAÑA SPAIN	46.9	27 122
MARROCOS MOROCCO	0.8	480	FRANÇA FRANCE	4.9	2 116
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	21.9	4 984	OUTROS OTHERS	2.1	3 235
TOTAL	2 562.3	1 895 422	TOTAL	67.9	37 362

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Cucumis sativus, L. • Família | Family: Cucurbitaceae

PEPINO | CUCUMBERS

PEPINO • CUCUMBERS



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



PRODUÇÃO MUNDIAL DE PEPINO & CORNICHÕES WORLD PRODUCTION OF CUCUMBERS & GHERKINS

CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA/AREA (ha)				PRODUÇÃO/PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	2 284 691	100	2 414 804	100	40 840 927	100	40 953 372	100
Europa/Europe	246 415	11	227 199	9	5 033 480	12	4 819 344	12
UE/EU 25			45 548	2			2 161 173	5
UE/EU 15	18 649	1			1 846 062	5		
Portugal	300	0	300	0	7 000	0	7 000	0
Espanha/Spain	7 183	0	7 200	0	577 124	1	500 000	1
Federação Russa/ Russian Federation	90 330	4	88 900	4	1 312 030	3	1 321 870	3
Países Baixos/Netherlands	6390	0	6230	0	430 000	1	435 000	1
Ucrânia/Ukraine	67 572	3	54 009	2	816 100	2	712 600	2
África/Africa	148 850	7	142 363	6	1 127 116	3	1 031 766	3
Egipto/Egypt	33 146	1	26 929	1	674 117	2	583 114	1
Ásia/Asia	1 755 458	77	1 908 384	79	32 459 767	79	32 889 783	80
China	1 353 029	59	1 503 094	62	25 058 864	61	25 559 515	62
Coreia do Sul/Korea, Republic of.	6 648	0	6 026	0	445 033	1	407 464	1
Indonésia/Indonesia	52 119	2	50 352	2	514 210	1	477 716	1
Irão/Iran, Islamic Rep. Of	79 000	3	80 000	3	1 400 000	3	1 400 000	3
Japão/Japan	14 100	1	14 500	1	684 100	2	672 900	2
Turquia/Turkey	60 000	3	60 000	2	1 780 000	4	1 725 000	4
América do Norte e Central/ North & Central America	127 584	6	130 252	5	2 125 211	5	2 114 658	5
Cuba	29 994	1	34 666	1	347 239	1	365 471	1
EUA/USA	70 340	3	68 660	3	1 015 750	2	969 400	2
México/Mexico	17 000	1	17 000	1	472 000	1	475 000	1
América do Sul/South America	5 104	0	5 326	0	75 965	0	78 481	0
Oceania	1 280	0	1 280	0	19 388	0	19 340	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

PIMENTO | SWEET PEPPERS

Capsicum annuum, L. • Família | Family: Solanaceae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura e Produção: No Oeste a área de ar livre é reduzida, sendo feita por pequenos produtores. A área de estufa manteve-se estável. No Entre-Douro-e-Minho a área de ar livre tem vindo a diminuir e a de estufa a aumentar. Este último regime de produção representa cerca de 90% da área cultivada. Apesar da produtividade ter sido inferior à de 2004, a produção foi sensivelmente a mesma, devido ao aumento da superfície com esta cultura. No Algarve houve uma ligeira diminuição da área de pimento e um decréscimo de 20% na produção relativamente a 2004.

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste, Algarve, Póvoa de Varzim-Esposende e Grande Porto.

Tipos: Pimento verde de ar livre, Pimento verde de estufa e Pimento vermelho de estufa.

Factores Relevantes na Produção: Na área de mercado do Oeste, apesar da seca, não ocorreram problemas no desenvolvimento desta cultura dignos de registo, por ser uma cultura de regadio e não ter faltado água para rega. No Entre-Douro-e-Minho, são de referir as geadas no início da Primavera que "queimaram" as plantações temporãs, sendo necessário fazer, em algumas parcelas, novas plantações. Para além das quebras de produtividade, a falta de água para rega e o calor excessivo diminuíram a qualidade e apresentação comercial do produto, sobretudo de Julho a fins de Setembro. Na região Algarvia, o efeito da seca sentiu-se na quebra da produção e no predomínio dos calibres médios.

Comercialização: Efectua-se ao longo de todo o ano. No Oeste a produção regional conseguiu boa colocação no mercado e escoou na totalidade, sem problemas. As principais formas de escoamento foram os grandes operadores comerciais e as grandes superfícies. Persiste, em menor escala, a comercialização através dos mercados regionais e do Mercado Abastecedor da Região de Lisboa (MARL). Na Póvoa de Varzim/Esposende e Grande Porto a procura foi acentuada em Junho, época das festividades dos "Santos Populares". Os produtores escoaram o seu produto em mercados e feiras regionais, ou através de grossistas com actividade nos Mercados Abastecedores do Porto e Braga. Também têm importância as organizações e associações próprias para a comercialização de produtos hortícolas. O pimento algarvio é consumido essencialmente na região, sendo mais elevada a procura nos meses de Verão, dado o aumento da população devido ao turismo. O escoamento do produto também acontece através do MARL. De assinalar, em todas as regiões, a saída para Espanha de pimento produzido exclusivamente para esse efeito, essencialmente de Junho a Setembro. Nos últimos anos, tem vindo a notar-se um interesse crescente por esta cultura, motivado, em parte, pela possibilidade de escoamento da produção para a indústria.

Preços: Nos mercados de produção as cotações dos pimentos diminuíram entre os 10% e 50%, relativamente à campanha anterior, dependendo das áreas de mercado e da oferta disponível. Constatou-se excepção o preço médio do pimento da zona do Oeste, onde se verificou um aumento de quase 20% relativamente a 2004. Nos Mercados Abastecedores verificaram-se ligeiros aumentos nas cotações do pimento de ar livre, enquanto que no de estufa ocorreram diminuições que variaram entre os 10% e 30%.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária. Tem-se verificado nos últimos anos um aumento nas compras de pimento ao exterior, que, em 2005, atingiram 6% do valor total da entrada de hortícolas (7,3 milhões de euros), correspondente a um volume de cerca de 11 mil toneladas. Deste volume, 95% veio de Espanha. Os Países Baixos e a Espanha adquiriram, em conjunto, 99% das nossas vendas ao exterior de pimento (2,4 mil toneladas), a que correspondeu um valor de 2,6 milhões de euros.

Perspectivas: Perda de importância da superfície de cultura de ar livre. Na região de Entre-Douro-e-Minho, a área de pimento de estufa tem aumentado, com o objectivo de se conseguir um produto de melhor qualidade, com boa apresentação e a melhor preço. O pimento de boa qualidade tem mercado garantido, não só em termos nacionais, como no mercado externo. Aumenta o número de produtores ligados a organizações de comercialização, com vista a uma melhor organização da produção, à melhoria da qualidade do produto e, também, a facilitar o seu escoamento.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area and Output: In Oeste, outdoor area is minor and cultivated by small producers. Greenhouse area remained stable. In Entre-Douro-e-Minho, outdoor area has been gradually decreasing, whereas greenhouse area has been increasing. Greenhouses account for approximately 90% of cultivated area. Although yields fell from 2004, output was approximately the same, due to the area increase. In Algarve, there was a slight fall in sweet pepper area and a 20% decrease in output from 2004.

Most Representative Market Areas: Oeste, Algarve, Póvoa de Varzim-Esposende and Grande Porto.

Types: Outdoor green peppers, greenhouse green peppers and greenhouse red peppers.

Relevant Production Factors: At the Oeste market area, in spite of the drought, there were no growth problems worth noticing, since this an irrigation crop and there was no lack of irrigation water. In Entre-Douro-e-Minho, frost at the beginning of spring "burnt" early plantations and in some cases subsequent replanting was necessary. In addition to productivity falls, lack of irrigation water and excessive heat led to a decrease in quality and presentation, particularly from July till the end of September. In Algarve, the drought led to output falls and prevalence of medium size peppers.

Marketing: Trading goes on all year long. In Oeste, regional production secured a good market position and was entirely sold without any difficulties. Sweet peppers were sold for the most part through large commercial operators and in supermarkets and hypermarkets. Trading in regional markets and at MARL (Lisbon Wholesale Market) proceeds at a smaller scale. In Póvoa de Varzim/Esposende and Grande Porto, demand is strong in June, when the Santos Populares (Popular Saints) festivities take place. Producers sold sweet peppers directly in regional markets and fairs or through wholesalers operating in Porto and Braga wholesale markets. Vegetable marketing organisations and associations also play an important role. Algarve peppers are basically consumed within the region. Demand is higher in the summertime, due to the tourist inflow. Sweet peppers are also traded at MARL. In all regions, basically between June and September, some sweet peppers are produced exclusively to be exported to Spain. Over the last few years, there has been a renewed interest for this crop, partly caused by the possibility of directing production to the processing industry.

Prices: Producer prices fell between 10 and 50% from the previous year, varying according to market area and available supply. The exception was the average price in Oeste, which climbed almost 20%. In wholesale markets, there were slight price increases for outdoor peppers, whereas greenhouse pepper prices fell between 10 and 30%.

International Trade: There is a trade deficit. Over the last few years, sweet pepper imports have been increasing, reaching 6% of total vegetable imports in 2005 (7.3 million euros), corresponding to an 11 thousand tonne volume, 95% of which came from Spain. The Netherlands and Spain together purchased 99% of Portuguese sweet peppers (2.4 thousand tonnes), corresponding to 2.6 million euros.

Outlook: A decrease in the relevance of outdoor pepper production is expected. In Entre-Douro-e-Minho, greenhouse pepper area has been increasing, with a view to obtaining better quality products, with good presentation and capable of reaching higher prices. Good quality sweet peppers have a guaranteed market not only in Portugal, but also abroad. An increase is expected in the number of producers associated in marketing organisations, aiming to reorganise production, improve product quality and facilitate marketing.

Capsicum annum, L. • Família | Family: Solanaceae

PIMENTO | SWEET PEPPERS

PIMENTO VERDE ESTUFA • GREENHOUSE GREEN PEPPERS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Póvoa de Varzim-Esposende						f M	F F	F F	F F	M M	f	
Oeste					M M	F F	F F	F F	F M	M M	M f	f f
Algarve	f f	f f	f M	F F	F M	M M	f f	f f	f f	f M	M M	f f

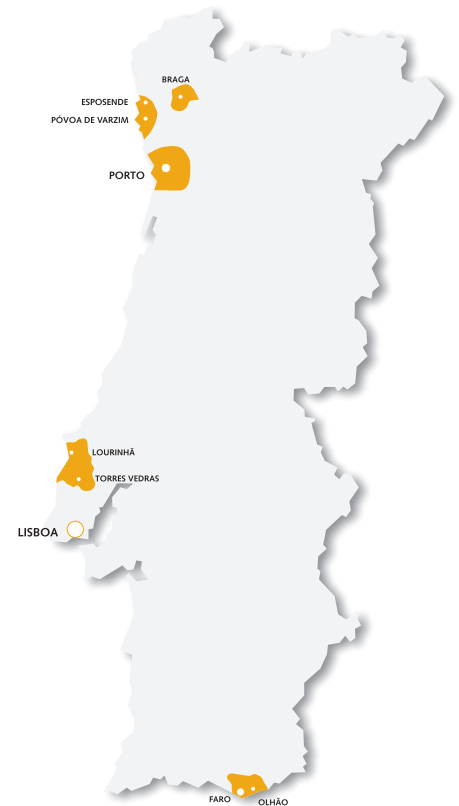
PIMENTO VERDE AR LIVRE • OUTDOORS GREEN PEPPERS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Algarve								f f	M F	F F		

F Oferta Forte *Good Supply*
 M Oferta Média *Moderate Supply*
 f Oferta Fraca *Poor Supply*

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

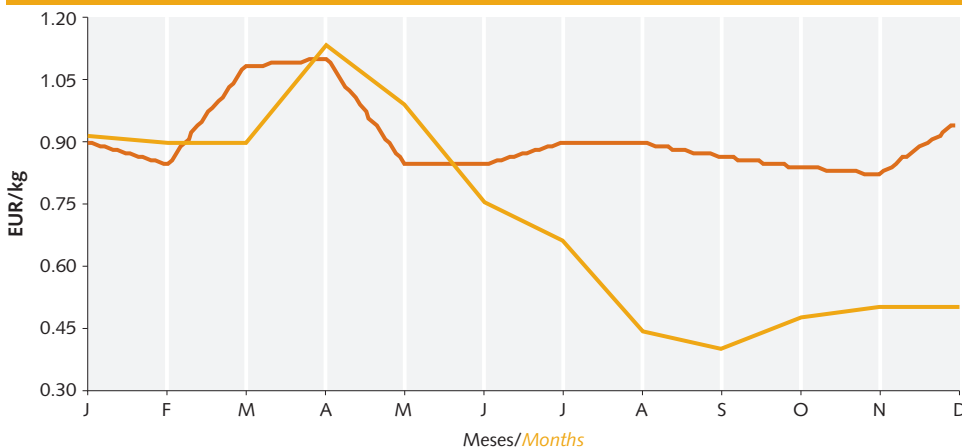


PIMENTO VERDE ESTUFA • GREENHOUSE GREEN PEPPERS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve

MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.90	0.91	1
Fev/Feb	0.85	0.90	6
Mar/Mar	1.08	0.90	-17
Abr/Apr	1.10	1.13	3
Mai/May	0.85	0.99	16
Jun/Jun	0.85	0.75	-12
Jul/Jul	0.90	0.66	-27
Ago/Aug	0.90	0.44	-51
Set/Sep	0.86	0.40	-53
Out/Oct	0.84	0.48	-43
Nov/Nov	0.82	0.50	-39
Dez/Dec	0.95	0.50	-47

Fonte/Sources: GPP-SIMA

PIMENTO VERDE ESTUFA • GREENHOUSE GREEN PEPPERS Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve Most Frequent Producer Prices in Algarve



Fonte/Sources: GPP-SIMA

— 2004 — 2005

PIMENTO | SWEET PEPPERS

Capsicum annum, L. • Família | Family: Solanaceae

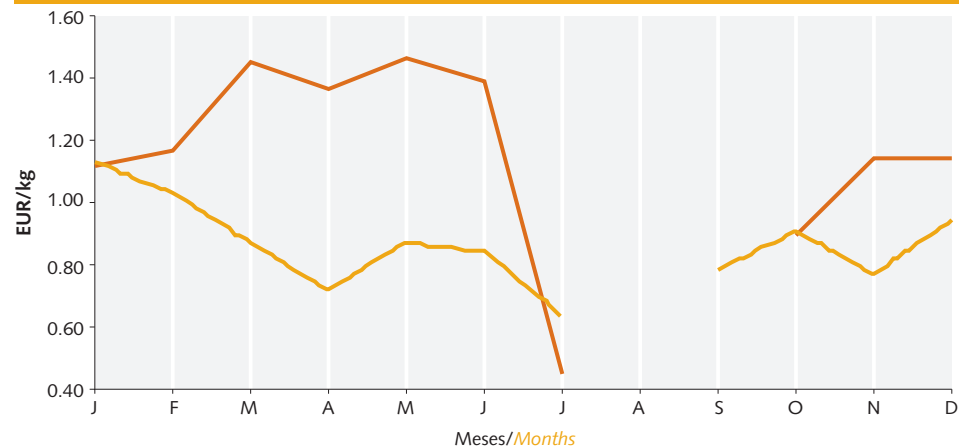


PIMENTO VERDE • GREEN PEPPERS
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	Estufa/ Greenhouse			Ar Livre/ Outdoors		
	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	1.12	1.13	1			
Fev/Feb	1.17	1.03	-12			
Mar/Mar	1.45	0.88	-40			
Abr/Apr	1.37	0.72	-47			
Mai/May	1.47	0.87	-41			
Jun/Jun	1.39	0.85	-39			
Jul/Jul	0.45	0.64	42	0.96	0.62	-11
Ago/Aug				0.46	0.58	26
Set/Sep		0.78		0.54	0.66	22
Out/Oct	0.89	0.91	2	0.79	0.73	-8
Nov/Nov	1.14	0.77	-32		0.75	
Dez/Dec	1.14	0.95	-17			

Fonte/Source: GPP-SIMA

PIMENTO VERDE ESTUFA • GREENHOUSE GREEN PEPPERS
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

— 2004 — 2005



Capsicum annum, L. • Família | Family: Solanaceae

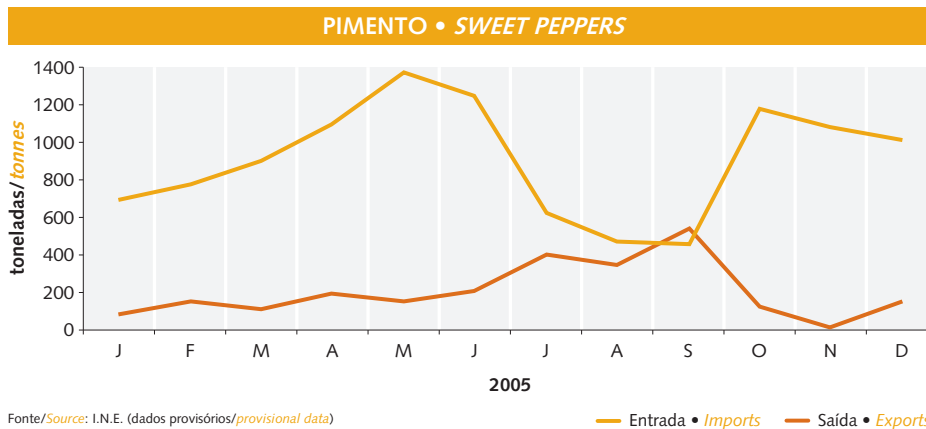
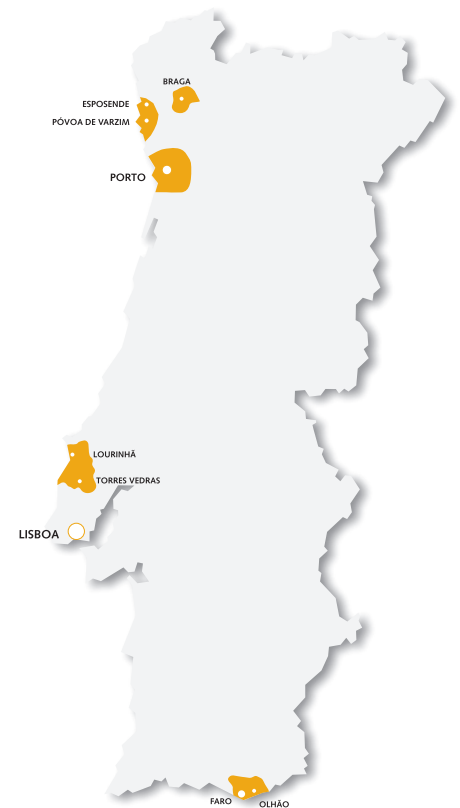
PIMENTO | SWEET PEPPERS

PIMENTO • SWEET PEPPERS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	368.5	445 904	CABO VERDE CAPE VERDE	15.2	17 941
BÉLGICA BELGIUM	24.0	43 428	ESLOVÉNIA SLOVENIA	3.5	2 856
BRASIL BRASIL	5.9	21 156	ESPANHA SPAIN	785.2	625 483
ESPANHA SPAIN	10 361.2	6 538 673	FRANÇA FRANCE	7.4	7 478
FRANÇA FRANCE	32.4	29 616	LUXEMBURGO LUXEMBOURG	3.3	5 010
ÍNDIA INDIA	8.1	17 304	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	1 649.5	1 984 276
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	113.0	185 731	OUTROS OTHERS	0.8	2 186
OUTROS OTHERS	6.7	8 352			
TOTAL	10 920.0	7 290 164	TOTAL	2 464.9	2 645 230

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



TOMATE | TOMATOES

Lycopersicon esculentum • Família | Family: Solanaceae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Enquadramento Mundial: A China é o maior produtor mundial de tomate, com cerca de 25% da produção total. Seguem-se a U.E. e os E.U.A., com quotas de 14% e 10%, respectivamente. Na U.E. os principais produtores são a Itália e a Espanha, com quotas na produção mundial de 6% e 4%, respectivamente. A Turquia, o Egipto e a Índia produzem, em conjunto, 20% do total mundial. Os E.U.A. conseguem a produtividade média mais elevada (74 t/ha), seguidos pela Espanha (63 t/ha) e Itália (53 t/ha). A China fica-se por uma produtividade de 25 t/ha.

Áreas de Mercado mais Representativas: Oeste e Algarve.

Tipos: Tomate Alongado, Cacho, Cereja, Redondo e Sulcado.

Fatores Relevantes na Produção: O cultivo de tomate fresco em estufa predomina sobre o cultivo de ar livre. A produção de ar livre é efectuada essencialmente por pequenos produtores, de idade mais avançada. A campanha de produção de 2005 foi influenciada, por um lado, pela formação de geadas em Fevereiro e Março e, por outro lado, pela escassez de água para rega e calor excessivo, que afectou sobretudo a cultura de estufa. Esta situação levou a quebras na produção, diminuição da qualidade e apresentação comercial do tomate. No Oeste, como não se verificou falta de água para rega, apesar da seca, a produção não sofreu reduções.

Comercialização: Para o tomate produzido em regime de ar livre a campanha de produção-comercialização decorreu de Julho a meados de Setembro de 2005. A campanha do tomate de estufa efectuou-se durante todo o ano. O escoamento processou-se com facilidade, tendo o maior volume de transacções ocorrido nos meses de Verão, dado o elevado consumo deste produto hortícola em saladas. A sua comercialização fez-se junto dos grandes operadores comerciais, Mercados Abastecedores e grandes superfícies. Houve produto que não teve venda devido ao seu avançado estágio de maturação. Registou-se concorrência de produto de Espanha.

Preços: Em 2005, os preços do tomate fresco nos principais mercados de produção e nos Mercados Abastecedores foram superiores aos do ano anterior, com excepção do tomate-cacho da área de mercado do Oeste, cujo preço diminuiu acentuadamente. Para o consumidor verificou-se uma subida de 20% nos preços.

Comércio Internacional: O saldo da balança comercial é negativo. O tomate é, a seguir à batata, o produto hortícola mais adquirido ao exterior (24 milhões de euros em 2005, mais 43% relativamente a 2004), representando 19% do valor total da entrada de hortícolas. A Espanha foi o principal fornecedor, com um peso de 82% em valor, seguindo-se a Alemanha, com 15%. Em relação às vendas de produto ao exterior, o tomate é também um dos principais produtos vendidos, com 16% de peso face ao valor total da saída de hortícolas, a que correspondeu um volume de 52 mil toneladas. Espanha adquiriu a quase totalidade do tomate, 50 mil toneladas, num valor de 3,6 milhões de euros, tendo a maior parte deste produto tido como destino a indústria. Cerca de 87% das vendas ocorreram nos meses de Agosto e Setembro. O Reino Unido, absorveu apenas 1,7 mil toneladas que, no entanto, representaram 4,1 milhões de euros, isto é, 52% do valor total das vendas de tomate ao exterior.

Consumo: Em Portugal, nos últimos vinte anos, o consumo de tomate fresco aumentou gradualmente, tendo atingido nos últimos anos um volume médio anual de 108 mil toneladas.

Perspectivas: Aumento da importância desta cultura na região de Entre-Douro-e-Minho, quer pela boa aceitação do produto pelos consumidores regionais, quer pelas vendas de importantes quantidades de tomate para outros países da UE.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outlook: China is the world leading producer of tomatoes, accounting for approximately 25% of total output. The EU and the USA follow with 14% and 10% production shares, respectively. In the EU, the main producers are Italy and Spain, with world shares of 6% and 4%, respectively. Turkey, Egypt and India together account for 20% of total world output. The USA reach the highest average world yield (74 t/ha), followed by Spain (63 t/ha) and Italy (53 t/ha). China has an average yield of only 25 t/ha.

Most Representative Market Areas: Oeste and Algarve.

Types: Plum, vine, cherry, round and beefsteak (ribbed) tomatoes.

Relevant Production Factors: Greenhouse fresh tomato cultivation prevails over outdoor cultivation. Outdoor tomatoes are mainly cultivated by small, older producers. The 2005 production season was affected, on one hand, by frost in February and March and, on the other hand, by lack of irrigation water and excessive heat, which particularly affected greenhouse cultivation. This situation led to production falls and to a decrease in tomato quality and presentation. In Oeste, as there was no lack of irrigation water, in spite of the drought, output was not affected.

Marketing: For outdoor tomatoes, the production/marketing year lasted from July to mid-September 2005, whereas indoor production continued all year long. Trading proceeded smoothly, the largest transaction volume occurring in the summertime, given the high salad consumption at this time of the year. Marketing is done by large commercial operators, in wholesale markets, and supermarkets and hypermarkets. Some tomatoes were not sold due to their advanced ripening stage. There is competition from Spanish tomatoes.

Prices: In 2005, fresh tomato prices in producer and wholesale markets climbed from the previous year, except for vine tomatoes in the Oeste market area, whose price fell significantly. Consumer prices increased 20%.

International Trade: Trade balance is negative. Immediately after potatoes, tomatoes are the most imported vegetables (24 million euros in 2005, 43% up from 2004), accounting for 19% of total vegetable imports. Spain was our main supplier, with an 82% contribution in value, followed by Germany, with 15%. Tomatoes are also one of the main vegetable exports, accounting for 16% of total vegetable exports, which correspond to a 52 thousand tonne volume. Spain bought almost all the tomatoes exported, 50 thousand tonnes, corresponding to 3.6 million euros, and the most part was directed to the processing industry. Approximately 87% of tomatoes were sold in August and September. The United Kingdom bought only 1.7 thousand tonnes, which nevertheless represented 4.1 million euros, that is, 52% of the total export value.

Consumption: In Portugal, consumption of fresh tomatoes has gradually increased over the last twenty years, reaching in the last years the average annual volume of 108 thousand tonnes.

Outlook: The importance of this crop in Entre-Douro-e-Minho should increase, since locally produced tomatoes are well accepted by regional consumers and also because large quantities are exported to other EU countries.

Lycopersicon esculentum • Família | Family: Solanaceae

TOMATE | TOMATOES

TOMATE SULCADO ESTUFA • GREENHOUSE RIBBED TOMATO

Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Oeste	f f	f f	f f	M M	M M	M F	F F	F F	M M	M M	f f	f f
Algarve	M M	M M	M f	f f	f M	F F	F F				f f	M M

TOMATE SULCADO AR LIVRE • OUTDOORS RIBBED TOMATO

Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Oeste							M	M M	M			
Algarve					f f	M F	F F	F F	F M	f		

F Oferta Forte / Good Supply **M** Oferta Média / Moderate Supply **f** Oferta Fraca / Poor Supply

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



TOMATE ESTUFA • GREENHOUSE TOMATOES

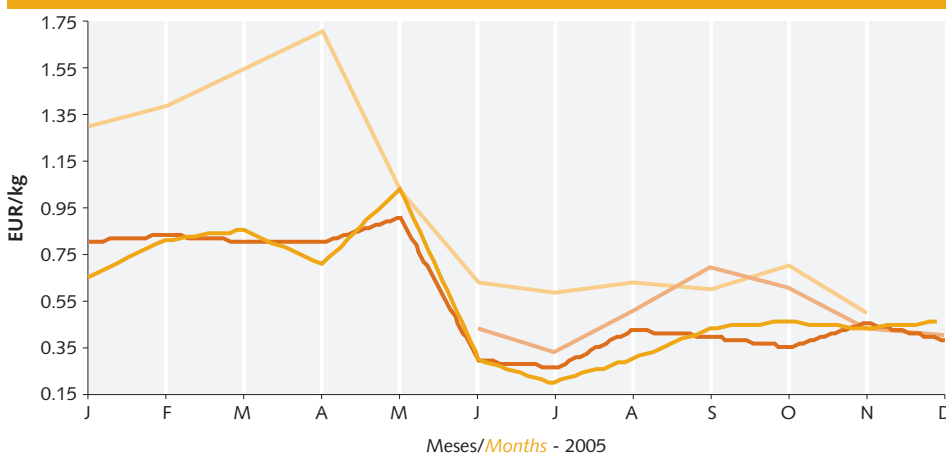
Cotações Mais Frequentes na Produção • Most Frequent Producer Prices

MESES MONTHS	Alongado Plum Tomato	Cacho Bunch Tomato	Sulcado Ribbed Tomato	Redondo Round Tomato
	Algarve	Oeste	Oeste	Elvas
	2005 EUR/Kg			
Jan/Jan	0.80		0.64	1.30
Fev/Feb	0.83		0.80	1.38
Mar/Mar	0.80		0.85	1.55
Abr/Apr	0.80		0.71	1.71
Mai/May	0.91		1.03	1.03
Jun/Jun	0.29	0.43	0.30	0.63
Jul/Jul	0.26	0.33	0.19	0.58
Ago/Aug	0.43	0.50	0.30	0.63
Set/Sep	0.40	0.69	0.43	0.60
Out/Oct	0.35	0.60	0.45	0.70
Nov/Nov	0.45	0.43	0.43	0.50
Dez/Dec	0.39	0.40	0.45	

Fonte/Source: GPP-SIMA

TOMATE ESTUFA • GREENHOUSE TOMATOES

Cotações Mais Frequentes na Produção • Most Frequent Producer Prices



Fonte/Source: GPP-SIMA

— Alongado • Plum Tomato - Algarve — Sulcado • Ribbed Tomato - Oeste
— Cacho • Bunch Tomato - Oeste — Redondo • Round Tomato - Elvas

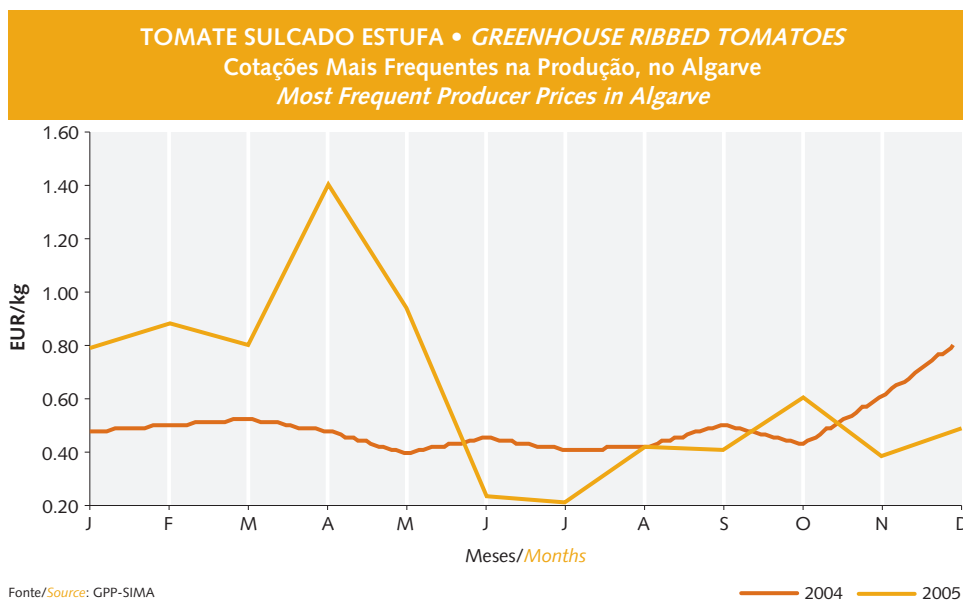
TOMATE | TOMATOES

Lycopersicon esculentum • Família | Family: Solanaceae



TOMATE SULCADO ESTUFA • GREENHOUSE RIBBED TOMATOES			
Cotações Mais Frequentes na Produção, no Algarve			
Most Frequent Producer Prices in Algarve			
MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.48	0.79	65
Fev/Feb	0.50	0.88	76
Mar/Mar	0.52	0.80	54
Abr/Apr	0.48	1.40	192
Mai/May	0.40	0.94	135
Jun/Jun	0.45	0.23	-49
Jul/Jul	0.41	0.21	-49
Ago/Aug	0.42	0.42	0
Set/Sep	0.50	0.41	-18
Out/Oct	0.43	0.61	42
Nov/Nov	0.61	0.38	-38
Dez/Dec	0.83	0.49	-41

Fonte/Source: GPP-SIMA



TOMATE SULCADO ESTUFA • GREENHOUSE RIBBED TOMATOES			
Origem/Origin: Portugal			
Cotações Mais Frequentes no MARL			
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	2004 EUR/kg	2005 EUR/kg	Var. 2005/04 %
Jan/Jan	0.43	0.72	67
Fev/Feb	0.51	0.86	69
Mar/Mar	0.54	0.83	54
Abr/Apr	0.46	1.38	200
Mai/May	0.47	0.98	109
Jun/Jun	0.43	0.33	-23
Jul/Jul	0.45	0.35	-22
Ago/Aug	0.25	0.71	
Set/Sep		0.57	6
Out/Oct	0.54	0.45	-18
Nov/Nov	0.84	0.61	-27
Dez/Dec	0.82		

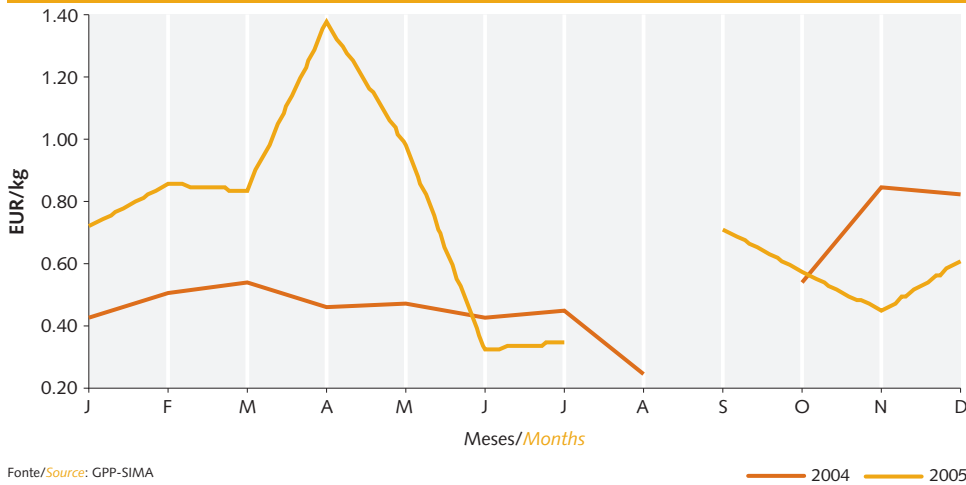
Fonte/Source: GPP-SIMA

Lycopersicon esculentum • Família | Family: Solanaceae

TOMATE | TOMATOES

TOMATE SULCADO ESTUFA • GREENHOUSE RIBBED TOMATOES Origem/Origin: Portugal

Cotações Mais Frequentes no MARL • Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

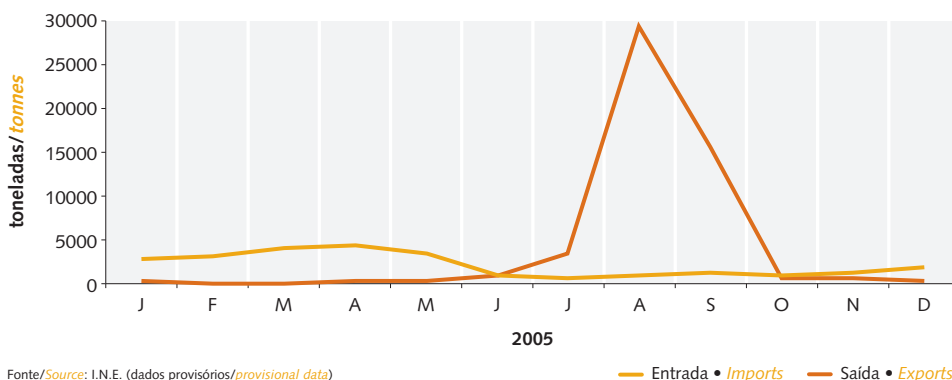


TOMATE • TOMATOES

ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	1000 Kg	EUR
ALEMANHA GERMANY	3 687.3	3 735 348	CABO VERDE CAPE VERDE	30.7	27 055
ESPAÑA SPAIN	21 596.6	20 015 680	ESPAÑA SPAIN	49 879.5	3 635 399
FRANÇA FRANCE	214.4	213 460	FRANÇA FRANCE	102.5	50 784
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	385.1	303 619	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	1 735.6	4 122 950
OUTROS OTHERS	3.4	8 106	SUIÇA SWITZERLAND	15.9	15 360
			OUTROS OTHERS	22.4	16 030
TOTAL	25 886.8	24 276 213	TOTAL	51 786.7	7 867 578

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

TOMATE • TOMATOES



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

TOMATE | TOMATOES

Lycopersicon esculentum • Família | Family: Solanaceae



PRODUÇÃO MUNDIAL DE TOMATE / WORLD PRODUCTION OF TOMATOES								
CONTINENTE/PAÍS CONTINENT/COUNTRY	ÁREA / AREA (ha)				PRODUÇÃO / PRODUCTION (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo / World	4 286 493	100	4 520 827	100	117 348 203	100	124 111 781	100
Europa / Europe	675 613	16	685 208	15	21 120 397	18	23 429 437	19
UE / EU 25			301 472	7			17 849 452	14
UE / EU 15	254 006	6			15 113 302	13		
Portugal *	12 451	0	14 015	0	894 181	1	1 200 930	1
Espanha / Spain	62 973	1	69 900	2	3 947 327	3	4 441 800	4
Federação Russa / Russian Federation	156 670	4	150 910	3	2 021 070	2	2 017 860	2
Itália / Italy	130 507	3	144 963	3	6 651 505	6	7 682 504	6
Romênia / Romania	49 300	1	58 484	1	818 900	1	1 330 085	1
Ucrânia / Ukraine	107 483	3	96 000	2	1 265 200	1	1 145 700	1
África / Africa	675 311	16	679 892	15	14 037 566	12	14 815 850	12
Egipto / Egypt	192 976	5	195 164	4	7 140 198	6	7 640 818	6
Marrocos / Morocco	19 095	0	21 690	0	1 004 110	1	1 201 230	1
Tunísia / Tunisia	27 000	1	32 000	1	992 000	1	1 118 000	1
Ásia / Asia	2 462 337	57	2 668 777	59	60 434 099	51	61 662 812	50
China	1 055 126	25	1 255 046	28	28 842 743	25	30 143 929	24
Índia / India	540 000	13	540 000	12	7 600 000	6	7 600 000	6
Irão / Iran, Islamic Rep. Of	130 000	3	130 000	3	4 200 000	4	4 200 000	3
Síria / Syrian Arab Republic	19 000	0	20 000	0	900 000	1	920 000	1
Turquia / Turkey	260 000	6	255 000	6	9 820 000	8	9 440 000	8
Usbequistão / Uzbekistan	63 880	1	56 380	1	1 410 300	1	1 245 470	1
América do Norte e Central / North & Central America	316 261	7	330 977	7	14 641 429	12	17 156 345	14
Cuba	47 415	1	58 100	1	643 700	1	788 700	1
EUA / USA	168 200	4	172 810	4	10 522 000	9	12 766 000	10
México / Mexico	67 084	2	67 084	1	2 148 130	2	2 148 130	2
América do Sul / South America	148 544	3	146 389	3	6 657 913	6	6 479 997	5
Brasil / Brazil	63 479	1	59 315	1	3 708 600	3	3 489 270	3
Chile	19 000	0	17 900	0	1 250 000	1	1 200 000	1
Oceania	8 427	0	9 585	0	456 799	0	567 340	0

Fonte / Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis / aggregated data for 2005 not available)
 * Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais. / FAO data for Portugal do not match national statistical data.
 Portugal - 2003 (INE): Área / Area=14001 ha; Produção / Production=992827 t



- Comércio Internacional Português de Hortícolas
- Balanços de Aprovisionamento de Hortícolas em Portugal
- Preços no Consumidor de Hortícolas em Portugal

- *Portuguese Foreign Trade in Vegetables*
- *Vegetables Supply Balance Sheets in Portugal*
- *Vegetables Consumer Prices in Portugal*

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE HORTÍCOLAS* (Tonelada)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN VEGETABLES* (Tonne)

PRODUTO PRODUCT	2 0 0 1		2 0 0 2		2 0 0 3		2 0 0 4		2 0 0 5**	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
ALFACE LETTUCE	3 489.5	220.7	2 518.4	1 391.0	1 334.8	2 779.3	1 173.6	4 539.1	1 324.6	4 766.1
OUTRAS SALADAS OTHER SALADS	243.9	1 675.2	95.6	1 491.7	114.3	1 495.8	239.5	0.0	102.4	112.7
ALCACHOFRA ARTICHOKE	26.1	0.0	33.9	0.9	33.3	0.0	30.8	0.6	26.3	0.0
AIPO CELERY	126.0	0.6	101.3	2.1	129.1	141.6	146.0	28.7	196.0	4.1
ALHO GARLIC	5 599.5	29.8	5 756.0	64.8	6 465.2	31.3	6 881.4	23.8	6 517.2	136.7
ALHO FRANCÊS LEEK	1 054.2	487.7	1 100.5	764.0	870.4	568.2	802.3	2 237.6	485.0	2 915.8
BERINGELA EGGPLANT	423.4	173.4	634.1	1.7	710.8	4.9	1 203.2	25.8	870.3	23.7
BATATA PRIMOR EARLY POTATO	13 494.0	1 688.5	10 223.6	2 019.5	4 976.7	607.2	9 153.7	628.1	8 356.2	22.2
BATATA CONSERVAÇÃO MATURE POTATO	232 989.0	18 084.5	184 448.2	31 206.4	186 855.5	16 921.5	210 437.6	25 369.4	184 498.0	16 834.9
BATATA SEMENTE SEED POTATO	58 992.7	1 919.0	51 270.4	2 044.2	45 625.8	2 153.6	49 955.0	3 308.2	38 753.4	2 799.2
COUVE FLOR E BRÓCOLOS CAULIFLOWER AND BROCCOLI	7 077.2	84.8	4 516.0	470.7	6 862.5	53.1	5 787.1	495.0	4 795.7	400.5
COUVE BRANCA E COUVE ROXA WHITE CABBAGE AND RED CABBAGE	1 888.1	466.9	875.5	486.6	1 616.2	544.3	576.9	366.5	909.7	287.2
COUVE DE BRUXELAS BRUSSEL SPROUTS	242.9	0.1	192.6	24.5	213.0	20.3	201.9	35.1	226.9	60.2
OUTRAS COUVES OTHER CABBAGES	7 631.1	4 585.9	1 446.9	10 427.4	3 889.4	6 275.5	1 206.2	11 593.7	2 427.3	10 006.1
CEBOLA DE SEMENTE SEED ONION	440.1	42.8	1 159.2	2.1	6 804.2	0.0	4 826.1	0.0	226.8	0.1
CEBOLA DE CONSUMO ONION	47 830.3	725.8	38 715.8	2 608.1	33 278.7	220.2	36 557.8	705.7	30 144.0	282.0
CENOURA E NABO CARROT AND TURNIP	48 058.0	4 157.2	48 602.7	6 491.7	46 055.0	5 566.0	38 776.4	14 411.0	43 197.2	9 804.9
COGUMELOS E TRUFAS MUSHROOMS AND TRUFFLES	336.8	934.9	379.9	727.0	349.1	658.1	558.1	711.9	308.3	180.2
CORNICHONS GHERKINS	19.8	0.0	39.7	3.1	62.3	-	46.9	0.1	0.0	2.1
ESPARGO ASPARAGUS	124.7	0.2	144.9	0.2	188.5	0.4	241.9	0.4	135.3	22.3
ESPINAFRE SPINACH	426.9	858.6	413.3	1 097.4	593.8	1 508.7	318.9	1 195.7	308.4	949.6
ERVILHA FRESCA FRESH PEAS	302.2	16.6	361.2	46.3	342.6	9.0	469.0	42.7	339.2	10.4
FEIJÃO VERDE GREEN BEANS	5 188.1	294.9	6 300.0	343.5	6 826.3	80.2	6 522.7	292.3	7 157.3	402.1
OUTRAS VAGENS FRESCAS OTHER FRESH PODS	275.2	97.9	644.9	75.1	741.6	28.2	934.0	49.5	724.8	17.3
PEPINO CUCUMBER	1 146.9	59.4	1 734.7	19.0	2 058.2	59.3	2 038.7	149.7	2 562.3	67.9
PIMENTO PEPPER	6 093.2	975.4	8 968.7	2 114.4	7 552.6	1 344.6	9 857.2	2 581.9	10 920.0	2 464.9
TOMATE TOMATO	41 129.9	1 951.2	45 453.6	34 921.5	35 787.8	42 450.3	28 833.9	94 530.3	25 886.8	51 786.7
OUTROS HORTÍCOLAS FRESCOS OTHER FRESH VEGETABLES	6 710.6	2 781.4	8 276.4	3 400.6	6 444.5	4 661.9	6 912.0	7 342.6	11 309.2	6 312.8
TOTAL DE HORTÍCOLAS TOTAL VEGETABLES	491 360.1	42 313.3	424 408.0	102 245.5	406 782.2	88 183.5	424 688.8	170 665.6	382 708.8	110 672.8

*Apenas se incluem aqui os hortícolas frescos ou refrigerados das posições 0701 a 0709 da N.C./Only fresh or chilled vegetables under CN 0701 to 0709 positions are included.

**Dados provisórios/Provisional data

Fonte/Source: I.N.E.

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE HORTÍCOLAS* (EUR)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN VEGETABLES* (EUR)

PRODUTO PRODUCT	2 0 0 1		2 0 0 2		2 0 0 3		2 0 0 4		2 0 0 5**	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
ALFACE LETTUCE	4 237 862	249 629	3 270 927	4 766 188	2 228 320	5 870 938	1 838 797	6 612 304	1 971 004	9 893 741
OUTRAS SALADAS OTHER SALADS	287 097	4 323 199	182 910	839 290	184 379	846 423	239 508	47	189 023	59 222
ALCACHOFRA ARTICHOKE	31 402	16	49 761	681	55 014	9	52 947	673	49 759	18
AIPO CELERY	76 995	827	82 526	2 229	92 219	90 508	94 511	10 428	148 858	3 508
ALHO GARLIC	7 762 672	47 604	9 525 241	98 677	8 134 337	29 405	6 954 971	22 659	8 303 998	135 682
ALHO FRANCÊS LEEK	869 780	586 791	731 892	813 600	852 956	679 146	551 928	1 358 489	408 453	1 989 654
BERINGELA EGGPLANT	353 893	36 568	443 434	627	599 575	4 230	604 170	11 267	687 379	7 081
BATATA PRIMOR EARLY POTATO	2 046 838	2 267 610	1 900 412	1 146 471	531 881	246 166	2 304 359	214 961	1 012 077	5 351
BATATA CONSERVAÇÃO MATURE POTATO	36 387 068	7 430 939	26 120 314	12 248 431	28 266 661	8 550 224	34 515 794	12 636 225	24 852 305	5 780 030
BATATA SEMENTE SEED POTATO	17 862 665	936 952	19 851 858	1 036 813	15 982 665	893 415	16 608 831	1 659 935	12 418 094	1 046 367
COUVE FLOR E BRÓCOLOS CAULIFLOWER AND BROCCOLI	4 698 097	91 779	2 955 211	303 179	4 620 533	56 541	3 721 480	360 810	3 782 271	381 911
COUVE BRANCA E COUVE ROXA / WHITE CABBAGE / RED CABBAGE	584 901	464 259	329 660	449 987	495 576	213 528	182 488	119 171	308 227	216 792
COUVE DE BRUXELAS BRUSSEL SPROUTS	170 259	214	138 954	21 248	181 282	19 424	127 504	70 245	168 280	125 486
OUTRAS COUVES OTHER CABBAGES	2 571 368	3 786 900	560 236	4 777 615	1 394 304	4 004 772	410 352	5 106 464	892 250	5 694 262
CEBOLA DE SEMENTE SEED ONION	128 257	14 822	203 787	340	2 069 546	15	1 122 493	14	84 300	671
CEBOLA DE CONSUMO ONION	10 404 368	266 006	9 946 286	661 061	7 702 981	67 853	9 567 860	252 757	4 813 401	82 146
CENOURA / NABO CARROT / TURNIP	12 713 967	2 727 741	11 595 309	3 007 478	13 905 873	2 942 678	9 125 948	4 395 022	14 648 654	2 794 477
COGUMELOS E TRUFAS MUSHROOMS AND TRUFFLES	769 107	3 591 739	597 798	4 307 724	604 352	4 411 839	635 271	3 261 178	435 405	1 016 537
CORNICHONS GHERKINS	12 579	-	20 939	1 418	51 522	-	27 281	20	1	525
ESPARGO ASPARAGUS	342 856	756	344 544	1 561	405 824	2 373	537 964	1 222	451 207	24 879
ESPINAFRE SPINACH	448 905	2 340 569	556 197	2 480 741	912 919	2 338 220	585 680	2 294 317	701 983	2 891 287
ERVILHA FRESCA FRESH PEAS	585 600	14 552	520 512	42 011	663 550	16 991	806 492	97 965	553 307	24 770
FEIJÃO VERDE GREEN BEANS	8 179 597	420 365	9 058 508	555 329	11 333 702	106 981	9 224 534	475 284	11 665 842	606 705
OUTRAS VAGENS FRESCAS OTHER FRESH PODS	339 432	129 760	767 269	122 405	1 293 938	52 867	1 123 892	61 411	1 172 738	17 056
PEPINO CUCUMBER	554 607	36 019	880 259	9 409	1 315 905	32 598	882 801	77 358	1 895 422	37 362
PIMENTO PEPPER	5 036 916	595 068	5 333 001	2 476 484	7 436 946	2 072 771	9 114 325	2 734 376	7 290 164	2 645 230
TOMATE TOMATO	12 476 752	4 069 419	19 947 472	5 471 700	18 353 312	5 379 043	16 987 206	8 608 596	24 276 213	7 867 578
OUTROS HORTÍCOLAS FRESCOS OTHER FRESH VEGETABLES	4 412 926	4 132 670	4 959 552	4 792 363	4 426 492	5 416 138	3 942 675	6 690 554	5 845 634	6 963 764
TOTAL DE HORTÍCOLAS TOTAL VEGETABLES	134 346 766	38 562 773	130 874 769	50 435 060	134 096 564	44 345 096	131 892 062	57 133 752	129 026 249	50 312 092

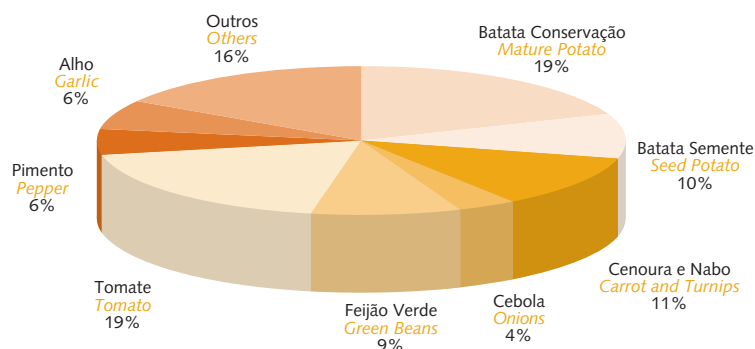
*Apenas se incluem aqui os hortícolas frescos ou refrigerados das posições 0701 a 0709 da N.C./Only fresh or chilled vegetables under CN 0701 to 0709 positions are included.

**Dados provisórios/Provisional data

Fonte/Source: I.N.E.

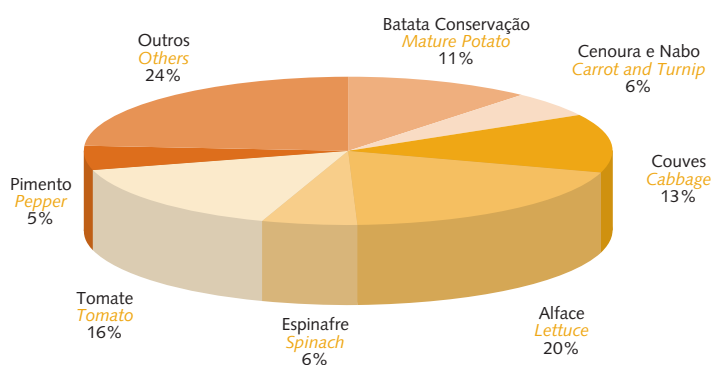
COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMPOSIÇÃO DA ENTRADA DE HORTÍCOLAS • COMPOSITION OF VEGETABLES IMPORTS - Total: 129 026 249 EUR - 2005



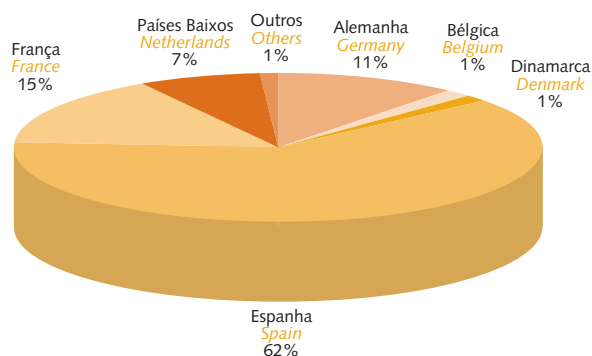
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

COMPOSIÇÃO DA SAÍDA DE HORTÍCOLAS • COMPOSITION OF VEGETABLES EXPORTS - Total: 50 312 092 EUR - 2005



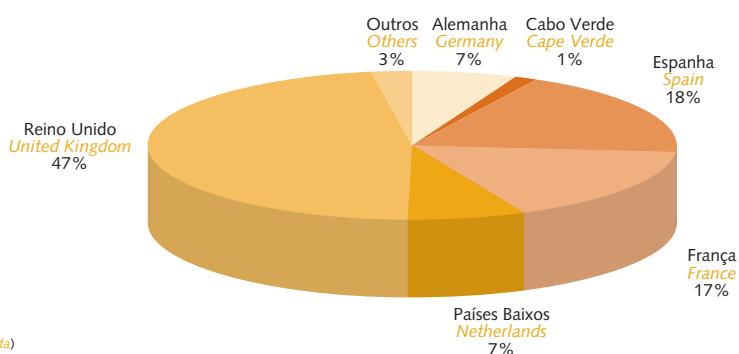
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

ORIGEM DA ENTRADA DE HORTÍCOLAS • ORIGIN OF VEGETABLES IMPORTS - Total: 129 026 249 EUR - 2005



Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

DESTINO DA SAÍDA DE HORTÍCOLAS • DESTINATION OF VEGETABLES EXPORTS - Total: 50 312 092 EUR - 2005



Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

BALANÇOS DE APROVISIONAMENTO | SUPPLY BALANCE SHEETS - PORTUGAL

BALANÇO DE APROVISIONAMENTO DOS PRODUTOS HORTÍCOLAS • FRESH VEGETABLES SUPPLY BALANCE SHEET

Portugal

1000 toneladas/ 1000 tonnes

Campanhas Years (a)	Produção Utilizável Usable Production (c)	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation			Consumo Per Capita Per Capita Consumption (Kg)	Grau de Auto-Aprovisionamento Degree of Self-Sufficiency (%)
		Entrada Imports	Saída Exports			Total Total	Perdas Losses	Consumo Humano Human Consumption		
1997-98	2 397	248	830	1 815	- 60	1 875	145	1 725	173.2	127.8
1998-99	2 432	243	802	1 873	-32	1 905	182	1 718	172.2	127.7
1999-00	1 854	262	866	1 250	-38	1 128	184	1 099	107.8	143.9
2000-01	1 733	308	874	1 167	-18	1 185	117	1 063	103.7	146.2
2001-02	1 838	311	967	1 182	-20	1 202	118	1 079	104.4	152.9
2002-03 (b)	1 859	339	997	1 201	-12	1 213	120	1 088	104.5	153.3

a) Período de referência: Julho do ano n a Junho do ano n+1/Reference period: July year n to June year n+1

b) Dados provisórios/Provisional data

c) Dados estimados/Estimated data

Fonte/Source: I.N.E.

BALANÇO DE APROVISIONAMENTO DA BATATA • POTATOES SUPPLY BALANCE SHEET

Portugal

1000 toneladas/ 1000 tonnes

Campanhas Years (a)	Produção Utilizável Usable Production (c)	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation			Consumo Per Capita Per Capita Consumption (Kg)	Grau de Auto-Aprovisionamento Degree of Self-Sufficiency (%)
		Entrada Imports	Saída Exports			Total Total	Sem- teira Seeding	Consumo Humano Human Consumption		
1999-00	949	312	38	1 223	- 10	1 233	83	1 055	103.4	77.0
2000-01	743	453	29	1 167	10	1 157	72	1 010	98.5	64.2
2001-02	694	377	54	1 017	- 40	1 057	76	946	91.6	65.7
2002-03	781	349	33	1 097	10	1 087	70	971	93.3	71.8
2003-04	736	419	42	1 113	30	1 083	69	974	93.0	68.0
2004-05 (b)	770	384	39	1 115	40	1 075	57	978	92.9	71.6

a) Período de referência: Julho do ano n a Junho do ano n+1/Reference period: July year n to June year n+1

b) Dados provisórios/Provisional data

c) Dados estimados/Estimated data

Fonte/Source: I.N.E.

BALANÇO DE MERCADO DO TOMATE • TOMATO MARKET BALANCE SHEET

Portugal

1000 toneladas/ 1000 tonnes

Campanhas Years (a)	Produção Utilizável Usable Production	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation				
		Entrada Imports	Saída Exports			Total Total	Transfor- mação Industrial Industrial Processing	Consumo Humano Human Consumption		
TOMATE FRESCO/FRESH TOMATO										
1997-98	950	17	3	964	-	964	772	154		
1998-99	1 130	15	4	1 141	-	1 141	988	67		
1999-00	1 087	30	4	1 113	-	1 113	997	109		
2000-01	946	22	12	956	-	956	855	100		
2001-02	1 045	41	2	1 084	-	1 084	949	113		
2002-03 (b)	958	50	35	973	-	973	857	110		
TOMATE INDUSTRIALIZADO/PROCESSED TOMATO										
1997-98	772	29	788	13	59	72	-	72		
1998-99	988	23	762	249	166	83	-	83		
1999-00	997	34	827	204	121	83	-	83		
2000-01	855	21	790	86	4	82	-	82		
2001-02	949	29	873	105	21	84	-	84		
2002-03 (b)	857	31	854	34	-48	82	-	82		

a) Período de referência: Abril do ano n a Março do ano n+1/Reference period: April year n to March n+1

b) Dados provisórios/Provisional data

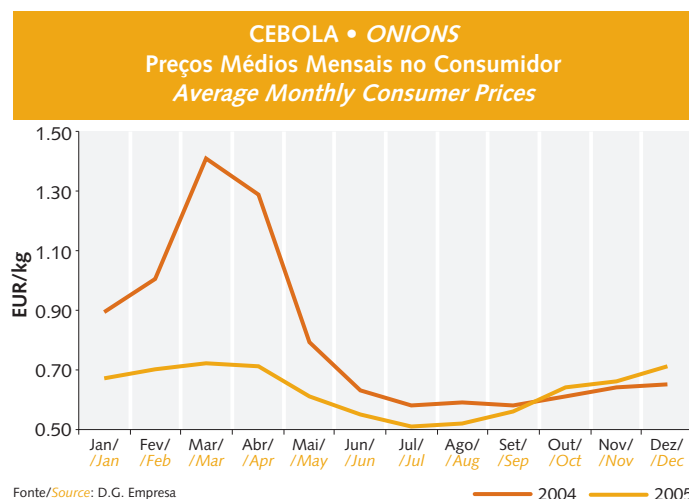
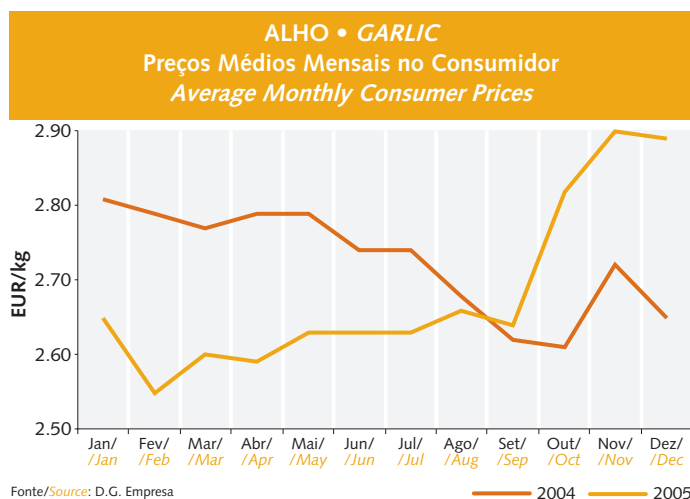
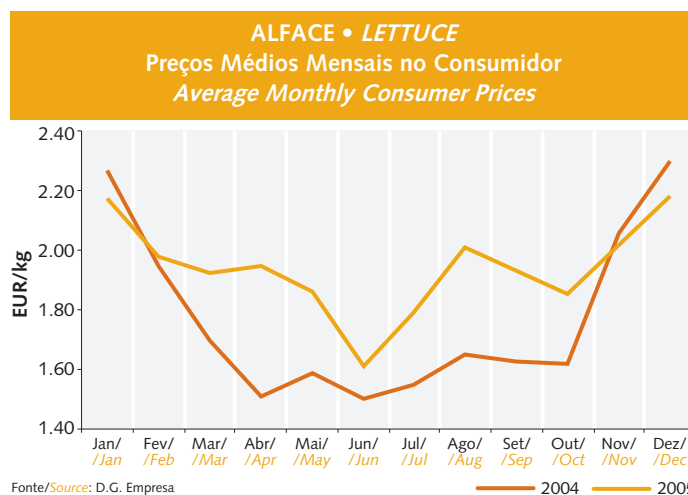
Fonte/Source: I.N.E.

PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - HORTÍCOLAS FRESCOS (EUR/Kg) CONSUMER PRICES - FRESH VEGETABLES (EUR/Kg)

Meses Months	Alface Lettuce			Alho Garlic			Cebola Onions		
	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04
Jan/Jan	2.27	2.17	-4.4	2.81	2.65	-5.7	0.89	0.67	-24.7
Fev/Feb	1.95	1.98	1.5	2.79	2.55	-8.6	1.01	0.70	-30.7
Mar/Mar	1.70	1.92	12.9	2.77	2.60	-6.1	1.41	0.72	-48.9
Abr/Apr	1.51	1.95	29.1	2.79	2.59	-7.2	1.29	0.71	-45.0
Mai/May	1.59	1.86	17.0	2.79	2.63	-5.7	0.79	0.61	-22.8
Jun/Jun	1.50	1.61	7.3	2.74	2.63	-4.0	0.63	0.55	-12.7
Jul/Jul	1.55	1.79	15.5	2.74	2.63	-4.0	0.58	0.51	-12.1
Ago/Aug	1.65	2.01	21.8	2.68	2.66	-0.7	0.59	0.52	-11.9
Set/Sep	1.63	1.93	18.4	2.62	2.64	0.8	0.58	0.56	-3.4
Out/Oct	1.62	1.85	14.2	2.61	2.82	8.0	0.61	0.64	4.9
Nov/Nov	2.06	2.02	-1.9	2.72	2.90	6.6	0.64	0.66	3.1
Dez/Dec	2.30	2.18	-5.2	2.65	2.89	9.1	0.65	0.71	9.2
Média Anual Annual Average	1.78	1.94	9.0	2.73	2.68	-1.8	0.81	0.63	-22.2

Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa

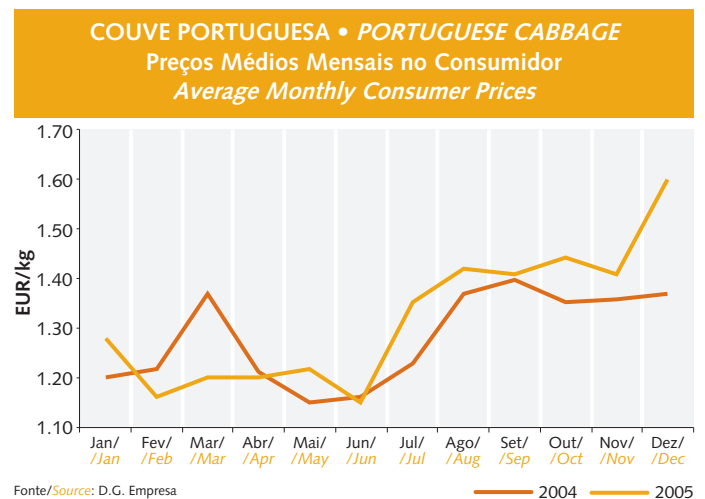
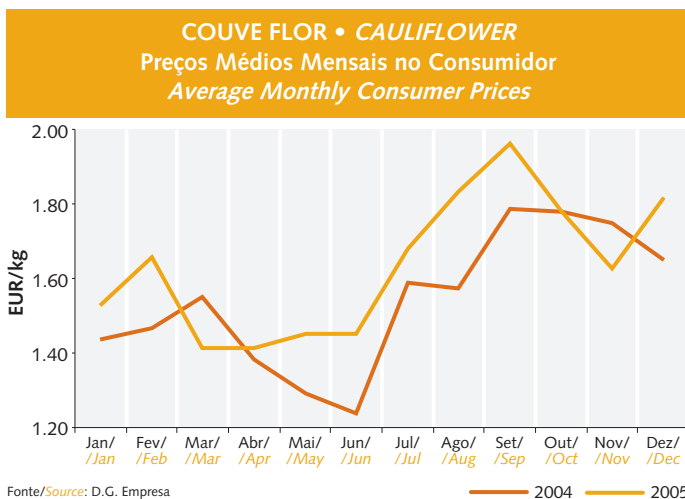
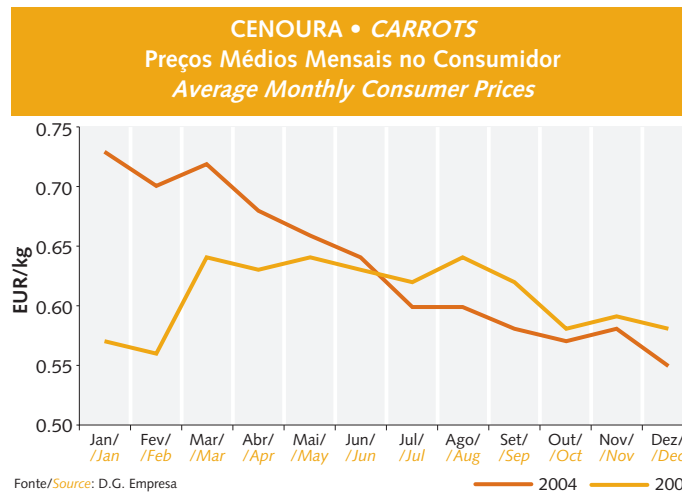


PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - HORTÍCOLAS FRESCOS (EUR/Kg)
CONSUMER PRICES - FRESH VEGETABLES (EUR/Kg)

Meses Months	Cenoura Carrots		Var. % 05/04	Couve Flor Cauliflower		Var. % 05/04	Couve Portuguesa Portuguese Cabbage		Var. % 05/04
	2004	2005		2004	2005		2004	2005	
Jan/ <i>Jan</i>	0.73	0.57	-21.9	1.44	1.53	6.3	1.20	1.28	6.7
Fev/ <i>Feb</i>	0.70	0.56	-20.0	1.47	1.66	12.9	1.22	1.16	-4.9
Mar/ <i>Mar</i>	0.72	0.64	-11.1	1.55	1.41	-9.0	1.37	1.20	-12.4
Abr/ <i>Apr</i>	0.68	0.63	-7.4	1.38	1.41	2.2	1.21	1.20	-0.8
Mai/ <i>May</i>	0.66	0.64	-3.0	1.29	1.45	12.4	1.15	1.22	6.1
Jun/ <i>Jun</i>	0.64	0.63	-1.6	1.24	1.45	16.9	1.16	1.15	-0.9
Jul/ <i>Jul</i>	0.60	0.62	3.3	1.59	1.68	5.7	1.23	1.35	9.8
Ago/ <i>Aug</i>	0.60	0.64	6.7	1.57	1.83	16.6	1.37	1.42	3.6
Set/ <i>Sep</i>	0.58	0.62	6.9	1.79	1.96	9.5	1.40	1.41	0.7
Out/ <i>Oct</i>	0.57	0.58	1.8	1.78	1.78	0.0	1.35	1.44	6.7
Nov/ <i>Nov</i>	0.58	0.59	1.7	1.75	1.63	-6.9	1.36	1.41	3.7
Dez/ <i>Dec</i>	0.55	0.58	5.5	1.65	1.82	10.3	1.37	1.60	16.8
Média Anual Annual Average	0.63	0.61	-3.2	1.54	1.63	5.8	1.28	1.32	3.1

Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa

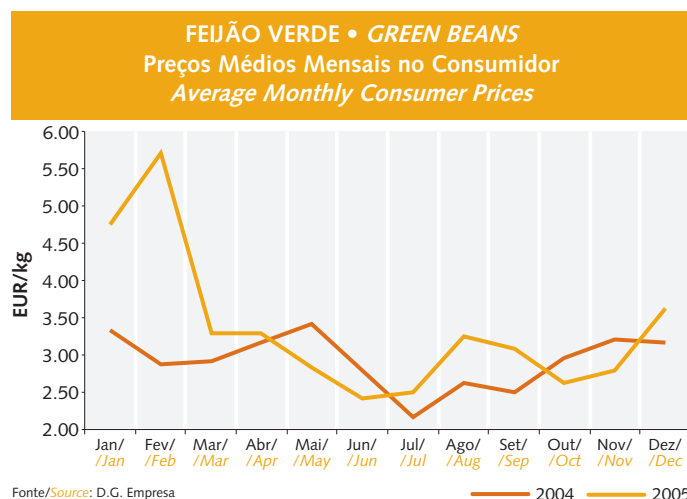
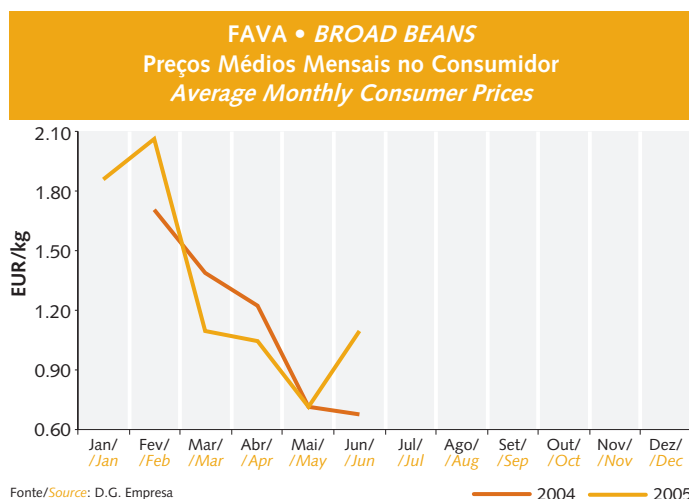
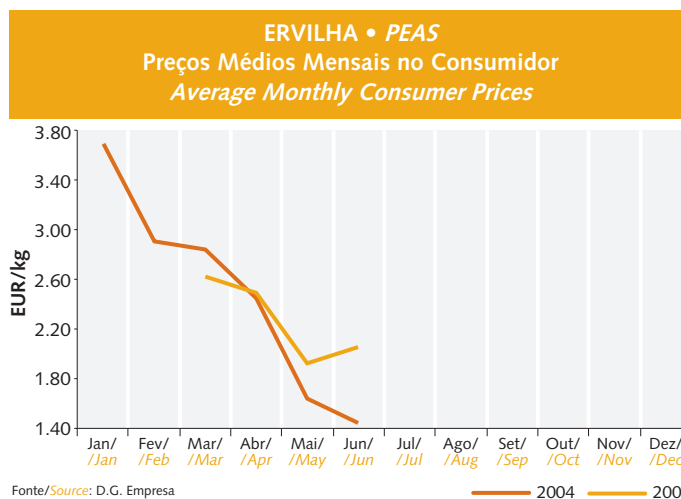


PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - HORTÍCOLAS FRESCOS (EUR/Kg) CONSUMER PRICES - FRESH VEGETABLES (EUR/Kg)

Meses Months	Ervilha Peas			Fava Broad Beans			Feijão Verde Green Beans		
	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04
Jan/Jan	3.69				1.86		3.35	4.73	41.2
Fev/Feb	2.90			1.71	2.06	20.5	2.88	5.69	97.6
Mar/Mar	2.84	2.62	-7.7	1.39	1.09	-21.6	2.92	3.30	13.0
Abr/Apr	2.45	2.49	1.6	1.22	1.04	-14.8	3.18	3.29	3.5
Mai/May	1.63	1.92	17.8	0.71	0.72	1.4	3.41	2.83	-17.0
Jun/Jun	1.44	2.06	43.1	0.68	1.09	60.3	2.79	2.41	-13.6
Jul/Jul							2.15	2.49	15.8
Ago/Aug							2.63	3.25	23.6
Set/Sep							2.52	3.08	22.2
Out/Oct							2.96	2.62	-11.5
Nov/Nov							3.20	2.79	-12.8
Dez/Dec							3.18	3.64	14.5
Média Anual Annual Average	2.49	2.27	-8.8	1.14	1.31	14.9	2.93	3.34	14.0

Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa

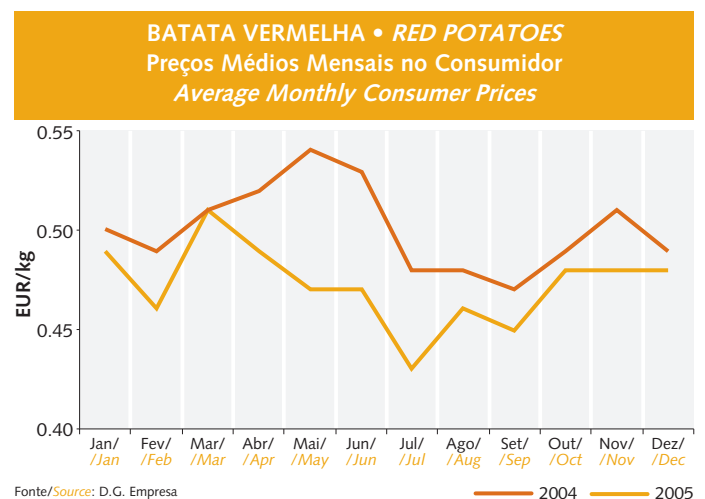
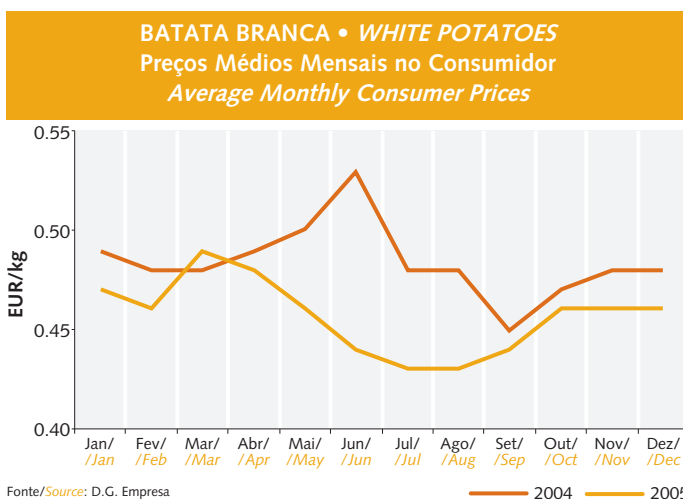
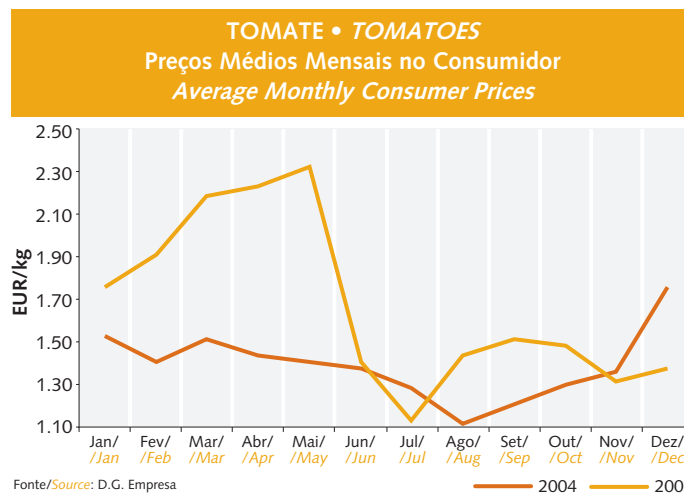


PREÇOS NO CONSUMIDOR | CONSUMER PRICES - PORTUGAL

PREÇOS NO CONSUMIDOR - HORTÍCOLAS FRESCOS (EUR/Kg)
CONSUMER PRICES - FRESH VEGETABLES (EUR/Kg)

Meses Months	Tomate Tomatoes			Batata Branca White Potatoes			Batata Vermelha Red Potatoes		
	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04	2004	2005	05/04
Jan/ <i>Jan</i>	1.52	1.75	15.1	0.49	0.47	-4.1	0.50	0.49	-2.0
Fev/ <i>Feb</i>	1.40	1.91	36.4	0.48	0.46	-4.2	0.49	0.46	-6.1
Mar/ <i>Mar</i>	1.51	2.18	44.4	0.48	0.49	2.1	0.51	0.51	0.0
Abr/ <i>Apr</i>	1.43	2.23	55.9	0.49	0.48	-2.0	0.52	0.49	-5.8
Mai/ <i>May</i>	1.40	2.31	65.0	0.50	0.46	-8.0	0.54	0.47	-13.0
Jun/ <i>Jun</i>	1.38	1.41	2.2	0.53	0.44	-17.0	0.53	0.47	-11.3
Jul/ <i>Jul</i>	1.28	1.13	-11.7	0.48	0.43	-10.4	0.48	0.43	-10.4
Ago/ <i>Aug</i>	1.11	1.43	28.8	0.48	0.43	-10.4	0.48	0.46	-4.2
Set/ <i>Sep</i>	1.21	1.51	24.8	0.45	0.44	-2.2	0.47	0.45	-4.3
Out/ <i>Oct</i>	1.30	1.48	13.8	0.47	0.46	-2.1	0.49	0.48	-2.0
Nov/ <i>Nov</i>	1.36	1.32	-2.9	0.48	0.46	-4.2	0.51	0.48	-5.9
Dez/ <i>Dec</i>	1.75	1.37	-21.7	0.48	0.46	-4.2	0.49	0.48	-2.0
Média Anual Annual Average	1.39	1.67	20.1	0.48	0.46	-4.2	0.50	0.47	-6.0

Fonte/Source: Direcção Geral da Empresa



Flores e Folhagens

- Caracterização da Produção e da Comercialização em Portugal

Flowers and Foliage

- *Production and Marketing in Portugal*

CRAVO E CRAVINA | CARNATION AND PINK

Dianthus • Família | Family: Caryophyllaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 81 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Produção: 100 296 milhares de hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Áreas de Mercado mais Representativas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra e Leiria, na Beira Litoral, e Península de Setúbal.

Varietades: *Standard* - Cravo (uniflor): Acapulco, Activa, Aicardi, Angelica, Baltico, Baniás, Bright, Crioca, Delphi, Dona, Domingo, Giorgia, Guapo, Ivonne, Killer, Malaga, Manon, Master, Melocotow, Milady, Mistrasz, Nanci, Nelson, Nírdica, Norman, Orange, Pax, Pink Ciao, Prado, Salamamca, Santorini, Schubert, Solar Oro, Tatiana, Tundra, Yellon Libert, Rendez-vous, White Charlotte e White Liberty. *Spray* - Cravina (multiflor): Aliance, Arena, Bagatel, Basic, Bonsanska, Cantate, Elsy, Fancy Prestige, Inter Mezzo, Light P. Barbara, Maestro, Nathalie, Niky, Optima, Peachy Furore, Porto, Prestige, Red Barbara, Red Baron, Rhodos, Satisfaction, Scarlat Plus, Scarlat Queen, Scorpio, Taiga, Target, Victoire, Wite Barbara, White Elegance, Yell'ow Barbara.

Factores Relevantes na Produção: Ligeira quebra na área plantada em Entre-Douro-e-Minho, com alguns condicionalismos climatéricos ocasionados pela falta de água e pelo calor excessivo. Na Beira Litoral também se registou uma ligeira diminuição da área ocupada com craveiro, o que se ficou a dever à dificuldade em garantir mão de obra necessária à cultura. Na Península de Setúbal a produção de Cravo (Standard) diminuiu a favor de outras espécies, no entanto, a Cravina (Spray) continua com boa aceitação no mercado.

Comercialização: Efectua-se ao longo de todo o ano, com volumes mais elevados na Páscoa, 25 de Abril -1.º de Maio, Fieis Defuntos e Natal. A forma mais significativa de comercialização é a venda directa a floristas, retalhistas e grossistas, assim como a consumidores, em feiras e mercados regionais. Em Entre-Douro-e-Minho, o Mercado Abastecedor de Flores (Mercoflores) tem facilitado o escoamento das flores provenientes de produtores da região. A forma de comercialização mais frequente para o Cravo e Cravina é o molho de 20 hastes, parcialmente envolvido por papel celofane.

Preços: Os preços do Cravo no mercado de produção de Entre-Douro-e-Minho foram, em média, superiores aos registados na Península de Setúbal. Os preços da Cravina foram superiores na Península de Setúbal. Tanto nesses dois mercados de produção, como no Mercoflores (Mercado Abastecedor de Entre-Douro-e-Minho) e no MARL (Mercado Abastecedor da Região de Lisboa), os preços do Cravo e da Cravina foram, em média, superiores aos de 2004.

Comércio Internacional: O valor das compras ao exterior totalizou 1,1 milhões de euros, provenientes na sua maioria de Espanha (94%).

Perspectivas: O Cravo e a Cravina são flores tradicionalmente muito apreciadas pelos consumidores. No entanto, na área de mercado de Aveiro prevê-se algum retrocesso na cultura destas flores, devido às elevadas exigências em mão-de-obra que a sua cultura requer e à concorrência de produto de outras regiões nacionais e de Espanha. No Entre-Douro-e-Minho, a introdução de novas variedades, com rendimento mais elevado, bem como novos investimentos, indiciam boas perspectivas.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 81 ha (INE, Flower growing survey - 2002)

Output: 100 296 thousand stems (INE, Flower growing survey - 2002)

Most Representative Market Areas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra and Leiria, in Beira Litoral, and Peninsula de Setúbal.

Varieties: *Standard* - Carnation (single flower) - Acapulco, Activa, Aicardi, Angelica, Baltico, Baniás, Bright, Crioca, Delphi, Dona, Domingo, Giorgia, Guapo, Ivonne, Killer, Malaga, Manon, Master, Melocotow, Milady, Mistrasz, Nanci, Nelson, Nírdica, Norman, Orange, Pax, Pink Ciao, Prado, Salamamca, Santorini, Schubert, Solar Oro, Tatiana, Tundra, Yellon Libert, Rendez-vous, White Charlotte and White Liberty.

Spray - Pink (multiple flowers) - Aliance, Arena, Bagatel, Basic, Bonsanska, Cantate, Elsy, Fancy Prestige, Inter Mezzo, Light P. Barbara, Maestro, Nathalie, Niky, Optima, Peachy Furore, Porto, Prestige, Red Barbara, Red Baron, Rhodos, Satisfaction, Scarlat Plus, Scarlat Queen, Scorpio, Taiga, Target, Victoire, White Barbara, White Elegance, Yellow Barbara.

Relevant Production Factors: There was a slight fall in planted area in Entre-Douro-e-Minho, due to weather conditions involving lack of water and excessive heat. In Beira Litoral, there was also a slight decrease in area, due to the difficulty in ensuring the necessary labour force. In Peninsula de Setúbal, Carnation (Standard) output fell in favour of other species. However, Pinks (Spray) are still well accepted in the market.

Marketing: Occurs throughout the year, peaking in Easter, 25th April- 1st May, All Souls' Day and Christmas. Most trade is done through direct sales to florists, retailers and wholesalers, as well as to consumers in regional fairs and markets. In Entre-Douro-e-Minho, the flower wholesale market (Mercoflores) has facilitated the marketing of flowers from local producers. These flowers are most frequently sold in bunches of 20 stems, partially wrapped in cellophane paper.

Prices: Carnation average producer prices in Entre-Douro-e-Minho were higher than in Peninsula de Setúbal. Pink prices were higher in Peninsula de Setúbal. In both markets and in Mercoflores and MARL (Lisbon Wholesale Market) Carnation and Pink prices were on average up from 2004.

International Trade: Imports totalled 1.1 million euros, mostly from Spain (94%).

Outlook: Carnation and Pink are traditionally flowers much appreciated by consumers. However, at the Aveiro market area there should be a slight decrease in production, due to the high labour requirements involved and to competition with flowers from other Portuguese regions and from Spain. In Entre-Douro-e-Minho, the introduction of new varieties with higher yields and further investments provide good prospects.

Dianthus • Família | Family: Caryophyllaceae

CRAVO E CRAVINA | CARNATION AND PINK

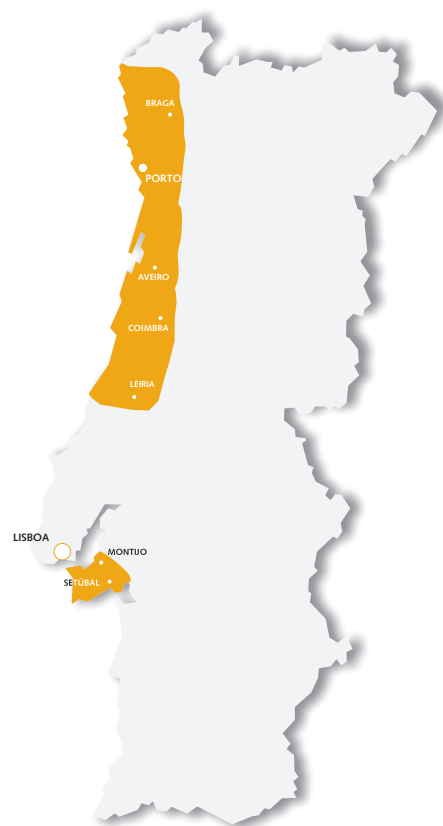
CRAVO E CRAVINA • CARNATION AND PINK Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
E.-Douro-e-Minho	f f	MM	MM	F F	F F	F F	F F	F F	F F	MM	MM	f f
Beira Litoral	f f	f f	MM	MM	F F	F F	FM	MM	MF	F F	FM	M f
Península de Setúbal	f f	f f	f M	F F	F F	F F	MM	MM	MM	MM	MM	f f

F Oferta Forte
M Oferta Média
f Oferta Fraca

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



CRAVO • CARNATION Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20		
Jan/Jan	3.00	3.50	17
Fev/Feb	2.00	3.78	89
Mar/Mar	2.10	3.75	79
Abr/Apr	1.25	1.20	-4
Mai/May	0.90	1.12	24
Jun/Jun	0.80	0.90	13
Jul/Jul	1.45	1.00	-31
Ago/Aug	1.94	1.00	-48
Set/Sep	1.75	1.00	-43
Out/Oct	3.00	2.10	-30
Nov/Nov	2.00	1.80	-10
Dez/Dec	2.75	2.60	-5

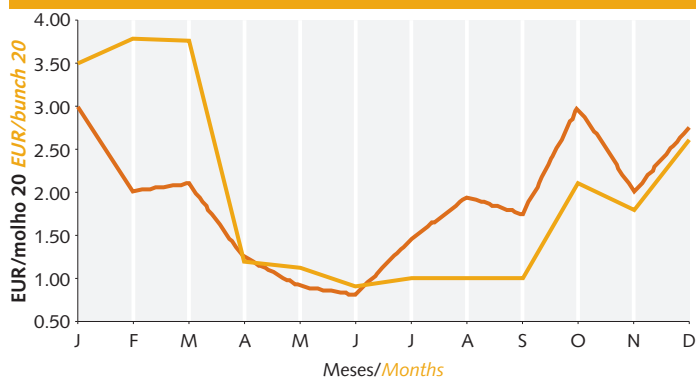
Fonte/Source: GPP-SIMA

CRAVINA • PINK Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20		
Jan/Jan	2.00	3.31	66
Fev/Feb	2.38	3.73	57
Mar/Mar	1.92	3.75	95
Abr/Apr	1.20	1.00	-17
Mai/May	1.00	0.96	-4
Jun/Jun	1.00	1.03	3
Jul/Jul	1.44	1.50	4
Ago/Aug	1.94	1.50	-23
Set/Sep	1.75	1.65	-6
Out/Oct	2.83	2.42	-14
Nov/Nov	2.00	1.80	-10
Dez/Dec	3.00	2.60	-13

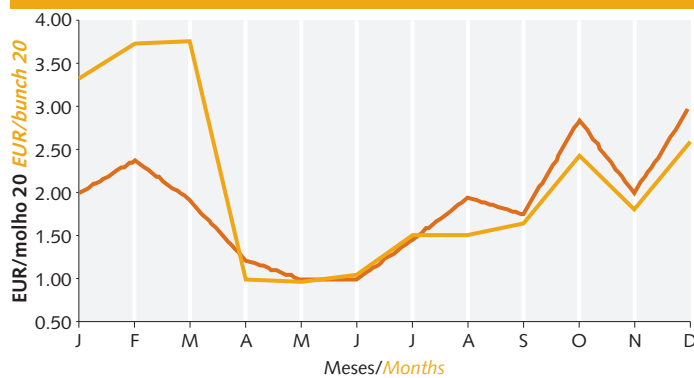
Fonte/Source: GPP-SIMA

CRAVO • CARNATION Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

CRAVINA • PINK Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

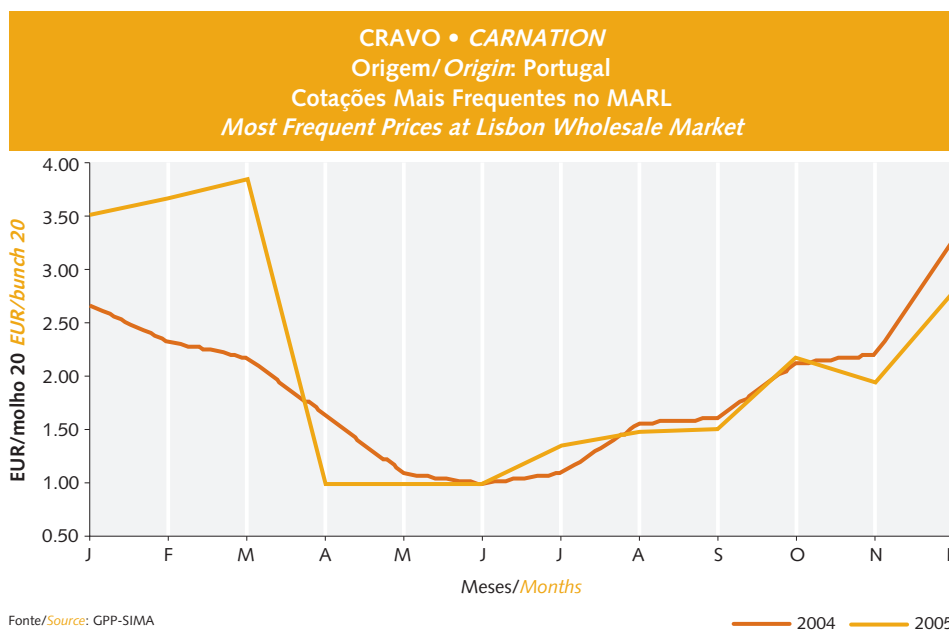
CRAVO E CRAVINA | CARNATION AND PINK

Dianthus • Família | Family: Caryophyllaceae



CRAVO • CARNATION Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20		
Jan/Jan	2.67	3.50	31
Fev/Feb	2.33	3.66	57
Mar/Mar	2.16	3.85	78
Abr/Apr	1.63	1.00	-39
Mai/May	1.09	1.00	-8
Jun/Jun	1.00	1.00	0
Jul/Jul	1.09	1.34	23
Ago/Aug	1.56	1.47	-6
Set/Sep	1.61	1.50	-7
Out/Oct	2.13	2.16	1
Nov/Nov	2.19	1.94	-11
Dez/Dec	3.29	2.79	-15

Fonte/Source: GPP-SIMA



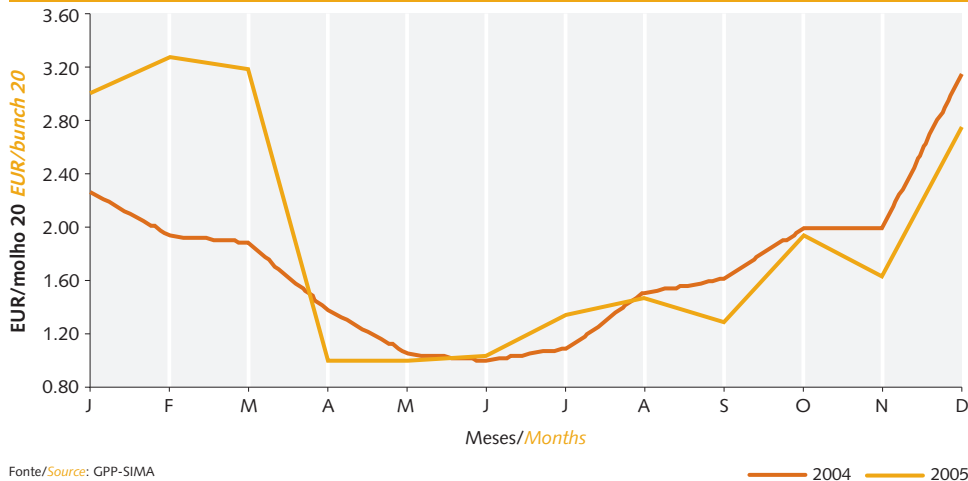
CRAVINA • PINK Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20		
Jan/Jan	2.27	3.00	32
Fev/Feb	1.94	3.28	69
Mar/Mar	1.88	3.18	69
Abr/Apr	1.38	1.00	-28
Mai/May	1.06	1.00	-6
Jun/Jun	1.00	1.03	3
Jul/Jul	1.09	1.34	23
Ago/Aug	1.50	1.47	-2
Set/Sep	1.61	1.28	-20
Out/Oct	2.00	1.94	-3
Nov/Nov	2.00	1.64	-18
Dez/Dec	3.14	2.76	-12

Fonte/Source: GPP-SIMA

Dianthus • Família | Family: Caryophyllaceae

CRAVO E CRAVINA | CARNATION AND PINK

CRAVINA • PINK
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

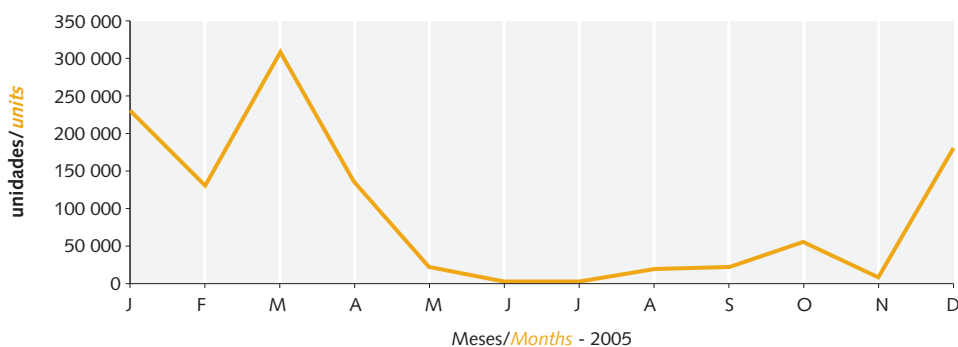


CRAVO • CARNATION

ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	Unidades Units	EUR	DESTINO DESTINATION	Unidades Units	EUR
ESPAÑA SPAIN	1 084 941	144 832	ESPAÑA SPAIN	2 794	3 618
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	31 260	8 253			
ESTÓNIA ESTONIA	1 800	253			
TOTAL	1 118 001	153 338	TOTAL	2 794	3 618

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

CRAVO • CARNATION



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports

CRISÂNTEMO | CHRYSANTHEMUMS

Chrysanthemum Spp. • Família | Family: Compositae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 31 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Produção: 9 598 milhares de hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Áreas de Mercado mais Representativas: Aveiro, Coimbra e Península de Setúbal.

Varietades: *Standard* (uniflor) - Boris Becker, Cassandra, Eleonore, Fred Schoesmith, Inga, Gold Ping Pong, Tom Pearce, Shamrock, Spider, Snowdon, etc.

Spray (multiflor) - Alfa Catch Up, Cassa Sunny, Delilah, Fiji, Granada, Kermit, Puma, Pink Moon, Reagan Yellow, Reagan Improved, Royal Happy, Stallion, Stallion Yellow, Vesúvio, Yellow Fátima.

Factores Relevantes na Produção: O calendário de produção de crisântemo depende do modo de produção adoptado (estufa ou ar livre) e da variedade. O Crisântemo Spray produz-se na sua maioria em estufas climatizadas, durante todo o ano. O Crisântemo Standard é produzido ao ar livre, em quantidades mais reduzidas, com um período de plantação que decorre entre Junho e Agosto, dado tratar-se de uma cultura com forte necessidade de luminosidade nas primeiras fases de desenvolvimento. A floração, que necessita de ensombramento, dá-se nos meses seguintes, de Outubro a Dezembro.

Comercialização: O Crisântemo Spray comercializa-se durante todo o ano (em molhos de 10). O Crisântemo Standard comercializa-se (em molhos de 5) nos meses de Outubro a Dezembro, mas com o grosso das transacções concentradas nos Fieis Defuntos (última semana de Outubro e primeira semana de Novembro). Em 2005 a oferta foi equilibrada, relativamente à procura e de uma maneira geral, o mercado esteve bem abastecido com produto diversificado e de qualidade. O grosso da produção foi vendido a intermediários, embora alguns produtores tenham efectuado a venda directamente nos Mercados Abastecedores.

Preços: Em 2005, os preços do crisântemo Spray, tanto nos mercados de produção de Coimbra e da Península de Setúbal, como no Mercoflores e no MARL, foram, em média, superiores aos de 2004. Os preços na produção em Coimbra foram, em média, inferiores aos registados na Península de Setúbal.

Comércio Internacional: Em 2005 entraram em Portugal 9,2 milhões de hastes de crisântemos, no valor de 2,9 milhões de euros, o que correspondeu a um decréscimo de 14% no volume, face a 2004. Os Países Baixos foram o principal fornecedor do mercado nacional (97% das compras).

Perspectivas: Manutenção da área de cultura do crisântemo e melhoria das tecnologias de produção. O crisântemo Spray apresenta vantagens competitivas relativamente ao Standard, visto ser uma variedade que se cultiva (em estufa) durante todo o ano.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 31 ha (INE, Flower growing survey - 2002)

Output: 9 598 thousand stems (INE, Flower growing survey - 2002)

Most Representative Market Areas: Aveiro, Coimbra and Península de Setúbal.

Varieties: *Standard* (single flower) - Boris Becker, Cassandra, Eleonore, Fred Schoesmith, Inga, Gold Ping Pong, Tom Pearce, Shamrock, Snowdon, etc.

Spray (multiple flowers) - Alfa Catch Up, Cassa Sunny, Delilah, Fiji, Granada, Kermit, Puma, Pink Moon, Reagan Yellow, Reagan Improved, Royal Happy, Stallion, Stallion Yellow, Vesúvio, Yellow Fátima

Relevant Production Factors: Chrysanthemum production calendar varies according to the production method (outdoors or indoors) and the variety adopted. Spray Chrysanthemums are produced all year long, cultivated for the most part in climate-controlled greenhouses. Standard Chrysanthemums are produced outdoors in smaller quantities, with a plantation period that lasts from June to August, since they require a lot of sunlight during the first growth stages. Flower formation requires shading and occurs from October to December.

Marketing: Spray Chrysanthemums are marketed all year long (bunches of 10) and Standard Chrysanthemums are sold in bunches of 5 between October and December, peaking on All Souls' Day (last week of October and first week of November). In 2005, supply was able to meet demand and, in general, the market was well supplied with diversified and quality flowers. Most Chrysanthemums were sold to middlemen, although some producers sold them directly to wholesale markets.

Prices: In 2005, Spray Chrysanthemum prices, both in producer markets in Coimbra and Península de Setúbal and in wholesale markets (Mercoflores and MARL), were on average up from 2004. Producer prices in Coimbra were on average lower than in Península de Setúbal.

International Trade: In 2005, 9.2 million Chrysanthemum stems were imported, worth 2.9 million euros, corresponding to a 14% decrease in volume from 2004. The Netherlands was our major supplier, with a 97% market share.

Outlook: Chrysanthemum area should remain the same and production technologies should improve. Spray Chrysanthemums have competitive advantages when compared to Standard Chrysanthemums, since they are cultivated all year long (in greenhouses).

Chrysanthemum Spp. • Família | Family: Compositae

CRISÂNTEMO | CHRYSANTHEMUMS

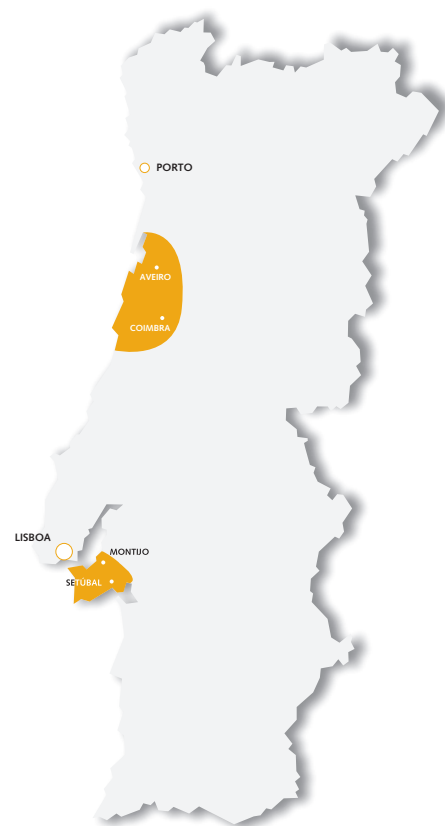
CRISÂNTEMO • CHRYSANTHEMUMS Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
<i>Standard</i>												
Beira Litoral									M	MF	FM	MM
Península de Setúbal									M	MF	FM	MM
<i>Spray</i>												
Beira Litoral	ff	ff	MM	MF	FF	FF	MM	MM	MF	FF	FM	Mf
Península de Setúbal	MM	MM	MM	MM	MM	ff	ff	ff	MM	FF	FF	FF

F Oferta Forte *Good Supply*
 M Oferta Média *Moderate Supply*
 f Oferta Fraca *Poor Supply*

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



CRISÂNTEMO SPRAY SPRAY CHRYSANTHEMUM Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20		
Jan/Jan	1.80	2.00	11
Fev/Febr	2.00	2.31	16
Mar/Mar	1.40	2.25	61
Abr/Apr	0.90	1.61	79
Mai/May	1.10	1.20	9
Jun/June	1.00	1.38	38
Jul/July	1.10	1.50	36
Ago/Aug	1.20	1.50	25
Set/Sep	1.20	1.55	29
Out/Oct	1.60	1.72	7
Nov/Nov	1.70	1.80	6
Dez/Dec	2.00	1.87	-6

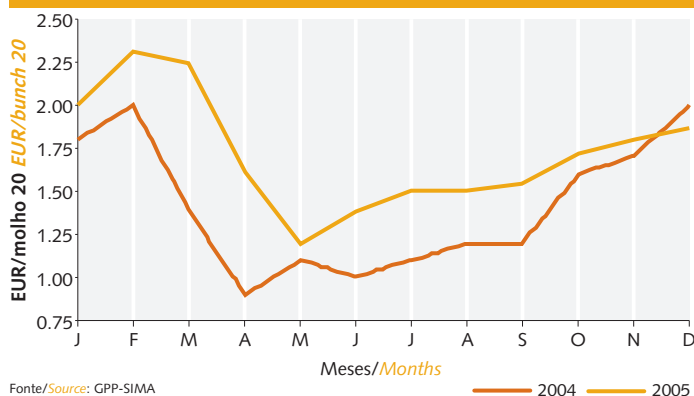
CRISÂNTEMO SPRAY SPRAY CHRYSANTHEMUM Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 5 EUR/Bunch 5		
Jan/Jan	2.21	2.08	-6
Fev/Febr	2.06	2.25	9
Mar/Mar	1.68	2.25	34
Abr/Apr	1.13	1.72	52
Mai/May	1.06	1.36	28
Jun/June	1.00	1.22	22
Jul/July	1.26	1.31	4
Ago/Aug	1.50	1.50	0
Set/Sep	1.56	1.50	-4
Out/Oct	1.44	1.67	16
Nov/Nov	1.81	1.56	-14
Dez/Dec	2.00	1.99	-1

Fonte/Source: GPP-SIMA

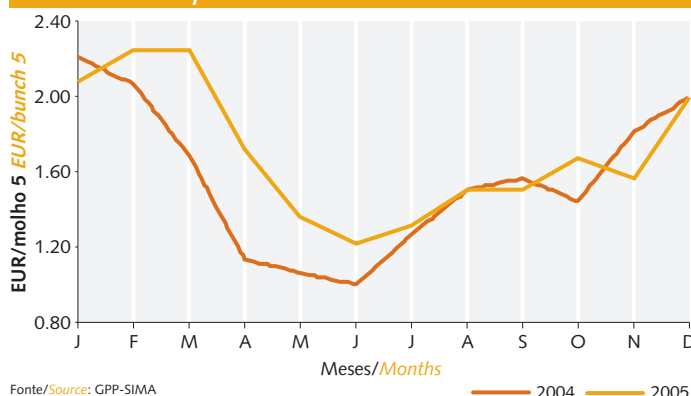
Fonte/Source: GPP-SIMA

CRISÂNTEMO SPRAY • SPRAY CHRYSANTHEMUM Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

CRISÂNTEMO SPRAY • SPRAY CHRYSANTHEMUM Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

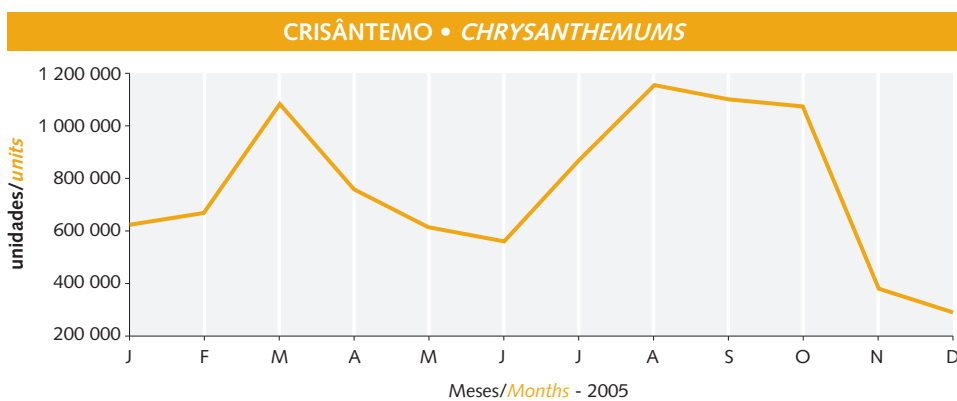
CRISÂNTEMO | CHRYSANTHEMUMS

Chrysanthemum Spp. • Família | Family: *Compositae*



CRISÂNTEMO • CHRYSANTHEMUMS					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	Unidades Units	EUR	DESTINO DESTINATION	Unidades Units	EUR
BÉLGICA BELGIUM	752	727			
ESPAÑA SPAIN	237 460	96 548			
FRANÇA FRANCE	1 300	1 402			
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	8 939 835	2 821 747			
TOTAL	9 179 347	2 920 424			

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports

FLORES EXÓTICAS | EXOTIC FLOWERS

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 73 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002 - não inclui área de Orquídea)

Produção: 4 189 milhares hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002 - não inclui produção de Orquídea)

Áreas de Mercado mais Representativas: Ilha da Madeira.

Espécies: Antúrio, Estrelícia, Protea, Orquídea, Ornithogalum.

Factores Relevantes na Produção: O maior volume de produção de flores exóticas em Portugal provém da Ilha da Madeira, que possui as condições edafo-climáticas mais favoráveis para estas culturas. As principais espécies são a Estrelícia, a Orquídea Cymbidim, a Protea e o Antúrio. As variedades de orquídea mais cultivadas são a Cymbidium e a Catteleya. No Continente, esta espécie produz-se essencialmente na região de Sintra, mas em quantidade muito reduzida. Nas áreas de mercado de Aveiro, Leiria e Península de Setúbal existe alguma produção de Estrelícia em estufa, mas em pequena quantidade. A cultura da Protea atinge já alguma dimensão nos Açores e no Litoral Alentejano (Odemira). No Litoral Alentejano, as principais variedades cultivadas são Cynaroide e Pink Ace, que atingem os picos de produção em Julho e Setembro, respectivamente.

Comercialização: Na ilha da Madeira, as flores exóticas destinam-se a operadores locais ou a estabelecimentos hoteleiros, sendo igualmente expedidas para o Continente e União Europeia. Paralelamente, algumas flores exóticas são escoadas directamente no aeroporto, através de turistas. Em 2005, as expedições de flores exóticas para o Continente registaram uma quebra de 25%, face ao ano anterior. As proteas produzidas no Alentejo tiveram como destino alguns países da União Europeia, bem como os Mercados Abastecedores de Lisboa e do Porto.

Preços: No mercado de produção da Península de Setúbal, os preços médios mensais da Estrelícia mantiveram-se estáveis ao longo de quase todo o ano, excepto em Outubro e Dezembro, em que registaram subidas. Esses preços foram, na maioria dos meses, mais altos que os registados na área de mercado de Leiria. No que respeita aos Mercados Abastecedores, no MARL os preços da Estrelícia foram, em média, superiores aos de 2004, mas no Mercoflores passou-se o inverso.

Comércio Internacional: Em 2005 Portugal adquiriu ao exterior 1,3 milhões de hastes de Orquídea, no valor de 1,5 milhões de euros. Os Países Baixos foram o principal fornecedor (96% em valor). Neste mesmo ano, foram vendidas ao exterior cerca de 50 mil hastes, no valor de 11,6 mil euros. A Alemanha e a Espanha foram os principais clientes.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 73 ha (INE, Flower growing survey - 2002 - it does not include orchid area)

Output: 4 189 thousand stems (INE, Flower growing survey - 2002 - it does not include orchid output).

Most Representative Market Areas: Madeira Island.

Species: Anthurium (*Anthurium andreaum*) Strelitzia (*Strelitzia reginae*), Protea, Orchid, Ornithogalum

Relevant Production Factors: The largest production volume of exotic flowers in Portugal comes from Madeira, which has the most favourable soil and weather conditions for growing these plants. The main varieties produced are Strelitzias, Cymbidium Orchids, Proteas and Anthurium. The most cultivated Orchid varieties are Cymbidium and Catteleya. In mainland Portugal, this species is basically produced in the Sintra area, although in very small quantities. In the Aveiro, Leiria and Península de Setúbal market areas there is some Strelitzia greenhouse production, although small. Protea cultivation is already significant in Azores and in littoral Alentejo (Odemira). In the latter region, the main cultivated varieties are Cynaroide and Pink Ace, the production of which peaks in July and September, respectively.

Marketing: In Madeira Island, exotic flowers are directed to local operators and hotels and they are dispatched to mainland Portugal and to the European Union as well. Some of these flowers are also sold directly to tourists at the Funchal airport. In 2005, dispatches of exotic flowers to mainland Portugal fell 25% from the previous year. Proteas produced in Alentejo, were destined for European Union countries, as well as for the Lisbon and Porto wholesale markets.

Prices: In the Península de Setúbal production market, monthly average prices of Strelitzias remained stable almost all year long, except in October and December, when they climbed. These prices were in most months higher than at the Leiria market area. At MARL, the Lisbon wholesale market, Strelitzia prices were on average up from 2004. However, in Mercoflores the opposite happened.

International Trade: In 2005, 1.3 million Orchid stems were imported, worth 1.5 million euros, the major supplier being the Netherlands (96% in value). Fifty thousand stems were exported over the same period (worth 11.6 thousand euros), destined for the most part for Germany and Spain.

FLORES EXÓTICAS | EXOTIC FLOWERS



FLORES EXÓTICAS • EXOTIC FLOWERS
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Estrelícia/ <i>Strelitzia</i>	F	F	F	F	F	M	f	f	f	f	M	F
Protea/ <i>Protea</i>	F	F	F	F	F	f	f	f	F	F	F	F
Orquidea/ <i>Orchid</i>	M	F	F	F	M	f	f	f	f	f	f	M
Antúrio/ <i>Anthurium</i>	f	f	M	F	F	F	F	F	F	M	f	f

F Oferta Forte / Good Supply
 M Oferta Média / Moderate Supply
 f Oferta Fraca / Poor Supply

ESTRELÍCIA • STRELITZIA
 Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 10 EUR/Bunch 10		
Jan/Jan	6.75	8.00	19
Fev/Feb	6.25	8.00	28
Mar/Mar	7.40	8.00	8
Abr/Apr	8.00	8.00	0
Mai/May	8.00	8.00	0
Jun/Jun	8.00	8.00	0
Jul/Jul	8.00	8.00	0
Ago/Aug	8.00	8.00	0
Set/Sep	8.00	8.00	0
Out/Oct	7.00	8.80	26
Nov/Nov	5.60	8.00	43
Dez/Dec	8.50	8.67	2

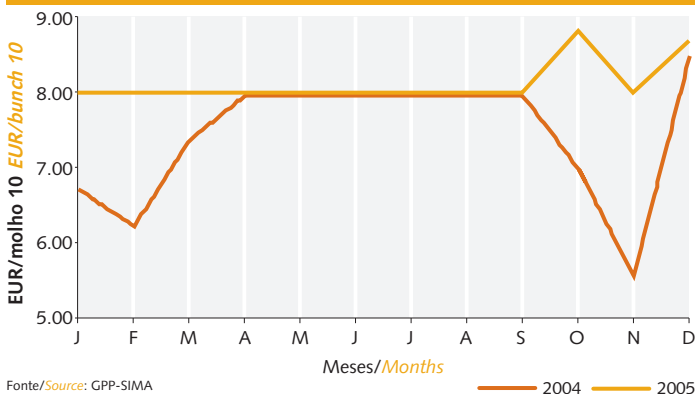
Fonte/Source: GPP-SIMA

ESTRELÍCIA • STRELITZIA
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 10 EUR/Bunch 10		
Jan/Jan	8.58	9.81	14
Fev/Feb	7.13	9.57	34
Mar/Mar	7.61	10.70	41
Abr/Apr	7.50	7.11	-5
Mai/May	7.19	8.00	11
Jun/Jun	7.60	8.42	11
Jul/Jul			
Ago/Aug	12.50		
Set/Sep	10.56	10.00	-5
Out/Oct	8.00	9.63	20
Nov/Nov	7.00	9.06	29
Dez/Dec	9.14	8.86	-3

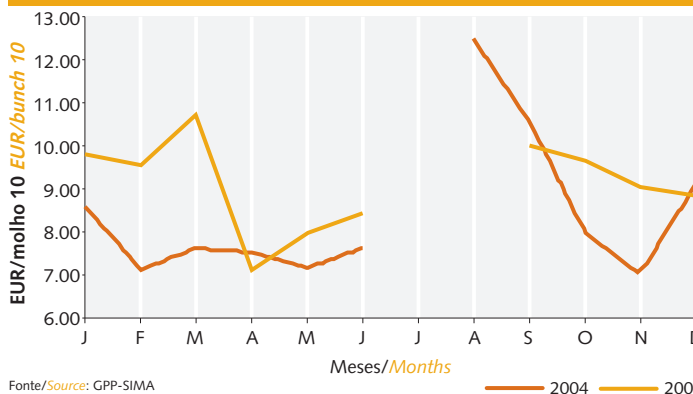
Fonte/Source: GPP-SIMA

ESTRELÍCIA • STRELITZIA
 Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

ESTRELÍCIA • STRELITZIA
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

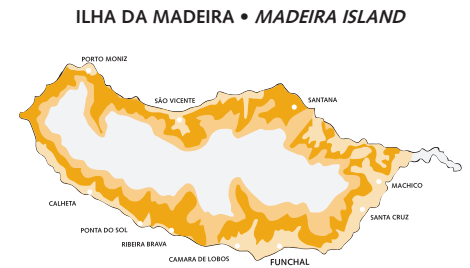
FLORES EXÓTICAS | *EXOTIC FLOWERS*

ORQUÍDEA • <i>ORCHIDS</i>					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM <i>ORIGIN</i>	Unidades <i>Units</i>	EUR	DESTINO <i>DESTINATION</i>	Unidades <i>Units</i>	EUR
ÁFRICA DO SUL <i>SOUTH AFRICA</i>	3 896	19 328	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	22 000	3 781
BRASIL <i>BRAZIL</i>	100	143	ANGOLA <i>ANGOLA</i>	12	34
ESPAÑA <i>SPAIN</i>	38 885	43 389	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	495	3 303
PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	1 268 211	1 458 071	FINLÂNDIA <i>FINLAND</i>	242	112
			FRANÇA <i>FRANCE</i>	7 200	1 254
			ITÁLIA <i>ITALY</i>	5 540	894
			REINO UNIDO <i>UNITED KINGDOM</i>	5 048	1 070
			SUÍÇA <i>SWITZERLAND</i>	9 252	1 071
TOTAL	1 311 092	1 520 931	TOTAL	49 789	11 519

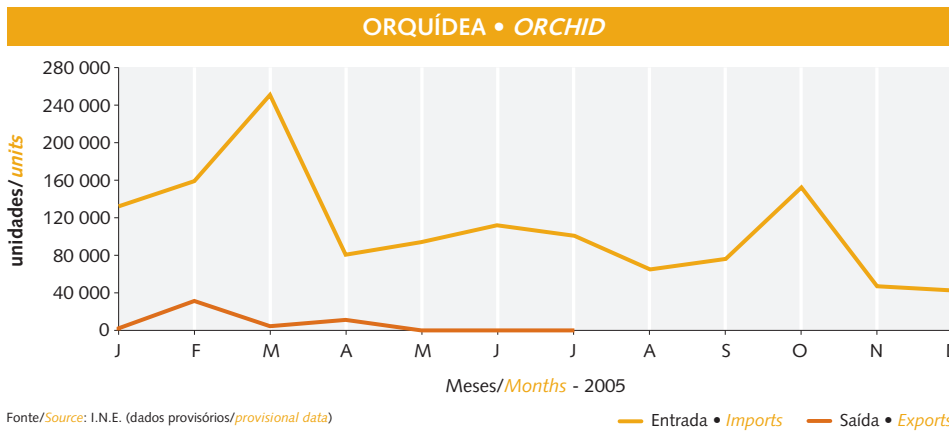
Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



- Antúrio, Cattleya, Phalaenopsis, Helicônia, Estrelícia
- Sapatinho, Cymbidium, Estrelícia, Rosa, Cravo, Gerbera
- Camélia, Protea, Cymbidium, Bolbosas diversas



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

FOLHAGENS | FOLIAGE



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 155 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Produção: 55,5 milhões de hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Áreas de Mercado mais Representativas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra e Leiria, na Beira Litoral, e Península de Setúbal.

Varietades: Aspidistra, Espargo Plumoso, Treefern, Feto Ornamental (Californiano), Cameleira, Eucalyptus, Flor de Cera, Leucadendron, Gipsófila, Medronheiro, Ruscus, Sprengerii.

Produção e Comercialização: A maior parte das folhagens são produzidas e comercializadas ao longo de todo o ano, com algumas exceções, como acontece com a flor de cera, que se comercializa de Janeiro a Abril, e o Eucalyptus, que foi comercializado em Janeiro e Fevereiro e entre Agosto e Dezembro. O Espargo Plumoso, apesar de se ter comercializado durante todo o ano, registou picos de oferta no Natal, Páscoa e Fiéis Defuntos, períodos em que a procura é tradicionalmente mais animada. Em Odemira, no Alentejo Litoral, produzem-se Fetos e Espargos Ornamentais destinados, quer ao mercado interno, quer ao mercado externo.

Preços: Em 2005, na área de mercado da Península de Setúbal, os preços na produção do Espargo Plumoso foram constantes ao longo do ano e inferiores aos registados em 2004. Foram, também, mais baixos que os registados no Entre-Douro-e-Minho, que, em média, subiram relativamente a 2004. Os preços na produção do Feto Ornamental também se mantiveram constantes (e iguais às do Espargo Plumoso) na Península de Setúbal, e praticamente ao mesmo nível do ano anterior. Na área de mercado de Aveiro os preços na produção do Feto Ornamental foram inferiores aos registados na Península de Setúbal, e, na maior parte dos meses, superiores aos registados em 2004. No MARL, registou-se também uma valorização do Feto Ornamental.

Comércio Internacional: A balança comercial apresentou em 2005 um saldo positivo, graças ao valor das saídas, de 16,7 milhões de euros, ter superado largamente o das entradas, que se ficou nos 2,8 milhões de euros. Os principais clientes foram a Espanha (73%), a Itália (12%) e os Países Baixos (10%). Os principais fornecedores externos do mercado nacional foram os Países Baixos (68%) e a Espanha (12%).

Perspectivas: Não se prevêem alterações significativas na produção de folhagens.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 155 ha (INE, Flower growing survey - 2002)

Output: 55.5 million stems (INE, Flower growing survey - 2002)

Most Representative Market Areas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra and Leiria, in Beira Litoral, and Península de Setúbal.

Varieties: Aspidistra, Asparagus Plumosus, Treefern, Ornamental Fern (Californian), Camellia, Eucalyptus, Wax flower, Leucadendron, Gypsophila, Strawberry tree, Ruscus, Sprengerii.

Production and Marketing: Most foliage is produced and marketed throughout the year, with a few exceptions, such as wax flower, which is only available from January to April and Eucalyptus, which is marketed in January-February and between August and December. Although Asparagus Plumosus was sold all year long, supply peaked in Christmas, Easter and on All Souls' Day, when demand is typically livelier. At Odemira, in littoral Alentejo, Ornamental Ferns and Asparagus are produced both for the domestic and the foreign markets.

Prices: In 2005, at the Península de Setúbal market area producer prices of Asparagus Plumosus remained constant throughout the year, although they were down from 2004. They were also lower than prices in Entre-Douro-e-Minho, which on average increased from 2004. Producer prices of Ornamental Ferns also remained constant (and similar to those of Asparagus Plumosus) in Península de Setúbal, and virtually the same as in the previous year. At the Aveiro market area, producer prices of Ornamental Ferns were lower than in Península de Setúbal and in most months up from 2004. At MARL, prices of Ornamental Ferns also increased.

International Trade: Trade balance was positive in 2005, since total export value, 16.7 million euros, largely exceeded that of imports (2.8 million euros). The major destination countries were Spain (73%), Italy (12%) and the Netherlands (10%). The major suppliers of the Portuguese market were the Netherlands (68%) and Spain (12%).

Outlook: No significant changes are expected in foliage production.

FOLHAGENS | FOLIAGE

FOLHAGENS • FOLIAGE
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Espargo Ornamental/ <i>Tree fern</i>	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	F	F
Feto Ornamental/ <i>Ornamental fern</i>	M	M	M	M	M	M	M	M	M	F	F	M
Feto Ming/ <i>Ming fern</i>	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
Aspidistra/ <i>Aspidistra</i>	M	M	M	M	f	f	f	f	M	M	M	M
Sprengeri/ <i>Sprengeri</i>	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M
Flor de Cera/ <i>Wax flower</i>	M	M	F	F	M	M						
Eucaliptos/ <i>Eucalyptus</i>	M	M						M	M	M	M	M

F Oferta Forte *Good Supply* **M** Oferta Média *Moderate Supply* **f** Oferta Fraca *Poor Supply*

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



FETO ORNAMENTAL
ORNAMENTAL FERN
 Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 15 EUR/Bunch 15		
Jan/Jan	1.88	2.50	33
Fev/Feb	2.50	2.50	0
Mar/Mar	2.50	2.50	0
Abr/Apr	2.50	2.50	0
Mai/May	2.50	2.50	0
Jun/Jun	2.50	2.50	0
Jul/Jul	2.75	2.50	-9
Ago/Aug	2.08	2.50	20
Set/Sep	2.13	2.50	17
Out/Oct	2.50	2.50	0
Nov/Nov	2.50	2.50	0
Dez/Dec	2.50	2.50	0

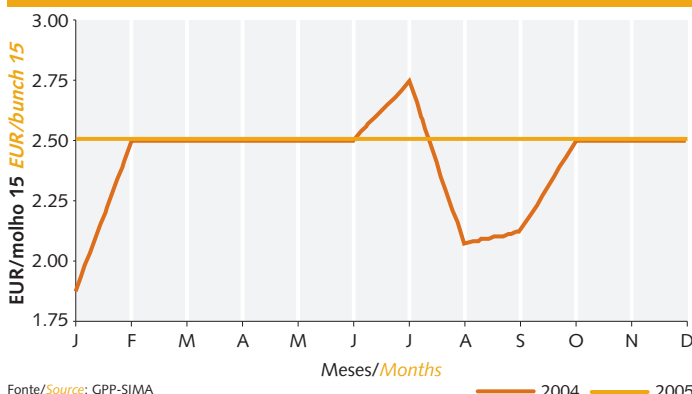
FETO ORNAMENTAL
ORNAMENTAL FERN
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 15 EUR/Bunch 15		
Jan/Jan	2.00	2.14	7
Fev/Feb	2.00	2.44	22
Mar/Mar	2.00	2.50	25
Abr/Apr	2.00	2.47	24
Mai/May	2.00	2.19	10
Jun/Jun	2.00	2.00	0
Jul/Jul	2.00	2.00	0
Ago/Aug	2.00	2.19	10
Set/Sep	2.00	2.25	13
Out/Oct	2.09	2.25	8
Nov/Nov	2.25	2.25	0
Dez/Dec	2.25	2.25	0

Fonte/Source: GPP-SIMA

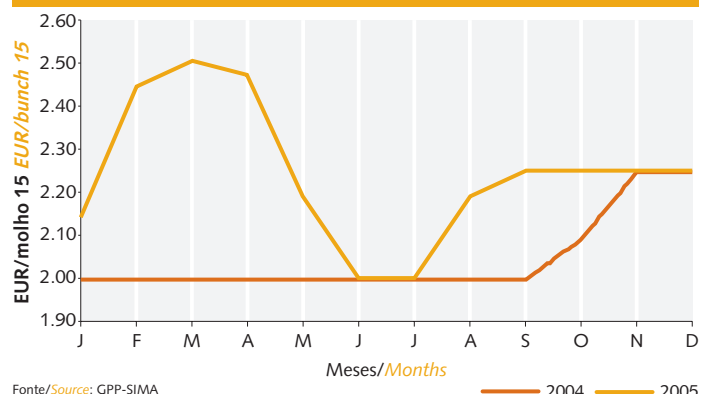
Fonte/Source: GPP-SIMA

FETO ORNAMENTAL • ORNAMENTAL FERN
 Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

FETO ORNAMENTAL • ORNAMENTAL FERN
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



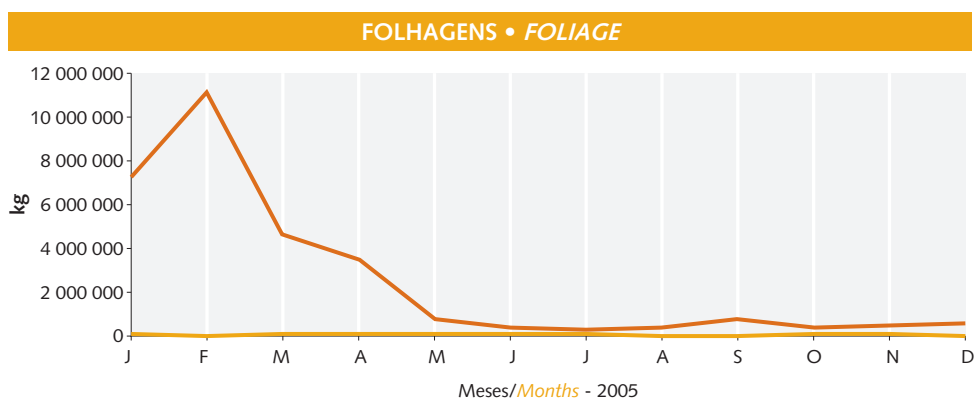
Fonte/Source: GPP-SIMA

FOLHAGENS | FOLIAGE



FOLHAGENS • FOLIAGE					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	Kg	EUR	DESTINO DESTINATION	Kg	EUR
ÁFRICA DO SUL SOUTH AFRICA	27 873	136 980	ALEMANHA GERMANY	122 817	366 300
ALEMANHA GERMANY	27 913	54 100	BÉLGICA BELGIUM	40 416	168 191
BÉLGICA BELGIUM	3 919	33 986	ESPANHA SPAIN	23 332 520	12 176 834
BRASIL BRAZIL	1 775	9 093	FRANÇA FRANCE	54 337	89 848
DINAMARCA DENMARK	22	589	ITÁLIA ITALY	5 535 058	2 072 619
CHINA CHINA	1 897	13 314	PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	1 113 493	1 728 424
EQUADOR ECUADOR	485	2 768	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	402 504	152 011
ESPANHA SPAIN	122 343	330 404	OUTROS OTHERS	84	484
FILIPINAS PHILIPPINES	4 725	16 047			
FRANÇA FRANCE	28 576	96 237			
ÍNDIA INDIA	57 387	151 618			
ITÁLIA ITALY	12 194	26 310			
MALÁSIA MALAYSIA	8 800	5 308			
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	381 580	1 913 354			
VENEZUELA VENEZUELA	5 057	10 055			
ZIMBABUE ZIMBABWE	1 250	5 886			
TOTAL	685 796	2 806 049	TOTAL	30 601 229	16 754 711

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports — Saída • Exports

Família | Family: **Compositae****GERBERA | GERBERA**

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 41 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Produção: 44,3 milhões de hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Áreas de Mercado mais Representativas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra e Leiria, na Beira Litoral, e Península de Setúbal.

Variedades: Apricot Lady, Armani, Atalaia, Átila, Barbara, Barones, Cabana, Chateau, Cameron, Dalma, Dino, Essence, Ladosa, Maria, Margarita, Maoushka, Melody, Oranglant, Ornella, Pallas, Presley, Sandy, Sangria, Sardis, Setúbal, Tamara, Tanamera, Vino, White Giant. **Gerbera-mini:** Aspy, Bianchi, Dark Lily, Energy, Harmony, Goldy.

Factores Relevantes na Produção: A campanha em 2005 foi caracterizada por uma quebra na produção, bem como na qualidade da flor, o que se deveu sobretudo a condicionalismos climáticos, nomeadamente a seca e temperaturas elevadas. No que respeita à área plantada, houve um aumento na região de Entre-Douro-e-Minho. De uma maneira geral a oferta equilibrou a procura, com excepção dos meses de Maio e Junho, em Aveiro, em que houve situações de inutilização do produto, por excesso de oferta.

Comercialização: A comercialização de Gerbera decorre ao longo de todo o ano, com picos mais intensos entre Maio e Agosto, altura em que a procura é mais animada (dia da Mãe, primeiras comunhões, romarias e festividades de Verão) e Novembro e Dezembro (Fieis Defuntos e Natal). O seu escoamento processa-se essencialmente pela venda directa, quer a floristas, quer a grossistas e também em feiras e mercados regionais. Alguns produtores transaccionam o seu produto no MARL e no Mercoflores, directamente ou através de intermediários.

Preços: Os preços da Gerbera variaram ao longo do ano, sendo, normalmente, mais elevados nos meses mais frios (Outono e Inverno) e mais baixas em períodos de aumento da produção, que coincidem com meses de temperatura mais elevada e maior luminosidade. Os preços na produção no Entre-Douro-e-Minho foram, em média, superiores aos registados na Península de Setúbal e os preços no Mercoflores também foram superiores aos observados no MARL. Relativamente a 2004, tanto os preços na produção, como os preços nos Mercados Abastecedores foram superiores nos primeiros 7 meses de 2005 e inferiores nos últimos 5 meses.

Comércio Internacional: Não existem dados oficiais do comércio internacional para a Gerbera, pois esta não se encontra individualizada na Nomenclatura Combinada.

Perspectivas: Para além da plantação em áreas de cultivo tradicional no solo e o de cultura em vaso, existem já algumas áreas de cultura em substrato (hidroponia), permitindo um melhor controlo na quantidade, qualidade, sanidade e rentabilidade, satisfazendo as exigências da procura e fazendo face à concorrência de produto vindo do exterior.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 41 ha (INE, Flower growing survey - 2002)

Output: 44.3 million stems (INE, Flower growing survey - 2002)

Most Representative Market Areas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra and Leiria, in Beira Litoral, and Península de Setúbal.

Varieties: Apricot Lady, Armani, Atalaia, Átila, Barbara, Barones, Cabana, Chateau, Cameron, Dalma, Dino, Essence, Ladosa, Maria, Margarita, Maoushka, Melody, Oranglant, Ornella, Pallas, Presley, Sandy, Sangria, Sardis, Setúbal, Tamara, Tanamera, Vino, White Giant. **Gerbera Mini:** Aspy, Bianchi, Dark Lily, Energy, Harmony, Goldy.

Relevant Production Factors: Output fell in 2005 and flower quality also decreased. This was mostly due to weather conditions, namely drought and high temperatures. Planted area increased in Entre-Douro-e-Minho. In general, supply and demand were balanced, except in May and June, in Aveiro, when surplus supply led to unused production.

Marketing: Gerbera is traded all year long, peaking between May and August, when demand is livelier (Mother's Day, first communions, summer processions and festivities) and between November and December (All Souls' Day and Christmas). These flowers are for the most part sold directly, both to florists and wholesalers and also in regional fairs and markets. Some producers also sell their production at the Lisbon Wholesale Market (MARL) and at the Porto Wholesale Flower Market (Mercoflores), either directly or through intermediaries.

Prices: Gerbera prices varied throughout the year, peaking during the colder autumn and winter months and plunging when production increases, during the warmer, sunnier months. Producer prices in Entre-Douro-e-Minho were on average higher than in Península de Setúbal and at Mercoflores they were also higher than at MARL. Both producer and wholesale prices went up from 2004 during the first seven months of 2005, but after that they fell and were always lower for the rest of the year.

International Trade: There are no official external trade data for Gerbera, since it is not singled out in the Combined Nomenclature.

Outlook: In addition to plantation in traditional cultivation areas, whether directly in the soil or in vases, there are already some hydroponic areas, which enable better control of quantity, quality and health, as well as higher profitability, while meeting demand requirements and thus competing with foreign flowers.

GERBERA | GERBERA

Família | Family: **Compositae**



GERBERA • GERBERA
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

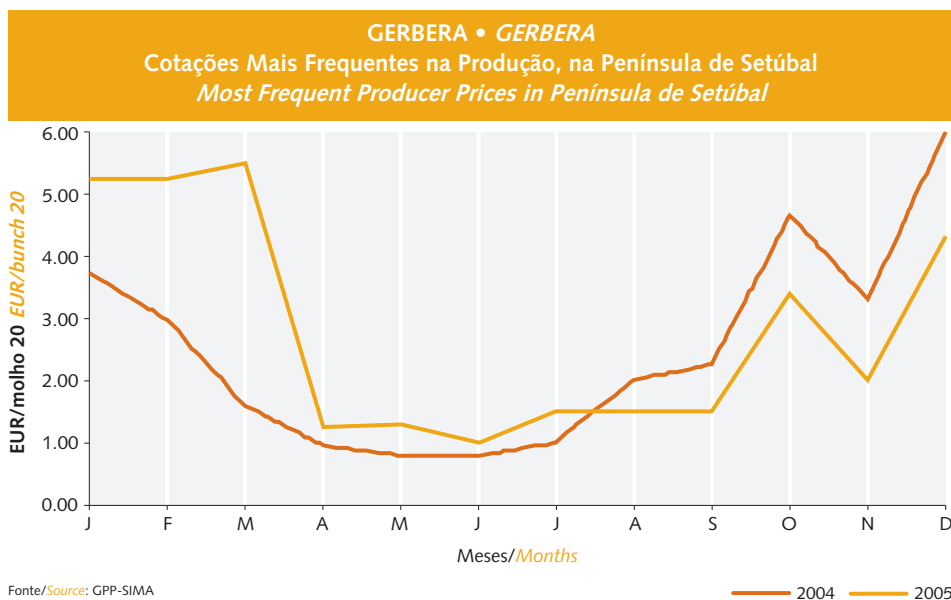
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
E.-Douro-e-Minho	f f	f f	M M	M M	F F	F F	F F	F F	F F	M M	M M	f f
Beira Litoral	f f	f f	f M	M F	F F	F F	F F	F F	F F	M M	M f	f f
Península de Setúbal	f f	f f	f M	F F	F F	F F	F F	M M	M M	M M	M M	f f

F Oferta Forte
Good Supply
 M Oferta Média
Moderate Supply
 f Oferta Fraca
Poor Supply

GERBERA • GERBERA
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20		
Jan/Jan	3.75	5.25	40
Fev/Feb	3.00	5.25	75
Mar/Mar	1.60	5.50	244
Abr/Apr	0.98	1.25	28
Mai/May	0.80	1.30	63
Jun/Jun	0.80	1.00	25
Jul/Jul	1.00	1.50	50
Ago/Aug	2.00	1.50	-25
Set/Sep	2.25	1.50	-33
Out/Oct	4.67	3.40	-27
Nov/Nov	3.30	2.00	-39
Dez/Dec	6.00	4.33	-28

Fonte/Source: GPP-SIMA



Fonte/Source: GPP-SIMA

Família | Family: **Compositae**

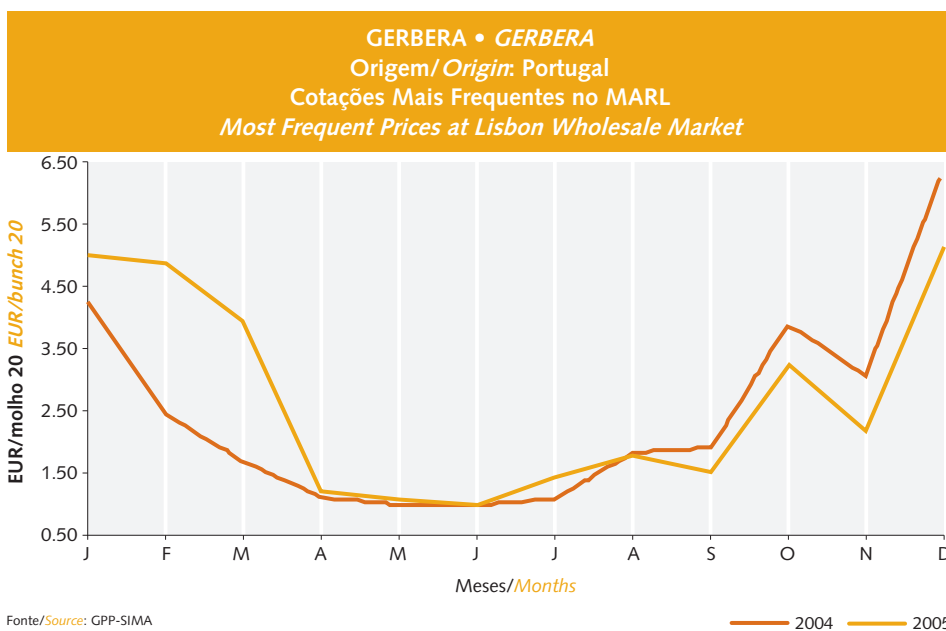
GERBERA | GERBERA

GERBERA • GERBERA Origem/Origin: Portugal Cotações Mais Frequentes no MARL Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market			
MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20		
Jan/Jan	4.27	5.00	17
Fev/Feb	2.42	4.88	102
Mar/Mar	1.68	3.95	135
Abr/Apr	1.13	1.22	8
Mai/May	1.00	1.06	6
Jun/Jun	1.00	1.00	0
Jul/Jul	1.09	1.41	29
Ago/Aug	1.81	1.76	-3
Set/Sep	1.89	1.50	-21
Out/Oct	3.88	3.25	-16
Nov/Nov	3.06	2.17	-29
Dez/Dec	6.43	5.14	-20

Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



GLADIÓLO | *GLADIOLUS**Gladiolus* • Família | Family: Iridaceae

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 44 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Produção: 17 milhões de hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Áreas de Mercado mais Representativas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra e Leiria, na Beira Litoral, Península de Setúbal e Campina de Faro-Olhão (Algarve).

Variiedades: Adagio, Amsterdan, Cartago, Chinon, Duram, Esta Bonita, Friendship, Year Yellow, Godness, Gold Morning, Green Star, Hunting Song, Jacksonville, Jewel, Mascani, Peter Pears, Rose Supreme, Sancerre, White Friendship, White Godness.

Factores Relevantes na Produção: O Gladiólo é uma bulbosa anual muito exigente em calor, humidade e luminosidade, ressentindo-se com as baixas temperaturas e com as geadas. Em Portugal planta-se ao ar livre (Primavera/Verão) e em estufa (durante todo o ano), sendo este último modo de produção, o predominante. A campanha em 2005 foi caracterizada por uma quebra na produção, bem como na qualidade da flor, o que se deveu sobretudo a condicionamentos meteorológicos, nomeadamente a seca e as temperaturas elevadas. No que respeita à área plantada, houve uma acentuada quebra, relativamente ao ano anterior, na área de mercado de Aveiro, enquanto que em Alvaiázere, houve uma ligeira diminuição, mas apenas na área em ar livre. O Algarve é a região mais importante na produção de Gladiólo devido às suas condições de temperatura amena e elevada luminosidade. Nesta região a cultura está concentrada na Campina de Faro-Olhão e o produto é comercializado, na quase totalidade, nos Mercados Abastecedores de Lisboa (MARL) e do Porto (Mercoflores).

Comercialização: Efectua-se ao longo de todo o ano, mas com picos nos períodos em que a procura é mais animada, coincidindo com a Páscoa, Dia de Finados, Natal e outras festas religiosas. Um número significativo de produtores vende o seu produto directamente a floristas e grossistas e também em mercados regionais e feiras. Alguns produtores transaccionam o seu produto no MARL e no Mercoflores, directamente ou através de intermediários. Outros estão a enveredar pela prestação de serviços em ornamentações de festividades. Verificou-se a expedição de algumas quantidades de Gladiólo para o mercado espanhol, sobretudo em explorações do Alto Minho.

Preços: Os preços oscilaram ao longo do ano, atingindo valores mais elevados em meses de menor oferta, isto é, no Inverno e também em períodos de maior procura, que coincidiram com romarias, festividades de Verão, Páscoa, Dia da Mãe, Dia dos Fiéis Defuntos e Natal. Tanto no mercado de produção da Península de Setúbal, como no MARL e no Mercoflores, registou-se uma valorização do Gladiólo, face à campanha anterior. No Entre-Douro-e-Minho, em média, os preços na produção desceram, relativamente a 2004, e foram inferiores aos registados na Península de Setúbal.

Comércio Internacional: Em 2005, Portugal adquiriu ao exterior cerca de 36 mil euros de Gladiólos (80 mil hastes), provenientes de Espanha (79%) e Países Baixos.

Perspectivas: Manutenção da área de cultura em ar livre e ligeiros aumentos da área em regime de estufa. Melhoria tecnológica, em especial na selecção das variedades e cores, com o objectivo de ir ao encontro das exigências de mercado.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 44 ha (INE, Flower growing survey - 2002)

Output: 17 million stems (INE, Flower growing survey - 2002)

Most Representative Market Areas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra and Leiria, in Beira Litoral, Península de Setúbal and Campina de Faro/Olhão.

Varieties: Adagio, Amsterdan, Cartago, Chinon, Duram, Esta Bonita, Friendship, Year Yellow, Godness, Gold Morning, Green Star, Hunting Song, Jacksonville, Jewel, Mascani, Peter Pears, Rose Supreme, Sancerre, White Friendship, White Godness.

Relevant Production Factors: Gladioli are annual bulbous plants, very demanding in terms of heat, moisture and light, suffering from low temperatures and frost. In Portugal, they are grown outdoors (spring/summer) and indoors (all year long), but indoor production prevails. In 2005, output fell and flower quality also decreased. This was mostly due to weather conditions, namely drought and high temperatures. At the Aveiro market area, there was also a steep fall in planted area from the previous year, whereas at Alvaiázere, there was a slight decrease in outdoor area only. The Algarve is the most important producing region, due to its weather conditions of mild temperatures and high sunlight levels. In this region, Gladioli are cultivated mostly at Campina de Faro/Olhão and they are almost entirely marketed at the Lisbon and Porto wholesale markets (MARL and Mercoflores, respectively).

Marketing: Gladioli are marketed throughout the year, peaking when demand is livelier, coinciding with festivities such as Easter, All Saints Day, Christmas and other religious holidays. A significant number of producers sell their flowers directly to florists and wholesalers and also in regional markets and fairs. Other producers sell their production at the Lisbon Wholesale Market (MARL) and at the Porto Wholesale Flower Market (Mercoflores), either directly or through middlemen. Still others are now starting to provide decoration services in festivities. Some gladioli were dispatched to the Spanish market, especially from Alto Minho holdings.

Prices: Prices fluctuated throughout the year, peaking when supply fell, that is in winter and at times of higher demand, such as processions, summer festivities, Easter, Mother's Day, All Souls' Day and Christmas. Both in the Península de Setúbal producer market and in wholesale markets (MARL and Mercoflores), prices were up from the previous year. In Entre-Douro-e-Minho, producer prices were on average down from 2004 and were inferior to those in Península de Setúbal.

International Trade: In 2005, Portugal imported approximately 80 thousand stems, corresponding to 36 thousand euros, from Spain (79%) and the Netherlands.

Outlook: Outdoor area should remain the same and indoor area should increase slightly. Technology should improve, particularly in selecting varieties and colours, in order to meet market demands.

Gladiolus • Família | Family: Iridaceae

GLADIÓLO | GLADIOLUS

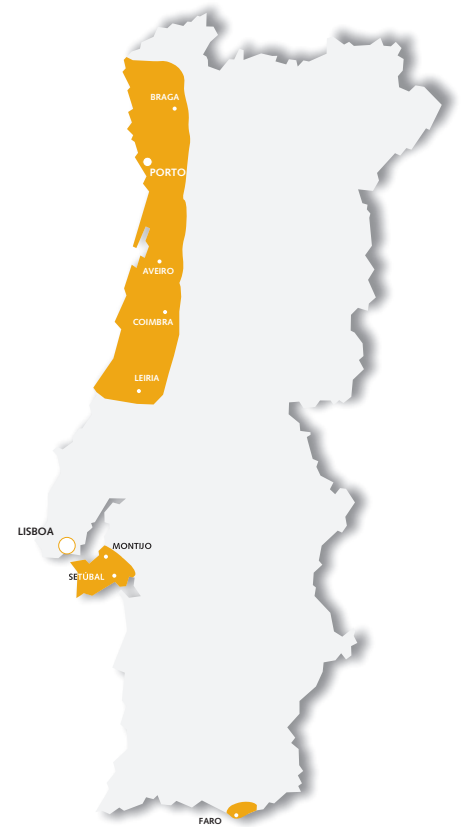
GLADIÓLO • GLADIOLUS
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
E.-Douro-e-Minho	f f			f f	M M	F F	F F	F F	M M	M M	M M	f f
Beira Litoral	f f	f f	f M	M M	F F	F M	M M	F F	M M	F F	F M	M f
Península de Setúbal	f f	f f	f M	M M	F F	F F	F F	F F	F F	F f	f f	f f

F Oferta Forte / Good Supply **M** Oferta Média / Moderate Supply **f** Oferta Fraca / Poor Supply

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



GLADIÓLO • GLADIOLUS
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 10 / EUR/Bunch 10		
Jan/Jan	4.88	6.00	23
Fev/Feb	4.75	6.50	37
Mar/Mar	4.50	7.50	67
Abr/Apr	5.25	5.00	-5
Mai/May	3.75	3.90	4
Jun/Jun	2.75	2.75	0
Jul/Jul	2.50	2.00	-20
Ago/Aug	3.00	2.00	-33
Set/Sep	2.75	3.00	9
Out/Oct	3.67	4.30	17
Nov/Nov	4.00	2.00	-50
Dez/Dec	5.00	4.67	-7

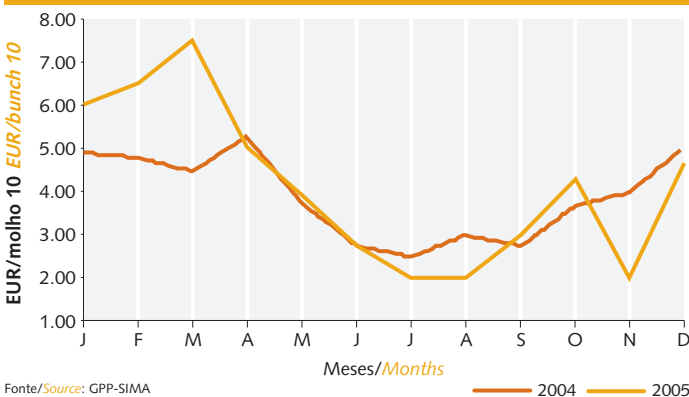
GLADIÓLO • GLADIOLUS
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 10 / EUR/Bunch 10		
Jan/Jan	5.27	5.83	11
Fev/Feb	4.42	7.00	58
Mar/Mar	4.96	7.00	41
Abr/Apr	5.00	4.00	-20
Mai/May	4.06	3.00	-26
Jun/Jun	2.95	3.13	6
Jul/Jul	2.69	3.00	12
Ago/Aug	2.94	3.00	2
Set/Sep	3.61	3.25	-10
Out/Oct	3.31	3.81	15
Nov/Nov	4.00	3.28	-18
Dez/Dec	5.00	5.43	9

Fonte/Source: GPP-SIMA

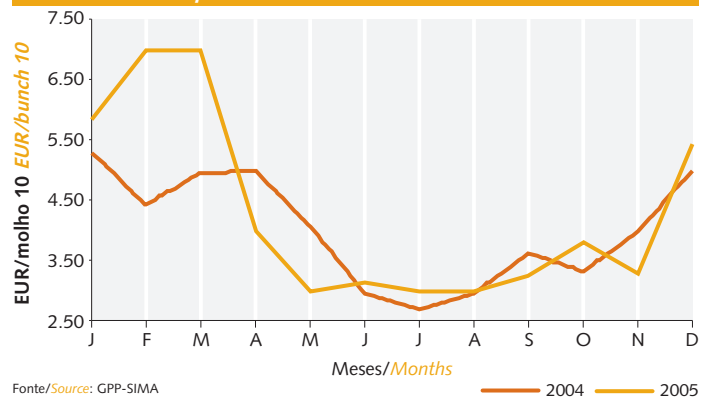
Fonte/Source: GPP-SIMA

GLADIÓLO • GLADIOLUS
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

GLADIÓLO • GLADIOLUS
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

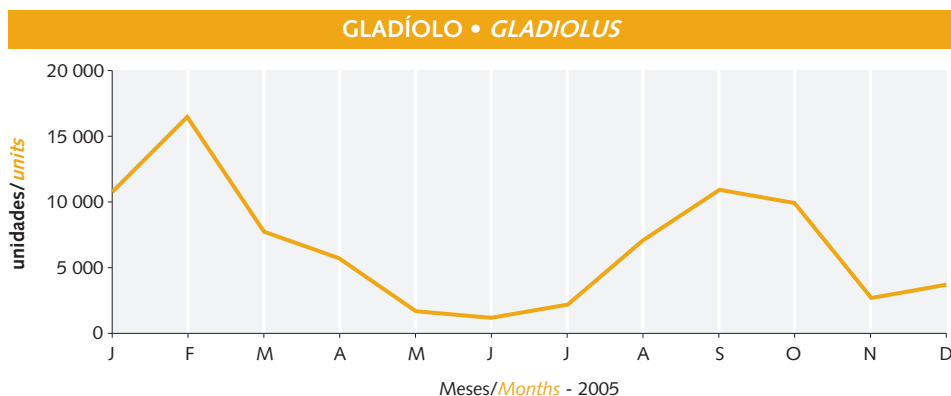
GLADIÓLO | *GLADIOLUS*

Gladiolus • Família | Family: *Iridaceae*



GLADIÓLO • <i>GLADIOLUS</i>					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	Unidades Units	EUR	DESTINO DESTINATION	Unidades Units	EUR
ESPAÑA SPAIN	60 072	28 546			
PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	20 030	7 373			
TOTAL	80 102	35 919			

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports



Lilium • Família | Family: Liliaceae

LILIUM | LILIES

CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 55 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Produção: 16 milhões de hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Áreas de Mercado mais Representativas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Coimbra e Leiria, na Beira Litoral e Península de Setúbal.

Variedades: Acapulco, Allasca, Amendola, Aktiva, Brunello, Casa Blanca, Cassandra, Castello, Conamur, Cordélia, Giant, Eleganza, Elite, Madras, Mediterrane, Menton, Mona Lisa, Monterrosa, Navarra, Navona, Optimist, Printal, Rodela, Royal Sunset, Royal Trinity, Samur, Sancerre, Siberia, Sorbonne, Solemio, Starfigter, Stargazer, Toronto, White Stargazer.

Factores Relevantes na Produção: A produção de Lilium efectua-se ao longo do ano, sendo mais acentuada entre Maio e Agosto, correspondendo aos meses em que a temperatura e a luminosidade são mais elevadas. As altas temperaturas que se fizeram sentir em 2005, bem como a falta de água, provocaram uma ligeira quebra na produção. A produtividade da cultura varia entre 30 a 50 hastes por m², atingindo valores mais elevados em Entre-Douro-e-Minho.

Comercialização: A comercialização de Lilium decorre ao longo do ano, com picos mais intensos nos períodos em que a procura é mais animada (dia da Mãe, primeiras comunhões, romarias e festividades de Verão) e Novembro e Dezembro (Fieis Defuntos e Natal). O seu escoamento processa-se essencialmente pela venda directa, quer a floristas, quer a grossistas e também em feiras e mercados regionais. Alguns produtores transaccionam o seu produto no MARL e no Mercoflores, directamente ou através de intermediários.

Preços: Nos mercados de produção da Península de Setúbal e de Entre-Douro-e-Minho os preços do Lilium Imperial oscilaram ao longo do ano, atingindo valores médios mais elevados nos meses de Janeiro, Fevereiro, Março e Dezembro e mais baixos nos meses de Abril, Maio e Junho. O nível médio de preços na produção na Península de Setúbal foi superior ao verificado no Entre-Douro-e-Minho. Relativamente a 2004, a variação do nível médio de preços foi reduzida nas duas áreas de mercado. No MARL e no Mercoflores o nível médio de preços do Lilium Imperial subiu, em relação a 2004. No que respeita ao Lilium Oriental, os preços desceram, em média, relativamente a 2004, quer no mercado de produção da Península de Setúbal, quer no MARL. No mercado de produção de Entre-Douro-e-Minho e no Mercoflores subiram.

Comércio Internacional: Não existem dados oficiais do comércio internacional para o liliú, pois este não se encontra individualizado na Nomenclatura Combinada.

Perspectivas: Diminuição da área de Lilium na Beira Litoral, nomeadamente na área de mercado de Coimbra, onde esta cultura está a ser substituída por hortícolas. Inversamente, noutras regiões, continua a apostar-se nesta cultura, em particular em novas variedades, mais produtivas e resistentes a pragas e doenças e com novas cores.



PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 55 ha (INE, Flower growing survey - 2002)

Output: 16 million stems (INE, Flower growing survey - 2002)

Most Representative Market Areas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra and Leiria, in Beira Litoral, and Península de Setúbal.

Varieties: Acapulco, Allasca, Amendola, Aktiva, Brunello, Casa Blanca, Cassandra, Castello, Conamur, Cordélia, Giant, Eleganza, Elite, Madras, Mediterrane, Menton, Mona Lisa, Monterrosa, Navarra, Navona, Optimist, Printal, Rodela, Royal Sunset, Royal Trinity, Samur, Sancerre, Siberia, Sorbonne, Solemio, Starfigter, Stargazer, Toronto, White Stargazer.

Relevant Production Factors: Lilies are produced all year long, particularly between May and August, when temperature and sunlight peak. High temperatures and lack of water in 2005 led to a slight output fall. Productivity ranges from 30 to 50 stems per square meter, reaching higher values in Entre-Douro-e-Minho.

Marketing: Lilies are traded all year long, peaking when demand is livelier (Mother's Day, first communions, summer processions and festivities) and between November and December (All Souls' Day and Christmas). These flowers are for the most part sold directly, both to florists and wholesalers and also in regional fairs and markets. Some producers sell their production at the Lisbon Wholesale Market (MARL) and at the Porto Wholesale Flower Market (Mercoflores), either directly or through middlemen.

Prices: In producer markets in Península de Setúbal and Entre-Douro-e-Minho, prices of Imperial Lilies fluctuated throughout the year, peaking during the first quarter and in December, and plunging in April through June. Average producer prices in Península de Setúbal were higher than in Entre-Douro-e-Minho. As compared to 2004, prices changed little in both market areas. At MARL and Mercoflores, average prices for Imperial Lilies were up from the previous year. As for Oriental Lilies, average prices fell from 2004 both in Península de Setúbal and at MARL. In Entre-Douro-e-Minho and at Mercoflores they went up.

International Trade: There are no official international trade data for Lilies, since they are not singled out in the Combined Nomenclature.

Outlook: A decrease in Lily area is expected in Beira Litoral, namely at the Coimbra market area, where Lilies are being replaced by vegetables. Conversely, other regions continue to invest in this flower, particularly in new varieties, more productive and resistant to pests and diseases, and with new colours.

LILIUM | LILIES

Lilium • Família | Family: Liliaceae



LILIUM • LILIES												
Calendário de Produção - Comercialização												
Production - Marketing Calendar												
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
E.-Douro-e-Minho			ff	MM	FF	FF	FF	FF	FF	MM	MM	ff
Beira Litoral	ff	ff	ff	MM	FF	FF	FF	MM	MF	FF	FM	ff
Península de Setúbal	ff	ff	ff	MM	FF	FF	FF	FF	ff	ff	Mf	ff

F Oferta Forte
M Oferta Média
f Oferta Fraca

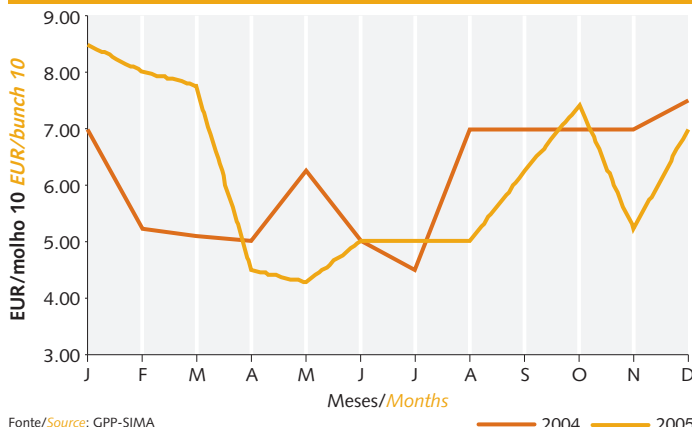
LILIUM COROA IMPERIAL IMPERIAL CROWN LILY			
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal			
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal			
MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 10 EUR/Bunch 10		
Jan/Jan	7.00	8.50	21
Fev/Feb	5.25	8.00	52
Mar/Mar	5.10	7.75	52
Abr/Apr	5.00	4.50	-10
Mai/May	6.25	4.30	-31
Jun/Jun	5.00	5.00	0
Jul/Jul	4.50	5.00	11
Ago/Aug	7.00	5.00	-29
Set/Sep	7.00	6.25	-11
Out/Oct	7.00	7.40	6
Nov/Nov	7.00	5.25	-25
Dez/Dec	7.50	7.00	-7

Fonte/Source: GPP-SIMA

LILIUM COROA ORIENTAL ORIENTAL CROWN LILY			
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal			
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal			
MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 5 EUR/Bunch 5		
Jan/Jan	8.00		
Fev/Feb	7.25		
Mar/Mar	7.00		
Abr/Apr	7.00	5.25	-25
Mai/May	6.75	5.10	-24
Jun/Jun	6.75	5.25	-22
Jul/Jul	5.25	5.00	-5
Ago/Aug	8.00	5.00	-38
Set/Sep	8.00	6.50	-19
Out/Oct	8.33	8.00	-4
Nov/Nov	7.60	8.00	5
Dez/Dec	8.00	8.00	0

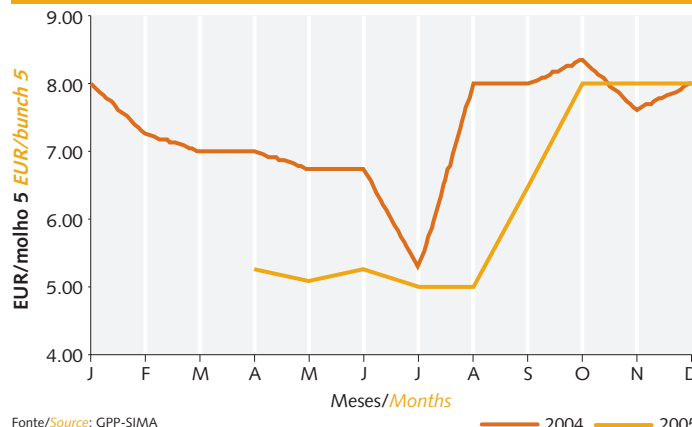
Fonte/Source: GPP-SIMA

LILIUM COROA IMPERIAL • IMPERIAL CROWN LILY
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

LILIUM COROA ORIENTAL • ORIENTAL CROWN LILY
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

LILIUM COROA IMPERIAL
IMPERIAL CROWN LILY
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 10 EUR/Bunch 10		
Jan/Jan	6.08	7.00	15
Fev/Fev	5.00	8.38	68
Mar/Mar	5.00	7.80	56
Abr/Apr	5.00	4.44	-11
Mai/May	5.00	4.22	-16
Jun/Jun	4.30	4.63	8
Jul/Jul	4.50	5.81	29
Ago/Aug	5.69	6.78	19
Set/Sep	6.83	6.63	-3
Out/Oct	6.75	6.13	-9
Nov/Nov	6.25	5.06	-19
Dez/Dec	7.57	5.86	-23

Fonte/Source: GPP-SIMA

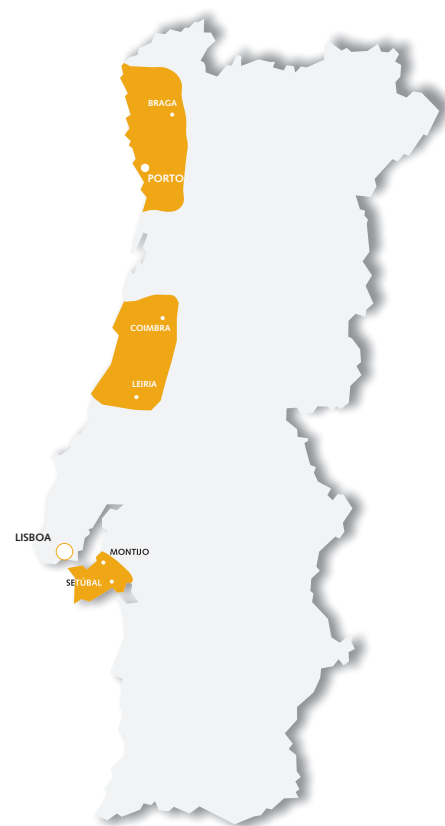
LILIUM COROA ORIENTAL
ORIENTAL CROWN LILY
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 5 EUR/Bunch 5		
Jan/Jan	5.17	5.00	-3
Fev/Fev	5.00	5.63	13
Mar/Mar	5.00	5.90	18
Abr/Apr	5.00	3.93	-21
Mai/May	4.63	3.00	-35
Jun/Jun	4.10	3.31	-19
Jul/Jul	4.00	3.69	-8
Ago/Aug	4.00	4.17	4
Set/Sep	4.06	4.44	9
Out/Oct	4.63	4.00	-14
Nov/Nov	4.25	4.00	-6
Dez/Dec	4.79	4.00	-16

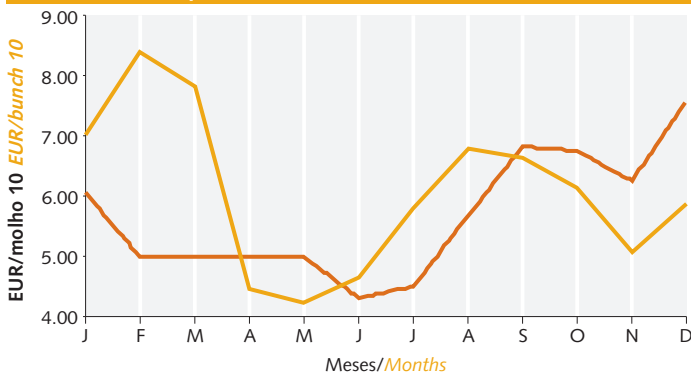
Fonte/Source: GPP-SIMA

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal

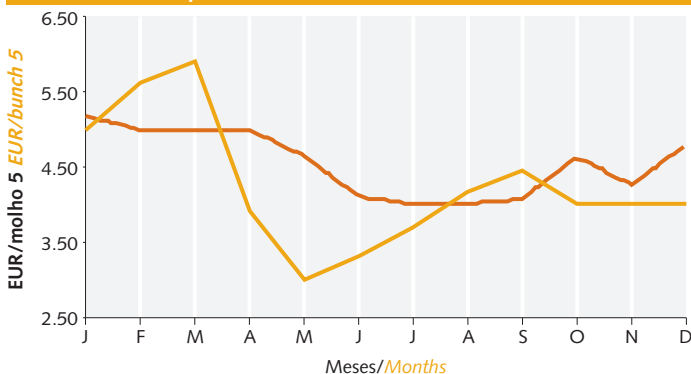


LILIUM COROA IMPERIAL • IMPERIAL CROWN LILY
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

LILIUM COROA ORIENTAL • ORIENTAL CROWN LILY
 Origem/Origin: Portugal
 Cotações Mais Frequentes no MARL
 Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

ROSA | ROSES

Rosa Spp • Família | Family: Rosaceae



CAMPANHA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO 2005

Área de Cultura: 69 ha (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Produção: 44 milhões de hastes (INE, Inq. Floricultura - 2002)

Áreas de Mercado mais Representativas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra e Leiria, na Beira Litoral, Península de Setúbal e Campina de Faro-Olhão (Algarve).

Varietades: Ambassador, Ariana, Akito, Astra, Bianca, Black Baccara, Black Magic, Cocktail, Dallas, Deedee, G. Gala, Gold Strike, Hocus Pocus, Leonidas, Nobless, Osiana, Pappilon, Passion, Rafaela, Royal Baccara, Sofia, Tinike, Vandala, Vendella, Vendela, Versilha, White Nobless.

Factores Relevantes na Produção: A oferta de Rosa foi abundante, desde Maio até ao fim do Verão, meses onde as condições de temperatura e de luminosidade foram favoráveis ao desenvolvimento da cultura. Na região de Entre-Douro-e-Minho, a seca, aliada às elevadas temperaturas, reflectiu-se na produção desta espécie, tanto em termos quantitativos como qualitativos. Na Beira Litoral, a produção tem vindo a crescer nos últimos anos, não só pelo incremento de área, mas também pela introdução de novas tecnologias de produção (poda e sistema de produção em substrato). Também a dimensão das explorações tem vindo a aumentar, a par do abandono da produção por parte dos floricultores mais pequenos.

Comercialização: Efectua-se ao longo do ano, com dois períodos nucleares, Abril-Maio e Outubro-Dezembro. Esta espécie, tal como as outras flores de corte, tem muita procura em diversas festividades (Páscoa, festas de Verão, Fieis Defuntos e Natal), mas distingue-se pelo facto de ter um consumo preferencial no dia da Mãe e no dia de S. Valentim. O seu escoamento processa-se essencialmente pela venda directa, quer a floristas, quer a grossistas e também em feiras e mercados regionais. Alguns produtores transaccionam o seu produto no MARL e no Mercoflores, directamente ou através de intermediários. A Rosa algarvia destina-se, na quase totalidade, à exportação, sendo pequena a quantidade comercializada nos Mercados Abastecedores.

Preços: Em 2005, os preços oscilaram ao longo do ano, mas, no geral, foram mais elevados nos meses de Janeiro, Fevereiro, Março e Dezembro. Os preços na produção na Península de Setúbal foram, em média, superiores aos de 2004 e aos registados no Entre-Douro-e-Minho. Nesta última área de mercado, assim como no Mercoflores, o nível médio anual de preços foi idêntico ao de 2004. No MARL, registou-se uma ligeira subida.

Comércio Internacional: Em 2005 as compras ao exterior de Rosas totalizaram 14,2 milhões de unidades, no valor de 4,4 milhões de euros. Os principais fornecedores (em valor) foram os Países Baixos (66%), o Equador (16%), a África do Sul (6%), a Espanha (6%) e o Brasil (5%).

Perspectivas: A introdução de novas variedades e a melhoria das infraestruturas e das tecnologias de produção abrem boas perspectivas para o desenvolvimento da cultura de rosas.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

Crop Area: 69 ha (INE, Flower growing survey - 2002)

Output: 44 million stems (INE, Flower growing survey - 2002)

Most Representative Market Areas: Entre-Douro-e-Minho, Alvaiázere, Aveiro, Coimbra and Leiria, in Beira Litoral, Península de Setúbal and Campina de Faro/Olhão (Algarve).

Varieties: Ambassador, Ariana, Akito, Astra, Bianca, Black Baccara, Black Magic, Cocktail, Dallas, Deedee, G. Gala, Gold Strike, Hocus Pocus, Leonidas, Nobless, Osiana, Pappilon, Passion, Rafaela, Royal Baccara, Sofia, Tinike, Vandala, Vendella, Vendela, Versilha, White Nobless.

Relevant Production Factors: Rose supply was abundant from May until the end of summer, when temperature and sunlight conditions were favourable to plant growth. In Entre-Douro-e-Minho, drought, together with high temperatures, affected production, both in quality and in quantity. In Beira Litoral, output has been increasing over the last few years, not only due to the area increase, but also because new production technologies (pruning and hydroponics) were introduced. The size of farm holdings has also been increasing, as smaller rose growers are ceasing production.

Marketing: Roses are marketed throughout the year, peaking in April-May and in October-December. As other cut flowers, roses are in high demand during celebrations (Easter, summer festivities, All Souls' Day and Christmas), but particularly on Mother's Day and Valentine's Day. These flowers are for the most part sold directly, both to florists and wholesalers and also in regional fairs and markets. Some growers sell their Roses at the Lisbon Wholesale Market (MARL) and at the Porto Wholesale Flower Market (Mercoflores), either directly or through middlemen. Algarve's Roses are almost entirely destined for exports, and only a small part is traded at wholesale markets.

Prices: In 2005, rose prices fluctuated throughout the year, but in general they were higher in the first quarter and in December. Producer prices in Península de Setúbal were on average up from 2004 and also higher than in Entre-Douro-e-Minho. In this region and at Mercoflores average prices were similar to 2004. At MARL, prices increased slightly.

International Trade: In 2005, imports of Roses totalled 14.2 million units, corresponding to 4.4 million euros. Our major suppliers were the Netherlands (66% in value), Ecuador (16%), South Africa (6%), Spain (6%) and Brazil (5%).

Outlook: The introduction of new varieties and the improvement of infrastructures and technologies provide good prospects for the development of this crop.



Rosa Spp • Família | Family: Rosaceae

ROSA | ROSES

ROSA • ROSES
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
E.-Douro-e-Minho	f f	f f	f f	M M	F F	F F	F F	F F	F F	M M	M M	f f
Beira Litoral	f f	f f	f f	M F	F F	F F	F F	F F	M M	M M	M f	f f
Península de Setúbal	f f	f f	f M	F F	F F	M M	M M	M M	M M	M M	M M	f f

F Oferta Forte
Good Supply
M Oferta Média
Moderate Supply
f Oferta Fraca
Poor Supply

Distribuição geográfica das principais zonas de produção

Geographic distribution of the main production areas in Portugal



ROSA • ROSES
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 20 EUR/Bunch 20	EUR/Bunch 20	
Jan/Jan	7.75	9.75	26
Fev/Feb	9.00	13.75	53
Mar/Mar	8.00	11.25	41
Abr/Apr	7.00	8.00	14
Mai/May	6.00	6.80	13
Jun/Jun	6.00	6.00	0
Jul/Jul	6.00	5.00	-17
Ago/Aug	5.70	5.00	-12
Set/Sep	5.75	6.00	4
Out/Oct	6.33	8.00	26
Nov/Nov	7.00	7.00	0
Dez/Dec	8.50	9.67	14

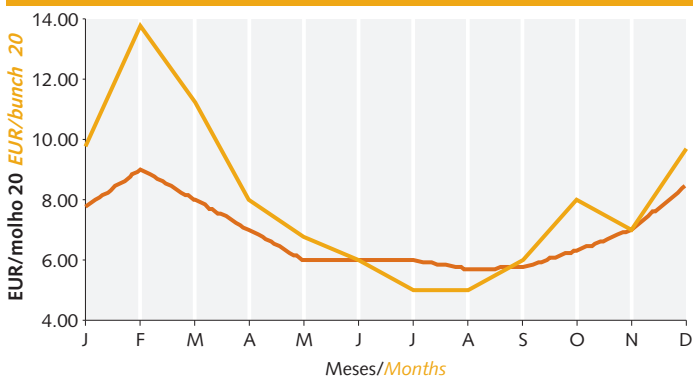
ROSA • ROSES
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market

MESES MONTHS	2004	2005	Var. 2005/04 %
	EUR/Molho 10 EUR/Bunch 10	EUR/Bunch 10	
Jan/Jan	8.77	8.78	0
Fev/Feb	10.63	10.75	1
Mar/Mar	7.50	11.95	59
Abr/Apr	6.75	5.00	-26
Mai/May	5.00	5.22	4
Jun/Jun	4.40	4.50	2
Jul/Jul	5.00	4.75	-5
Ago/Aug	5.00	5.00	0
Set/Sep	5.56	5.00	-10
Out/Oct	5.13	5.50	7
Nov/Nov	5.63	5.67	1
Dez/Dec	8.00	7.57	-5

Fonte/Source: GPP-SIMA

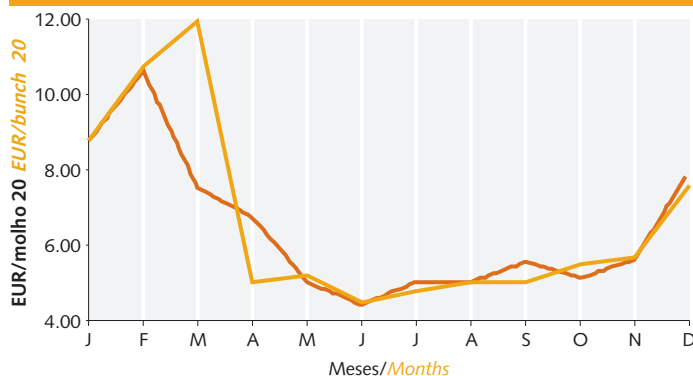
Fonte/Source: GPP-SIMA

ROSA • ROSES
Cotações Mais Frequentes na Produção, na Península de Setúbal
Most Frequent Producer Prices in Península de Setúbal



Fonte/Source: GPP-SIMA

ROSA • ROSES
Origem/Origin: Portugal
Cotações Mais Frequentes no MARL
Most Frequent Prices at Lisbon Wholesale Market



Fonte/Source: GPP-SIMA

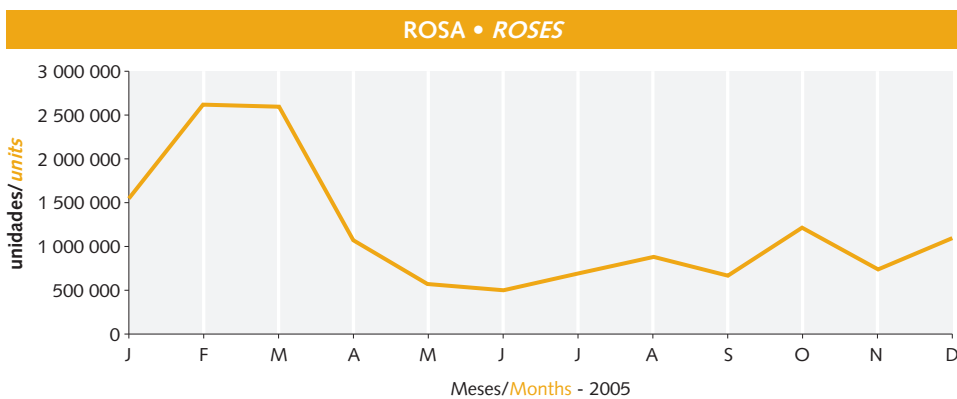
ROSA | *ROSES*

Rosa Spp • Família | *Family*: Rosaceae



ROSA • ROSES					
ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
ORIGEM ORIGIN	Unidades Units	EUR	DESTINO DESTINATION	Unidades Units	EUR
ÁFRICA DO SUL <i>SOUTH AFRICA</i>	1 383 538	283 232	ESPANHA <i>SPAIN</i>	5 560	3 453
BÉLGICA <i>BELGIUM</i>					
BRASIL <i>BRAZIL</i>	1 742 747	234 971			
COLÔMBIA <i>COLOMBIA</i>					
EQUADOR <i>ECUADOR</i>	2 206 553	681 012			
ESPANHA <i>SPAIN</i>	708 291	269 855			
MALÁVI <i>MALAWI</i>	14 799	2 946			
PAÍSES BAIXOS <i>NETHERLANDS</i>	8 146 977	2 907 656			
TOTAL	14 202 905	4 379 672	TOTAL	5 560	3 453

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

— Entrada • Imports

- **Comércio Internacional Português de Plantas Vivas,
Flores e Folhagens**

• *Portuguese Foreign Trade in Live Plants,
Flowers and Foliage*

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS (1000 Unidades)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE (1000 Units)

PRODUTO PRODUCT	2001		2002		2003		2004		2005*	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
BOLBOS GLADIÓLOS GLADIOLUS BULBS	14 001.0	-	13 755.1	367.0	15 872.0	370.6	12 981.4	653.0	13 006.2	7.2
BOLBOS JACINTOS HYACINTH BULBS	459.0	-	558.1	-	988.9	-	1 589.3	-	773.3	-
BOLBOS NARCISOS NARCISSUS BULBS	876.7	-	758.6	-	881.1	-	862.8	-	826.3	-
BOLBOS TÚLIPAS TULIP BULBS	4 967.4	-	3 990.2	22.2	4 328.5	51.2	4 770.6	101.0	4 743.0	-
CRAVOS CARNATIONS	3 504.0	3 593.3	2 529.7	10 814.0	3 482.1	12 736.2	2 606.4	14 686.0	1 118.0	2.8
CRISÂNTEMOS CHRYSANTHEMUMS	9 350.8	-	9 641.9	3.1	10 571.3	0.8	10 689.7	-	9 179.3	-
GLADIÓLOS GLADIOLUS	88.8	0.1	139.8	-	134.8	0.5	141.0	20.0	80.1	-
ORQUÍDEAS ORCHIDS	1 291.4	355.7	1 154.9	148.0	1 397.6	313.2	1 700.0	169.0	1 311.1	49.8
ROSAS ROSES	14 690.1	0.3	15 334.0	4.6	16 889.6	1.3	14 403.1	1.0	14 202.9	5.6
ROSEIRAS ROSE PLANTS	493.2	0.0	739.4	10.4	294.8	0.0	882.3	0.0	455.8	0.6

Fonte/Source: I.N.E. (*Dados provisórios/Provisional data)

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS (Toneladas)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE (Tonnes)

PRODUTO PRODUCT	2001		2002		2003		2004		2005*	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
BOLBOS EM FLOR BLOSSOMING BULBS	54.4	0.0	89.4	26.4	163.8	-	508.5	137.8	234.9	293.7
OUTROS BOLBOS OTHER BULBS	1 428.3	710.3	1 746.9	228.3	1 747.6	297.5	1 908.7	220.3	1 901.0	66.3
ESTACAS E ENXERTOS SLIPPING AND GRAFTING	531.6	125.3	850.4	127.8	604.1	160.9	412.9	711.1	476.5	843.1
FLORES E SEUS BOTÕES FLOWERS AND THEIR BUDS	1 693.0	118.0	1 819.7	228.2	1 757.9	300.5	1 774.2	1 440.6	1 301.4	1 469.4
OUTRAS PLANTAS VIVAS OTHER LIVE PLANTS	8 130.0	4 958.0	8 930.8	5 513.5	10 387.6	4 854.4	13 142.5	4 621.9	11 627.8	4 375.1
PLANTAS DE INTERIOR INTERIOR PLANTS	5 225.3	594.0	6 801.2	1 628.6	6 851.2	1 712.0	6 777.2	1 537.7	5 911.7	2 081.2
RODODENDROS E AZÁLEAS RHODODENDRONS AND AZALEAS	288.7	-	295.0	-	354.4	-	307.9	-	290.3	-
FOLHAGENS FOLIAGE	638.2	147.6	770.5	826.4	881.6	735.6	810.3	30 068.7	690.1	30 601.2

Fonte/Source: I.N.E. (*Dados provisórios/Provisional data)

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | PORTUGUESE FOREIGN TRADE

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS (EUR)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE (EUR)

PRODUTO PRODUCT	2 0 0 1		2 0 0 2		2 0 0 3		2 0 0 4		2 0 0 5*	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
BOLBOS EM FLOR BLOSSOMING BULBS	560 277	13	754 162	74 081	934 355	-	1 378 414	734 374	1 128 156	869 439
BOLBOS GLADIÓLOS GLADIOLUS BULBS	601 310	-	737 930	27 547	750 883	24 171	663 169	41 306	826 035	3 797
BOLBOS JACINTOS HYACINTH BULBS	58 498	-	61 039	-	244 426	-	291 738	-	127 287	-
BOLBOS NARCISOS NARCISSUS BULBS	54 951	-	46 226	-	54 827	-	55 241	-	57 158	-
BOLBOS TÚLIPAS TULIP BULBS	415 367	-	316 568	2 842	305 192	6 439	331 110	13 057	567 377	-
OUTROS BOLBOS OTHER BULBS	3 378 887	1 104 613	3 469 138	678 946	4 550 608	817 236	4 078 394	475 414	3 356 977	117 092
CRAVOS CARNATIONS	330 857	884 735	450 763	2 437 175	446 133	2 613 330	243 553	2 891 155	153 338	3 618
CRISÂNTEMOS CHRYSANTHEMUMS	2 469 050	-	2 814 539	3 950	2 944 688	202	2 726 117	-	2 920 424	-
ESTACAS E ENXERTOS SLIPPING AND GRAFTING	2 431 685	3 794 138	3 263 398	4 008 411	2 787 923	3 747 464	1 309 957	3 588 449	1 937 837	4 235 233
FLORES E SEUS BOTÕES FLOWERS AND THEIR BUDS	10 683 928	538 186	11 202 201	785 518	11 376 216	767 676	9 449 053	1 811 607	7 466 607	1 510 159
GLADIÓLOS GLADIOLUS	26 666	11	47 652	-	48 378	710	44 602	4 578	35 919	-
ORQUÍDEAS ORCHIDS	1 536 092	72 274	1 201 975	25 705	1 515 628	58 192	1 612 919	33 712	1 520 931	11 519
OUTRAS PLANTAS VIVAS OTHER LIVE PLANTS	8 541 027	6 822 531	8 899 852	7 106 998	9 385 665	8 195 920	12 150 385	7 575 159	10 519 500	7 959 574
PLANTAS DE INTERIOR INTERIOR PLANTS	16 251 848	2 770 654	20 831 557	4 297 652	20 620 726	4 722 073	20 113 023	4 303 578	18 139 914	4 815 048
RODODENDROS E AZÁLEAS RHODODENDRONS AND AZALEAS	327 599	-	477 150	-	497 608	-	455 176	-	405 049	-
ROSAS ROSES	4 134 889	50	4 545 708	605	4 774 431	1 188	4 195 978	70	4 379 672	3 453
ROSEIRAS ROSE PLANTS	599 764	21	782 352	3 610	366 293	118	527 650	173	367 080	960
FOLHAGENS FOLIAGE	2 083 581	503 258	3 231 556	1 432 410	2 940 473	1 106 176	3 348 083	16 178 149	2 827 225	16 754 711
Comércio sob segredo estatístico** Trade under statistical confidentiality**	-	-	-	-	-	-	-	-	1 141 759	6 095 294
TOTAL	54 486 276	16 490 484	63 133 766	20 885 450	64 544 453	22 060 895	62 974 562	37 650 781	57 878 245	42 379 897

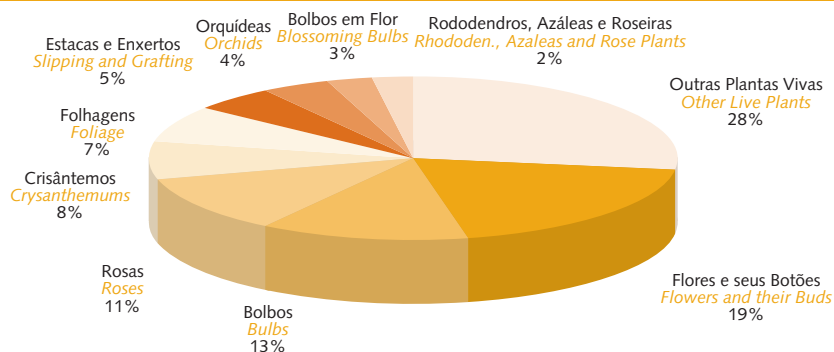
*Dados provisórios/Provisional data

**Trocas comerciais de produtos do capítulo 06 da CN não especificadas por produto, devido a segredo estatístico/Trade flows in products of CN chapter 06 not specified by product, due to statistical confidentiality

Fonte/Source: I.N.E.

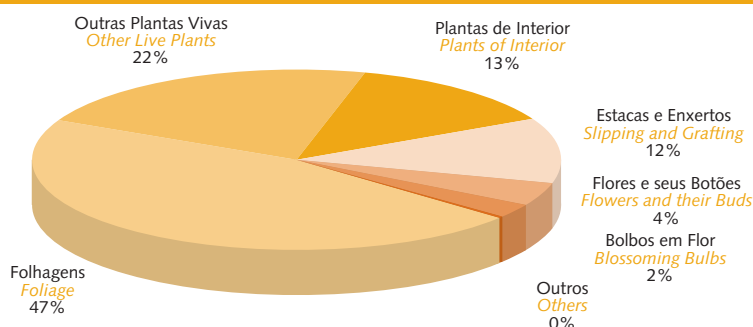
COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS | *PORTUGUESE FOREIGN TRADE*

COMPOSIÇÃO DA ENTRADA DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS • *COMPOSITION OF LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE IMPORTS* 2005 - Total: 56 736 486 EUR *



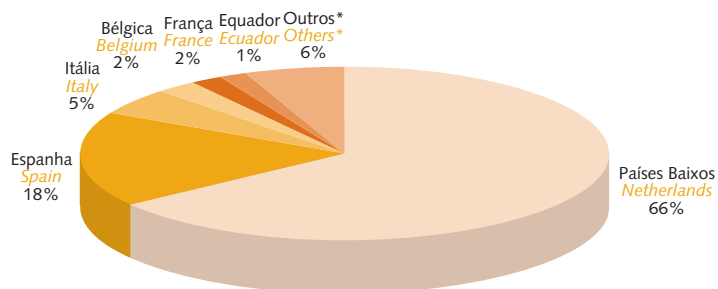
* a diferença entre este valor e o valor total do quadro da página anterior (57 878 245 EUR) deve-se a situações de segredo estatístico
* the difference between this value and the total value in the table of the previous page (EUR 57 878 245) is due to statistical confidentiality situations
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

COMPOSIÇÃO DA SAÍDA DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS • *COMPOSITION OF LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE EXPORTS* 2005 - Total: 36 284 603 EUR *



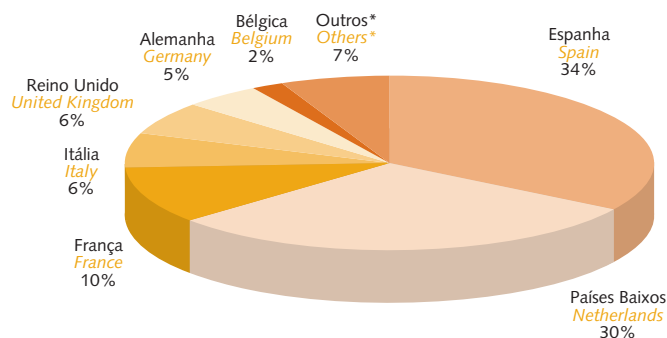
* a diferença entre este valor e o valor total do quadro da página anterior (42 379 897 EUR) deve-se a situações de segredo estatístico
* the difference between this value and the total value in the table of the previous page (EUR 42 379 897) is due to statistical confidentiality situations
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

ORIGEM DA ENTRADA DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS • *ORIGIN OF LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE IMPORTS* 2005 - Total: 57 878 425 EUR



* inclui os países / territórios (PT) não especificados por razões comerciais ou militares
* includes countries / territoires (TC) not specified due to commercial or military reasons
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

DESTINO DA SAÍDA DE PLANTAS VIVAS, FLORES E FOLHAGENS • *DESTINATION OF LIVE PLANTS, FLOWERS AND FOLIAGE EXPORTS* 2005 - Total: 42 379 897 EUR



* inclui os países / territórios (PT) não especificados por razões comerciais ou militares
* includes countries / territoires (TC) not specified due to commercial or military reasons
Fonte/Source: I.N.E. (Dados provisórios/Provisional data)

Anuário Vegetal 2006

Culturas Arvenses

Arable Crops

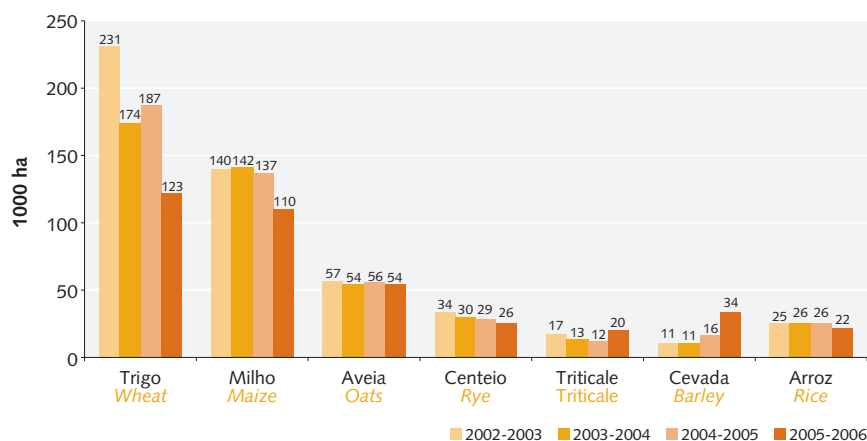
CULTURAS ARVENSES | ARABLE CROPS

MERCADO DE CEREIS NO MUNDO E NA UNIÃO EUROPEIA CEREAL MARKET IN THE WORLD AND IN THE EUROPEAN UNION

PRODUTO PRODUCT	BALANÇO MUNDIAL WORLD BALANCE			BALANÇO NA U.E. EU BALANCE			U.E./MUNDO EU/WORLD %
	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2005-2006
TRIGO/WHEAT							
Produção/Production (10 ⁶ t)	555	626	619	106	136	115	18.6%
Consumo/Consumption (10 ⁶ t)	589	609	623	108	116	109	17.5%
Preço/Price (Euro/tonne)	135	121	142	142	108	110	77.5%
MILHO/MAIZE							
Produção/Production (10 ⁶ t)	623	709	693	40	52	47	6.8%
Consumo/Consumption (10 ⁶ t)	647	682	699	46	51	47	6.7%
Preço/Price (Euro/tonne)	122	98	101	152	115	124	122.4%

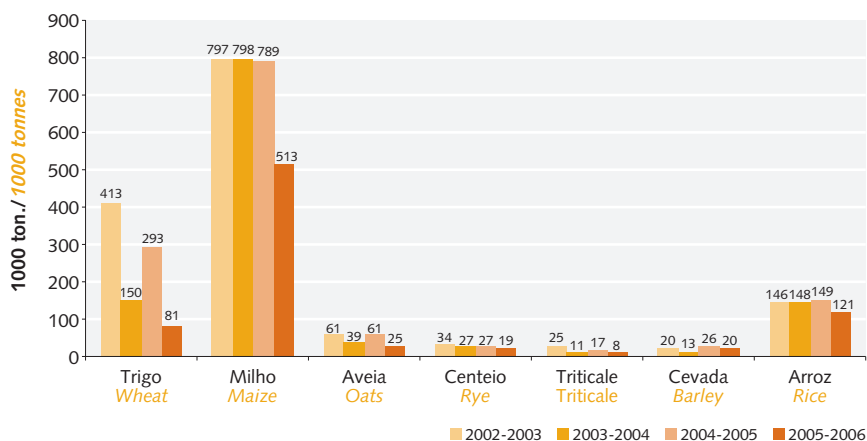
Fonte/Source: ONIC e Comissão Europeia - DG AGR/ONIC and European Commission - DG AGR

EVOLUÇÃO DA ÁREA DE CEREIS • CEREAL AREA PORTUGAL



Fonte/Source: I.N.E. (2005-2006: dados provisórios/provisional data)

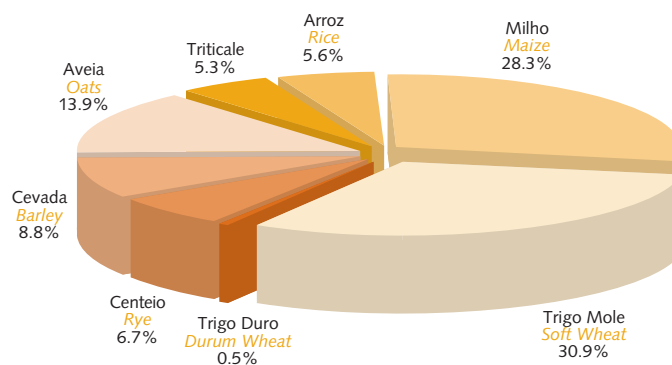
EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO DE CEREIS • CEREAL PRODUCTION PORTUGAL



Fonte/Source: I.N.E. (2005-2006: dados provisórios/provisional data)

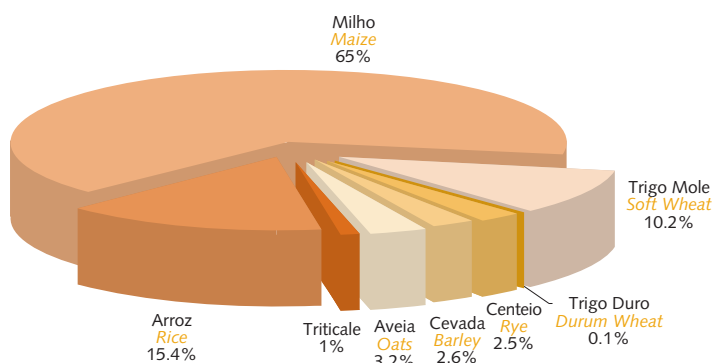
CULTURAS ARVENSES | ARABLE CROPS

ÁREA DE CEREIS POR ESPÉCIE • CEREAL AREA BY SPECIES
PORTUGAL 2005-2006: Total=398 818 ha



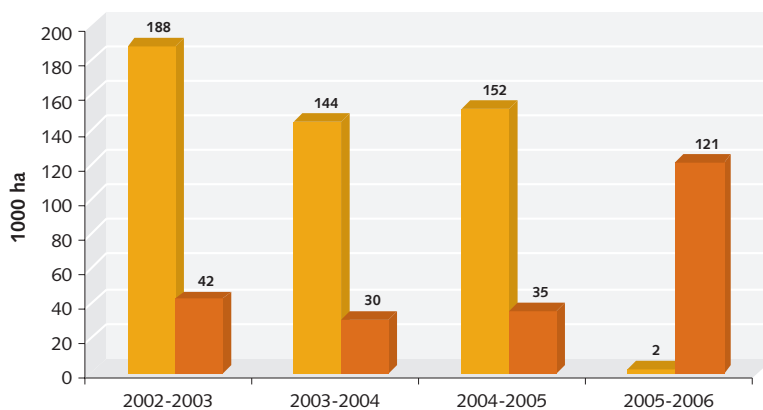
Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

PRODUÇÃO DE CEREIS POR ESPÉCIE • CEREAL PRODUCTION BY SPECIES
PORTUGAL 2005-2006: Total=789 593 t



Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

EVOLUÇÃO DAS ÁREAS DE TRIGO DURO E TRIGO MOLE • DURUM WHEAT AND SOFT WHEAT AREA
PORTUGAL



Fonte/Source: I.N.E. (2005-2006: dados provisórios/provisional data)

■ Trigo Duro (Durum Wheat) ■ Trigo Mole (Soft Wheat)

CULTURAS ARVENSES | ARABLE CROPS

COTAÇÕES MÉDIAS ANUAIS DE CEREIS NA PRODUÇÃO - PORTUGAL
CEREAL AVERAGE ANNUAL PRODUCER PRICES - PORTUGAL

EUR/tonelada EUR/tonne

PRODUTO/PRODUCT	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006
TRIGO MOLE PANIFICÁVEL/BREAD WHEAT	123.33	126.00	135.00	133.24
TRIGO MOLE FORRAGEIRO/FEED WHEAT	118.50	121.00	127.06	123.44
TRIGO DURO/DURUM WHEAT	129.00	135.00	135.00	135.00
CEVADA DISTICA/MALTING BARLEY			130.00	133.63
CEVADA HEXÁSTICA/FEED BARLEY	115.00	117.00	130.00	122.00
AVEIA/OATS	110.00	153.00	144.12	179.69
TRITICALE/TRITICALE	110.00	110.00	129.41	125.69
CENTEIO/RYE	123.00	121.00	130.00	120.00
MILHO/MAIZE	137.00	153.00	124.00	142.36
ARROZ ÍNDICA/INDICA RICE	293.00	293.47	155.03	173.58
ARROZ JAPONICA/JAPONICA RICE	290.00	290.00	167.51	200.11

Fonte/Source: GPP-SIMA

INTERVENÇÃO NO MERCADO DE CEREIS DA UNIÃO EUROPEIA
INTERVENTION IN THE EUROPEAN UNION CEREAL MARKET

BALANÇO DA INTERVENÇÃO INTERVENTION BALANCE	Total de Cereais Total Cereals			Trigo Wheat			Cevada Barley			Centeio Rye			Milho Maize		
	2003-04	2004-05	2005-06	2003-04	2004-05	2005-06	2003-04	2004-05	2005-06	2003-04	2004-05	2005-06	2003-04	2004-05	2005-06
Stock de início de campanha Beginning Stock	7 241	3 637	15 480 468	1 182	194	8 869 149	936	111	1 472 448	5 093	3 332	2 306 647	17	0	2 832 224
Quantidades entregues na campanha Quantities accepted	89	11 150	8 560 163	0	6 752	2 749 447	14	1 971	2 041 097	75	0	0	0	2 425	3 769 619
Quantidades vendidas Quantities sold	3 801	2 889	10 666 733	988	878	6 238 066	908	985	1 717 054	1 874	1 026	1 668 341	17	0	1 043 272
- das quais para o mercado interno on the internal market	3 010	73	nd	725	23	nd	771	7	nd	1 486	43	nd	17	0	nd
- das quais para exportação exports	499	2 491	nd	0	812	nd	122	950	nd	375	729	nd	0	0	nd
Saldo bruto Gross Balance	3 530	11 897	13 373 898	194	6 068	5 380 530	42	1 096	1 796 491	3 294	2 307	638 306	0	2 425	5 558 571

nd - Não disponível/not available

Fonte/Source: Comissão Europeia - DG AGR/ European Commission - DG AGR

ÁREA E PRODUÇÃO DE OLEAGINOSAS E PROTEAGINOSAS EM PORTUGAL
AREA AND PRODUCTION OF OILSEEDS AND PROTEIN CROPS IN PORTUGAL

PRODUTO PRODUCT	ÁREA (ha) AREA (ha)				PRODUÇÃO (t) PRODUCTION (t)				PRODUTIVIDADE (t/ha) PRODUCTIVITY (t/ha)			
	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06
GIRASSOL/SUNFLOWER	38 065	43 095	32 515	7 057	30 452	21 548	18 208	2 399	0.80	0.50	0.56	0.34
SOJA/SOYA BEAN	18	3	0	13	35	6	0	20	1.95	1.95	0.00	1.50
COLZA/RAPE	36	110	6	79	44	133	8	111	1.21	1.21	1.33	1.40
TOTAL OLEAGINOSAS/TOTAL OILSEEDS	38 119	43 208	32 521	7 149	30 531	21 686	18 216	2 529	0.80	0.50	0.56	0.35
ERVILHAS/PEAS	1 547	2 396	2 850	1 076	1 856	2 636	3 135	1 291	1.20	1.10	1.10	1.20
FAVAS/BROAD BEANS	677	1 256	1 014	719	812	1 382	1 115	791	1.20	1.10	1.10	1.10
FAVETA/BEANS	112	66	304	235	129	69	319	247	1.15	1.05	1.05	1.05
TREMOÇO/LUPIN	1 811	2 042	2 292	765	1 811	1 634	1 834	689	1.00	0.80	0.80	0.90
TOTAL PROTEAGINOSAS TOTAL PROTEIN CROPS	4 147	5 760	6 460	2 795	4 609	5 720	6 403	3 017	1.11	0.99	0.99	1.08

Fonte/Source: INGA e/and DRA's

CULTURAS ARVENSES | ARABLE CROPS

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE CEREAIS (Toneladas)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN CEREALS (Tonnes)

PRODUTO PRODUCT	2001		2002		2003		2004		2005*	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
ARROZ BRANQUEADO MILLED RICE	8 566.3	529.7	8 218.3	1 344.7	17 272.6	1 359.4	11 416.7	5 699.0	11 911.5	2 514.7
ARROZ COM CASCA PADDY RICE	46 507.7	1 746.7	23 265.7	16.5	15 692.4	568.3	433.7	4 466.6	44 254.6	168.3
ARROZ DESCASCADO HUSKED RICE	66 627.1	12.0	61 412.9	741.1	61 995.6	42.3	80 267.1	337.7	85 650.0	428.0
ARROZ PARA SEMENTE SEED RICE	1 633.3	-	2 215.4	-	1 950.2	-	2 220.2	-	1 138.0	0.2
ARROZ SEMIBRANQUEADO SEMI-MILLED RICE	1 120.2	16.3	598.1	34.3	3 254.8	4 289.2	657.8	37.2	3 655.2	105.3
ARROZ TRINCAS BROKEN RICE	2 419.7	6 877.5	1 790.7	6 949.8	1 653.5	7 397.6	1 334.2	12 748.6	1 604.0	10 805.6
AVEIA OATS	15 846.5	194.0	9 249.3	362.0	19 152.2	415.2	21 130.3	518.4	34 320.3	2 502.0
CENTEIO RYE	14 428.9	703.7	22 409.4	0.0	22 544.6	28.4	35 006.0	0.1	15 598.2	0.0
CEVADA BARLEY	316 934.6	14 842.3	378 390.0	50 439.2	290 104.9	3 808.8	384 824.4	70 952.0	393 332.7	73 466.4
CEVADA PARA SEMENTE SEED BARLEY	406.5	-	67.8	-	148.8	-	1 156.0	25.4	852.6	8.0
MILHO MAIZE	1 220 166.3	2 833.7	1 226 446.4	14 559.4	1 273 461.7	8,031.9	1 180 530.4	45 764.3	1 200 268.1	21 529.5
MILHO HÍBRIDO PARA SEMENTE HYBRID MAIZE FOR SOWING	4 212.6	549.6	4 436.0	510.8	5 447.2	820.8	6 190.6	671.6	4 982.4	930.2
MILHO OUTROS PARA SEMENTE OTHER MAIZE FOR SOWING	396.6	0.2	119.3	0.9	815.8	3.1	1 154.6	0.8	2 404.9	1 275.0
TRIGO MOLE E MISTURA TRIGO CENTEIO/SOFT WHEAT AND MASLIN	1 288 667.9	68 481.7	1 494 791.2	120 254.7	1 184 461.6	82 014.0	1 224 875.6	49 925.9	1 512 874.3	131 397.3
TRIGO MOLE MISTURA TRIGO CENTEIO PARA SEMENTE/SOFT WHEAT AND MASLIN FOR SOWING	105 560.4	2 154.7	115 875.3	1 768.0	129 044.8	1 275.5	112 584.8	633.0	135 589.6	2 098.5
SORGO SORGHUM	1 334.2	60.2	1 275.4	46.2	31 117.4	356.2	776.1	5 236.0	875.8	67.3
SORGO HÍBRIDO PARA SEMENTE HYBRID SORGHUM FOR SOWING	465.6	22.6	568.7	66.9	355.6	11.4	88.4	68.1	276.6	44.4
TRIGO MOURISCO, PAINÇO E ALPISTA BUCKWHEAT, MILLED AND CANARY SEED	8 258.5	91.7	8 529.9	79.4	9 052.6	67.7	9 202.1	78.4	7 610.0	56.2
TRIGO DURO DURUM WHEAT	208 694.6	33 201.3	82 667.3	72 534.6	82 449.8	18 374.2	98 806.2	11 436.6	91 694.7	10 772.9
TRITICALE TRITICALE	70.5	427.4	50.0	2 765.0	227.5	515.6	353.1	243.9	873.3	225.4
OUTROS CEREAIS OTHER CEREALS	455.4	0.4	241.7	6.5	11 325.4	11 016.7	9 776.0	3 666.4	23 131.1	11 496.4
TOTAL	3 312 773.4	132 745.6	3 442 618.8	272 479.8	3 161 529.0	140 396.1	3 182 784.4	212 510.1	3 572 898.0	269 891.4

Fonte/Source: INE (*dados provisórios/provisional data)

CULTURAS ARVENSES | ARABLE CROPS

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE CEREAIS (EUR)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN CEREALS (EUR)

PRODUTO PRODUCT	2001		2002		2003		2004		2005*	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
ARROZ BRANQUEADO MILLED RICE	4 823 590	427 623	4 531 169	911 349	9 003 697	1 006 320	6 259 426	3 224 084	5 027 079	1 163 188
ARROZ COM CASCA PADDY RICE	14 426 836	421 119	6 904 379	11 291	4 712 203	278 339	111 824	1 278 670	8 277 649	30 950
ARROZ DESCASCADO HUSKED RICE	22 794 217	10 706	20 276 605	300 207	18 119 495	32 654	21 796 668	201 062	24 280 353	232 802
ARROZ PARA SEMENTE SEED RICE	756 153	-	974 236	-	881 543	-	949 305	-	457 961	88
ARROZ SEMIBRANQUEADO SEMI-MILLED RICE	570 479	13 663	485 119	30 291	1 151 109	1 145 392	481 721	32 003	1 382 379	84 586
ARROZ TRINCAS BROKEN RICE	757 499	2 062 929	618 905	2 116 701	463 883	2 037 198	443 005	3 289 224	476 990	2 817 120
AVEIA OATS	2 300 564	49 624	1 174 110	53 757	2 454 617	60 916	2 965 915	92 252	4 801 229	353 837
CENTEIO RYE	1 889 148	95 822	2 854 710	7	3 102 725	3 924	4 966 390	30	2 025 112	14
CEVADA BARLEY	42 514 399	2 085 812	49 510 226	6 650 213	38 530 451	522 438	54 478 273	10 909 280	50 780 507	9 856 668
CEVADA PARA SEMENTE SEED BARLEY	98 132	-	20 576	-	37 091	-	302 269	3 504	226 669	2 706
MILHO MAIZE	162 782 356	548 635	161 210 190	2 423 354	160 595 385	1 346 523	165 156 819	7 360 297	148 355 304	3 068 766
MILHO HÍBRIDO PARA SEMENTE HYBRID MAIZE FOR SOWING	10 433 058	1 158 907	10 610 565	1 115 961	11 904 126	1 684 668	11 556 735	1 326 473	10 190 056	1 921 718
MILHO PARA SEMENTE OUTRO OTHER MAIZE FOR SOWING	209 905	721	63 675	359	137 126	8 014	286 113	102 970	388 149	172 351
TRIGO MOLE E MISTURA TRIGO CENTEIO/SOFT WHEAT AND MASLIN	179 843 624	9 669 437	191 775 903	15 521 462	161 141 377	11 494 647	183 295 739	7 182 440	192 456 813	17 205 165
TRIGO MOLE MISTURA TRIGO CENTEIO PARA SEMENTE/SOFT WHEAT AND MASLIN FOR SOWING	15 753 268	316 821	15 627 934	244 367	17 618 907	167 949	17 593 804	82 472	17 816 636	271 345
SORGO SORGHUM	299 181	24 426	225 015	12 001	4 511 462	69 272	131 533	905 128	176 339	29 156
SORGO HÍBRIDO PARA SEMENTE HYBRID SORGHUM FOR SOWING	346 949	26 395	503 418	69 223	497 612	10 293	71 798	58 151	203 304	32 631
TRIGO MOURISCO, PAINÇO E ALPISTA BUCKWHEAT, MILLED AND CANARY SEED	2 870 662	44 196	3 682 293	56 874	3 132 198	37 173	2 608 762	38 517	1 923 720	19 896
TRIGO DURO DURUM WHEAT	37 370 268	4 861 524	16 243 216	9 613 906	14 669 165	2 707 320	16 651 791	1 540 755	13 987 300	1 398 738
TRITICALE TRITICALE	24 511	59 281	18 566	330 120	38 715	67 891	80 216	31 427	830 333	32 618
OUTROS CEREAIS OTHER CEREALS	163 619	730	127 727	3 624	1 671 576	1 660 983	1 908 382	629 768	3 627 880	1 595 279
TOTAL	501 028 418	21 878 371	487 438 537	39 465 067	454 374 463	24 341 914	492 096 488	38 288 507	487 691 762	40 289 622

Fonte/Source: INE (*dados provisórios/provisional data)

CULTURAS ARVENSES | ARABLE CROPS

Portugal										
BALANÇO DE APROVISIONAMENTO DE CEREAIS (EXCEPTO ARROZ) CEREALS SUPPLY BALANCE SHEET (EXCEPT RICE)										
1000 toneladas/ 1000 tonnes										
Campanhas Years (a)	Produção Utilizável Usable Production (c)	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation			Consumo per Capita Per Capita Consumption (kg)	Grau de Auto- Aprovisionamento Degree of Self-Sufficiency (%)
		Entrada Imports	Saída Exports			Total Total	Alimentação Animal Animal Feed	Consumo Humano Human Consumption		
TOTAL DE CEREAIS/TOTAL CEREALS										
2002/2003	1 357	3 520	319	4 558	35	4 523	2 642	1 320	126.8	30.0
2003/2004	1 037	3 523	283	4 277	-71	4 348	2 461	1 334	127.4	23.9
2004/2005 (b)	1 213	3 600	272	4 541	107	4 434	2 572	1 342	127.5	27.4
TRIGO TOTAL/TOTAL WHEAT										
2002/2003	413	1 850	265	1 998	69	1 929	662	1 141	109.6	21.4
2003/2004	149	1 551	154	1 546	-180	1 726	500	1 155	110.3	8.6
2004/2005 (b)	293	1 835	184	1 944	108	1 836	590	1 161	110.3	16.0
TRIGO DURO/DURUM WHEAT										
2002/2003	327	113	83	357	9	348	150	138	13.3	94.0
2003/2004	113	141	29	225	-30	255	80	139	13.3	44.3
2004/2005 (b)	235	127	25	337	28	309	140	139	13.2	76.1
TRIGO MOLE/SOFT WHEAT										
2002/2003	86	1 737	182	1 641	60	1 581	512	1 003	96.4	5.4
2003/2004	36	1 410	125	1 321	-150	1 471	420	1 016	97.0	2.4
2004/2005 (b)	58	1 708	159	1 607	80	1 527	450	1 022	97.1	3.8
CENTEIO/RYE										
2002/2003	34	22	2	54	-1	55	1	49	4.7	61.8
2003/2004	27	33	3	57	1	56	1	50	4.8	48.2
2004/2005 (b)	27	28	3	52	-4	56	1	51	4.8	48.2
CEVADA/BARLEY										
2002/2003	20	354	16	358	4	354	185	7	0.7	5.6
2003/2004	13	418	69	362	-2	364	188	8	0.8	3.6
2004/2005 (b)	26	355	19	362	-3	365	185	8	0.8	7.1
AVEIA/OATS										
2002/2003	61	16	0	77	1	76	55	14	1.3	80.3
2003/2004	39	21	1	59	0	59	41	12	1.1	66.1
2004/2005 (b)	61	31	1	91	10	81	61	13	1.2	75.3
MILHO/MAIZE										
2002/2003	797	1 251	29	2 019	-43	2 062	1 700	105	10.1	38.7
2003/2004	798	1 434	41	2 191	56	2 135	1 731	105	10.0	37.4
2004/2005 (b)	789	1 320	64	2 045	-42	2 087	1 735	105	10.0	37.8
OUTROS CEREAIS/OTHER CEREALS (c)										
2002/2003	32	27	7	52	5	47	39	4	0.4	68.1
2003/2004	11	66	15	62	54	8	0	4	0.4	137.5
2004/2005 (b)	17	31	1	47	38	9	0	4	0.4	188.9

(a) Período de referência: Julho do ano n a Junho do ano n+1/Reference period: July year n to June year n+1

(b) Dados provisórios/Provisional data

(c) Dados estimados/Estimated data

Fonte/Source: INE

CULTURAS ARVENSES | ARABLE CROPS

Portugal												
BALANÇO DE APROVISIONAMENTO DO ARROZ RICE SUPPLY BALANCE SHEET												
1000 toneladas/ 1000 tonnes												
Campanhas Years (a)	Produção Utilizável Usable Production (c)	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation					Consumo per Capita Per Capita Consumption (kg)	Grau de Auto-Aprovi- sionamento Degree of Self- Sufficiency (%)
		Entrada Imports	Saída Exports			Total Total	Sementeira Seeding	Transfor- mação Industrial Industrial Processing	Consumo Humano Human Consumption	Alimen- tação Animal Animal Feed		
ARROZ EM CASCA/PADDY RICE												
2002/2003	146	22	0	168	-5	173	4	166	-	-	-	84.4
2003/2004	148	2	7	143	-42	185	4	178	-	-	-	80.0
2004/2005 (b)	149	43	1	191	-2	193	4	185	-	-	-	77.2
ARROZ EM PELÍCULA/HUSKED RICE												
2002/2003	133	57	0	190	-19	76	-	73	-	-	-	-
2003/2004	142	71	0	213	-13	84	-	80	-	-	-	-
2004/2005 (b)	148	92	1	239	2	89	-	84	-	-	-	-
ARROZ BRANQUEADO E SEMI-BRANQUEADO/ MILLED RICE AND SEMI-MILLED RICE (TOTAL)												
2002/2003	152	20	4	168	-4	172	-	-	164	-	15.8	88.4
2003/2004	164	23	10	177	4	173	-	-	164	-	15.7	94.8
2004/2005 (b)	171	22	3	190	15	175	-	-	166	-	15.8	97.7
ARROZ BRANQUEADO E SEMI-BRANQUEADO (LONGO) MILLED RICE AND SEMI-MILLED RICE (LONG)												
2002/2003	147	18	4	161	-4	165	-	-	157	-	15.1	89.1
2003/2004	159	22	10	171	4	167	-	-	158	-	15.1	95.2
2004/2005 (b)	165	21	3	183	15	168	-	-	159	-	15.1	98.2
ARROZ BRANQUEADO E SEMI-BRANQUEADO (CURTO E MÉDIO) MILLED RICE AND SEMI-MILLED RICE (SHORT AND MEDIUM)												
2002/2003	5	2	0	7	0	7	-	-	7	-	0.7	71.4
2003/2004	5	1	0	6	0	6	-	-	6	-	0.6	83.3
2004/2005 (b)	6	1	0	7	0	7	-	-	7	-	0.7	85.7
TRINCAS DE ARROZ/BROKEN RICE												
2002/2003	28	11	7	32	4	28	-	-	21	1	2.0	100.0
2003/2004	30	12	10	32	5	27	-	-	21	1	2.0	111.1
2004/2005 (b)	32	11	19	24	0	24	-	-	21	1	2.0	133.3

(a) Período de referência: Setembro do ano n a Agosto do ano n+1/Reference period: September year n to August year n+1

(b) Dados provisórios/Provisional data

(c) Dados estimados/Estimated data

Fonte/Source: INE

Anuário Vegetal 2006

Azeite e Azeitona de Mesa

Olive Oil and Table Olives

AZEITE | OLIVE OIL



CAMPANHA 2005-2006

Área de Olival para Azeite: 365 308 ha (INE)

Quantidade de Azeitona laborada: 203 909 t (INE)

Produção de Azeite: 318 174 hl (INE)

Áreas de Mercado mais Representativas: Trás-os-Montes e Alentejo.

Variiedades: Trás-os-Montes (Verdeal, Cordovil e Madural); Alentejo (predomina a Galega, mas também existem olivais com a Blanqueta, Cobrançosa, Maçanilha, Azeiteira, Picual, Cordovil e Verdeal)

Tipos de Azeite: Azeite Virgem Extra ($\leq 0,8^\circ$), Azeite Virgem ($>0,8^\circ$ e $\leq 2,0^\circ$) e Azeite Lampante ($> 2,0^\circ$).

Factores Relevantes na Produção de Azeitona para Azeite: Na região transmontana, a produção de azeitona para azeite sofreu uma quebra de cerca de 30%, face a 2004. O calibre da azeitona foi menor, como consequência da falta de humidade dos solos. A procura foi boa e não se verificaram dificuldades no escoamento. A forte procura levou à subida das cotações, da ordem dos 70%, relativamente à campanha anterior. No Alentejo, as condições meteorológicas ocorridas em 2005 também foram desfavoráveis ao vingamento da azeitona e a seca prolongada afectou a produção, em especial nas variedades mais sensíveis e nos pomares de sequeiro. No início da campanha o calibre da azeitona era pequeno, mas a precipitação caía antes da colheita, veio melhorar a situação, tendo a azeitona atingido calibre normal. De realçar a grande amplitude da funda, baixa, no início da campanha (9%), mas subindo gradualmente até aos 17% no final. Apesar da menor produção de azeitona para azeite, esta apresentou boa qualidade, dando origem a azeite de boa qualidade e de baixo grau de acidez.

Factores Relevantes na Produção de Azeite: O número de lagares tem vindo a diminuir nos últimos anos. Em 2005 fixaram-se nos 603 lagares. Cerca de 33% dos lagares encontram-se na Beira Interior, 19% em Trás-os-Montes, 16% no Ribatejo e Oeste e Beira Litoral, no Alentejo existem 13% dos lagares. A quantidade de azeite produzido em 2005 foi inferior, em cerca de 36%, à da campanha anterior. Esta descida parece acentuada, no entanto, a produção da campanha 2004 foi a mais elevada dos últimos cinco anos. A menor produção de azeite resultou da situação de seca que afectou a produção de azeitona e o rendimento do azeite também foi menor. A boa qualidade da azeitona para azeite deu origem a azeite de qualidade e com baixa acidez. Em Trás-os-Montes, cerca de 95% do azeite comercializado a granel apresentou gradação inferior a 0,8 graus e apenas 1% era lampante. No Alentejo a área de novos olivais tem aumentado nos últimos anos. Estes olivais têm sistema de rega gota a gota e colheita mecânica e as produtividades são elevadas e com custos unitários mais baixos.

Comercialização: Ocorreram transacções ao longo de praticamente todo o ano. A procura pelo azeite a granel foi irregular, algumas vezes fraca outras animada. Praticamente todo o azeite a granel foi escoado. De referir que a laboração da azeitona para azeite é feita em lagares pertencentes a Cooperativas e em lagares privados. Nos primeiros meses da campanha de comercialização a procura de azeite a granel por parte dos armazenistas é mais acentuada. Os produtores procuram, cada vez mais, vender o azeite já embalado.

Preços: Em 2005-06, a média das cotações mais frequentes da azeitona para azeite foi, em todas as áreas de mercado, superior às da campanha anterior, variando a subida de 20% a mais de 50%. Relativamente ao azeite virgem extra, em Trás-os-Montes, a cotação média foi superior à de 2004-05, em cerca de 40%.

Comércio Internacional: A balança comercial é deficitária. Tem-se verificado, nos últimos anos, um aumento nas entradas de azeite. Em 2005, Portugal comprou aproximadamente 58 mil toneladas de azeite, contabilizando um valor em torno dos 167 milhões de euros. Deste montante, mais de 60% do azeite adquirido foi virgem não lampante. A Espanha foi o principal fornecedor desta matéria gorda, com um peso de 95%. Relativamente às saídas, houve um aumento de 20% nas quantidades vendidas, relativamente à campanha anterior. O Brasil foi o principal comprador de azeite nacional, adquirindo em 2005, 60% do valor total de saídas.

Balanço de Aprovisionamento e Consumo per Capita: O consumo humano de azeite aumentou nos últimos 20 anos, mais de 50%, atingindo as 64 mil toneladas em 2004. Também o consumo per capita aumentou, ultrapassando os 6 Kg/habitante/ano em 2003. Em 2004 atingiu os 6,1 Kg/habitante/ano. O grau de auto-aprovisionamento que era elevado na década de 80, foi oscilando e diminuindo nos últimos anos, mais acentuadamente a partir de 1993. Em 2004 atingiu os 56,3%.

Perspectivas: A produção tem cada vez maior interesse na realização de vendas de azeite a retalho, procurando desta forma uma maior valorização desta matéria gorda. Em algumas zonas persistem as dificuldades em encontrar mão de obra disponível para a apanha da azeitona. No entanto, ainda se mantém o interesse por esta actividade, existindo agricultores que querem efectuar novas plantações de olival para azeite e operadores económicos que vão realizando investimentos no sector da transformação e comercialização.

Bagaço de Azeitona: Como a produção de azeitona para azeite sofreu uma quebra relativamente a 2004, a quantidade de bagaço de azeitona transaccionado entre lagareiros e proprietários de fábricas de extracção de óleos, também registou uma diminuição, apontando para quebras de 30% em Trás-os-Montes. Durante a campanha de comercialização, que decorreu de meados de Dezembro de 2005 a Fevereiro de 2006, a procura por parte dos proprietários das fábricas de extracção foi quase sempre superior à oferta. Cerca de 50% do bagaço laborado foi obtido por extracção contínua de duas fases, 35% por extracção contínua de três fases e 15% por extracção clássica. As cotações médias em 2005-06 (0,04 €/Kg na extracção clássica e 0,05 €/Kg na extracção contínua de três fases) foram superiores às de 2004-05 (0,02 €/Kg). O bagaço obtido por extracção contínua de três fases atingiu preços de 0,08 €/Kg no final da campanha quando a oferta de bagaço era reduzida.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005-2006)

Area of Olive Grove for Olive Oil Production: 365 308 ha (INE)

Amount of Processed Olives: 203 909 t (INE)

Olive Oil Output: 318 174 hl (INE)

Most Representative Market Areas: Trás-os-Montes and Alentejo.

Varieties: Trás-os-Montes (Verdeal, Cordovil and Madural); Alentejo (Galega variety prevails, but there are also olive groves with Blanqueta, Cobrançosa, Maçanilha, Azeiteira, Picual, Cordovil and Verdeal)

Types of Olive Oil: Extra Virgin Olive Oil ($\leq 0.8^\circ$), Virgin Olive Oil ($> 0.8^\circ$ and $\leq 2.0^\circ$) and Lampante Olive Oil ($> 2.0^\circ$)

Relevant Production Factors: In Trás-os-Montes, production of olives for olive oil fell approximately 30% from 2004. Olives were also smaller, due to a soil moisture deficit. Demand was good and there were no marketing difficulties. Strong demand led to a 70% price increase from the previous year. In Alentejo, weather conditions were also unfavourable and the long drought affected output, particularly for more sensitive varieties and non-irrigated groves. At the beginning of the season, olives were small, but rainfall before each harvest improved the situation and olives reached normal sizes. Yields (fundas - the amount of olive oil produced with 100 kilograms of olives) varied widely from 9% at the beginning of the year to 17% at the end. In spite of the lesser output of olives for olive oil, fruit quality was good, resulting in good quality oil, with a low degree of acidity.

Relevant Olive Oil Production Factors: The number of olive mills has been dwindling over the last few years. In 2005, they settled at 603. Approximately 33% of all mills are located in Beira Interior, 19% in Trás-os-Montes, 16% in Ribatejo e Oeste and Beira Litoral and 13% in Alentejo. In 2005, the quantity of olive oil produced was 36% down from the previous year. This decrease seems steep, but in fact output in 2004 was a five-year record. The lesser output of olive oil resulted from the drought that affected olive production. Olive oil yield also fell. The good quality of olives for olive oil gave rise to good quality olive oil, with low acidity. In Trás-os-Montes, approximately 95% of the olive oil marketed in bulk had a degree of acidity below 0.8° and only 1% was lampante olive oil ($> 2.0^\circ$). In Alentejo, grove area has been increasing over the last few years. These new olive groves have drip irrigation systems and mechanical harvesting, and therefore yields are higher and unit costs lower.

Marketing: Trading occurred virtually all year long. In February, demand for olive oil in bulk alternated between weak and lively. Virtually all olive oil in bulk was sold. It should be mentioned that olives are processed into olive oil mostly in mills belonging to cooperatives and in private olive mills. During the first months of the marketing year, demand from wholesalers for olive oil in bulk is higher. Producers are increasingly trying to sell pre-packaged olive oil.

Prices: In 2005-06, in all market areas, the average of the most frequent prices of olive for olive oil was up from previous years, an increase ranging from 20% to more than 50%. As regards extra virgin olive oil in Trás-os-Montes, the average price climbed approximately 40% from 2004-05.

Foreign Trade: There is a trade balance deficit and, over the last few years, there has been an increase in olive oil imports. In 2005, Portugal bought nearly 58 thousand tonnes of olive oil, corresponding to 167 million euros. Approximately 60% of the olive oil bought is non-lampante virgin oil. Spain was our main supplier, with a 95% contribution. As to exports, there was a 20% increase from the previous year in quantities sold. Brazil was the major buyer of Portuguese olive oil, accounting for 60% of total exports in 2005.

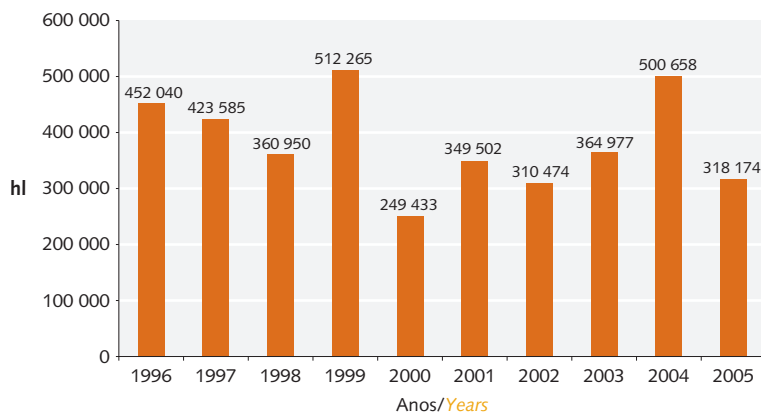
Supply Balance and per capita Consumption: Human consumption of olive oil increased more than 50% over the last 20 years, reaching 64 thousand tonnes in 2004. Per capita consumption also increased, exceeding 6 Kg/inhab/year in 2003. In 2004, it reached 6.1 Kg/inhab/year. The degree of self-sufficiency, which was high in the 1980s, has fluctuated and dwindled over the last few years, more steeply after 1993. In 2004, self-sufficiency reached 56.3%.

Outlook: Olive oil producers are increasingly interested in retail sales, thus trying to obtain higher prices for their product. In some areas, difficulties in finding available labour for olive picking persist. However, the activity remains attractive, and there are farmers who want to make new plantations of olive groves for olive oil and economic operators who are investing in processing and marketing.

Olive pomace: Since the production of olive for olive oil fell from 2004, the amount of olive pomace traded among owners of olive mills and oil extraction plants also fell. In Trás-os-Montes, this fall is estimated at approximately 30%. During this marketing year, from December 2005 to February 2006, demand from owners of extracting plants was almost always above supply. Approximately 50% of the olive pomace obtained came from the two-phase continuous extraction process, 35% from the three-phase continuous extraction and 15% from classical extraction. Average prices in 2005-06 (0.04 €/Kg for classical extraction and 0.05 €/Kg for the three-phase continuous extraction) were up from 2004-05 (0.02 €/Kg). The olive pomace obtained by three-phase continuous extraction reached 0.08 €/Kg at the end of the year, when supply was lower.

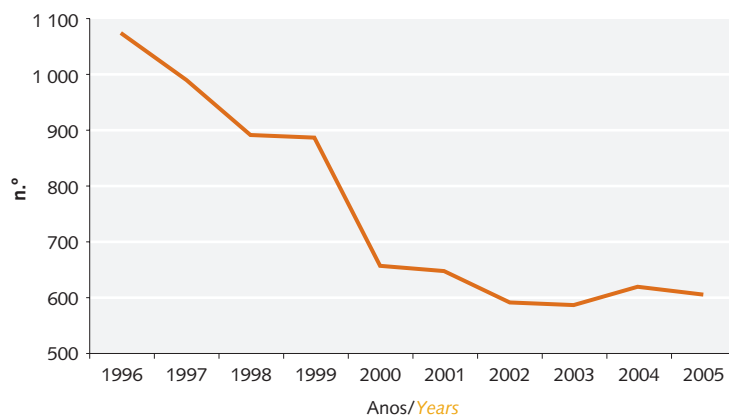
AZEITE | OLIVE OIL

EVOLUÇÃO DA PRODUÇÃO DE AZEITE EM PORTUGAL OLIVE OIL PRODUCTION IN PORTUGAL



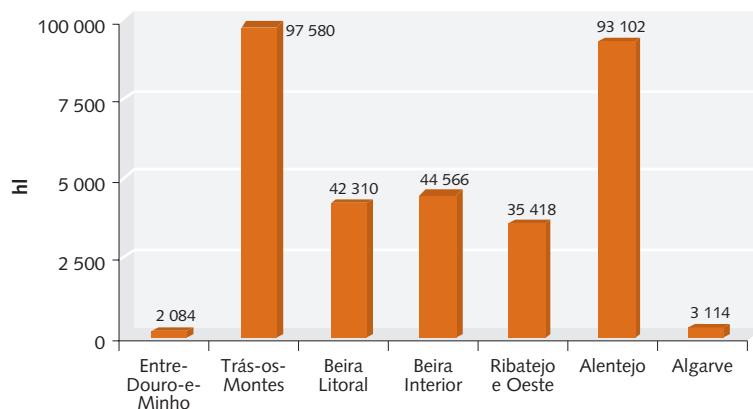
Fonte/Source: I.N.E.

EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE LAGARES EM LABORAÇÃO EM PORTUGAL OLIVE MILLS OPERATING IN PORTUGAL



Fonte/Source: I.N.E.

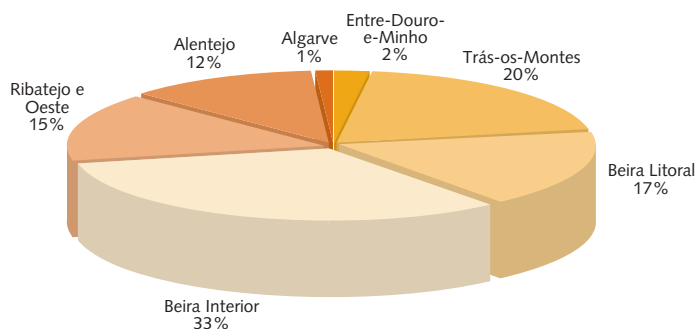
PRODUÇÃO DE AZEITE EM PORTUGAL, POR REGIÃO - 2005 OLIVE OIL PRODUCTION IN PORTUGAL, BY REGION - 2005



Fonte/Source: I.N.E.

AZEITE | OLIVE OIL

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DOS LAGARES EM LABORAÇÃO EM PORTUGAL - 2005
REGIONAL DISTRIBUTION OF OPERATING OLIVE MILLS IN PORTUGAL - 2005



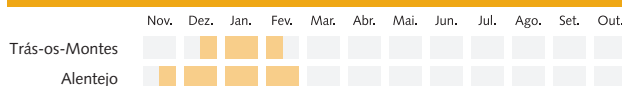
Fonte/Source: I.N.E.

PRODUÇÃO DE AZEITE SEGUNDO O GRAU DE ACIDEZ, POR REGIÃO (%)
PRODUCTION OF OLIVE OIL ACCORDING TO THE DEGREE OF ACIDITY, BY REGION (%)
PORTUGAL - 2005

Região/Region	Grau de Acidez/Degree of Acidity		
	<= 0,8°	> 0,8° e/and <= 2°	> 2°
Entre-Douro-e-Minho	0	0	0
Trás-os-Montes	26	4	0
Beira Litoral	5	7	1
Beira Interior	9	5	0
Ribatejo e Oeste	8	3	0
Alentejo	24	5	0
Algarve	0	1	0
Portugal	72	26	2

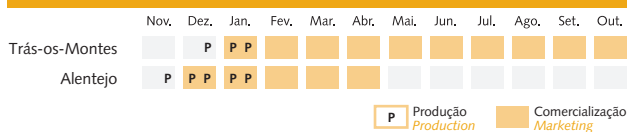
Nota/Note: colheita de azeitona iniciada no ano agrícola de 2005 e continuada nos primeiros meses de 2006/Olive harvesting started in 2005 and proceeded over the first months of 2006
Fonte/Source: I.N.E.

AZEITONA PARA AZEITE • OLIVES FOR OLIVE OIL
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar



AZEITE | OLIVE OIL

AZEITE A GRANEL • OLIVE OIL Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

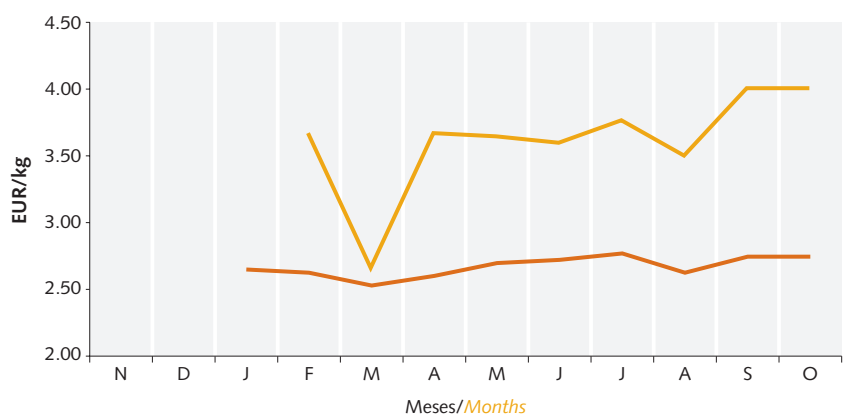


AZEITE VIRGEM EXTRA • EXTRA VIRGIN OLIVE OIL Cotações Mais Frequentes na Produção, em Trás-os-Montes Most Frequent Producer Prices in Trás-os-Montes

MESES MONTHS	2004-05 EUR/Kg	2005-06 EUR/Kg	Var. 2005-06/ /2004-05 %
Nov/ <i>Nov</i>			
Dez/ <i>Dec</i>			
Jan/ <i>Jan</i>	2.65		
Fev/ <i>Feb</i>	2.62	3.65	39
Mar/ <i>Mar</i>	2.52	2.65	5
Abr/ <i>Apr</i>	2.60	3.65	40
Mai/ <i>May</i>	2.70	3.63	34
Jun/ <i>Jun</i>	2.73	3.58	31
Jul/ <i>Jul</i>	2.77	3.75	35
Ago/ <i>Aug</i>	2.63	3.50	33
Set/ <i>Sep</i>	2.75	4.00	45
Out/ <i>Oct</i>	2.75	4.00	45

Fonte/Source: GPP-SIMA

AZEITE VIRGEM EXTRA • EXTRA VIRGIN OLIVE OIL Cotações Mais Frequentes em Trás-os-Montes Most Frequent Prices in Trás-os-Montes



Fonte/Source: GPP - SIMA

— 2004-2005 — 2005-2006

AZEITE | OLIVE OIL

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE AZEITE
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN OLIVE OIL

PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM/ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO/DESTINATION	1000 Kg	EUR
VIRGEM NÃO LAMPANTE NON LAMPANTE VIRGIN OLIVE OIL	BRASIL BRAZIL	13.4	36 949	ANGOLA ANGOLA	146.9	548 652
	EGIPTO EGYPT	31.2	64 223	BRASIL BRAZIL	3 928.7	15 714 396
	ESPAÑA SPAIN	35 028.3	103 424 048	CANADÁ CANADA	236.4	883 700
	FRANÇA FRANCE	3.7	20 413	ESPAÑA SPAIN	2 846.3	7 073 535
	ITÁLIA ITALY	354.3	1 396 473	E. U. AMÉRICA U.S.A.	395.2	1 320 292
	OUTROS OTHERS	3.7	14 411	FRANÇA FRANCE	156.4	538 578
				VENEZUELA VENEZUELA	325.2	1 645 321
				OUTROS OTHERS	618.8	2 333 097
Total	35 434.6	104 956 517		8 653.8	30 057 571	
VIRGEM LAMPANTE LAMPANTE VIRGIN OLIVE OIL	ESPAÑA SPAIN	112.6	292 771	ANGOLA ANGOLA	11.7	52 816
	REINO UNIDO UNITED KINGDOM	152.1	144 505	BRASIL BRAZIL	108.2	252 856
				ESPAÑA SPAIN	768.9	1 386 731
				OUTROS OTHERS	7.9	41 573
Total	264.7	437 276		896.7	1 733 976	
REFINADO REFINED OLIVE OIL	BRASIL BRAZIL	73.3	197 655	ANGOLA ANGOLA	660.3	2 442 370
	ESPAÑA SPAIN	19 881.1	54 965 098	BRASIL BRAZIL	7 775.9	29 943 273
	FRANÇA FRANCE	50.8	135 945	CABO VERDE CAPE VERDE	532.6	1 881 294
	MARROCOS MOROCCO	1 372.6	4 251 356	CANADÁ CANADA	193.2	728 237
	TUNÍSIA TUNISIA	700.0	1 655 070	ESPAÑA SPAIN	916.3	1 912 706
	TURQUIA TURKEY	98.2	345 704	E. U. AMÉRICA U.S.A.	827.5	2 824 175
	OUTROS OTHERS	0.7	2 409	MOÇAMBIQUE MOZAMBIQUE	217.0	745 846
				VENEZUELA VENEZUELA	644.6	3 235 950
				OUTROS OTHERS	549.7	1 942 010
Total	22 176.8	61 553 237		12 317.2	45 655 861	
AZEITE TOTAL TOTAL OLIVE OIL	57 876.1	166 947 030		21 867.8	77 447 408	

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

BALANÇO DE APROVISIONAMENTO DO AZEITE - PORTUGAL
OLIVE OIL SUPPLY BALANCE SHEET - PORTUGAL

1000 toneladas/1000 tonnes

Anos Years	Produção utilizável Usable production	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Consumo Humano Human Consumption	Consumo per Capita Per Capita Consumption (kg)	Grau de Auto-Aprovisionamento Degree of Self-Sufficiency (%)
		Entrada Imports	Saída Exports					
2000	42	40	28	54	-5	59	5,8	71,2
2001	25	53	25	53	-7	60	5,8	41,7
2002	31	51	23	59	-2	61	5,9	50,8
2003	29	62	22	69	5	64	6,1	45,3
2004*	36	62	27	71	7	64	6,1	56,3

*Dados provisórios/Provisional data
Fonte/Source: I.N.E.

AZEITONA DE MESA | TABLE OLIVES



CAMPANHA 2005

Enquadramento Mundial: Cerca de 70% da produção mundial de azeitona encontra-se na União Europeia a 25 Estados Membros. Destacam-se a Espanha e a Itália, com produções superiores a 25% da produção mundial e a Grécia, com 12%. No continente asiático a Turquia e a Síria ocupam a 4.^a e 5.^a posições no ranking mundial, com produções anuais próximas dos 9 e 6%, da produção mundial, respectivamente

Área de Cultura (INE): 11 216 ha

Produção (INE): 7 964 t

Áreas de Mercado mais Representativas: Freixo de Espada à Cinta e Alentejo

Varietades: Em Trás-os-Montes predomina a Negrinha de Freixo, no Alentejo a Azeiteira e a Carrasquenha

Factores Relevantes na Produção: A produção de azeitona de mesa foi, nesta campanha, muito inferior à anterior. A quebra rondou os 30%. A fraca precipitação originou frutos com calibres mais pequenos e alguma azeitona apresentou fraca qualidade, nomeadamente a proveniente de olivais de sequeiro. Nos olivais de regadio a azeitona apresentou calibres normais.

Comercialização: A campanha de comercialização da azeitona de mesa decorreu de meados de Setembro a Dezembro de 2005. Verificaram-se dificuldades no escoamento do produto de inferior qualidade. Algumas quantidades acabaram por ser desviadas para a produção de azeite. A azeitona de boa qualidade teve sempre procura e foi toda escoada. O escoamento foi garantido pelos agentes económicos da região e pelas cooperativas. Em Trás-os-Montes a cooperativa recebeu entre 60 a 70% da azeitona ripada.

Preços: As cotações médias da azeitona de mesa no Continente foram superiores às de 2004, em cerca de 35%. Em Trás os Montes as cotações médias em 2005 atingiram o dobro das do ano transacto. A menor disponibilidade de produto de boa qualidade levou à valorização do produto.

Comércio Internacional: O saldo da balança comercial da azeitona foi positivo em 2005. Portugal adquiriu nesse ano, aproximadamente 10 mil toneladas de azeitona, menos cerca de 30% do valor do ano anterior. Praticamente toda a azeitona adquirida foi oriunda de Espanha. Relativamente às saídas, apesar de ter havido uma diminuição de 9% comparativamente a 2004, o valor das vendas foi superior ao das entradas. Os principais países de destino foram os Estados Unidos da América, a Espanha e o Brasil, com respectivamente 26%, 13%, e 8% do valor total exportado de azeitona.

Balanço de Aprovisionamento e Consumo per Capita: O grau de auto-aprovisionamento da azeitona de mesa situa-se nos 99%. O consumo per capita estabilizou em 1,8 Kg em 2004.

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outline: Approximately 70% of the world olive output is produced in the EU25. Spain and Italy stand out, with outputs above 25% of total world output, and Greece follows with 12%. In Asia, Turkey and Syria occupy the fourth and fifth positions in the world ranking, with annual outputs close to 9 and 6% respectively, of world output.

Crop Area (INE): 11 216 ha

Output (INE): 7 964 t

Most Representative Market Areas: Freixo de Espada à Cinta and Alentejo

Varieties: In Trás-os-Montes, the Negrinha de Freixo variety prevails, whereas in Alentejo, Azeiteira and Carrasquenha are dominant.

Relevant Production Factors: Table olive output fell considerably (near 30%) from the previous year. Lack of rainfall gave rise to smaller fruits and poorer quality, namely in olives from non-irrigated olive groves. In irrigated olive groves, olives reached normal sizes.

Marketing: The table olive marketing year lasted from mid-September to December 2005. There were some marketing difficulties for poorer quality fruits. Part of the output ended up being diverted to olive oil production. Good quality olives were always in good demand and were entirely sold. Marketing was guaranteed by regional economic agents and by cooperatives. In Trás-os-Montes, the existing cooperative received between 60 and 70% of all harvested olives.

Prices: Average prices for table olives in mainland Portugal were up 35% on average from 2004. In Trás-os-Montes, average prices in 2005 doubled those of the previous year. Less availability of good quality olives led to a price increase.

Foreign Trade: Trade balance was positive in 2005. Portugal imported approximately 10 thousand tonnes of olives, a 30% fall from the previous year. Virtually all imported olives came from Spain. As regards exports, although there was a 9% fall from 2004, exports exceeded imports in value. The main destination countries were the United States of America, Spain and Brazil, with 26%, 13% and 8%, respectively, of the total exported value.

Supply Balance and per capita Consumption: The degree of self-sufficiency nears 99%. Per capita consumption stabilised at 1.8 Kg in 2004.

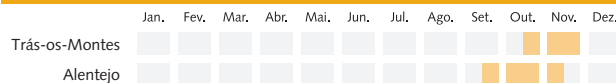
AZEITONA DE MESA | TABLE OLIVES

PRODUÇÃO DE AZEITONA DE MESA • PRODUCTION OF TABLE OLIVES PORTUGAL

	Área/ Area (ha)				Produção/ Production (t)			
	2004	Peso Weight %	2005	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2005	Peso Weight %
Entre Douro e Minho	-	-	-	-	-	-	-	-
Trás-os-Montes	4 970	47	4 970	44	6 119	54	3 841	48
Beira Litoral	-	-	-	-	-	-	-	-
Beira Interior	2 393	23	2 395	21	1 967	17	1 207	15
Ribatejo e Oeste	202	2	205	2	218	2	167	2
Alentejo	2 690	25	3 264	29	2 850	25	2 669	34
Algarve	380	4	382	3	271	2	80	1
Portugal	10 635	100	11 216	100	11 425	100	7 964	100

Fonte/Source: I.N.E.

AZEITONA DE MESA • TABLE OLIVES Calendário de Produção - Comercialização Production - Marketing Calendar

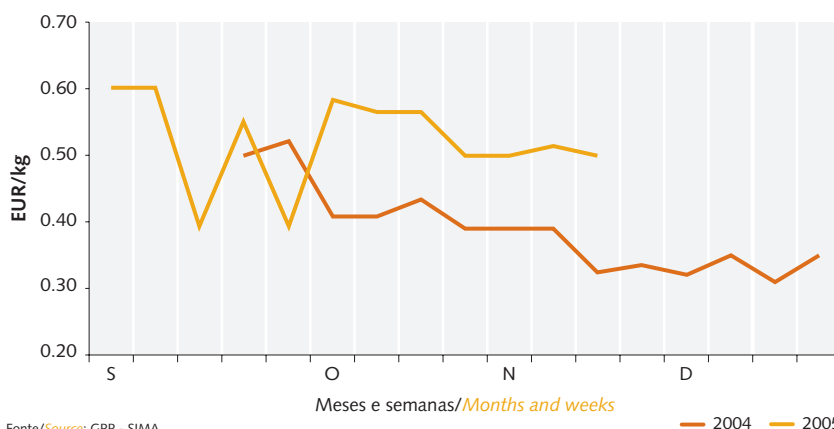


AZEITONA DE MESA • TABLE OLIVES Cotações Mais Frequentes na Produção Most Frequent Producer Prices

MESES MONTHS	2004 EUR/Kg	2005 EUR/Kg	Var. 2005/04 %
Set/Sep	0.51	0.51	0
Out/Oct	0.41	0.55	35
Nov/Nov	0.36	0.50	41
Dez/Dec	0.33		

Fonte/Source: GPP-SIMA

AZEITONA DE MESA • TABLE OLIVES Cotações Mais Frequentes na Produção Most Frequent Producer Prices



Fonte/Source: GPP - SIMA

— 2004 — 2005

AZEITONA DE MESA | TABLE OLIVES

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE AZEITONA PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN OLIVES						
PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM/ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO/DESTINATION	1000 Kg	EUR
AZEITONA FRESCA FRESH OLIVES	ESPAÑA SPAIN	191.1	124 786	E. U. AMÉRICA USA	0.4	761
				REINO UNIDO UNITED KINGDOM	0.6	2 116
				OUTROS OTHERS	0.1	199
	Total	191.1	124 786	TOTAL	1.0	3 076
AZEITONA DE CONSERVA OLIVES FOR PRESERVING	ALEMANHA GERMANY	5.5	5 591	BRASIL BRAZIL	680.7	628 152
	ARGENTINA ARGENTINA	252.0	215 096	ESPAÑA SPAIN	1 061.3	626 936
	ESPAÑA SPAIN	4 843.5	4 066 704	E. U. AMÉRICA U.S.A.	2 667.3	1 987 149
	FRANÇA FRANCE	5.1	5 337	FED. DA RÚSSIA RUSSIAN FEDER.	322.4	436 301
	OUTROS OTHERS	1.8	1 665	FRANÇA FRANCE	818.9	638 161
				ITÁLIA ITALY	738.9	610 950
			OUTROS OTHERS	2 100.1	2 328 586	
	Total	5 107.8	4 294 393	TOTAL	8 389.7	7 256 235
AZEITONA CONSERVADA PRESERVED OLIVES	ESPAÑA SPAIN	4 778.9	3 021 740	BRASIL BRAZIL	24.7	19 840
				ESPAÑA SPAIN	940.6	391 151
				OUTROS OTHERS	0.0	65
	Total	4 778.9	3 021 740	TOTAL	965.3	411 056
AZEITONAS TOTAL TOTAL OLIVES		10 077.8	7 440 919		9 356.0	7 670 367

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

AZEITONA DE MESA | TABLE OLIVES

BALANÇO DE APROVISIONAMENTO DA AZEITONA (Azeitona de Mesa e Azeitona para Azeite) - PORTUGAL
OLIVES SUPPLY BALANCE SHEET (Table Olives and Olives for Olive Oil) - PORTUGAL

1000 toneladas/1000 tonnes

Anos Years	Produção Utilizável Usable production	Comércio Internacional Foreign Trade		Recursos Disponíveis Available Resources	Variação de Existências Change in Stocks	Utilização Interna Domestic Utilisation		Consumo per Capita Per Capita Consumption (kg)	Grau de Auto-Aprovisionamento Degree of Self-Sufficiency (%)
		Entrada Imports	Saída Exports			Total	Transformação Industrial Industrial Processing		
2000	303	12	8	307	-2	309	290	1,9	98,1
2001	196	13	10	199	3	196	177	1,8	100,0
2002	234	15	11	238	2	236	217	1,8	99,2
2003	232	14	9	237	2	235	216	1,8	98,7
2004*	263	17	11	269	4	265	246	1,8	99,2

*Dados provisórios/Provisional data
Fonte/Source: I.N.E.

PRODUÇÃO MUNDIAL DE AZEITONA*
WORLD PRODUCTION OF OLIVES*

Continente/País Continent/Country	Área/Area (ha)				Produção/Production (t)			
	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %	2003	Peso Weight %	2004	Peso Weight %
Mundo/World	8 806 979	100	7 879 151	100	17 841 885	100	17 176 231	100
Europa/Europe	4 805 124	55	3 968 627	50	13 334 442	75	11 993 104	70
UE/EU (25)		0	3 926 227	50		0	11 947 604	70
UE/EU (15)	4 748 240	54			13 279 166	74		
Portugal**	363 517	4	363 839	5	260 000	1	270 000	2
Espanha/Spain	2 439 582	28	1 603 841	20	7 553 566	42	4 965 900	29
Grécia/Greece	765 000	9	765 000	10	2 050 257	11	2 129 565	12
Itália/Italy	1 162 789	13	1 166 350	15	3 391 112	19	4 530 800	26
África/Africa	2 559 603	29	2 449 086	31	2 392 349	13	1 785 193	10
Marrocos/Morocco	500 000	6	500 000	6	470 000	3	470 000	3
Tunísia/Tunisia	1 700 000	19	1 500 000	19	1 400 000	8	650 000	4
Ásia/Asia	1 368 672	16	1 388 728	18	1 826 150	10	3 109 631	18
Síria/Syrian Arab Republic	500 000	6	500 000	6	552 300	3	950 000	6
Turquia/Turkey	614 385	7	632 700	8	850 000	5	1 600 000	9
América do Norte e Central/ /North & Central America	24 470	0	22 850	0	124 750	1	112 050	1
América do Sul/South America	48 110	1	48 860	1	162 394	1	174 453	1
Oceania	1 000	0	1 000	0	1 800	0	1 800	0

Fonte/Source: FAO (dados agregados para 2005 não disponíveis/aggregated data for 2005 not available)

*Azeitona de mesa e azeitona para azeite/Table olives and olives for olive oil

**Os dados da FAO relativos a Portugal não coincidem com os dados estatísticos nacionais/FAO data for Portugal do not match national statistical data.

Portugal 2003 (INE): Área/Area=374154 ha; Produção/Production=244238 t

Portugal 2004 (INE): Área/Area=374474 ha; Produção/Production=312425 t

Cortiça

Cork

CAMPANHA 2005

Enquadramento Mundial: Os montados de sobre localizam-se no sul da Europa e no norte de África. A cortiça é o único produto que coloca Portugal como líder mundial. A nível mundial, Portugal concentra cerca de 1/3 da área de sobre e cerca de metade da produção de cortiça.

Área de montado de Sobre: 736 700 ha, cerca de 23% da floresta nacional (DGRF - IFN 2005-06).

Produção Estimada: 100 mil toneladas (INE).

Áreas de Mercado mais representativas: Áreas de mercado de Alcácer do Sal, Avis, Évora, Grândola, Mora, Ponte de Sôr e Portalegre, na região do Alentejo, áreas de mercado de Península de Setúbal e Abrantes, no Ribatejo e Oeste, e área de mercado de Trás-os-Montes.

Tipos de Cortiça: Cortiça Virgem (1ª cortiça extraída), cortiça Secundária (2ª cortiça extraída) e cortiça Amadia (3.º descortiçamento e seguintes), representando esta última cerca de 85% do total de cortiça produzida.

Factores Relevantes na Produção: De acordo com os dados da Direcção Geral dos Recursos Florestais, o Alentejo é a região mais importante na produção de cortiça, com aproximadamente 70% da superfície nacional de sobre, seguindo-se-lhe Lisboa e Vale do Tejo, com 20%. Em 2005 a produção de cortiça foi a mais baixa dos últimos anos (100 mil toneladas). O estado de seca que se fez sentir levou alguns produtores a optarem por não extrair a cortiça em 2005, na tentativa de proteger os sobreiros. A falta de humidade dificultou a extracção, a cortiça sai em pedaços e danifica a planta. Em Portel houve um incêndio que destruiu vários hectares de sobre e houve sobreiros que morreram devido à degradação do montado. De assinalar alguns ataques de cobrilha, formiga e platipo, devido ao abandono de práticas culturais adequadas, anos sucessivos de seca, podas e descortiçamentos exagerados, assim como a falta de medidas de higiene no montado.

Comercialização: A campanha de produção e comercialização da cortiça começou no início de Junho, no Alentejo e na Península de Setúbal, intensificou-se nos meses de Julho e Agosto, e terminou em finais de Novembro, na área de mercado de Trás-os-Montes. A maioria da cortiça foi comercializada em pilha, com custos de extracção e empilhamento por conta do produtor, mas também houve produto comercializado na árvore, em quantidades mais reduzidas. Alguns produtores optaram por esta solução, uma vez que os intermediários e ajuntadores contratavam pessoas para a tiragem da cortiça. No Alentejo e em Trás-os-Montes a procura registou altos e baixos e foi mais fraca que em anos anteriores. A cortiça de melhor qualidade foi a mais procurada e escoou sem dificuldades. No Ribatejo e Oeste, a comercialização processou-se sem dificuldades e, como a oferta foi menor, todo o produto foi comercializado. Também ocorreram transacções de cortiça da campanha anterior. Quando a campanha de comercialização entrou em período decrescente, o escoamento da cortiça de menor qualidade tornou-se mais difícil.

Preços na Produção: Em 2005 as cotações médias mensais de cortiça amadia, com extracção e empilhamento por conta do produtor, oscilaram, consoante a área de mercado e a qualidade da cortiça, entre um mínimo de 22,44 EUR/arroba na área de mercado de Portalegre e um máximo de 39,90 EUR/arroba na área de mercado de Grândola. No Alentejo, a principal região produtora, as cotações foram inferiores às de 2004, excepto nas áreas de mercado de Alcácer do Sal e Grândola. No Ribatejo e Oeste as cotações também foram inferiores às da campanha anterior, enquanto que em Trás-os-Montes foram superiores.

Transformação da Cortiça: Portugal é o maior transformador de cortiça a nível mundial. Em 2005 as vendas da indústria de transformação de cortiça atingiram 1 215 milhões de euros, cabendo 60% desse valor a obras de cortiça natural e 33% a cortiça aglomerada e respectivas obras. As rolhas, quer de cortiça natural, quer de cortiça aglomerada, representaram 63% dos produtos vendidos, em valor.

Comércio Internacional: A fileira da cortiça é predominantemente exportadora (808 milhões de euros de vendas ao exterior, em 2005) e Portugal tem um saldo largamente positivo em termos de balança comercial. Como 2005 foi um mau ano de produção, devido à seca, as compras ao exterior aumentaram e as vendas diminuíram, em relação ao ano anterior. Consequentemente, o saldo da balança comercial do sector diminuiu, mas, mesmo assim, atingiu os 673,6 milhões de euros. As compras de cortiça natural representaram 72% do total de compras ao exterior e as vendas de produtos transformados representaram 93% das vendas ao exterior. O principal fornecedor de cortiça natural foi a Espanha, com 90% do valor total adquirido, mas também adquirimos produto de Marrocos, Tunísia e Itália. A Espanha foi também o nosso maior cliente de cortiça natural, absorvendo 48% das nossas vendas, seguida pela Itália (14%). Os principais clientes de cortiça transformada foram a França (23%), os E.U.A. (17%), a Espanha (10%), a Alemanha (11%), a Itália (6%), a Austrália (5%) e o Chile (3%).

PRODUCTION AND MARKETING YEAR (2005)

World Outline: Cork oak plantations are located in Southern Europe and in Northern Africa. Cork is the only product for which Portugal is a world leader. In 2005, Portugal accounted for approximately 33% of total cork oak plantation area and around 53% of cork output.

Cork Oak Plantation Area: 736 700 ha, approximately 23% of Portuguese forest area (DGRF - IFN 2005-06).

Estimated Output: 100 thousand tonnes (INE)

Most Representative Market Areas: Alcácer do Sal, Avis, Évora, Grândola, Mora, Ponte de Sôr and Portalegre market areas, in the region of Alentejo, Península de Setúbal and Abrantes market areas, in the region of Ribatejo e Oeste, and Trás-os-Montes market area.

Cork Types: Virgin cork (first cork harvested, after 25 years), Reproduction cork (second harvest, 9 years after the first stripping) and Amadia cork (third and following harvests, every 9 years), the latter representing around 85% of total cork produced.

Relevant Production Factors: According to data from the Directorate-General of Forest Resources, Alentejo is the most important region in cork production, with approximately 70% of total cork oak plantation area, followed by Lisboa e Vale do Tejo, with 20%. In 2005, cork production fell to a record low (100 thousand tonnes). The drought led some producers to postpone harvesting, in an attempt to protect the trees. In fact, lack of moisture renders stripping hard, leading to cork breaking and tree damage. At Portel, a fire destroyed several hectares of cork oak plantations and some trees died due to the degradation of plantations. There were attacks by *Coroebus undatus*, ants and *Platypus cylindrus* due to the abandonment of adequate cultivation practices, successive drought years, excessive pruning and cork stripping, as well as lack of plant hygiene measures in cork oak plantations.

Marketing: The production and marketing year started at the beginning of June, in Alentejo and in the Península de Setúbal, it peaked in July and August and it stopped by the end of November, in the Trás-os-Montes market area. Most cork was marketed in piles, harvested and stacked by the producer, but smaller quantities of cork were marketed while still on the tree. Some producers chose the latter solution, since middlemen and collectors were hiring help for harvesting. In Alentejo and Trás-os-Montes, demand fluctuated but it fell from previous years. The best-quality cork was in higher demand and was marketed without any difficulties. In Ribatejo e Oeste, trading proceeded smoothly and, since supply decreased, all production was sold. Some cork left from the previous year was also sold. When the marketing year started to slow down, there were some difficulties in marketing cork of poorer quality.

Producer Prices: In 2005, monthly average prices of amadia cork, harvested and stacked by the producer, fluctuated according to market area and cork quality between a minimum of €22.44 per fifteen kilos (arroba) at the Portalegre market area and a maximum of €39.90 at the Grândola market area. In Alentejo, the leading producing region, prices fell from 2004, except in the Alcácer do Sal and Grândola market areas. In Ribatejo e Oeste, prices also fell from the previous year, whereas in Trás-os-Montes they climbed.

Cork Manufacturing: Portugal is the world's largest cork manufacturer. In 2005, sales of the cork manufacturing industry reached 1 215 million euros, 60% of which corresponded to natural cork articles and 33% to agglomerate cork and its articles. Cork stoppers, both of natural cork and agglomerate cork, accounted for 63% of all articles sold, in value.

Foreign Trade: The cork chain is predominantly export-oriented (808 million euros in exports, in 2005) and Portugal has a largely positive trade balance. Since 2005 was a poor production year, due to the drought, imports increased and exports fell from the previous year. Consequently, the trade balance outcome fell, still reaching however 673.6 million euros. Imports of natural cork accounted for 72% of total imports and exports of processed products reached 93% of total exports. The main supplier of natural cork was Spain, with 90% of total purchases, but we have also imported from Morocco, Tunisia and Italy. Spain was also our major natural cork client, accounting for 48% of exports, followed by Italy (14%). The major clients of processed cork were France (23%), the U.S.A. (17%), Spain (10%), Germany (11%), Italy (6%), Australia (5%) and Chile (3%).

CORTIÇA | CORK

EVOLUÇÃO DA ÁREA FLORESTAL POR ESPÉCIE, NO CONTINENTE
FOREST AREA BY SPECIES IN MAINLAND PORTUGAL

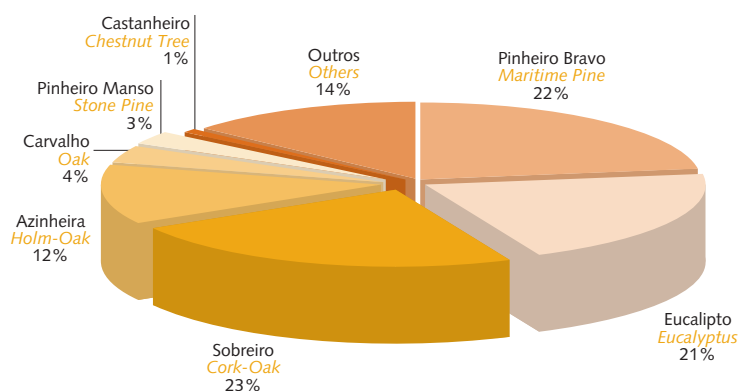
1000 ha

ANOS/YEARS	1995/1998	2005-2006	Var. 2005-06/1995-98 (%)
ESPÉCIES/SPECIES (1)			
PINHEIRO BRAVO/MARITIME PINE	976.1	710.6	-37.4
EUCALIPTO/EUCALYPTUS	672.1	646.7	-3.9
SOBREIRO/CORK-OAK	712.8	736.7	3.2
AZINHEIRA/HOLM-OAK	461.6	388.3	-18.9
CARVALHO/OAK	130.9	117.9	-11.0
PINHEIRO MANSO/STONE PINE	77.6	83.9	7.5
CASTANHEIRO/CHESTNUT TREE	40.5	28.2	-43.6
OUTRAS/OTHERS(2)	129.3	424.5	69.5
TOTAL	3 200.9	3 136.8	-2.0

(1) Povoamentos puros, mistos dominantes e jovens/Single-species, mixed and young stands

(2) Inclui as folhosas diversas, resinosas diversas, outras formações lenhosas e diversas e povoamentos jovens/It includes different hardwoods, different softwoods, other different woody plants and young stands

Fonte/Source: DGRF - Inventário Florestal Nacional (IFN 2005-06)/DGRF - National Forestry Inventory (IFN 2005-06)

DISTRIBUIÇÃO DA ÁREA FLORESTAL POR ESPÉCIE, NO CONTINENTE 2005-2006
DISTRIBUTION OF FOREST AREA BY SPECIES IN MAINLAND PORTUGAL 2005-2006

Fonte/Source: DGRF (IFN 2005-06)

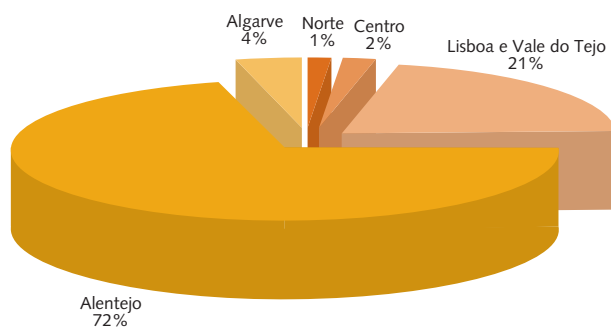
DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DO SOBREIRO
REGIONAL DISTRIBUTION OF CORK-OAKS

1000 ha

ANOS/YEARS	1995/1998	2005-2006	Var. 2005-06/1995-98 (%)
REGIÕES/REGIONS			
NORTE	21.3	10.0	-113
CENTRO	27.9	15.2	-84
LISBOA E VALE DO TEJO	139.8	155.9	10
ALENTEJO	483.9	527.2	8
ALGARVE	39.9	28.4	-40
CONTINENTE/MAINLAND PORTUGAL	712.8	736.7	3

Fonte/Source: DGRF - Inventário Florestal Nacional (IFN 2005-06)/DGRF - National Forestry Inventory (IFN 2005-06)

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DO SOBREIRO 2005-2006
REGIONAL DISTRIBUTION OF CORK-OAKS 2005-2006



Fonte/Sources: DGRF (IFN 2005-06)

CORTIÇA • CORK
Calendário de Produção - Comercialização
Production - Marketing Calendar

	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Trás-os-Montes												
Abrantes												
Península de Setúbal												
Alcácer do Sal												
Grândola												
Avis												
Évora												
Mora												
Ponte de Sôr												
Portalegre												

CORTIÇA • CORK
'Cotações Mais Frequentes na Produção, em Trás-os-Montes e no Alentejo
Most Frequent Producer Prices in Trás-os-Montes and Alentejo

MESES MONTHS	TRÁS-OS-MONTES			ALENTEJO		
	2004 EUR/ARROBA	2005 EUR/ARROBA	Var. 2005-04 (%)	2004 EUR/ARROBA	2005 EUR/ARROBA	Var. 2005-04 (%)
JUN/JUN					29.86	
JUL/JUL	24.93	30.00	20		31.87	
AGO/AUG	27.47	30.00	9	30.73	31.39	2
SET/SEP	27.50	30.00	9	28.71	32.46	13
OUT/OCT	27.50	30.00	9	28.71	37.41	30
NOV/NOV	27.50	30.00	9	28.71		
DEZ/DEC	27.50			25.00		

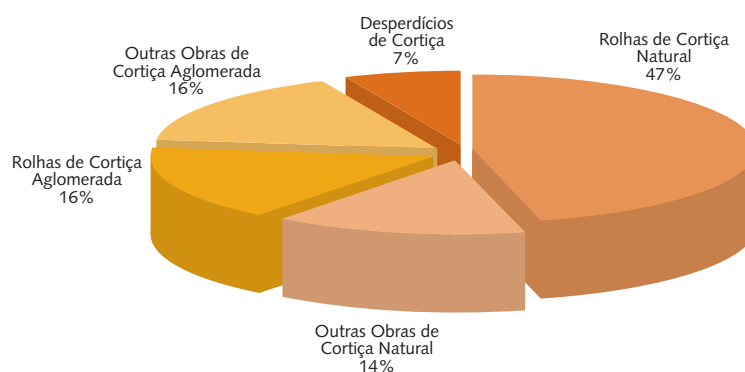
Nota: Cotações da cortiça amadia, com extracção e empilhamento por conta do produtor; 1 arroba = 15 Kg
Note: Prices for amadia cork, harvested and stacked by the producer, 1 arroba = 15 Kg
Fonte/Sources: GPP-SIMA

CORTIÇA | CORK

INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO DE CORTIÇA 2005
CORK PROCESSING INDUSTRY 2005

PRODUTOS <i>PRODUCTS</i>	QUANTIDADES/ <i>QUANTITIES</i> (1000 KG)		VALOR DAS VENDAS <i>TOTAL SALES</i> (1000 EUR)
	PRODUZIDAS <i>PRODUCED</i>	VENDIDAS <i>SOLD</i>	
Rolhas de Cortiça Natural em Bruto <i>Raw Natural Cork Stoppers</i>	16 744	16 642	202 925
Tratamento de Rolhas de Cortiça Natural <i>Treatment of Natural Cork Stoppers</i>	8 126	8 123	194 195
Rolhas de Cortiça Natural Tratadas <i>Treated Natural Cork Stoppers</i>	7 853	7 759	164 223
Cortiça Natural, sem a Crosta ou Simplesmente Esquadrada ou em Cubos, Chapas, Folhas, etc <i>Natural Cork, Without Crust or Simply Squared, or in Cubes, Plates, Sheets, etc.</i>	69 561	58 770	174 773
Cortiça Aglomerada: Rolhas para Vinhos Tranquilos <i>Agglomerated Cork: Stoppers for Still Wines</i>	33 942	28 036	147 549
Cortiça Aglomerada: Rolhas para Champanhe <i>Agglomerated Cork: Champagne Bottle Stoppers</i>	5 392	5 146	51 177
Cubos, Blocos, Ladrilhos de Qualquer Formato, de Cortiça Aglomerada <i>Cubes, Blocks and All Types of Tiles of Agglomerated Cork</i>	71 417	62 292	140 291
Outros Artigos de Cortiça Aglomerada <i>Other Agglomerated Cork Products</i>	31 273	31 036	58 761
Desperdícios de Cortiça; Cortiça Triturada, Granulada ou Pulverizada <i>Cork Refuse; Crushed Cork, Granulated Cork, Pulverised Cork</i>	193 120	123 602	80 878
TOTAL			1 214 772

Fonte/*Source*: INE - Estatísticas de Produção Industrial/*INE - Industrial Production Statistics*

VENDAS DA INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO DE CORTIÇA • SALES BY THE CORK PROCESSING INDUSTRY
(2005 - Total: 1 214 772 EUR)


COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE CORTIÇA (Toneladas)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN CORK (Tonnes)

PRODUTO PRODUCT	2001		2002		2003		2004		2005*	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
CORTIÇA NATURAL NATURAL CORK	46 366.8	34 502.1	48 479.6	36 739.1	66 289.7	42 161.3	54 453.1	41 392.0	61 987.0	40 423.7
OBRAS DE CORTIÇA NATURAL PRODUCTS MADE OF NATURAL CORK	1 985.5	23 775.1	1 897.7	23 515.7	2 907.9	22 977.9	2 839.2	21 673.1	4 142.2	19 186.3
CORTIÇA AGLOMERADA E SUAS OBRAS CONGLOMERATE CORK AND CORRESPONDING PRODUCTS	1 673.0	76 060.5	2 346.2	78 250.3	1 649.2	84 502.5	1 821.9	91 736.3	1 920.7	90 746.9

NOTA/NOTE: Inclui a cortiça das posições 4501 a 4504 da N.C./It includes cork from positions 4501 to 4504 of the CN
 Fonte/Source: INE (*dados provisórios/provisional data)

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE CORTIÇA (EUR)
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN CORK (EUR)

PRODUTO PRODUCT	2001		2002		2003		2004		2005*	
	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.	ENT./IMP.	SAI./EXP.
CORTIÇA NATURAL NATURAL CORK	106 542 885	64 491 826	104 842 315	53 894 256	128 040 782	62 252 452	91 811 783	64 931 935	97 152 203	56 243 555
OBRAS DE CORTIÇA NATURAL PRODUCTS MADE OF NATURAL CORK	25 015 928	509 473 404	25 736 359	519 959 028	32 560 643	493 860 844	30 981 090	469 906 132	28 500 774	417 778 271
CORTIÇA AGLOMERADA E SUAS OBRAS CONGLOMERATE CORK AND CORRESPONDING PRODUCTS	8 415 922	319 811 078	8 505 101	329 413 162	9 181 446	339 855 987	7 361 199	346 931 656	8 673 897	333 941 338
TOTAL	139 974 735	893 776 308	139 083 775	903 266 446	169 782 871	895 969 283	130 154 072	881 769 723	134 326 874	807 963 164

NOTA/NOTE: Inclui a cortiça das posições 4501 a 4504 da N.C./It includes cork from positions 4501 to 4504 of the CN
 Fonte/Source: INE (*dados provisórios/provisional data)

CORTIÇA | CORK

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE CORTIÇA
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN CORK

PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM/ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO/DESTINATION	1000 Kg	EUR
CORTIÇA NATURAL NATURAL CORK	ESPAÑA SPAIN	46 916.6	88 201 601	ALEMANHA GERMANY	2 143.8	2 034 936
	ITÁLIA ITALY	707.4	1 347 378	CHINA CHINA	1 900.4	5 466 757
	MARROCOS MOROCCO	7 235.2	4 122 575	ESPAÑA SPAIN	22 943.9	27 211 479
	TUNÍSIA TUNISIA	6 728.6	3 016 289	ITÁLIA ITALY	4 548.7	7 757 328
	OUTROS OTHERS	399.3	464 360	JAPÃO JAPAN	917.2	1 577 379
				PAÍSES BAIXOS NETHERLANDS	1 924.7	1 715 137
			OUTROS OTHERS	6 044.9	10 480 539	
	Total	61 987.0	97 152 203		40 423.7	56 243 555
OBRAS DE CORTIÇA NATURAL PRODUCTS MADE OF NATURAL CORK	ARGÉLIA ARGELIA	228.1	2 006 599	ALEMANHA GERMANY	1 861.8	31 237 691
	AUSTRÁLIA AUSTRALIA	65.7	1 461 769	AUSTRÁLIA AUSTRALIA	986.1	24 695 934
	ESPAÑA SPAIN	2 397.2	7 118 840	CHILE CHILE	605.6	19 820 729
	E. U. AMÉRICA U.S.A.	54.3	1 606 673	ESPAÑA SPAIN	2 141.2	46 391 179
	FRANÇA FRANCE	117.3	2 277 291	E. U. AMÉRICA U.S.A.	2 442.9	76 992 455
	MARROCOS MOROCCO	600.0	6 745 885	FRANÇA FRANCE	5 923.7	115 167 067
	TUNÍSIA TUNISIA	461.1	3 634 713	ITÁLIA ITALY	1 426.6	24 848 033
	OUTROS OTHERS	218.6	3 649 004.0	OUTROS OTHERS	3 798.4	78 625 183
	Total	4 142.2	28 500 774		19 186.3	417 778 271

CORTIÇA | CORK

COMÉRCIO INTERNACIONAL PORTUGUÊS DE CORTIÇA
PORTUGUESE FOREIGN TRADE IN CORK

PRODUTO PRODUCT	ENTRADA/IMPORTS - 2005			SAÍDA/EXPORTS - 2005		
	ORIGEM/ORIGIN	1000 Kg	EUR	DESTINO/DESTINATION	1000 Kg	EUR
CORTIÇA AGLOMERADA E SUAS OBRAS	ARGÉLIA <i>ARGELIA</i>	219.0	424 289	ALEMANHA <i>GERMANY</i>	19 309.9	48 590 877
CONGLOMERATE CORK AND CORRESPONDING PRODUCTS	AUSTRÁLIA <i>AUSTRALIA</i>	92.4	914 768	AUSTRÁLIA <i>AUSTRALIA</i>	1 712.9	13 663 117
	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	1 134.0	5 500 738	ÁUSTRIA <i>AUSTRIA</i>	3 475.3	7 354 162
	E. U. AMÉRICA <i>U.S.A.</i>	88.9	472 914	CANADÁ <i>CANADA</i>	3 222.1	8 758 653
	ITÁLIA <i>ITALY</i>	113.1	285 757	ESPAÑA <i>SPAIN</i>	5 868.0	30 013 899
	OUTROS <i>OTHERS</i>	273.3	1 075 431	E. U. AMÉRICA <i>U.S.A.</i>	14 976.4	53 338 477
				FRANÇA <i>FRANCE</i>	8 871.7	54 581 571
				ITÁLIA <i>ITALY</i>	6 697.6	21 414 405
				JAPÃO <i>JAPAN</i>	2 510.4	8 891 416
				OUTROS <i>OTHERS</i>	24 102.5	87 334 761
	Total	1 920.7	8 673 897		90 746.9	333 941 338
TOTAL CORTIÇA CORK TOTAL			134 326 874			807 963 164

Fonte/Source: I.N.E. (dados provisórios/provisional data)

Reforma da Organização Comum de Mercados (OCM) das Frutas e Hortícolas Frescas e Transformadas

*Reform of the Common Market
Organisation (CMO) for fresh
and processed Fruit and Vegetables*

REFORMA DA ORGANIZAÇÃO COMUM DE MERCADOS (OCM) DAS FRUTAS E HORTÍCOLAS FRESCAS E TRANSFORMADAS

Nos últimos anos o sector das frutas e produtos hortícolas tem enfrentado uma grande pressão exercida pelas cadeias de distribuição, que se apresentam muito concentradas e que desempenham um papel fundamental na formação dos preços de mercado, e também a forte concorrência de produtos de países terceiros, com boa qualidade e preços baixos que absorvem crescentes quotas de mercado.

As organizações de produtores e os seus programas operacionais têm tido um papel fundamental no agrupamento da oferta de hortofrutícolas, continuando a ser importantes para fazer face à forte concentração das cadeias de distribuição. Contudo é elevada a percentagem de produtores que não pertencem a organizações de produtores.

Esta reforma contempla medidas destinadas a tornar as organizações de produtores mais atractivas.

Por outro lado, o regime de apoio da OCM actual do sector dos produtos transformados à base de frutas e produtos hortícolas - um apoio à quantidade produzida, não se enquadra no objectivo da PAC reformada. A reforma consolidou a inclusão das frutas e produtos hortícolas no regime de pagamento único por superfície. Esta mudança de um apoio à produção, para as ajudas directas aos produtores, contribuirá para promover uma agricultura mais orientada para o mercado e mais sustentável.

A proposta de reforma, que foi apresentada ao Conselho em 29 de Janeiro de 2007 e obteve acordo político em Junho, foi formalmente aprovada pelo Conselho de Ministros de Agricultura em Setembro de 2007, com as seguintes linhas orientadoras:

Organizações de produtores: Supressão da figura do pré-reconhecimento, e do respectivo regime de apoio, com excepção dos novos Estados Membros. Possibilidade dos produtores se filiarem numa organização de produtores diferente para cada produto. Ao nível dos apoios, o co-financiamento comunitário passará de 50% para 60%, nas zonas onde menos de 20% da produção seja comercializada por aquelas organizações, bem como nos novos Estados-Membros. As fusões de organizações de produtores e as associações de organizações de produtores beneficiarão de apoios específicos. Manter-se-ão os apoios às organizações de produtores que participem em acções transnacionais ou de carácter interprofissional. Os Estados-Membros e as organizações de produtores elaborarão programas operacionais baseados numa estratégia nacional.

Gestão de crises: A gestão de crises será gerida ao nível das organizações de produtores pelo programa operacional (co-financiamento de 50 % proveniente do orçamento comunitário) e poderá contemplar a colheita em verde e a não-colheita, instrumentos de promoção e comunicação em tempo de crise, formação, seguros de colheita e ao financiamento dos custos administrativos da constituição de fundos mutualistas. As organizações de produtores poderão efectuar retiradas, que beneficiarão de um co-financiamento de 50 %. As retiradas para distribuição gratuita a escolas, colónias de férias infantis, hospitais, organizações caritativas, lares de idosos e instituições penitenciárias serão financiadas a 100% pela Comunidade, até ao limite de 5%, em quantidade, da produção comercializada por cada organização de produtores.

Integração das frutas e produtos hortícolas no regime de pagamento único: As terras cultivadas com frutas ou produtos hortícolas serão elegíveis para efeitos de atribuição de direitos e estas culturas podem ser instaladas em superfícies em que direitos existentes foram activados. Os apoios às frutas e produtos hortícolas transformados serão todos dissociados e aumentar-se-ão os limites máximos nacionais fixados para os orçamentos do regime de pagamento único. Os Estados-Membros poderão, com base num período representativo, estabelecer montantes de referência e determinar que agricultores serão elegíveis para novos direitos.

Como medida de excepção transitória, os Estados-Membros podem, durante um número limitado de anos, reter uma parte dos montantes financeiros gerados pela introdução das ajudas à transformação no RPU, para efeitos de

Over the last few years, the fruit and vegetable sector has been facing a huge pressure from the distribution chains, which are very concentrated and play a key role in market price formation, and also strong competition from third country products, which take up increasing market shares.

Producers' organisations and their operational programmes have had a key role in gathering the supply of fruit and vegetables, and they remain important to face the strong concentration of distribution chains. However, there is still a high percentage of producers who do not belong to any producers' organisation. This reform includes measures aimed at making producers' organisations more attractive.

On the other hand, the support scheme of the current CMO for processed fruit and vegetable products - that is, support for quantities produced - is not contemplated in the objectives of the reformed CAP. The reform proposes the inclusion of fruit and vegetables in Single Payment and Single Area Payment Schemes. This shift from support for production to direct aids to producers will contribute to promote a more market-oriented and more sustainable agriculture.

The draft reform, which was submitted to the Council on January 29 2007 and reached political agreement in June, was formally approved by the Council of Ministers of Agriculture in September 2007 with the following guidelines:

Producers' organisations: *Elimination of pre-recognition and the correspondent support scheme, except for the new Member-States. Possibility for farmers of joining a different producers' organisation for each product. Regarding support, Community co-financing will move from 50% to 60% in areas where less than 20% of the production is marketed through those organisations, as well as in the new Member-States. Mergers of producers' organisations and associations of producers' organisations will benefit from specific support. Support for producers' organisations that participate in transnational or interprofessional activities will be maintained. Member-States and producers' organisations will draw up operational programmes based on a national strategy.*

Crisis management: *Crisis management will be carried out within producers' organisations by the operational programme (50% co-financing from the Community budget) and it may cover green harvest and no harvest at all, promotion and communication instruments at times of crisis, training, harvest insurances and financing of administrative costs for creating mutual funds. Producers' organisations may carry out market withdrawals, benefiting from 50% co-financing. Withdrawals for free distribution to schools, children's holiday camps, hospitals, charitable organisations, nursing homes and penitentiary institutions will be financed at 100% by the Community, up to a limit of 5% of the total amount of the production marketed by each producers' organisation.*

Integration of fruit and vegetables in the Single Payment Scheme: *Land cultivated with fruit and vegetables will be eligible for entitlements and these crops may be planted in areas where existing entitlements were activated. Support for processed fruit and vegetables will be entirely decoupled and the national maximum limits fixated for Single Payment Scheme budgets will be increased. Based on a representative period, Member-States may establish reference amounts and determine which farmers will be eligible for new entitlements.*

As a transitional exceptional measure, Member States may, for a limited number of years, withhold part of the financial amounts generated by introducing processing aid in the SPS, for the purpose of obtaining area aid

REFORM OF THE COMMON MARKET ORGANISATION (CMO) FOR FRESH AND PROCESSED FRUIT AND VEGETABLES

atribuição de uma ajuda à superfície a conceder aos produtos destinados à transformação. No caso de Portugal, a opção de excepção foi tomada apenas para o tomate, mantendo-se até ao máximo de 4 anos (até 2011) um desligamento de 50% das ajudas (100% a partir daí) sendo o restante atribuído na forma de ajuda à superfície por agricultor, condicionada a um contrato de entrega entre a Organização de Produtores respectiva e a unidade de transformação de tomate.

Medidas ambientais: A integração das frutas e produtos hortícolas no regime de pagamento único tornará as obrigações de condicionalidade extensivas aos agricultores que receberem pagamentos directos. Além disso, cada programa operacional terá de efectuar pelo menos 20 % das despesas em medidas ambientais.

Promoção: A Organização Mundial de Saúde recomenda o consumo de 400g diários de frutas e produtos hortícolas. Actualmente, apenas a Grécia e a Itália atingem esse nível. As organizações de produtores poderão incluir a promoção do consumo de frutas e produtos hortícolas nos seus programas operacionais. Se a promoção for dirigida a adolescentes e crianças em idade escolar, o co-financiamento comunitário será elevado para 60%. Os produtos retirados do mercado poderão ser distribuídos gratuitamente a organizações caritativas, escolas e colónias de férias infantis.

Comércio com países terceiros: Dado que as conversações no âmbito da OMC ainda estão a decorrer, a proposta não incide no quadro legislativo actualmente aplicável ao comércio externo. É, no entanto, instituída a abolição das restituições à exportação.

Simplificação: A abolição das ajudas à transformação, assim como as novas regras aplicáveis às organizações de produtores e a abolição das restituições à exportação, contribuirão significativamente para a simplificação. O mesmo sucederá com a harmonização dos princípios básicos das normas de comercialização para todos os produtos agrícolas, incluindo as frutas e produtos hortícolas, ainda em discussão.

to be granted to products destined for processing. In the case of Portugal, the exception option was only made for tomato: a 50% decoupling of aid is maintained up to the maximum of 4 years (until 2011), 100% from then on. The remainder is allocated as area aid per farmer, subject to a delivery contract signed by the corresponding Producer Organisation and the tomato processing unit.

Environmental measures: *The integration of fruit and vegetables in the Single Payment Scheme will extend cross-compliance requirements to farmers who received direct payments. In addition, each operational programme will have to spend at least 20% of its budget in environmental measures.*

Promotion: *The World Health Organisation recommends the daily consumption of 400 g of fruit and vegetables. Currently, only Greece and Italy reach this level. Producers' organisations will be able to include the promotion of fruit and vegetable consumption in their operational programmes. If promotion is directed to teenagers and school children, the Community co-financing will reach 60%. Products withdrawn from the market may be freely distributed to charitable organisations, schools and children's holiday camps.*

Trade with third countries: *Since negotiations within the WTO are still in progress, the proposal does not include the legislative framework currently applicable to foreign trade. However, the elimination of export refunds is proposed.*

Simplification: *The elimination of aid to processing, as well as the new rules applicable to producers' organisations and the elimination of export refunds will significantly contribute to overall simplification. The same will happen with the harmonisation of basic principles in trade standards for all agricultural products, including fruit and vegetables, still under discussion.*

Organismos Públicos de Interesse para o Sector das Produções Vegetais

*Public Services for the Crop
Production Sector*

ORGANISMOS PÚBLICOS DE INTERESSE PARA O SECTOR DAS PRODUÇÕES VEGETAIS PUBLIC SERVICES FOR THE CROP PRODUCTION SECTOR

AGÊNCIA PARA O INVESTIMENTO E COMERCIO EXTERNO DE PORTUGAL

Av. 5 de Outubro, 101 - 1050-051 LISBOA
Telef.: 217 909 500 - Fax: 217 935 028
E-mail: aicep@portugalglobal.pt

AUTORIDADE DE SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONÓMICA

Av. Conde Valbom, 98 - 1050-070 LISBOA
Telef.: 217 983 600 - Fax: 217 983 654
E-mail: correio.asae@asae.pt

DIRECÇÃO GERAL DAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Av. Visconde Valmor, 72 - 1069-041 LISBOA
Telef.: 217 919 100 - Fax: 217 965 158
E-mail: dgempresa@dgempresa.min-economia.pt

DIRECÇÃO GERAL DE AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL

Av. Afonso Costa, 3 - 1949-002 LISBOA
Telef.: 218 442 200 - Fax: 218 442 202
E-mail: idrha@idrha.min-agricultura.pt / info@dgpc.min-agricultura.pt

DIRECÇÃO GERAL DAS ALFÂNDEGAS E IMPOSTOS ESPECIAIS SOBRE O CONSUMO

Rua Alfândega, 5 - 1149-006 LISBOA
Telef.: 218 813 700 - Fax: 218 813 900
E-mail: dgaiec@dgaiec.min-financas.pt

DIRECÇÃO REGIONAL AGRICULTURA E DESENVOLVIMENTO RURAL

Av. Arriaga, 21-A - Edif. Golden Gate - 9000-060 FUNCHAL
Telef.: 291 224 042 - Fax: 291 225 708
E-mail: dradr.sra@gov-madeira.pt

DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA E PISCAS DO ALENTEJO

Qta. Malagueira - Apt. 83 - 7002-553 ÉVORA
Telef.: 266 757 800 - Fax: 266 757 850
E-mail: geral@draal.min-agricultura.pt

DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA E PISCAS DO ALGARVE

Apt. 282 - Braciais - Patacão - 8001-904 FARO
Telef.: 289 870 700 - Fax: 289 816 003
E-mail: draalg@draalg.min-agricultura.pt

DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA E PISCAS DO CENTRO

Rua Amato Lusitano - Lt. 3 - Apart. 107 - 6001-909 CASTELO BRANCO
Telef.: 272 348 600 - Fax: 272 348 625
E-mail: drapc@drapc.min-agricultura.pt

DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA E PISCAS DE LISBOA E VALE DO TEJO

Quinta das Oliveiras - Apart. 477 - 2001-096 SANTARÉM
Telef.: 243 377 500 - Fax: 243 377 545
E-mail: draro@draro.pt

DIRECÇÃO REGIONAL DE AGRICULTURA E PISCAS DO NORTE

Rua República, 133 - Apt. 24 - 5370-347 MIRANDELA
Telef.: 278 260 900 - Fax: 278 260 977
E-mail: geral@drapn.min-agricultura.pt

DIRECÇÃO REGIONAL ASSUNTOS COMUNITÁRIOS AGRICULTURA

Vinha Brava - 9701-861 ANGRA DO HEROÍSMO
Telef.: 295 403 630 - Fax: 295 403 631
E-mail: info.sraf@azores.gov.pt

ESTAÇÃO AGRONÓMICA NACIONAL

Av. República - Qta. Marquês - 2784-505 OEIRAS
Telef.: 214 403 500 - Fax: 214 416 011
E-mail: dir.ean@iniap.min-agricultura.pt

ESTAÇÃO NACIONAL DE FRUTICULTURA VIEIRA NATIVIDADE

Estrada de Leiria - 2461-997 ALCOBAÇA
Telef.: 262 590 680 - Fax: 262 596 221
E-mail: enfvnm@mail.telepac.pt

ESTAÇÃO NACIONAL DE MELHORAMENTO DE PLANTAS

Apartado 6 - 7351-951 ELVAS
Telef.: 268 622 844 - Fax: 268 629 295
E-mail: enmp.inia@mail.telepac.pt

GABINETE DO GESTOR DO POADR

Praça Comércio - 1149-010 LISBOA
Telef.: 213 234 960 - Fax: 213 234 988
E-mail: poadr@min-agricultura.pt

INSPECÇÃO-GERAL DA AGRICULTURA E PISCAS

Av. República, 84 - 2.º - 1649-008 LISBOA
Telef.: 217 922 100 - Fax: 217 979 163
E-mail: iga@mail.telepac.pt

INSTITUTO DO AMBIENTE

Rua Murgueira, 9/9-A - 2610-124 AMADORA
Telef.: 214 728 200 - Fax: 214 719 074
E-mail: geral@iambiente.pt

INSTITUTO DE FINANCIAMENTO DA AGRICULTURA E PISCAS

Rua Castilho, 45 a 51 - 1250-068 LISBOA
Telef.: 213 846 000 - Fax: 213 846 170
E-mail: ifadap@ifadap.min-agricultura.pt / inga@inga.min-agricultura.pt

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

Av. António José Almeida - 1000-043 LISBOA
Telef.: 218 426 100 - Fax: 218 426 380
E-mail: ine@ine.pt

INSTITUTO NACIONAL DE RECURSOS BIOLÓGICOS

Rua Barata Salgueiro, 37 - 1250-042 LISBOA
Telef.: 213 131 700 - Fax: 213 131 740
E-mail: info@iniap.min-agricultura.pt

INSTITUTO PORTUGUÊS DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO

Av. Liberdade, 192 - 2.º - 1250-147 LISBOA
Telef.: 213 176 700 - Fax: 213 147 897
E-mail: cooperacao.portuguesa@ipad.mne.gov.pt

INSTITUTO DA VINHA E DO VINHO

Rua Mouzinho Silveira, 5 - 1250-165 LISBOA
Telef.: 213 506 700 - Fax: 213 561 225
E-mail: info@ivv.min-agricultura.pt

INSTITUTO DOS VINHOS DO DOURO E DO PORTO

Rua Camilos, 90 - 5050-272 PESO DA RÉGUA
Telef.: 254 320 130 - Fax: 254 320 149
E-mail: ivdp@ivdp.pt

icep | portugal

SERVIÇOS CENTRAIS

Av. 5 de Outubro, n.º 101 - 1050-051 LISBOA
Tel.: 00-351-21 790 95 00 - Fax: 00-351-21 793 50 28
Número Azul: 808 21 42 14
E-mail: icep@icep.pt

ESCRITÓRIOS REGIONAIS

Porto

DCOI-Porto
Direcções de Comércio e Internacionalização
Rua Direita do Viso, 120 - 4269-002 PORTO
Tel.: 22 615 64 00 - Fax: 22 615 64 99
E-mail: info.norte@icep.pt (comércio) / isabelqui@icep.pt (turismo)

Apoio Logístico Local - CALL

Rua de S. João de Brito, 621 - 4149-006 PORTO
Tel.: 22 615 20 00 - Fax: 22 615 20 22
E-mail: carlosfa@icep.pt

Centro de Informação Turística do Porto

Praça D. João I, 43 - 4000-295 PORTO
Tel.: 22 205 7514 / 3143 - Fax: 22 205 3212
E-mail: isabelqui@icep.pt

Aveiro

Rua da Boavista - Alagôas - Esgueira - 3800-115 AVEIRO
Tel.: 234 302 450 - Fax: 234 302 466
E-mail: icepaveiro@icep.pt

Covilhã

Centro Cívico - Edifício CGD, 4.º - 6200-073 COVILHÃ
Tel.: 275 330 553/6 - Fax: 275 330 555
E-mail: moraacor@icep.pt

Guimarães

Largo Condessa do Juncal, n.º 21 - Sala 1 - 4800-159 GUIMARÃES
Tel.: 253 51 84 53 - Fax: 253 51 44 97
E-mail: icepguima@mail.telepac.pt

Madeira / Funchal

Rua do Bom Jesus, n.º 9 - 1.º-E - 9050-028 FUNCHAL
Tel.: 291 22 91 09 / 291 22 85 55 - Fax: 291 23 25 46
E-mail: icep.funchal@mail.telepac.pt

Açores / Ponta Delgada

Rua do Aljube, n.º 42 - 1.º - 9500-018 PONTA DELGADA
Tel.: 296 28 20 93 - Fax: 296 28 54 54

DELEGAÇÕES NO ESTRANGEIRO

ÁFRICA DO SUL / Joanesburgo

(abrange Botswana e Namíbia)
Portuguese Trade and Tourism Office - ICEP
5th. Floor, Mercantile Lisbon House, 142 West St.
SANDOWN 2196
JOHANNESBURG - REP. SOUTH AFRICA
Para envio de Correio:
P.O.Box 786483 - SANDTON 2146
JOHANNESBURG - REP. SOUTH AFRICA
Tel.: 00-27-11-302 04 04 - Fax: 00-27-11-784 35 86
E-mail: icepjhb@mweb.co.za

ALEMANHA / Berlim

Icep | Portugal, Handels - und Touristikamt
Tautentzienstrasse, 7 b/c
D-10789 Berlim
Tel.: 00-49-30-254 10 60 - Fax: 00-49 30 254 10 699
E-mail: berlin@icep.pt

ALEMANHA / Frankfurt

Icep | Portugal, Handels -und Touristikamt
Schäfergasse 17
D-60313 FRANKFURT / MAIN
Tel.: 00-49-69-9207 2611 / 14 - Fax: 00-49-69-231 433
E-mail: icep.frankfurt@icep.pt

ANGOLA / Luanda

Icep | Portugal - Serviços Comerciais e de Turismo da Embaixada de Portugal
Com Centro Português de Negócios
Avenida de Portugal, 50
C.P. 1319 LUANDA
Tels.: 00-244-2-33 14 85 / 33 6037 / 33 9032 / 33 6470
Fax: 00-244-2-33 05 29
E-mail: icepluanda@multitel.co.ao

ARÁBIA SAUDITA (sob a coordenação da Delegação nos EMIRATOS ÁRABES UNIDOS)

ARGÉLIA/Argel

Ambassade du Portugal
Section Commerciale
7, Rue Mohamed Khoudi, El-Biar
B.P. 266 - 16035 Hydra - Alger - ALGÉRIE
Tel.: 00-213-21-92 4076 / 5582 - Fax: 00-213-21-92 5313 / 791885
E-mail: icepdz@djazair-connect.com

ARGENTINA / Buenos Aires (abrange Paraguai e Uruguai)

Embajada de Portugal
Icep | Portugal - Oficina de Comercio y Turismo
Calle Maipú, 942 - Piso 17
CAP. FED. 1340
BUENOS AIRES - ARGENTINA
Tel.: 00-54-11-43 15 24 42 - Fax: 00-54-11-43 12 79 49
E-mail: ofcomturport@datamarkets.com.ar

AUSTRÁLIA / Sidney (abrange Nova Zelândia)

Portugal Trade Commission - ICEP
Suite 201, 234 George Street
Sidney NSW 2000
AUSTRALIA
Tel.: 00-61-2-9241 2710 - Fax: 00-61-2-9241 2269
E-mail: miguelfont@icep-pt

ÁUSTRIA / Viena (abrange Eslováquia - com escritório e Eslovénia)

Icep | Portugal - Handelsdelegation - Touristikzentrum
Operrnring 1 / Stiege R/ 2 OG
A 1010 WIEN
Tel.: 00-43-1-585 44 50/9 - Fax: 00-43-1-585 44 45
E-mail: icepvie@icepvie.co.at

BÉLGICA / Bruxelas (abrange Luxemburgo)

Icep Portugal - Office du Commerce et du Tourisme
Rue Blanche, 15 - 1er. étage
Boite 5
1050 BRUXELLES
Tels.: 00-32-2-230 96 25 (Comércio) / 00-32-2-230 52 50 (Turismo)
Fax: 00-32-2-231 04 47
E-mail: icepbruxelas@icep.pt

BRASIL / Rio de Janeiro

Consulado Geral de Portugal
Icep | Portugal - Serviços Comerciais e de Turismo
Av. Marechal Câmara, 160 - Ed. Orly GR 1809
20020-080 RIO DE JANEIRO RJ
Tel./Fax: 00-55-21-544 13 43
E-mail: icep-rio@uol.com.br

BRASIL / São Paulo

Icep | Portugal - Comércio e Turismo
Com Centro de Apoio ao Investidor Português
Alameda Santos, 905 - 12.º andar
01419-001 SÃO PAULO SP
Tel.: 00-55-11-288 87 44 - Fax: 00-55-11-288 28 77
E-mail: icep@dialdata.com.br

BULGÁRIA (sob a coordenação da Delegação na HUNGRIA)

CABO VERDE / Praia (abrange Costa do Marfim)

Icep | Portugal - Comércio e Turismo
Av. da OUA - Achada de Santo António C.P. 215
PRAIA
Tel.: 00-238-62 14 74 - Fax: 00-238-62 14 75
E-mail: icep@cvtelecom.cv

CANADÁ / Montreal

Icep | Portugal - Délégation Commerciale et du Tourisme du Portugal
2020, Rue University, Suite 2425
Montréal, Québec H3A 2A6 - CANADA
Tel.: 00-1-514-282 12 64 - Fax: 00-1-514-499 14 50
E-mail: icepmtl@cgmlr.dgaccp.pt

CANADÁ / Toronto

Icep | Portugal - Trade and Tourism Commission
60 Bloor Street West, Suite 1005
TORONTO, ONTARIO M4W 3B8
Tels.: 00-1-416-921 49 25 (Comércio)
00-1-416-921 73 76 (Turismo)
Fax: 00-1-416-921 13 53
E-mail: mai@iceptor.ca

CHILE / Santiago do Chile

Oficina de Comercio y Turismo
EMBAJADA DE PORTUGAL
Nueva Tajamar 555
Piso 16 - Torre Costanera
Las Condes
SANTIAGO DO CHILE
Tel.: 00-56-2-431 01 80 - Fax: 00-56-2-431 01 81
E-mail: eduardohenri@icep.pt

COREIA DO SUL / Seoul

Commercial Office
EMBASSY OF PORTUGAL
Icep | Portugal's contact - Mr. YU SAEHO
2nd Floor, Wonseo Building, Wonseo-dong 171,
Jongno-gu, Seoul 110-280
KOREA
Tel.: 00-82-2-747 22 90/1 - Fax: 00-82-2-747 22 92
E-mail: portugal@unitel.co.kr

CROÁCIA (sob a coordenação da Delegação na HUNGRIA)

DINAMARCA / Copenhaga

(abrange Noruega com escritório e Islândia)
Icep | Portugal Handels- og Turistbureau
Toldbodgade 31, 1 sal
1253 KØBENHAVN K - DANMARK
Tels.: 00-45-33 12 76 32 (Comércio) / 00-45-33 13 12 00 (Turismo)
Fax: 00-45-33 93 88 85
E-mail: icepcopen@icepcopen.dk

EMIRADOS ÁRABES UNIDOS / Dubai (abrange Arábia Saudita)

PORTUGUESE TRADE CENTER
Icep Portugal
P.O Box 57396
Saeed Tower II, Office 502, Sheikh Road
Dubai - United Arab Emirates
Tel.: 00-971-4-343 83 90 - Fax: 00-971-4-343 57 20
E-mail: cccicep@emirates.net.ae
icepdx@emirates.net.ae (comércio)

ESLOVÁQUIA / Bratislava

(sob a coordenação da Delegação na ÁUSTRIA / Viena)
Icep | Portugal - Trade and Tourism
Stefaniková 14
SK-81105 Bratislava - SLOVAKIA
Tel.: 00-421-2-52 49 57 19/21 - Fax: 00-421-2-52 49 57 20
E-mail: portugal@stonline.sk

ESLOVÉNIA (sob a coordenação da Delegação na ÁUSTRIA)

ESPAÑA / Madrid

Icep | Portugal - Oficina de Comercio y Turismo
Com Centro de Apoio ao Investidor Português
Paseo de la Castellana, 141 - 17.º D
28046 MADRID
Tels.: 00-34-91-567 25 00 (Comércio e Investimento)
00-34-91-761 72 30 (Turismo)
Fax: 00-34-91-571 14 24 (Comércio e Investimento)
00-34-91-570 22 70 (Turismo)
E-mail: icep-madrid@icep.net (Comércio e Investimento)
turismo-portugal@icep.net (Turismo)

ESPAÑA / Barcelona

Icep | Portugal - Oficina de Comercio y Turismo
Calle Bruc, 50 - 4º 3ª
08010 BARCELONA
Tels.: 00-34-93-301 44 16 / 301 45 62
Fax: 00-34-93-318 50 68
E-mail: iccep.barcelona@icep.pt

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA / Nova Iorque

Icep | Portugal - Portuguese Trade and Tourist Office
590 Fifth Avenue, 4th. Floor
NEW YORK NY 10036-4702
U.S.A.
Tels.: 00-1-646-723 02 00
(encaminhamento automático de chamadas)
00-1-646-723 02 99
(alternativa para as chamadas internacionais)
Fax: 00-1-212-575 47 37 (Comércio)
00-1-212-764 61 37 (Turismo)
E-mail: webmaster@portugal.org (Comércio)
tourism@portugal.org (Turismo)

ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA / S. Francisco

Icep | Portugal - Portuguese Trade and Tourism Commission
88 Kearny Street, Suite 1770
SAN FRANCISCO CA 94108
U.S.A.
Tel.: 00-1-415 -391 70 80 - Fax: 00-1-415 -391 71 47
E-mail: icepsf@portugal.org

ESTÓNIA (sob a coordenação da Delegação na SUÉCIA / Estocolmo)**FINLÂNDIA / Helsinquia**

Icep | Portugal - Portugalin Kauppa- ja Matkailutoimisto
Runeberginkatu 29 A 16
00100 HELSINKI
Tel.: 00-358-9-434 27 10 - Fax: 00-358-9-434 27 110
E-mail: iccep@icep.fi

FRANÇA / Paris

Icep | Portugal - Office du Commerce et du Tourisme
Ambassade du Portugal
3, Rue de Noisiel
75016 PARIS
Tel.: 00-33-1-45 05 44 10 - Fax: 00-33-1-45 05 17 25
E-mail: iccep.paris@icep.pt
Site: www.portugal-icep.fr
Atendimento ao Público (Turismo):
135, Boulevard Haussmann
75008 PARIS
Tel.: 00-33-1-56 88 31 900 - Fax: 00-33-1-56 88 30 89
E-mail: iccep.paris@icep.pt

GRÉCIA / Atenas

(sob a coordenação da Delegação na ITÁLIA / Milão)
EMBASSY OF PORTUGAL
Icep | Portugal's Contact Trade and Tourism
23, Vassilissis Sophias Ave. - 1st Floor
106 74 Athens - GREECE
Tels.: 00-30-1-0725 7505 / 0729 0096 / 0723 6784
Fax: 00-30-1-0724 5122 / 0729 0955
E-mail: comsectp@otenet.gr

HOLANDA / Haia

Icep Portugal
Portugese Ambassade Economische Afdeling
Haagsche Bluf, 63
2511 CP Den Haag
The Netherlands
Tel.: 00-31 70 328 12 39
Telef. TURISMO (Contact Centre): 0900 7678 8425
Fax: 00-31 70 328 00 25
E-mail: iccep.haia@icep.pt

HONG KONG (sob a coordenação da Delegação em Macau)**HUNGRIA / Budapeste (abrange Bulgária e Croácia)**

Icep Portugal Nagykövetség
MOM Park C épület IV em.
H-1123 Alkotás u.53
Budapest - Hungary
Tel.: 00-36-1-4887865 - Fax: 00-36-1-4887870
E-mail: iccep.bpest@mail.datanet.hu

IRAQUE/Bagdad

Embassy of Portugal
Icep Portugal - Trade and Tourism
P.O. Box 2123
Al-Jadriyah
Bagdad - IRAQ
Tels.: 00-1 914 360 59 54 / 00-9641 541 33 76 / 542 59 72
Fax: 00-870 600 212 145

IRLANDA / Dublin

Icep | Portugal - Portuguese Trade and Tourism Board
54, Dawson Street
DUBLIN 2 - IRELAND
Tel.: 00-353-1-670 91 33/4 - Fax: 00-353-1-670 91 41
E-mail: info@icep.ie

ISRAEL / Telavive

EMBASSY OF PORTUGAL
Commercial Section
Icep | Portugal - Trade and Tourism Office
3, Daniel Frish Street - 12th
64731 Tel Aviv - ISRAEL
Tel.: 00-972-3-609 45 28 - Fax: 00-972-3-609 45 50
E-mail: iceptel@netvision.net.il

ITÁLIA / Milão (abrange Grécia com correspondente e Sérvia)

Icep | Portugal - Ufficio Commerciale e Turistico
Largo Augusto, 3
20122 MILANO
Tels.: 00-39-02-79 51 35 / 79 46 21 (Comércio)
00-39-02-79 52 28 / 79 45 73 (Turismo)
Fax: 00-39-02-79 46 22
E-mail: iccepmla@icep.pt

Roma (antena para o Turismo, coordenada pela Delegação em Milão)

Icep Portugal - Ufficio Turistico
Viale Liegi, 21/23
00198 ROMA
Tel.: 00-39-06-8530 1081 - Fax: 00-39-06-8530 1092
E-mail: icepr@nettuno.it

JAPÃO / Tóquio

Icep | Portugal - Comércio e Turismo
Sanbancho Annex Building, 501
1-4, Sanbancho, Chiyoda-ku
TOKYO 102-0075 JAPAN
Tel.: 00-81-3-35 11 28 71 (Comércio)
00-81-3-35 11 28 81 (Turismo)
Fax: 00-81-3-35 11 28 87
E-mail: tokyo.delegation@portugal.or.jp

LETÓNIA (sob a coordenação da Delegação na SUÉCIA / Estocolmo)**LITUÂNIA (sob a coordenação da Delegação na DINAMARCA / Copenhaga)****LUXEMBURGO (sob a coordenação da Delegação na Bélgica)****MACAU (Região Administrativa Especial da República Popular da**

China) / (abrange Hong-Kong e Taiwan)
CONSULADO GERAL DE PORTUGAL
Icep | Portugal - Serviços Comerciais e de Turismo
Edifício S. Rafael
Rua Pedro Nolasco da Silva, 45 - 2.º
MACAU
Tel.: 00-853-72 83 00/1 - Fax: 00-853-72 83 03
E-mail: icepmac@macau.ctm.net

MARROCOS / Rabat

AMBASSADE DU PORTUGAL
Icep | Portugal - Office du Commerce et du Tourisme
5, Rue Thami Lamdaouar
B. Postale 5050 SOUISSI
RABAT
Tel.: 00-212-37-75 24 72 - Fax: 00-212-37-75 66 86
E-mail: icepmar@mtds.com

MÉXICO / Cidade do México

EMBAJADA DE PORTUGAL
Icep | Portugal - Oficina de Comercio y Turismo
Calle Alpes, 1370
Colonia Lomas de Chapultepec, Delegation Miguel Hidalgo
11000 MEXICO, D.F.
Tel.: 00-52-5555 40 77 50 - Fax: 00-52-5555 20 78 93
E-mail: icepmexico@intermark.net.mx

MOÇAMBIQUE / Maputo (abrange Zimbabwe)

EMBAIXADA DE PORTUGAL
Icep | Portugal - Comércio e Turismo
Av. Julius Nyerere, 720 - 12.º andar
C. Postal 48
MAPUTO
Tels.: 00-258-1-490 523/319/402 - Fax: 00-258-1-490 203
E-mail: icepmoz@teledata.mz

NAMÍBIA (sob a coordenação da Delegação na ÁFRICA DO SUL)**NORUEGA / Oslo (sob a coordenação da Delegação na Dinamarca / Copenhaga; abrange Islândia)**

Icep | Portugal - Portugals Handels - og Turistkontor
Nedre Slottsgate, 13
N-0157 OSLO
Tels.: 00-47-224 13 608/436 - Fax: 00-47-224 24 357
E-mail: iccep.oslo@icep.pt

NOVA ZELÂNDIA (sob a coordenação da Delegação na ÁUSTRÁLIA)**POLÓNIA / Varsóvia (abrange Ucrânia)**

Icep | Portugal - Przedstawicielstwo Handlowe i Turystyczne Republiki
Portugalskie
Com Centro de Apoio ao Investidor Português
ul. Kozminska 10
00-435 WARSZAWA - POLAND
Tels.: 00-48-22-617 6460 / 4340 / 5596
Fax: 00-48-22-617 4477 / 2399
E-mail: icepvars@icep.pl

REINO UNIDO / Londres

Icep | Portugal - Portuguese Trade and Tourism Office
2nd Floor, 22-25A Sackville Street
LONDON W1S 3LY
UK
Tels.: 00-44-207-494 15 17 (Comércio)
00-44-207-494 57 20 (Turismo)
Fax: 00-44-207-494 15 08 (Comércio)
00-44-207-494 18 68 (Turismo)
E-mail: trade@portugaloffice.org.uk (Comércio)
tourism@portugaloffice.org.uk (Turismo)

REPÚBLICA CHECA / Praga (abrange Roménia com escritório)

VELVYSLANECTVÍ PORTUGALSKA
Icep | Portugal - obchod a cestovní ruch
Namesti Kinsk_ch 7
150 00 PRAHA 5 - CESKÁ REPUBLIKA
Tels.: 00-420-251-091 751
00-420-251-091 763 (Comércio)
00-420-251 091 761 / 257 320 024 (Turismo)
Fax: 00-420-257 320 053
E-mail: praguelegation@icep.cz

REPÚBLICA POPULAR DA CHINA / Pequim

EMBASSY OF PORTUGAL
Icep | Portugal - Trade Office
8 San Li Tun Dong Wu Jie
100600 BEIJING
The PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA
Tel.: 00-86-10-653 20 401/3/5/6
Fax: 00-86-10-653 26 746
E-mail: iccep@public3.bta.net.cn

ROMÉNIA / Bucareste (sob coordenação da Delegação na República Checa)

Icep | Portugal's Contact
Biroul Consilierului Comercial al Ambasadei Portugaliei
Bulevardul Magheru, 24, et. 1, Apartment 16
RO-701591 Bucaresti - ROMENIA
Tel.: 00-401-315 37 73
Fax: 00-401-315 37 93
E-mail: icepbuc@artecom.net

RÚSSIA / Moscovo

Icep | Portugal - Otdel po Torgove I Turizmu Posolstva Portugalii
ul. Guiliarovskogo 51, str. 1
129090 MOSCOW
Tels.: 00-70-95-787 11 92/3
Fax: 00-7-95-787 11 91
E-mail: delmos@icep.ru

SUÉCIA / Estocolmo (abrange Finlândia com escritório)

Icep | Portugal - Handels-och Turistbyrå
Narvavägen 30, 2tr
S-115 22 STOCKHOLM
Tel.: 00-46-8-506 521 00
Fax: 00-46-8-506 521 05
E-mail: icepsto@portugal.se

SUIÇA / Zurique

Icep Portugal - Handels - und Touristikbüro - Office du Commerce
et du Tourisme
Zeltweg, 15
CH - 8032 ZÜRICH
Tel.: 00-41-43-268 87 68
Fax: 00-41-43-268 87 60
E-mail: iccep@icep.ch

TUNÍSIA / Tunes

AMBASSADE DU PORTUGAL
Section Commerciale
Icep | Portugal
10, Rue 8003 - 4ème étage - Montplaisir
1002 TUNIS
Tels.: 00-216-71-797 166 / 00-216-71-798 901
Fax: 00-216-71-799 476
E-mail: iccep.tunis@icep.intl.tn

TURQUIA / Ancara

EMBASSY OF PORTUGAL
Icep | Portugal's Contact - Trade and Tourism
Kuleli Sok. 26, Gasiosanpasa
06700 ANKARA
Tel.: 00-90-312 447 34 29
Fax: 00-90-312 446 18 92
E-mail: ptrade@portugal.org.tr

UCRÂNIA (sob a coordenação da Delegação na Polónia)**ZIMBABWE / Harare**

(sob a coordenação da Delegação em MOÇAMBIQUE / Maputo)
EMBASSY OF PORTUGAL
Icep | Portugal
8th Floor Redbridge (North Wing)
Eastgate - 3rd street
HARARE
Tels.: 00-263 4 253 449/023/218
Fax: 00-263 4 253 637/817
E-mail: embport@icon.co.zw

Estruturas Associativas de Interesse para o Sector das Produções Vegetais

*Associations in the Crop
Production Sector*

ESTRUTURAS ASSOCIATIVAS DE INTERESSE PARA O SECTOR DAS PRODUÇÕES VEGETAIS

ORGANIZAÇÕES PROFISSIONAIS
PROFESSIONAL ORGANISATIONS**ASSOCIAÇÃO DISTRIBUIDORES PRODUTOS ALIMENTARES - ADIPA**

Av. Liberdade, 166 - 2.º - 1250-146 LISBOA
Telef.: 213 211 360 - Fax: 213 211 368
E-mail: adipageral@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO FLORICULTORES PORTUGAL

Rua Fortunato Menéres, 47 - 4520-163 SANTA MARIA FEIRA
Telef.: 933 812 408
E-mail: floricultores.portugal@gmail.com

ASSOCIAÇÃO FRUTICULTORES SOTAVENTO ALGARVIO - AFSA

Av. Maria Lizarda Palermo - Moncarapacho - 8700-081 OLHÃO
Telef.: 289 891 800 - Fax: 289 891 809
E-mail: calcada.correia@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO IND. MARGARINAS E GORDURAS ALIMENTARES

Av. António José Almeida, 7 - 2.º - 1000-042 LISBOA
Telef.: 217 991 550 - Fax: 217 991 551
E-mail: fiowde@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO IND. REFINAD. EXTRACTORES GIRASSOL - AIREG

Rua António José Almeida, 7 - 2.º - 1000-042 LISBOA
Telef.: 217 991 550 - Fax: 217 991 551

**ASSOCIAÇÃO INTERPROF. DESENV. PRODUÇÃO VALORIZAÇÃO
ALFARROBA - AIDA**

Loteamento Industrial Loulé - Apart. 51 - 8100-909 LOULÉ
Telef.: 289 411 204
E-mail: aida@zmail.pt

**ASSOCIAÇÃO INTERPROF. GESTORA MARCAS COLECTIVAS -
CODIMACO**

Av. Bombeiros, 36 - 1.º - 2550-102 CADAVAL
Telef.: 262 691 155 - Fax: 262 695 644

ASSOCIAÇÃO INTERPROF. TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO - AITAD

Av. Bombeiros Voluntários, 60 - Apart. 130 - 5370-206 MIRANDELA
Telef.: 278 261 002 - Fax: 278 261 002

ASSOCIAÇÃO INTERPROF. FILEIRA OLIVÍCOLA - AIFO

Rua Castilho, 69 - r/c Esq.º - 1250-068 LISBOA
Telef.: 213 861 970
E-mail: geral@casadoazeite.pt

ASSOCIAÇÃO JOVENS AGRICULTORES PORTUGAL - AJAP

Rua D. Pedro V, 108 - 2.º - 1269-128 LISBOA
Telef.: 213 244 970 - Fax: 213 431 490
E-mail: ajap@ajap.pt

ASSOCIAÇÃO LIVRE IND. PELO FRIO - ALIF

Lg. S. Sebastião Pedreira, 31 - 1050-206 LISBOA
Telef.: 213 528 825 - Fax: 213 154 665

ASSOCIAÇÃO MULHERES AGRICULTORAS DE PORTUGAL

Av. Colégio Militar - Lt. 1786 - 5.º - 1500-179 LISBOA
Telef.: 217 100 027 - Fax: 217 100 074
E-mail: amap@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO MULHERES AGRICULTORAS E RURAIS PORTUGUESAS

Rua Eng.º Von Haff, 61 - 1.º-A - 3800-177 AVEIRO
Telef.: 234 423 939 - Fax: 234 423 939

ASSOCIAÇÃO NAC. AGRO-INDUSTRIAL BIOLÓGICA

Mercado de Origem - 2600-651 CASTANHEIRA RIBATEJO
Telef.: 263 287 570 - Fax: 263 287 579

**ASSOCIAÇÃO NAC. ARMAZ. COM. IMP. CEREALIS OLEAGINOSAS -
ACICO**

Campo Grande, 28 - 9.º-C - 1700-093 LISBOA
Telef.: 217 973 848 - Fax: 217 973 854
E-mail: acico.aa@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. ARMAZ. IMP. EXP. FRUTAS PROD. HORT. - ANAIEF

Rua Diogo Couto, 27 - 1.º - 1100-195 LISBOA
Telef.: 218 140 521 - Fax: 218 140 522
E-mail: anaief@sapo.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. COM. IND. PRODUTOS ALIMENTARES - ANCIPA

Lg. S. Sebastião Pedreira, 31 - 1.º - 1050-205 LISBOA
Telef.: 213 528 825 - Fax: 213 154 665
E-mail: ancipa@netcabo.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. CONSERVAÇÃO NATUREZA - QUERCUS

Apartado 4333 - 1503-003 LISBOA
Telef.: 217 788 474 - Fax: 217 788 474
E-mail: quercus@quercus.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. EMPRESAS FLORESTAIS, AGRÍCOLAS E DO AMBIENTE

Est. Benfica, 552 - 3.º Dt.º - 1500-106 LISBOA
Telef.: 217 160 166 - Fax: 217 162 318

ASSOCIAÇÃO NAC. IND. GELADOS ALIMENTARES - ANIGA

Av. António José Almeida, 7 - 2.º - 1000-042 LISBOA
Telef.: 217 991 550 - Fax: 217 991 551
E-mail: geral@aniga.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. IND. MOAGEM TRIGO MILHO CENTEIO - ANIM

Av. Elias Garcia, 76 - 1.º-B - 1050-100 LISBOA
Telef.: 217 961 143 - Fax: 217 931 158

ASSOCIAÇÃO NAC. IND. REFRIGERANTES E SUMOS FRUTAS - ANIRSF

Av. Miguel Bombarda, 110 - 2.º-D - 1050-167 LISBOA
Telef.: 217 940 574 - Fax: 217 938 233
E-mail: anirsf@netcabo.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. INDUSTRIAIS ARROZ - ANIA

Av. República, 60 - 5.º Esq.º - 1050-197 LISBOA
Telef.: 217 815 840 - Fax: 217 815 845
E-mail: ania@ania.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. LAGARES AZEITE

Rua Brasil, 153-C - 3030-775 COIMBRA
Telef.: 239 701 386 - Fax: 239 701 386

ASSOCIAÇÃO NAC. ORG. PRODUTORES FRUTAS E HORTÍCOLAS - ANOP

Av. Colégio Militar - Lt. 1786 - 6.º - 1549-012 LISBOA
Telef.: 217 100 078 - Fax: 217 100 070
E-mail: anop@anop.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. BETERRABA - ANPROBE

Rua Sta. Margarida, 1-A - 2000-114 SANTARÉM
Telef.: 243 327 502 - Fax: 243 327 503
E-mail: anprobesat@vizzavi.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. CEREALIS - ANPOC

Av. Heróis Ultramar, 56 - 7005-161 ÉVORA
Telef.: 266 700 321 - Fax: 266 701 867
E-mail: anpoc@clix.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. COM. SEMENTES - ANSEME

Av. Guerra Junqueiro, 8 - 2.º Esq.º - 1000-167 LISBOA
Telef.: 218 405 824 - Fax: 218 405 824
E-mail: anseme@oninet.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. FLORES DE CORTE

Lugar S. Frutuoso - Folgosa - 4445 MAIA
Telef.: 229 827 096 - Fax: 229 827 085

ASSOCIATIONS IN THE CROP PRODUCTION SECTOR

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. LINHO E CÂNHAMO

Av. Colégio Militar - Lt. 1786 - 5.º - 1549-012 LISBOA
Telef.: 217 100 027 - Fax: 217 100 074

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. MILHO SORGO - ANPROMIS

Av. Colégio Militar - Lt. 1786 - 5.º - 1500-179 LISBOA
Telef.: 217 100 035 - Fax: 217 100 026

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. TOMATE

Rua S. Pedro, 19 - 2100-164 CORUCHE
Telef.: 243 617 874 - Fax: 243 617 574

ASSOCIAÇÃO NAC. VIVEIRISTAS PROD. MATERIAL CERTIFICADO - VITICERT

Rua Cândido dos Reis, 1 - Polígono IVV - 2560-312 TORRES VEDRAS
Telef.: 261 314 790 - Fax: 261 338 804
E-mail: viticert@clix.pt

ASSOCIAÇÃO ORIZICULTORES PORTUGAL - AOP

Rua João Alves Sá Branco - Lt. 2 - Lj. 3 - 7580-161 ALCÁCER DO SAL
Telef.: 265 619 180 - Fax: 265 619 181

ASSOCIAÇÃO PORT. AGR. PROPRIETÁRIOS RURAIS - SIMACO

Tv. Currais Ourém, 2 - 2705-852 TERRUGEM

ASSOCIAÇÃO PORT. AGRICULTURA BIOLÓGICA - AGROBIO

Cç. Tapada, 39 - r/c Dt.º - 1300-545 LISBOA
Telef.: 213 641 354 - Fax: 213 623 586
E-mail: agrobio@agrobio.pt

ASSOCIAÇÃO PORT. CORTIÇA - APCOR

Av. Com. Henrique Amorim, 580 - Ap. 100
4535-342 SANTA MARIA DE LAMAS
Telef.: 227 442 176 - Fax: 227 449 768

ASSOCIAÇÃO PORT. EMPRESAS DISTRIBUIÇÃO - APED

Campo Grande, 286 - 5.º - 1700-096 LISBOA
Telef.: 217 510 920 - Fax: 217 571 952
E-mail: dirgeral@aped.pt

ASSOCIAÇÃO PORT. HORTICULTURA - ISA/SECÇÃO HORTICULTURA

Tapada da Ajuda - 1399-017 LISBOA
Telef.: 213 638 161 - Fax: 213 635 031
E-mail: dalmeida@utad.pt

ASSOCIAÇÃO PORT. IND. MOAGEM E MASSAS - APIM

Rua Grijó, 26 - Sala 2 - 4150-384 PORTO
Telef.: 226 165 870 - Fax: 226 165 879
E-mail: apim@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO PORT. ORIZICULTORES - APOR

Rua Brasil, 180 - 3030-775 COIMBRA
Telef.: 239712389 - Fax: 239 703 467

ASSOCIAÇÃO PORT. PROD. PÊSSEGO

Rua S. Pedro, 19 - 2100-164 CORUCHE
Telef.: 243 617 874 - Fax: 243 617 212

ASSOCIAÇÃO PORT. PROD. PLANTAS E FLORES NATURAIS

CNEMA - Loja 5-A - Quinta Cegonhas - 2000-471 SANTARÉM
Telef.: 243 300 346 - Fax: 243 300 346

ASSOCIAÇÃO PORT. PRODUTORES CERVEJA - APCV

Ed. EE3 - 2.º - Pólo Tecnológico Lisboa - Lt. 3 - 1600-546 LISBOA
Telef.: 217 101 777 - Fax: 217 101 795
E-mail: info@apcv.pt

ASSOCIAÇÃO PORT. TABACO

Rua Olivença, Bl. B - 1-F - 2100-151 CORUCHE

ASSOCIAÇÃO PROD. AGRIC. TRADICIONAIS E AMBIENTAIS - APATA

Av. Sabor, 43 - 1.º Dt.º - 5200-288 MOGADOURO
Telef.: 279 342 783 - Fax: 279 343 783
E-mail: apata@iol.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. AZEITE E OLEAGINOSAS

Rua Ilha da Madeira, 2 - Ap.14 - 7800-461 BEJA
Telef.: 284 322 051 - Fax: 284 322 897

ASSOCIAÇÃO PROD. BANANA DO ALGARVE - APROBAL

Apartado 126 - 8000-000 FARO
Telef.: 289 803 771 - Fax: 289 813 866

ASSOCIAÇÃO PROD. CEREJA COVA BEIRA - CERCOBE

Quinta das Pocinhas - C. P. 91 - 6230-000 FUNDÃO
Telef.: 275 957 160 - Fax: 275 957 169

ASSOCIAÇÃO PROD. CEREJA DO DOURO - APROCED

Av. D. Afonso Henriques, 61 - 4660-221 RESENDE
Telef.: 254 877 902 - Fax: 254 877 902
E-mail: aproced@mail.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. FRUTAS HORT. FLOR TERCEIRA - FRUTER

Canada Nova, 32 - St.ª Luzia - 9700-130 ANGRA DO HEROÍSMO
Telef.: 295 215 075/435 - Fax: 295 214 516
E-mail: frutercoop@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. KIWI NORTE PORTUGAL - KIWINOR

Lug. do Campo - Gondar - 4800-000 GUIMARÃES

ASSOCIAÇÃO PROD. MELÃO PORTUGAL

Av. Bernardo Santareno - Lt. 3 - 1.º Dt.º - 2000-153 SANTARÉM
Telef.: 243 370 816 - Fax: 243 370 524

ASSOCIAÇÃO PROD. TABACO

Rua S. João de Deus, 25 - 2.º Dt.º - Apart. 295
6001-909 CASTELO BRANCO
Telef.: 272 321 299 - 272 328 159

ASSOCIAÇÃO PROD. TABACO TIPO BURLEY

Sepins - 3060-000 CANTANHEDE
Telef.: 231 293 98

ASSOCIAÇÃO PROD. TABACO TIPO VIRGINIA - APT

Rua S. Pedro, 19 - 2100-164 CORUCHE
Telef.: 243 628 74 - Fax: 243 617 447
E-mail: aptabaco@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. TOMATE DE INDÚSTRIA DE PORTUGAL - APTI

Quinta das Cegonhas - CNEMA - Apart. 296 - 2000-471 SANTARÉM
Telef.: 243 324 910 - Fax: 243 324 909

ASSOCIAÇÃO PROD. TOMATE OESTE - APTO

Rua Susanas, 8 - 2560-149 PONTE DO ROL TVD
Telef.: 261 338 892 - Fax: 261 338 894
E-mail: aptoo@iol.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. TOMATE RIBATEJO

Rua Bernardo Santareno - Lt. 3 - 1.º Esq.º - 2000-153 SANTARÉM
Telef.: 243 370 816 - Fax: 243 370 524

ASSOCIAÇÃO QUALIDADE PROD. AGRIC. E MUNDO RURAL

Rua Misericórdia, 13 - 7425-112 MONTARGIL

ASSOCIAÇÃO REFINADORES AÇÚCAR PORTUGUESES - ARAP

Av. República, 412 - 2750-474 CASCAIS
Telef.: 214 847 440 - Fax: 214 847 441
E-mail: favillez.arap@mail.telepac.pt

ASSOCIAÇÃO VALORIZ. AGRIC. EM PRODUÇÃO INTEGRADA - AVAPI

Av. Joaquim Vieira Natividade - Apart. 167 - 2461-997 ALCOBAÇA
Telef.: 262 598 678 - Fax: 262 598 617
E-mail: avapi@mail.telepac.pt

ESTRUTURAS ASSOCIATIVAS DE INTERESSE PARA O SECTOR DAS PRODUÇÕES VEGETAIS

CASA DO AZEITE

Rua Castilho, 69 - r/c Esq.º - 1250-068 LISBOA
 Telef.: 213 841 810 - Fax: 213 861 970
 E-mail: geral@casadoazeite.pt

CONFEDERAÇÃO AGRICULTORES PORTUGAL - CAP

Av. Colégio Militar - Lt. 1786 - 1549-012 LISBOA
 Telef.: 217 100 000 - Fax: 217 166 122
 E-mail: cap@cap.pt

CONFEDERAÇÃO COMÉRCIO E SERVIÇOS PORTUGAL - CCP

Av. D. Vasco Gama, 29 - 1449-032 LISBOA
 Telef.: 213 031 380 - Fax: 213 031 400
 E-mail: ccp@ccp.pt

CONFEDERAÇÃO INDÚSTRIA PORTUGUESA - CIP

Av. 5 Outubro, 35 - 1.º - 1069-193 LISBOA
 Telef.: 213 164 700 - Fax: 213 579 986
 E-mail: geral@cip.org.pt

CONFEDERAÇÃO MUNDIAL EMPRESÁRIOS COMUNIDADES PORTUGUESAS - CMECP

Rua Viriato, 25 - 3.º - 1050-234 LISBOA
 Telef.: 213 192 930 - Fax: 213 192 939
 E-mail: cmecp@netcabo.pt

CONFEDERAÇÃO NAC. COOP. AGRIC. PORTUGAL - CONFAGRI

Rua Maria Andrade, 13 - 4.º - 1199-013 LISBOA
 Telef.: 218 118 000 - Fax: 218 118 008
 E-mail: confagri@confagri.pt

CONFEDERAÇÃO NAC. JOVENS AGRICULTORES PORTUGAL - CNJ

Rua Castilho, 36 - 1.º - 1250-070 LISBOA
 Telef.: 213 110 470 - Fax: 213 110 479
 E-mail: info@cnjap.pt

CONFEDERAÇÃO NACIONAL AGRICULTURA - CNA

Rua Brasil, 155 - 3030-175 COIMBRA
 Telef.: 239 708 960 - Fax: 239 715 370
 E-mail: cna@cna.pt

CONFEDERAÇÃO PORT. ASSOCIAÇÕES DEFESA AMBIENTE

Olho de Boi - 2800-205 ALMADA
 Telef.: 212 745 244 - Fax: 212 745 244

FEDERAÇÃO AGRÍCOLA AÇORES

Av. Álvaro Martins Homem, 31 - 9700-017 ANGRA DO HEROÍSMO
 Telef.: 295 628 350 - Fax: 295 214 517
 E-mail: fed.agricola.acores@iol.pt

FEDERAÇÃO AGRÍCOLA DISTRITO LEIRIA

Rua Mártires, 25 - 1.º - 2400-187 LEIRIA
 Telef.: 244 815 265 - Fax: 244 815 265
 E-mail: fadleiria@iol.pt

FEDERAÇÃO AGRÍCOLA DISTRITO SANTARÉM

Rua Bernardo Santareno - Lt. 3 - 1.º - 2000-153 SANTARÉM
 Telef.: 243 370 816 - Fax: 243 370 524

FEDERAÇÃO AGRICULTURA TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO - FATA

Vale de Arcas - Apart. 62 - 5340-257 MACEDO CAVALEIROS
 Telef.: 278 426 454 - Fax: 278 426 422
 E-mail: macedo@fata.pt

FEDERAÇÃO ASSOC. AGRICULTORES ENTRE-DOURO E MINHO

Convento de Vairão, 21 - 4480-000 VILA DO CONDE
 Telef.: 252 661 738 - Fax: 252 661 762

FEDERAÇÃO IND. ÓLEOS VEGETAIS DERIVADOS E EQUIPARADOS - FIOVDE

Av. António José Almeida, 7 - 2.º - 1000-042 LISBOA
 Telef.: 217 991 550 - Fax: 217 991 551
 E-mail: fiovde@mail.telepac.pt

FEDERAÇÃO IND. PORTUGUESAS AGRO-ALIMENTARES - FIPA

Av. António José Almeida, 7 - 2.º - 1000-042 LISBOA
 Telef.: 217 938 679 - Fax: 217 991 551
 E-mail: fipa@fipa.pt

FEDERAÇÃO NAC. ADEGAS COOPERATIVAS - FENADEGAS

Av. Infante Santo, 4 - 1.º Dt.º - 1350-179 LISBOA
 Telef.: 213 979 018 - Fax: 213 964 144
 E-mail: fenadegas@mail.telepac.pt

FEDERAÇÃO NAC. CAIXAS CRÉDITO AGRÍCOLA MÚTUO - FENACAM

Rua Pascoal de Melo, 49 - 1000-232 LISBOA
 Telef.: 213 136 900 - Fax: 213 136 960
 E-mail: fenacam.direccao@creditoagricola.pt

FEDERAÇÃO NAC. COOP. AGR. HORTOFRUTICULTORES - FENAFRUTAS

Quinta do Fontelo - Gumirães - 3500-021 VISEU
 Telef.: 232 440 958 - Fax: 232 440 980
 E-mail: fenafrutas@mail.telepac.pt

FEDERAÇÃO NAC. COOP. AGR. PRODUÇÃO - FENCA

Rua 5 Outubro, 75 - 7000-854 ÉVORA
 Telef.: 266 707 342 - Fax: 266 707 317

FEDERAÇÃO NAC. COOP. OLIVICULTORES - FENAZEITES

Rua Maria Andrade, 13 - 1199-013 LISBOA
 Telef.: 218 118 066 - Fax: 218 118 008
 E-mail: fenazeites@confagri.pt

FEDERAÇÃO NAC. COOP. RETALHISTAS PRODUTOS ALIMENTARES - UCREPA

Rua João Ortigão Ramos, 23-A - 1500-363 LISBOA
 Telef.: 217 622 018 - Fax: 217 607 225

FEDERAÇÃO NAC. REGANTES PORTUGAL - FENAREG

Rua 5 Outubro - 2100-127 CORUCHE
 Telef.: 243 610 350 - Fax: 243 610 359
 E-mail: fenareg@arbvs.pt

FEDERAÇÃO ORGANIZ. JOVENS AGRIC. DE PORTUGAL - FOJAP

Bairro Penedras - R. S. Pedro, 109 - 5350-030 ALFÂNDEGA DA FÉ
 Telef.: 279 463 383 - Fax: 279 463 383

SINDICATO AGRICULTURA, ALIMENTAÇÃO E FLORESTAS

Av. Coronel Eduardo Galhardo, 16-A - 1170-105 LISBOA
 Telef.: 218 110 290 - Fax: 218 110 299
 E-mail: sede@setaa.pt

SOC. CIÊNCIAS AGRÁRIAS PORTUGAL

Rua Junqueira, 299 - 1300-338 LISBOA
 Telef.: 213 633 719
 E-mail: rmonja@oninet.pt

UNIÃO PROD. PLANTAS AROMÁTICAS E CONDIMENTARES TRÁS-OS-MONTES

Rua Marechal Gomes da Costa, 94
 5140-083 CARRAZEDA DE ANSIÃES
 Telef.: 278 615 108 - Fax: 278 615 108

ASSOCIATIONS IN THE CROP PRODUCTION SECTOR

ORGANIZAÇÕES DE PRODUTORES RECONHECIDAS - FRUTAS E HORTÍCOLAS RECOGNIZED PRODUCER ORGANISATIONS - FRUITS AND VEGETABLES

AGROCAMPREST - COOPERATIVA AGRIC. COMPRA VENDA E PREST. SERVIÇOS

Quinta Ponte e Costa - Apart. 10 - 2630-178 ARRUDA DOS VINHOS
Telef.: 263 977 020 - 263 977 029
E-mail: agrocamprest@clix.pt

AGROMAIS - ENTREPOSTO COMERCIAL AGRICOLA, CRL.

Zona Industrial Riachos - 2354-908 RIACHOS
Telef.: 249 830 170 - Fax: 249 830 179
E-mail: hortotejo@agromais.pt

AGRUPAMENTO ALFARROBA E AMÊNDOA - AGRUPA

Loteamento Ind. Loulé - Apart. 302 - 8100-952 LOULÉ
Telef.: 289 411 204 - Fax: 289 411 204
E-mail: aida@zmail.pt

ALTOL - ALENTEJANA DE TOMATE, LDA.

E. N. 373 - Zona Industrial - Apart. 120 - 7350-902 ELVAS
Telef.: 268 622 974 - Fax: 268 621 629
E-mail: altol@mail.telepac.pt

AMÊNDOACOOP - COOPERATIVA PROD. AMÊNDOA TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

Ed. Centro Comercial - Av. Vasco Gama - 5160-000 TORRE MONCORVO
Telef.: 279 252 079 - Fax: 279 342 783

APAVE - ORGANIZAÇÃO PROD. AGRIC. VALE TEJO, SA.

Rua Campinos, 62/68 - c/v - 2050-329 AZAMBUJA
Telef.: 263 418 339 - Fax: 263 418 339
E-mail: apave.as@clix.pt

ARNEIROS DE ALMEIRIM - ORGANIZAÇÃO PROD. HORTÍCOLAS, SA.

Rua Condessa da Junqueira, 128 - 2080-069 ALMEIRIM
Telef.: 243 597 811 - Fax: 243 591 148
E-mail: arneiros@iol.pt

CAMPOTEC - COMERC. CONSULT. HORTOFRUTICOLAS

E. N. 9 - Zona Ind. Casalinhos Alfaiata - 2560-393 SILVEIRA
Telef.: 261 334 300 - Fax: 261 331 020
E-mail: campotec@campotec.pt

CAPATMAD - COOPERATIVA AGRIC. PROD. AMÊNDOA TM ALTO DOURO

Rua Conde Pinhel - Merc. Municipal - Lj. 1 - 5150-658 V. N. FOZ CÔA
Telef.: 279 259 158 - Fax: 279 254 327

CENTRAL FRUTAS PAINHO

E. N. 115 - Km. 16 - Dagorda - 2550-417 CADAVAL
Telef.: 262 740 030 - Fax: 262 740 031
E-mail: cfpainho@iol.pt

COAMÊNDOA - COOPERATIVA AGRIC. PROD. FRUTOS CASCA RIJA

Rua Abel Acácio Azevedo, 21 - 5155-202 FREIXO NUMÃO
Telef.: 279 788 027 - Fax: 279 788 027
E-mail: coamendoa@sapo.pt

COOPERATIVA AGRIC. BENAVENTE - BENAGRO

Pç. Município, 11 - Apart. 47 - 2130-038 BENAVENTE
Telef.: 263 516 322 - Fax: 263 516 212
E-mail: benagro@net.sapo.pt

COOPERATIVA AGRIC. BOMBARRAL

Lg. 25 de Abril - 2540-030 BOMBARRAL
Telef.: 262 609 120 - Fax: 262 609 122
E-mail: cooperativa.bombarral@clix.pt

COOPERATIVA AGRIC. CENTRO RIBATEJANO - CACER

Zona Industrial - Qta. S. José - 2080-221 ALMEIRIM
Telef.: 243 592 397 - Fax: 243 593 239
E-mail: cacer@mail.telepac.pt

COOPERATIVA AGRIC. CITRICULTORES ALGARVE - CACIAL

Vale da Venda - Apart. 128 - 8002-902 FARO
Telef.: 289 816 402 - Fax: 289 816 220
E-mail: cacial@esoterica.pt

COOPERATIVA AGRIC. COMERC. CONCELHO ALPIARÇA - FACTORAGRO

Zona Industrial - Rua E - Lt. 92/94 - 2090-242 ALPIARÇA
Telef.: 243 557 463 - Fax: 243 557 463

COOPERATIVA AGRIC. CONCELHO PORTO MÓS

Av. Eng.º Adelino Reis Santos - 2480-306 PORTO MÓS
Telef.: 244 491 205 - Fax: 244 402 205
E-mail: geral@lusofruta.pt

COOPERATIVA AGRIC. ESPOSENDE

Rua Sr.ª Saúde - 4740-289 ESPOSENDE
Telef.: 253 964 666 - Fax: 253 964 509
E-mail: caesp@iol.pt

COOPERATIVA AGRIC. FRUTICULTORES BEIRA ALTA

Vilela - S. João de Lourosa - 3500-000 VISEU
Telef.: 232 461 089 - Fax: 232 460 670
E-mail: coopbeiraalta@mail.telepac.pt

COOPERATIVA AGRIC. FRUTICULTORES CADAVAL

Est. Nac. 115 - Km. 26 - 2550-108 CADAVAL
Telef.: 262 690 000 - Fax: 262 690 009
E-mail: coopval.geral@mail.telepac.pt

COOPERATIVA AGRIC. FRUTICULTORES COVA BEIRA

Ponte Pedrinha - Ferro - 6230-570 FUNDÃO
Telef.: 275 957 160 - Fax: 275 957 169
E-mail: coop@coopcovadabeira.pt

COOPERATIVA AGRIC. HORTOFRUTIC OESTE - FRUTOESTE

Est. Nac., 8 - Carrascal - 2665-009 AZUEIRA
Telef.: 261 961 705 - Fax: 261 961 981
E-mail: luis.aniceto@frutoeste.pt

COOPERATIVA AGRIC. LAVRADORES CONC. OLIVEIRA BAIRRO - CALCOB

Porto Clérigo - 3770-405 TROVISCAL OBR
Tel.: 234 750 500 - Fax: 234 750 501

COOPERATIVA AGRIC. MANGUALDE

Estação Fruteira - Alcaface-Gare - 3530-310 MANGUALDE
Telef.: 232 610 247 - Fax: 232 610 136
E-mail: geral@serrana-de-mangualde.com

COOPERATIVA AGRIC. PENELA BEIRA

Rua Santo António - 3630-262 PENELA DA BEIRA
Telef.: 254 549 186 - Fax: 254 505 101
E-mail: copebeira@clix.pt

COOPERATIVA AGRIC. PROD. FRUTA CONC. LEIRIA MARINHA GRANDE - PROFRUTA

Coutada - Regueira Pontes - Apt. 147 - 2400-000 LEIRIA
Telef.: 244 840 577 - Fax: 244 841 685
E-mail: profruta@clix.pt

COOPERATIVA AGRIC. SADO - ALENSADO

Merc. Municipal - Lj. 3 - 7565-000 ALVALADE
Telef.: 269 595 570 - Fax: 269 595 570
E-mail: alensado@netc.pt

ESTRUTURAS ASSOCIATIVAS DE INTERESSE PARA O SECTOR DAS PRODUÇÕES VEGETAIS

COOPERATIVA AGRIC. TÁVORA

Av. 25 Abril, 109 - 3620-304 MOIMENTA BEIRA
 Tel.: 254 582 406 - Fax: 254 581 367
 E-mail: cooptavora@mail.telepac.pt

COOPERATIVA AGRIC. VALE ARRAIÓLOS - CADOVA

Rua Direita de S. Pedro, 156 - 2140-098 CHAMUSCA
 Telef.: 249 769 050 - Fax: 249 760 498
 E-mail: cadova@mail.telepac.pt

COOPERATIVA AGRIC. VALPAÇOS - COOPAÇOS

Rua Marechal Carmona, 4 - 5430-483 VALPAÇOS
 Telef.: 278 711 250 - Fax: 278 713 337
 E-mail: frutoscascarija@gmail.pt

COOPERATIVA CITRINOS PORTUGAL - CITRIPOR

Ed. Lara - Monte Joia - 8300-035 SILVES
 Telef.: 282 442 323 - Fax: 282 441 022
 E-mail: citripor@citripor.pt

COOPERATIVA DESENVOLVIMENTO AGRÍCOLA - CDA

Quinta das Cegonhas - Apart. 463 - 2001-906 SANTARÉM
 Telef.: 243 391 724 - Fax: 243 328 101
 E-mail: tomasor@mail.telepac.pt

COOPERATIVA FRUTIC. E HORTIC. REGIÃO ALCOBAÇA - COOPERFRUTAS

Qta. Freiras - Ponte Jardim - 2460-617 ALCOBAÇA
 Telef.: 262 583 209 - Fax: 262 597 211
 E-mail: cooperfrutas.geral@clix.pt

COOPERATIVA FRUTICULTORES ALENTEJO - COFRAL

Rua Cor. Meneses Soares, 5 - 7800-283 BEJA
 Telef.: 284 322 312 - Fax: 284 322 312
 E-mail: cofral@netc.pt

COOPERATIVA FRUTICULTORES REGIÃO ÓBIDOS - OBIROCHA

E. N. 15, n.º 27 - Ponte Seca - 2510-341 Á-DOS-NEGROS
 Telef.: 262 955 020 - Fax: 262 955 021
 E-mail: geral@obirocha.com

COOPERATIVA FRUTICULTORES SILVES - FRUTARADE

Rua Cândido Reis - Bloco 3 - Lj. 6 - r/c - 8300-126 SILVES
 Telef.: 282 445 628 - Fax: 282 445 628
 E-mail: frutarade@netc.pt

COOPERATIVA HORTOFRUTIC. S. BARTOLOMEU MESSINES - FRUTALGARVE

Carvoeiro - 8375-024 S. BARTOLOMEU MESSINES
 Telef.: 282 332 667 - Fax: 282 332 668
 E-mail: frutalgarve-crl@clix.pt

COOPERATIVA PROD. AGRIC. BOLIQUEIME - COOPROBOL

Sítio Abelheira - Boliqueime - 8100-000 LOULÉ
 Telef.: 289 360 059 - Fax: 289 360 059
 E-mail: cooprobol@sapo.pt

COOPERATIVA PROD. HORTOFRUTICULTORES AVIS - AVISHORTA

Lg. Serradão - Apart. 49 - 7480-999 AVIS
 Telef.: 242 412 248 - Fax: 242 412 248
 E-mail: avishorta@mail.telepac.pt

COOPAFREIXO - COOPERATIVA AGRÍCOLA

Zona Industrial - Bl. C - 5180-000 FREIXO ESPADA À CINTA
 Telef.: 279 652 668 - Fax: 279 652 668

COOPERFOROS - COOPERATIVA AGRIC., CRL.

Santa Maria - 2120-000 FOROS SALVATERRA
 Telef.: 263 507 536 - Fax: 263 507 535
 E-mail: geral@cooperforos.pt

COOPERMAGOS

Rua Imaculado Coração Maria - 4850-236 MOSTEIRO VRM
 Telef.: 263 507 133 - Fax: 263 507 144
 E-mail: coopermagos.crl@sapo.pt

CPF - CENTRO PROD. COMERC. HORTOFRUTÍCOLA

E. N. 8 - Km. 69 - Sobreiral - 2540-170 BOMBARRAL
 Telef.: 262 600 030 - Fax: 262 600 039
 E-mail: cpf-bombarral@clix.pt

ECOFRUTAS - ESTAÇÃO FRUTEIRA ESTREMADURA

E. N. 8 - Km. 75 - 2540-000 BOMBARRAL
 Telef.: 262 609 300 - Fax: 262 609 308
 E-mail: geral@ecofrutas.pt

EUROHORTA

Quinta das Faias - Sanguinhal - 2540-454 BOMBARRAL
 Telef.: 262 609 260 - Fax: 262 609 261
 E-mail: eurohorta@clix.pt

FARFRUTA - SOC. CITRICULTORES FARO

Bela Salema - 8000-601 FARO
 Telef.: 289 992 675 - Fax: 289 992 838

FRUBAÇA - COOPERATIVA HORTOFRUTICULTORES CRL.

Acipreste - Apart. 277 - 2460-997 ALCOBAÇA
 Telef.: 262 505 550 - Fax: 262 505 557
 Email: copa@clix.pt

FRUCAR - COMÉRCIO FRUTAS LDA.

Zona Industrial - 5140-125 CARRAZEDA DE ANSIÃES
 Telef.: 278 616 260 - Fax: 278 615 176
 E-mail: frucargtecnico@sapo.pt

FRUSOAL - FRUTAS SOTAVENTO ALGARVE

Est. Nac. 125 - Sítio Cevadeiras - 8901-000 VILA NOVA CACELA
 Telef.: 281 950 400 - Fax: 281 950 409
 E-mail: frusoal@clix.pt

FRUTALGOZ - SOC. AGRIC. ALGOZ

Ferrarias - C.P. 292 - 8365-084 ALGOZ
 Telef.: 282 574 465 - Fax: 282 574 777

FRUTALVOR - CENTRAL FRUTEIRA, CRL.

Casal Sta. Cecília - Apart. 295 - 2504-912 CALDAS DA RAINHA
 Telef.: 262 840 420 - Fax: 262 840 422
 E-mail: frutalvor@mail.telepac.pt

FRUTAS CRUZEIRO, LDA.

Lg. Praça - Vila da Ponte - 3640-307 SERNANCELHE
 Telef.: 254 559 050 - Fax: 254 559 049
 E-mail: contacto@frutascruzeiro.pt

FRUTECO - FRUTICULTURA INTEGRADA, LDA.

Qta. Tapada Grande - Glória - 7100-040 ESTREMOZ
 Telef.: 268 808 028 - Fax: 268 841 612
 E-mail: fruteco@gmail.pt

FRUTO MAIOR - ORGANIZAÇÃO PROD. HORTOFRUTÍCOLAS, LDA.

Rua 25 Abril, 32 - 2040-460 S. JOÃO DA RIBEIRA
 Telef.: 243 945 142 - Fax: 243 945 143
 E-mail: frutomaiior@iol.pt

FRUTUS - ESTAÇÃO FRUTEIRA MONTEJUNTO

E. N. n.º 366 - Km. 4 - 2550-425 PERAL CDV
 Telef.: 262 740 020 - Fax: 262 740 029
 E-mail: frutus@frutus.pt

GLOBALFRUT - PROD. E COMERC. FRUTAS

Rua Moinho, 11 - Sobral - 2530-303 LOURINHÃ
 Telef.: 261 416 750 - Fax: 261 416 759
 E-mail: geral@globalfrut.com

ASSOCIATIONS IN THE CROP PRODUCTION SECTOR

GRANFER - PRODUTORES FRUTA, CRL.

Rua Principal, 167 - 2510-772 USSEIRA
 Telef.: 262 950 262 - Fax: 262 950 415
 E-mail: granfer@granfer.pt

HORFIL, S.A.

Qta. Maria Gil - Apart. 55 - 2534-909 LOURINHÃ
 Telef.: 261 419 181 - Fax: 261 419 183
 E-mail: horfil@mail.telepac.pt

HORTAPRONTA - HORTAS DO OESTE, SA.

Apart. 505 - Vale Grou - 2526-909 ATOUGUIA DA BALEIA
 Telef.: 262 760 010 - Fax: 262 760 029
 E-mail: sede@hortapronta.com

HORTISETE - COOPERATIVA PROD. HORT. UNIDOS PENÍNSULA SETÚBAL

Rua António Aleixo, 1 a 5 - 2965-306 POCEIRÃO
 Telef.: 265 995 516 - Fax: 265 990 439
 E-mail: hortisetes@sapo.pt

HORTOFRADES

E.N. 8/5 - Lezeirões - 2450-037 VALADO DE FRADES
 Telef.: 262 578 215 - Fax: 262 578 216
 E-mail: hortofrades@net.vodafone.pt

HORTOFRUTÍCOLAS CAMPELOS, SA.

Rua Sta. Marta - Lt. 4 - 1.º Esq.º - 2080-346 BENFICA DO RIBATEJO
 Telef.: 243 580 483 - Fax: 243 580 484
 E-mail: campelos@hcampelos.pt

HORTOMELÃO - PRODUTOS HORTÍCOLAS E FRUTOS, LDA.

Rua Liberdade, 117 - Verdelho - 2000-345 ACHETE
 Telef.: 243 429 681 - Fax: 243 429 679
 E-mail: carlosferreira.lda@iol.pt

KIWICOOP - COOPERATIVA FRUTÍCOLA BARRADA, CRL.

Malhapão - Oiã - 3770-058 OLIVEIRA BR
 Telef.: 234 752 616 - Fax: 234 752 359
 E-mail: kiwicoop@kiwicoop.com

LUSOMORANGO - ORGANIZAÇÃO PEQUENOS FRUTOS, LDA.

Apartado 66 - Taliscas - 7631-908 S. TEOTÓNIO
 Telef.: 283 959 245 - Fax: 283 959 247
 E-mail: gsandrade@lusomorango.pt

MADREFRUTA, LDA.

Bela Curral - Pechão - C.P. 279-A - 8700-179 OLHÃO
 Telef.: 289 710 260 - Fax: 289 710 269
 E-mail: geral@madrefruta.com.pt

MULTITOMATE - COOPERATIVA AGRÍC. CASTANHEIRA RIBATEJO

Lg. Marquês Pombal, 2 - 9.º - 2600-222 VILA FRANCA XIRA
 Telef.: 263 286 550 - Fax: 262 286 559
 E-mail: multitomate.crl@iol.pt

NARC FRUTAS - COOPERATIVA FRUT. HORTIC. REGIÃO ALCOBAÇA

E. N. 8 - Casal Pardo - 2460-197 ALFEIZERÃO
 Telef.: 262 995 110 - Fax: 262 995 111
 E-mail: narcfrutas@simplesnet.pt

PRIMOHORTA - SOC. PROD. HORTÍCOLAS, LDA.

Rua Conde Vale de Reis, 147 - Samouco - 2890-225 ALCOCHETE
 Telef.: 212 302 034 - Fax: 212 301 691
 E-mail: primohorta@clix.pt

PRIMORES DO OESTE

Rua Parque, 2 - Palhagueiras - 2560-044 Á-DOS-CUNHADOS
 Telef.: 261 980 100 - Fax: 261 980 119
 E-mail: primoresoeste@sapo.pt

PROVAPE - COOPERATIVA AGRÍC. VALE DA PEDRA

Rua 25 de Abril - 2070-719 VALE DA PEDRA
 Telef.: 243 759 096 - Fax: 243 759 033
 E-mail: provape@iol.pt

RIBA TOMATE - SOC. APOIO PROD. E COMERC. TOMATE

Rua Moinho de Vento - Paço de Negreiros - 2080-640 ALMEIRIM
 Telef.: 243 595 126 - Fax: 243 595 126
 E-mail: ribatomate@clix.pt

SILTOM - COMERCIALIZAÇÃO TOMATE EM NATUREZA

E. N. 383 - Montes Velhos - 7600-411 S. JOÃO NEGRILHOS
 Telef.: 284 660 131 - Fax: 284 660 139
 E-mail: siltom.crl@clix.pt

SOCIEDADE AGRÍC. QUINTA DE LAMAÇAIS

Quinta de Lamaçais - Apart. 7 - 6250-998 CARIA
 Telef.: 275 470 020 - Fax: 275 470 029
 E-mail: geral@quintadelamacais.pt

SOCIEDADE REAL CITRINOS ALGARVE, SA.

Murtais - 8700-120 MONCARRAPACHO
 Telef.: 289 790 700 - Fax: 289 790 709
 E-mail: realcitrinos.as@vizzavi.pt

SOLEZIRIA - AGRUPAMENTO EMPRESÁRIOS AGRIC. LEZÍRIA NORTE, CRL.

Mouchão D'Eça - Leziria Norte - C.P. 20 - 2601-997 VILA FRANCA XIRA
 Telef.: 263 209 168 - Fax: 263 209 170
 E-mail: soleziria.crl@netc.pt

SOMA - SOCIEDADE AGRO-COMERCIAL MAÇÃ

Qta. Corgo - Leomil - 3620-000 MOIMENTA BEIRA
 Telef.: 254 586 485 - Fax: 254 586 280
 E-mail: soma.lda@mail.telepac.pt

SOTOMATE - COMERC. TOMATE DE GASPARÕES

Gasparões - 7900-133 FERREIRA DO ALENTEJO
 Telef.: 284 755 140 - Fax: 284 755 140
 E-mail: sotomate@hotmail.com

TAVIFRUTA - SOCIEDADE CITRICULTORES TAVIRA

St.º Estevão - 8800-461 TAVIRA
 Telef.: 281 960 100 - Fax: 281 960 109
 E-mail: tavifruta@iol.pt

TOMARAIA - ORGANIZAÇÃO PROD. HORTOFRUTÍCOLAS, SA.

Rua Angola, 5 - 2100-320 COUÇO
 Telef.: 243 659 282 - Fax: 243 659 283
 E-mail: tomaraia@mail.telepac.pt

TOMASEL - ORGANIZAÇÃO PROD. HORTÍCOLAS, SA.

Rua St.º António, 2 - 7470-032 CANO - SOUSEL
 Telef.: 268 549 660 - Fax: 268 549 660
 E-mail: tomasel.as@mail.telepac.pt

TOMASOR - SOC. PROD. TOMATE VALE SORRAIA E SUL, SA.

Rua S. Pedro, 19 - 2100-164 CORUCHE
 Telef.: 243 675 810 - Fax: 243 675 810
 E-mail: tomasor@clix.pt

TOMATAZA - ORG. PROD. HORTOFRUTÍCOLAS, SA.

Casal Mota - 2070-503 VALADA DO RIBATEJO
 Telef.: 243 749 441 - Fax: 243 749 164
 E-mail: tomataza.sa@iol.pt

TOMATEJO - AGRUPAMENTO PROD. TOMATE, SA.

Est. Vale Barrocas - Apart. 70 - 2084-909 ALMEIRIM
 Telef.: 243 570 000 - Fax: 243 570 009
 E-mail: atendimento@tomatejo.pt

TOMATERRA - ORGANIZAÇÃO PROD. TOMATE

Estrada Santarém - 2040-335 RIO MAIOR
 Telef.: 243 992 957 - Fax: 243 992 957
 E-mail: tomaterra@nect.pt

TORRIBA - ORGANIZAÇÃO PROD. HORTOFRUTÍCOLAS, SA.

Zona Industrial Muge - Lt. 19 - 2125-363 MUGE
 Telef.: 243 581 287 - Fax: 243 581 289
 E-mail: torriba.muge@clix.pt

ESTRUTURAS ASSOCIATIVAS DE INTERESSE PARA O SECTOR DAS PRODUÇÕES VEGETAIS

**AGRUPAMENTOS DE PRODUTORES -
PRODUTOS TRADICIONAIS
PRODUCER GROUPS - PROTECTED
AGRICULTURAL PRODUCTS AND FOODSTUFFS**
AGRIPÉROLA - COOPERATIVA AGRÍCOLA, LDA.

Quebradas - S. Martinho - 9000-000 FUNCHAL
Telef.: 291 764 503 - Fax: 291 761 370

AGRODELTA - INDÚSTRIAS ALIMENTARES, LDA.

Zona Industrial - Rua A, 1 - 7370-114 CAMPO MAIOR
Telef.: 268 680 140 - Fax: 268 680 141
E-mail: agrodelta@delta-cafes.pt

AGRUPAMENTO PROD. AGRIC. FLOR NORTE ALENTEJANO - APAFNA

Parque Leilões de Gado - Est. Nac. 246 - 7300-901 PORTALEGRE
Telef.: 245 331 064 - Fax: 245 366 227
E-mail: aadpl@iol.pt

ASSOCIAÇÃO AGRIC. RIBATEJO - AAR

Rua Sta. Margarida, 1-A - 2000-114 SANTARÉM
Telef.: 243 323 794 - Fax: 243 322 829
E-mail: agricultoresribatejo@clix.pt

ASSOCIAÇÃO NAC. PROD. PÊRA ROCHA - ANP

Pátio do Município, 3 - r/c Dt.º - 2550-118 CADAVAL
Telef.: 262 691 209 - Fax: 262 691 208
E-mail: anp@perarocha.pt

ASSOCIAÇÃO OLIVIC. TRÁS-OS-MONTES ALTO DOURO - AOTAD

Rua Centro Transmontano S. Paulo, 69 - 5370-382 MIRANDELA
Telef.: 278 261 035 - Fax: 278 261 002
E-mail: aotad@clix.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. AMÊNDOA ALTO DOURO

Av. D. Dinis, 1 - 5150-658 VILA NOVA FOZ CÔA
Telef.: 279 762 404 - Fax: 279 762 164

ASSOCIAÇÃO PROD. AZEITE BEIRA INTERIOR

Rua João Deus, 23 - r/c-E - 6000-276 CASTELO BRANCO
Telef.: 272 326 143 - Fax: 272 326 143
E-mail: apabi@sapo.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. CASTANHA CONCELHO BRAGANÇA

Zona Industrial - Lt. 204 - 5300-107 BRAGANÇA
Telef.: 273 327 037 - Fax: 273 327 037
E-mail: 022ajap@braganca.pt

ASSOCIAÇÃO PROD. BATATA DOCE DE ALJEZUR

Lg. 1.º Maio, 3 - 8670-000 ROGIL
Telef.: 282 998 250

ASSOCIAÇÃO PROD. MAÇÃ DE ALCOBAÇA

Apartado 62 - 2460-059 ALCOBAÇA
Telef.: 262 597 556 - Fax: 262 597 575
E-mail: coopagralcobaca@clix.pt

ASSOCIAÇÃO REG. AGRICULTORES TERRAS DE MONTENEGRO

Rua Dr. Francisco Sá Carneiro - Urb. V. Torre
5445-160 CARRAZEDO MONTENEGRO
Telef.: 278 781 370 - Fax: 278 781 370
E-mail: arاتمontenegro@clix.pt

CENTRO VALORIZAÇÃO FRUTAS E LEGUMES BEIRA ALTA - FELBA

Quinta Fontelo - Gumirães - 3500-021 VISEU
Telef.: 232 440 958 - Fax: 232 440 980
E-mail: felba@mail.pt

COOP. PROD. FRUTAS PROD. HORT. E FLORIC. S. MIGUEL - PROFRUTOS

Lg. Cerveja - Apt. 21 - Fajã Baixo - 9500-450 PONTA DELGADA
Telef.: 296 205 130 - Fax: 296 205 133
E-mail: geral@profrutos.pt

COOPERATIVA AGRIC. AÇOREANA HORTOFRUTICULTURA - FRUTAÇOR

Rua Rosário - Posto Agrícola - 9600-000 RIBEIRA GRANDE
Telef.: 296 472 374 - Fax: 296 473 400

COOPERATIVA AGRIC. CONCELHO TRANCOSO - BANDARRA

Av. República, 32 - 6420-108 TRANCOSO
Telef.: 271 811 883 - Fax: 271 828 016
E-mail: bandararra@mail.telepac.pt

COOPERATIVA AGRIC. FRUTICULTORES COVA BEIRA

Ponte Pedrinha - Ferro - 6230-570 FUNDÃO
Telef.: 275 957 160 - Fax: 275 957 169
E-mail: coop@coopcovadabeira.pt

COOPERATIVA AGRIC. MOURA E BARRANCOS

Rua Forças Armadas, 9 - Apart. 7 - 7860-034 MOURA
Telef.: 285 250 720 - Fax: 285 251 631
E-mail: coopmourabarrancos@sapo.pt

COOPERATIVA AGRIC. NORTE TRANSMONTANO

Av. Gen. Ribeiro Carvalho - 5400-497 CHAVES
Telef.: 276 322 369 - Fax: 276 322 369
E-mail: cant@net.sapo.pt

COOPERATIVA OLIVICULTORES MONCORVO

Apartado 18 - 5160-909 MONCORVO
Telef.: 279 254 089 - Fax: 279 254 089

CUPIDO/PURANATURA/SECOSOL

Qta. Pedras Doces - Vassal - 5430-000 VALPAÇOS
Telef.: 278 713 822 - Fax: 278 711 651

FRUTECO - FRUTICULTURA INTEGRADA, S.A.

Tapada Grande - Maridona - Glória - 7100-000 ESTREMOZ
Telef.: 268 333 435 - Fax: 268 333 851
E-mail: fruteco@clix.pt

ORIVÁRZEA, SA.

Lagoa Donzelas - 2120-204 SALVATERRA DE MAGOS
Telef.: 263 500 390 - Fax: 263 507 964
E-mail: geral@orivarzea.pt

UNIÃO COOPERATIVAS ALENTEJO - UCAAI

Bairro Industrial - 7960-305 VIDIGUEIRA
Telef.: 284 437 070 - Fax: 284 437 079

UNIÃO PROD. HORTOFRUTÍCOLAS DO ALGARVE - UNIPROFRUTAL

Rua Mouzinho Albuquerque, 1-1 - r/c - 8000-397 FARO
Telef.: 289 804 532 - Fax: 289 804 533
E-mail: uniprofrutal@hotmail.com