



COMUNICADO DE IMPRENSA

Ação da ASAE impede prática de dumping no leite

Foram ontem conhecidas as acções da ASAE junto de superfícies comerciais das cadeias Continente e Pingo Doce, as quais estão a conduzir a apreensões de leite importado (cerca de 240 mil litros até ao momento) comercializado a preços inferiores aos custos de produção, configurando assim uma prática ilegal de *dumping*.

Este procedimento resultou de denúncias formais do sector, mas também de um conjunto de posições públicas de todos os intervenientes da fileira, com destaque para os produtores de leite, que numa expressiva manifestação realizada no passado sábado revelaram a sua perplexidade e revolta perante um autêntico acto de agressão comercial.

O forte sentido de união então demonstrado foi crucial para a obtenção deste resultado e prova que a coesão sectorial é essencial para a sustentabilidade da cadeia de valor!

Não se pretende uma "guerra" contra as grandes cadeias de distribuição e comercialização mas tão só fazer reverter determinados abusos por elas praticados. Tendo até em conta ter sido por nós reclamada, regista-se como positiva e animadora a acção agora empreendida pelas Autoridades. Espera-se que se confirme e alargue a todo o território nacional e que abranja (para além do Leite) outros bens agro-alimentares que estão a ser comercializados em condições semelhantes pelas grandes cadeias de distribuição e comercialização.

De igual modo, fazemos votos para que o passo agora dado pela ASAE possa ser o primeiro contributo no sentido da efectiva regulação das relações comerciais com a Grande Distribuição, por partes dos Órgãos de Soberania competentes, nomeadamente a Assembleia da República e Governo. Esse desenvolvimento será decisivo para a sobrevivência e desenvolvimento dos sectores produtivos nacionais, factor unanimemente considerado como indispensável para a saída da actual crise económica, financeira e social!

Finalmente, uma palavra para o Consumidor, pois as nossas preocupações estão também neles centradas, na medida em que os descontos de hoje tem um elevado preço a médio prazo, ao nível do desemprego e agravamento da crise económica, do défice e da dependência externa.

Porto, 13 de Janeiro de 2012

COMUNICADO DE IMPRENSA

Continente comercializa leite espanhol a 0,13€/litro e promove a falência da produção nacional

No início do presente ano a cadeia de Distribuição *Continente* iniciou uma acção de promoção de diversos produtos de primeira necessidade, maioritariamente importados e com a insígnia do operador, com um preço de venda ao público bastante baixo e com um desconto acumulável em cartão de -75% (50% disponível na segunda quinzena de Janeiro e 25% da primeira quinzena de Fevereiro). Nesse pacote de bens de primeira necessidade encontram-se diversos produtos lácteos, como queijos, iogurtes e também o leite, neste caso em embalagens **de 1,5 litros comercializados a 0,78€, sobre o qual recai o desconto de -75%, resultando um preço final de 0,13€/Litro.**

Sendo a matéria-prima de origem não nacional (mais concretamente espanhola) e tendo em conta que o preço médio do leite ao produtor praticado em Portugal e Espanha ronda os 0,33€/Litro (2,5 vezes superior ao preço de comercialização do referido leite da marca *Continente*) é incompreensível como tais práticas sejam livremente permitidas no nosso país. Com efeito, o comportamento deste operador da Distribuição merece a nossa firme censura, pois representa um duro golpe na cadeia de valor nacional ao tornar manifestamente impraticável concorrer com referências comercializadas a valores inferiores a metade do custo de aquisição da matéria-prima pelos operadores industriais.

Fica, assim, mais uma vez bem patente a diferença entre as posições mediáticas de defesa da produção nacional por parte das cadeias de Distribuição e a sua prática efectiva, sendo que a FENALAC e a ANIL, enquanto representantes sectoriais, não deixarão de denunciar e desmascarar a política de comunicação de operadores que utilizam os interesses nacionais de forma torpe e indecorosa.

Relembremos que os produtores de leite portugueses, apesar de atravessarem uma situação muito difícil devido ao aumento brutal dos custos de produção, são capazes de abastecer na totalidade o mercado nacional. Nesse cenário, fica evidente que o único objectivo das importações de leite é a destruição de valor e das marcas comerciais nacionais e, em última análise, o aumento dos lucros da Distribuição, nem que para tal milhares de produtores de leite e as suas famílias declarem falência.

Dada a importância social e económica do sector do leite, que emprega cerca de cem mil pessoas e gera 2 mil milhões de euros em volume de negócios (1,3% do PIB), a FENALAC e a ANIL irão denunciar esta prática junto das autoridades e instituições relevantes (Presidência da República, Primeiro Ministro, Governo, Grupos Parlamentares, Autoridade da Concorrência e ASAE) e promover a informação e a sensibilização do consumidor para os perigos de tais práticas, ao nível do emprego e da actividade económica em Portugal.

Porto, 04 de Janeiro de 2012

CONTINENTE MATOSINHOS
 Modelo Continente Hipermercados S.A.
 Cont. 502011475
 Tel.: 229561000
 N reg. SIRPEEE: PT000251

Lactícini/Congel:
 6% 4139232 LEITE UHT M/G C 0,78
 Desconto Cartao 0,59

TOTAL 0,78
 Numerario 2,00
 Troco 1,22
 IVA INCLUIDO

0001 064 132864 090001 14:52 02/01/12
 1850200272061 - 100020228202021
 AGRADECEMOS PREFERENCIA, SELF2

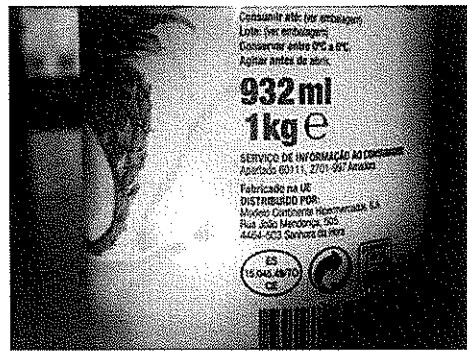


IVA INCLUIDO
 CONSULTE AS CONDIÇÕES DA POLÍTICA DE
 SATISFAÇÃO/DEVOLUÇÃO, AFIXADAS NA LOJA
www.continente.pt

Software dispensado de certificação
 nos termos da alínea a do n. 2
 do art. 2 da Portaria
 n. 363/2010, de 23 de Junho

DESCONTO
 0,59
 0,39 - Disp de 16/01/2012 a 31/01/2012
 Hiperdesconto 75% (50%)
 0,20 - Disp de 01/02/2012 a 15/02/2012
 HiperDesconto 75% (25%)







LEITE UHT CONTINENTE (1,5 L)

Origem: Espanha (ES 15.05514/LU)
 Preço Litro: 0,52 € (0,78 €/1,5 L)
 Preço Final: 0,13 €/L

Preços Marcas Comerciais (no Continente)

Grosso: 0,54 €
 Nova Açores: 0,56 €
 Mimosa: 0,59 €
 Agros: 0,59 €

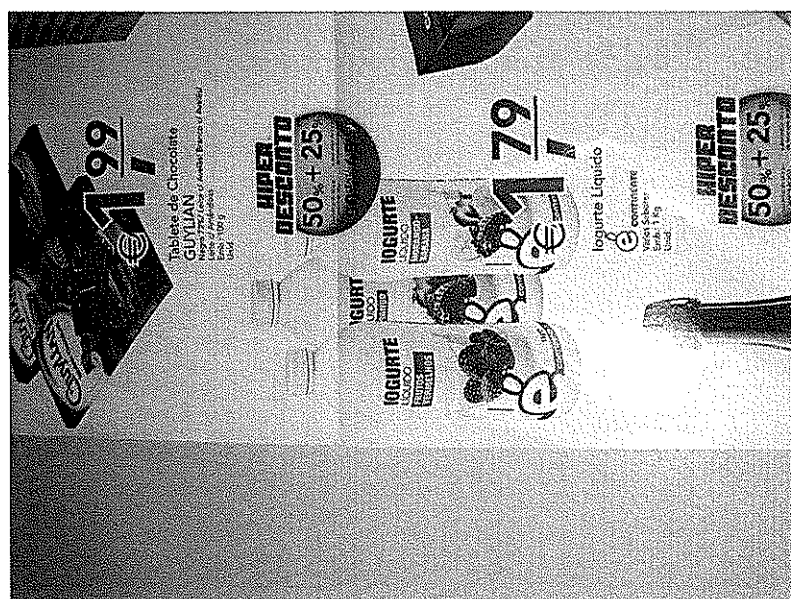


IOGURTE tipo GREGO CONTINENTE (PACK 4)

Origem: França (FR 45.187.001)
 Preço Pack: 1,49 €
 Preço Final: 0,37 €

Preços Marcas Comerciais (no Continente)

Adágio: 1,99€
 Nestlé: 2,44 €
 Danone: 2,49 €



IOGURTE LÍQUIDO É (1 Kg)

Origem: Espanha (ES 15.045.49/TO)
 Preço Pack: 1,79 €
 Preço Final: 0,45 €

Preços Marcas Comerciais (no Continente)

Yop: 1,95 €



Exm^a. Senhora
Dr.^a Rute Serra
Inspectora Regional do Norte
Autoridade de Segurança Alimentar e Económica
Rua Gil Vicente, n.º 30
4000-255 PORTO

Porto, 4 de Janeiro de 2012

ASSUNTO: Preço do Leite e outros Produtos Lácteos ao consumidor
- Denúncia, Exposição e Pedido de Actuação -

Exma. Sra. Inspectora Regional

A ANIL – Associação Nacional dos Industriais de Lacticínios e a FENALAC – Federação Nacional das Cooperativas de Produtores de Leite, na qualidade de mais representativas entidades da fileira do leite vêm, pela presente, denunciar a Vossa Excelência a política comercial que está, neste momento, a ser desenvolvida pelo maior operador da moderna distribuição a actuar em Portugal: a cadeia Continente, detida pelo Grupo SONAE.

Especificamente, aquela cadeia de Distribuição iniciou uma acção de promoção de diversos produtos de primeira necessidade, maioritariamente importados e com a insígnia do operador, com preços de venda sobre os quais incide um desconto acumulável em cartão de -75% (50% disponível na segunda quinzena de Janeiro e 25% da primeira quinzena de Fevereiro).

Desse conjunto de bens de primeira necessidade, são especialmente relevantes os diversos produtos lácteos abrangidos, como queijos, iogurtes e leite, sendo de destacar, pela sua importância e simbolismo, o caso do Leite UHT de marca Continente, comercializado em embalagens de 1,5 litros a 0,78€, sobre o qual recai o desconto de -75%, resultando um preço final de 0,13€/Litro.

Deve salientar-se que sendo a matéria-prima daquele Leite UHT da marca Continente de origem espanhola e tendo em conta que o preço médio do leite ao produtor praticado em Espanha (tal como em Portugal) ronda os 0,33€/Litro (2,5 vezes superior ao preço de comercialização desse leite UHT da marca Continente), tais práticas configuram uma clara ilegalidade, parecendo inequívoca a prática de Venda com Prejuízo – mesmo que mascarada de desconto promocional, a devolver posteriormente ao comprador - legalmente proibida ao abrigo do Decreto-Lei n.º 370/9, de 29 de Outubro.

Assim, vêm a ANIL e a FENALAC apresentar a presente exposição, acompanhada de documentação que entendemos pertinente, e solicitar a actuação dessa Autoridade, considerados os factos denunciados.

Sem mais de momento, despedimo-nos com os protestos da mais elevada consideração e estima

Pe'l'A Direcção da ANIL

Pedro Pimentel
Presidente

*recebido em
ma. 2012.*

Rute Serra
Inspectora-Directora

Pe'l'A Direcção da FENALAC

Fernando Cardoso
Secretário-Geral



Exm^a. Senhora
Dr.^a Rute Serra
Inspectora Regional do Norte
Autoridade de Segurança Alimentar e Económica
Rua Gil Vicente, n.º 30
4000-255 PORTO

Porto, 4 de Janeiro de 2012

ASSUNTO: Preço do Leite e outros Produtos Lácteos ao consumidor
- Denúncia, Exposição e Pedido de Actuação -

Exma. Sra. Inspectora Regional

A ANIL – Associação Nacional dos Industriais de Lactícínios e a FENALAC – Federação Nacional das Cooperativas de Produtores de Leite, na qualidade de mais representativas entidades da fileira do leite vêm, pela presente, denunciar a Vossa Excelência a política comercial que está, neste momento, a ser desenvolvida pelo maior operador da moderna distribuição a actuar em Portugal: a cadeia Continente, detida pelo Grupo SONAE.

Especificamente, aquela cadeia de Distribuição iniciou uma acção de promoção de diversos produtos de primeira necessidade, maioritariamente importados e com a insígnia do operador, com preços de venda sobre os quais incide um desconto acumulável em cartão de -75% (50% disponível na segunda quinzena de Janeiro e 25% da primeira quinzena de Fevereiro).

Desse conjunto de bens de primeira necessidade, são especialmente relevantes os diversos produtos lácteos abrangidos, como queijos, iogurtes e leite, sendo de destacar, pela sua importância e simbolismo, o caso do Leite UHT de marca Continente, comercializado em embalagens de 1,5 litros a 0,78€, sobre o qual recai o desconto de -75%, resultando um preço final de 0,13€/Litro.

Deve salientar-se que sendo a matéria-prima daquele Leite UHT da marca Continente de origem espanhola e tendo em conta que o preço médio do leite ao produtor praticado em Espanha (tal como em Portugal) ronda os 0,33€/Litro (2,5 vezes superior ao preço de comercialização desse leite UHT da marca Continente), tais práticas configuram uma clara ilegalidade, parecendo inequívoca a prática de Venda com Prejuízo – mesmo que mascarada de desconto promocional, a devolver posteriormente ao comprador - legalmente proibida ao abrigo do Decreto-Lei n.º 370/9, de 29 de Outubro.

Assim, vêm a ANIL e a FENALAC apresentar a presente exposição, acompanhada de documentação que entendemos pertinente, e solicitar a actuação dessa Autoridade, considerados os factos denunciados.

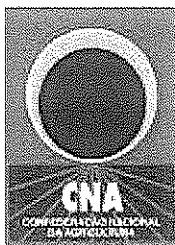
Sem mais de momento, despedimo-nos com os protestos da mais elevada consideração e estima

Pel'A Direcção da ANIL

Pel'A Direcção da FENALAC

Pedro Pimentel
Presidente

Fernando Cardoso
Secretário-Geral



GRANDES SUPERFÍCIES COMERCIAIS PROMOVEM IMPORTAÇÕES DESNECESSÁRIAS E ESMAGAM A PRODUÇÃO AGRO-ALIMENTAR NACIONAL

É necessário regulamentar as cadeias de distribuição e comercialização de bens agro-alimentares para defender o emprego agrícola, para reduzir as importações, para criar condições à melhoria dos preços à produção, para promover a produção e a economia nacionais.

Uma cadeia de grandes Superfícies Comerciais iniciou o novo ano com mais uma agressiva campanha, dita “de promoção” de diversos produtos, incluindo bens alimentares.

Assim, e como exemplos, há leite UHT importado de Espanha que com um desconto de 75% fica a 13 cêntimos o litro; há batata vinda de França que fica a 16,5 cêntimos o kg; há néctares (sumos) a 20 cêntimos o litro e com a indicação “fabricado na UE” ...

Mesmo os produtos nacionais incluídos nestas campanhas são sujeitos a grande pressão para lhes rebaixar os preços.

Estas são práticas que indiciam manobras de “dumping” (vender abaixo de preço a que foi adquirido o produto) e de especulação por parte das grandes cadeias de distribuição, matérias que deviam ser alvo de intervenção urgente nomeadamente por parte da Autoridade da Concorrência e da ASAE.

São práticas que eliminam, ilegitimamente, a possibilidade de concorrência por parte do pequeno e médio comércio e que esmagam os preços e a produção nacional, muito contribuindo para o agravamento do nosso défice agro-alimentar e do défice da balança de pagamentos do nosso País com o exterior.

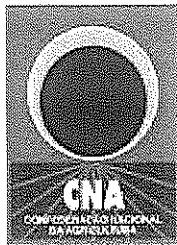
São práticas que também contribuem para a degradação de qualidade alimentar dos portugueses.

Agora, são de esperar mais campanhas semelhantes por parte de outras cadeias de distribuição e comercialização.

Os Consumidores, no imediato, são “aliciados” mas ...

Os Consumidores acabam por “ficar presos” aos “pontos do cartão” que acumula o valor dos descontos (75%) mas, depois, têm que comprar outros produtos na mesma cadeia comercial. Ou seja, os Consumidores são obrigados a gastar noutros produtos a “poupança” que julgaram fazer nos produtos agora “em promoção” ...

Entretanto, a mesma cadeia comercial vai poder utilizar, nas suas manobras financeiras, dinheiro dessa forma “avançado” pelos Consumidores e permite-se a pagar aos Fornecedores a 90 dias e até a mais!!



ÓRGÃOS DE SOBERANIA DEVEM REGULAMENTAR – URGENTEMENTE – AS GRANDES CADEIAS DE DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO.

As práticas comerciais e especulativas em causa já duram há demasiado tempo.

É pois urgente que os Órgãos de Soberania, a Autoridade da Concorrência, e o Governo em especial, regulamentem – com firmeza – as actividades das grandes cadeias de distribuição e comercialização, no caso de bens agro-alimentares.

Para defender o emprego e a actividade agro-rural!

Para criar condições à melhoria dos preços à Produção Nacional!

Para promover a economia nacional, a qualidade e soberania alimentar dos Portugueses!

CONCENTRAÇÕES DE AGRICULTORES

SÁBADO - 7 DE JANEIRO – 2012

10H30 – FRENTE À DRAP NORTE – SRª DA HORA - MATOSINHOS

E A SEGUIR FRENTE A UMA GRANDE SUPERFÍCIE COMERCIAL NA MESMA ZONA

O objectivo principal destas iniciativas é a denúncia de certas práticas comerciais e especulativas utilizadas pela Grande Distribuição e Comercialização e de apelar para os Órgãos de Soberania tendo em vista a regulamentação/correção – urgentes - dessas actividades.

Os Agricultores e as suas Organizações reservam-se no direito de continuar a defender os seus interesses e a Produção Agro-Alimentar Nacional.

Porto, 5 de Janeiro de 2012

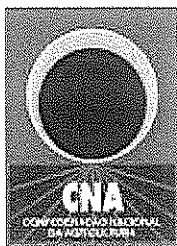
As promotoras destas iniciativas – FENALAC - CONFAGRI - CNA - APLC - APROLEP

Contactos expeditos:

FENALAC – Fernando Cardoso..... 96 36 66 077

CNA - José Lobato 96 17 04 555

APROLEP - Carlos Neves 96 28 94 146



Exmo. Senhor Director Regional de Agricultura do Norte,

As entidades acima mencionadas promovem hoje uma concentração junto à delegação da DRAPN, na Senhora da Hora – Matosinhos, seguida de um desfile em direcção a uma grande superfície do concelho de Matosinhos. Os objectivos principais desta acção passam por:

- sensibilizar a opinião pública para a importância da Agricultura e do Meio Rural, nos seus aspectos económicos, sociais e de coesão territorial.
- Informar os Consumidores dos efeitos positivos, ao nível do emprego e da criação de riqueza, de consumir produtos e marcas portuguesas.
- Promover a produção agro-alimentar nacional e a redução das importações no âmbito do actual desígnio nacional de minorar a nossa dependência externa.
- Alertar para os danos que as recentes campanhas de promoção da Grande Distribuição provocam na cadeia de valor agro-alimentar.
- Impedir a comercialização de bens agro-alimentares a preços inferiores ao custo de produção.
- Alertar os Órgão de Soberania para a necessidade de, urgentemente, regulamentar a relação entre a Grande Distribuição e os seus Fornecedores, nomeadamente ao nível das práticas comerciais consideradas abusivas (promoções, descontos,..), prazos de pagamento e comercialização das denominadas marcas brancas.

O futuro da Produção Agro-alimentar depende da acção de todos os intervenientes da cadeia de valor, das autoridades ligadas à Concorrência e da Fiscalização assim como dos Órgãos de Soberania.

Apelámos para que todos assumam as suas responsabilidades!

Porto, 7 de Janeiro de 2012, PELAS SUBSCRITORAS
FENALAC, CONFAGRI, CNA, APLC, APROLEP

PS: em anexo memorando conjunto da concentração e comunicado da ANIL e da FENALAC



GRANDES SUPERFÍCIES COMERCIAIS PROMOVEM IMPORTAÇÕES DESNECESSÁRIAS E ESMAGAM A PRODUÇÃO AGRO-ALIMENTAR NACIONAL

É necessário regulamentar as cadeias de distribuição e comercialização de bens agro-alimentares para defender o emprego agrícola, para reduzir as importações, para criar condições à melhoria dos preços à produção, para promover a produção e a economia nacionais.

Uma cadeia de grandes Superfícies Comerciais iniciou o novo ano com mais uma agressiva campanha, dita “de promoção” de diversos produtos, incluindo bens alimentares.

Assim, e como exemplos, há leite UHT importado de Espanha que com um desconto de 75% fica a 13 cêntimos o litro; há batata vinda de França que fica a 16,5 cêntimos o kg; há néctares (sumos) a 20 cêntimos o litro e com a indicação “fabricado na UE” ...

Mesmo os produtos nacionais incluídos nestas campanhas são sujeitos a grande pressão para lhes rebaixar os preços.

Estas são práticas que indiciam manobras de “dumping” (vender abaixo de preço a que foi adquirido o produto) e de especulação por parte das grandes cadeias de distribuição, matérias que deviam ser alvo de intervenção urgente nomeadamente por parte da Autoridade da Concorrência e da ASAE.

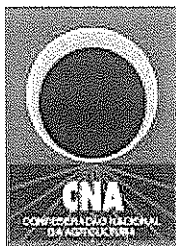
São práticas que eliminam, ilegitimamente, a possibilidade de concorrência por parte do pequeno e médio comércio e que esmagam os preços e a produção nacional, muito contribuindo para o agravamento do nosso défice agro-alimentar e do défice da balança de pagamentos do nosso País com o exterior.

São práticas que também contribuem para a degradação de qualidade alimentar dos portugueses.

Agora, são de esperar mais campanhas semelhantes por parte de outras cadeias de distribuição e comercialização.

Os Consumidores, no imediato, são “aliciados” mas ...

Os Consumidores acabam por “ficar presos” aos “pontos do cartão” que acumula o valor dos descontos (75%) mas, depois, têm que comprar outros produtos na mesma cadeia comercial. Ou seja, os Consumidores são obrigados a gastar noutros produtos a “poupança” que julgaram fazer nos produtos agora “em promoção”...



Entretanto, a mesma cadeia comercial vai poder utilizar, nas suas manobras financeiras, dinheiro dessa forma “avançado” pelos Consumidores e permite-se a pagar aos Fornecedores a 90 dias e até a mais!!

ÓRGÃOS DE SOBERANIA DEVEM REGULAMENTAR – URGENTEMENTE – AS GRANDES CADEIAS DE DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO.

As práticas comerciais e especulativas em causa já duram há demasiado tempo.

É pois urgente que os Órgãos de Soberania, a Autoridade da Concorrência, e o Governo em especial, regulamentem – com firmeza – as actividades das grandes cadeias de distribuição e comercialização, no caso de bens agro-alimentares.

Para defender o emprego e a actividade agro-rural!

Para criar condições à melhoria dos preços à Produção Nacional!

Para promover a economia nacional, a qualidade e soberania alimentar dos Portugueses!

CONCENTRAÇÕES DE AGRICULTORES
SÁBADO - 7 DE JANEIRO – 2012
10H30 – FRENTE À DRAP NORTE – SRª DA HORA - MATOSINHOS
E A SEGUIR FRENTE A UMA GRANDE SUPERFÍCIE COMERCIAL NA MESMA ZONA

O objectivo principal destas iniciativas é a denúncia de certas práticas comerciais e especulativas utilizadas pela Grande Distribuição e Comercialização e de apelar para os Órgãos de Soberania tendo em vista a regulamentação/correção – urgentes - dessas actividades.

Os Agricultores e as suas Organizações reservam-se no direito de continuar a defender os seus interesses e a Produção Agro-Alimentar Nacional.

Porto, 5 de Janeiro de 2012

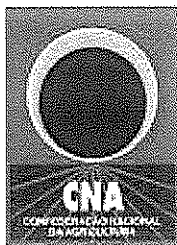
As promotoras destas iniciativas – FENALAC - CONFAGRI - CNA - APLC - APROLEP

Contactos expeditos:

FENALAC – Fernando Cardoso..... 96 36 66 077

CNA - José Lobato 96 17 04 555

APROLEP - Carlos Neves 96 28 94 146



Exmo. Senhor Dr. Nuno Fonseca - SONAE MC

As entidades acima mencionadas promovem hoje uma concentração junto à delegação da DRAPN, na Senhora da Hora – Matosinhos, seguida de um desfile em direcção a uma grande superfície do concelho de Matosinhos. Os objectivos principais desta acção passam por:

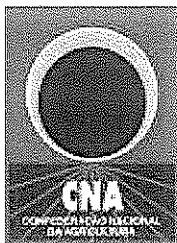
- Sensibilizar a opinião pública para a importância da Agricultura e do Meio Rural, nos seus aspectos económicos, sociais e de coesão territorial.
- Informar os Consumidores dos efeitos positivos, ao nível do emprego e da criação de riqueza, de consumir produtos e marcas portuguesas.
- Promover a produção agro-alimentar nacional e a redução das importações no âmbito do actual desígnio nacional de minorar a nossa dependência externa.
- Alertar para os danos que as recentes campanhas de promoção da Grande Distribuição provocam na cadeia de valor agro-alimentar.
- Impedir a comercialização de bens agro-alimentares a preços inferiores ao custo de produção.
- Alertar os Órgão de Soberania para a necessidade de, urgentemente, regulamentar a relação entre a Grande Distribuição e os seus Fornecedores, nomeadamente ao nível das práticas comerciais consideradas abusivas (promoções, descontos,..), prazos de pagamento e comercialização das denominadas marcas brancas.

O futuro da Produção Agro-alimentar depende da acção de todos os intervenientes da cadeia de valor, das autoridades ligadas à Concorrência e da Fiscalização assim como dos Órgãos de Soberania.

Apelámos para que todos assumam as suas responsabilidades!

Porto, 7 de Janeiro de 2012, PELAS SUBSCRITORAS
FENALAC, CONFAGRI, CNA, APLC, APROLEP

PS: em anexo memorando conjunto da concentração e comunicado da ANIL e da FENALAC



GRANDES SUPERFÍCIES COMERCIAIS PROMOVEM IMPORTAÇÕES DESNECESSÁRIAS E ESMAGAM A PRODUÇÃO AGRO-ALIMENTAR NACIONAL

É necessário regulamentar as cadeias de distribuição e comercialização de bens agro-alimentares para defender o emprego agrícola, para reduzir as importações, para criar condições à melhoria dos preços à produção, para promover a produção e a economia nacionais.

Uma cadeia de grandes Superfícies Comerciais iniciou o novo ano com mais uma agressiva campanha, dita “de promoção” de diversos produtos, incluindo bens alimentares.

Assim, e como exemplos, há leite UHT importado de Espanha que com um desconto de 75% fica a 13 cêntimos o litro; há batata vinda de França que fica a 16,5 cêntimos o kg; há néctares (sumos) a 20 cêntimos o litro e com a indicação “fabricado na UE” ...

Mesmo os produtos nacionais incluídos nestas campanhas são sujeitos a grande pressão para lhes rebaixar os preços.

Estas são práticas que indiciam manobras de “dumping” (vender abaixo de preço a que foi adquirido o produto) e de especulação por parte das grandes cadeias de distribuição, matérias que deviam ser alvo de intervenção urgente nomeadamente por parte da Autoridade da Concorrência e da ASAE.

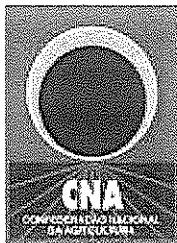
São práticas que eliminam, ilegitimamente, a possibilidade de concorrência por parte do pequeno e médio comércio e que esmagam os preços e a produção nacional, muito contribuindo para o agravamento do nosso défice agro-alimentar e do défice da balança de pagamentos do nosso País com o exterior.

São práticas que também contribuem para a degradação de qualidade alimentar dos portugueses.

Agora, são de esperar mais campanhas semelhantes por parte de outras cadeias de distribuição e comercialização.

Os Consumidores, no imediato, são “aliciados” mas ...

Os Consumidores acabam por “ficar presos” aos “pontos do cartão” que acumula o valor dos descontos (75%) mas, depois, têm que comprar outros produtos na mesma cadeia comercial. Ou seja, os Consumidores são obrigados a gastar noutros produtos a “poupança” que julgaram fazer nos produtos agora “em promoção”...



Entretanto, a mesma cadeia comercial vai poder utilizar, nas suas manobras financeiras, dinheiro dessa forma “avançado” pelos Consumidores e permite-se a pagar aos Fornecedores a 90 dias e até a mais!!

ÓRGÃOS DE SOBERANIA DEVEM REGULAMENTAR – URGENTEMENTE – AS GRANDES CADEIAS DE DISTRIBUIÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO.

As práticas comerciais e especulativas em causa já duram há demasiado tempo.

É pois urgente que os Órgãos de Soberania, a Autoridade da Concorrência, e o Governo em especial, regulamentem – com firmeza – as actividades das grandes cadeias de distribuição e comercialização, no caso de bens agro-alimentares.

Para defender o emprego e a actividade agro-rural!

Para criar condições à melhoria dos preços à Produção Nacional!

Para promover a economia nacional, a qualidade e soberania alimentar dos Portugueses!

**CONCENTRAÇÕES DE AGRICULTORES
SÁBADO - 7 DE JANEIRO – 2012
10H30 – FRENTE À DRAP NORTE – SR^a DA HORA - MATOSINHOS
E A SEGUIR FRENTE A UMA GRANDE SUPERFÍCIE COMERCIAL NA MESMA
ZONA**

O objectivo principal destas iniciativas é a denúncia de certas práticas comerciais e especulativas utilizadas pela Grande Distribuição e Comercialização e de apelar para os Órgãos de Soberania tendo em vista a regulamentação/correção – urgentes - dessas actividades.

Os Agricultores e as suas Organizações reservam-se no direito de continuar a defender os seus interesses e a Produção Agro-Alimentar Nacional.

Porto, 5 de Janeiro de 2012

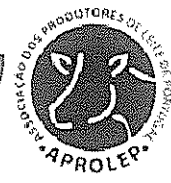
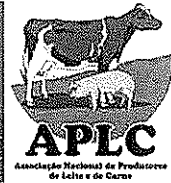
As promotoras destas iniciativas – FENALAC - CONFAGRI - CNA - APLC - APROLEP

Contactos expeditos:

FENALAC – Fernando Cardoso..... 96 36 66 077

CNA - José Lobato 96 17 04 555

APROLEP - Carlos Neves 96 28 94 146



CONCENTRAÇÕES DE AGRICULTORES

SÁBADO - 7 DE JANEIRO – 2012

**10H00 – FRENTE À DRAP NORTE – SRª DA HORA -
MATOSINHOS**

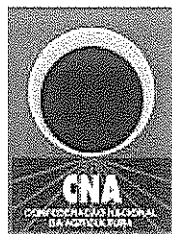
E A SEGUIR FRENTE AO “CONTINENTE”

- Para defender o emprego e a actividade agro-rural!
- Para criar condições à melhoria dos preços à Produção Nacional!
- Para promover a economia nacional, a qualidade e soberania alimentar dos Portugueses!

Vamos de cabeça erguida, de forma civilizada. Não vamos ter medo nem responder a provocações. Vamos com coragem, unidos, responsáveis, exigir respeito pelos produtores. Queremos viver com dignidade do nosso trabalho.

**COMPARECE E TRAZ UM COLEGA! JUNTOS
MOSTRAMOS A NOSSA FORÇA!**

Acesso pela A28, saída na rotunda AEP para a circunvalação, Lado do Norteshopping, seguir 1 km até DRAPNORTE. Pode-se estacionar junto à Mercedes perto do estádio do Padroense e deslocam-se cerca de 200 metros a pé para a entrada da DRAPN. Os tractores ficam estacionados na berma da circunvalação no local também indicado (frente à bomba GALP). O desfile em direcção ao Norte Shopping será depois acompanhada pelas autoridades. Este foi o procedimento conciliado com a PSP.



MENSAGEM DOS PRODUTORES AOS CONSUMIDORES - SÁBADO - 7 DE JANEIRO – 2012

A Distribuição aposta cada vez mais na importação de produtos alimentares para as suas marcas brancas.

Caro CONSUMIDOR: Prefira Produtos e Marcas Nacionais, porque isso significa:

- **Promover o emprego e a economia em Portugal!**
- **Defender a qualidade, a saúde e a soberania alimentar dos Portugueses!**
- **Defender o ambiente e o meio rural, dada a proximidade do abastecimento!**

Hoje, a Distribuição promove descontos de 75% ...

Amanhã, o Consumidor e a Sociedade em Geral pagarão com desemprego, agravamento da crise económica, do défice e da dependência externa.

**QUEM CONSOME PRODUTOS AGRÍCOLAS PORTUGUESES
COMPRA QUALIDADE E AJUDA PORTUGAL!**

Nível de Concentração no Sector Lácteo Nacional

I. INTRODUÇÃO

O nível de concentração dos operadores no sector lácteo português tem sido nos últimos anos recorrentemente apontado por alguns agentes sectoriais, e mesmo por alguns responsáveis da Administração e da própria tutela, como uma fonte de preocupação. Em alguns casos, as razões que estão na base destas alegações prendem-se com razões estritamente comerciais e são por isso compreensíveis, apesar de infundadas, pois visam a obtenção de mais-valias por via da fragmentação sectorial. Noutros casos, trespassa a falta de informação precisa e rigorosa e a transmissão de um conjunto de preconceitos injustificáveis e contrários aos próprios interesses daqueles que se pretendem defender ou seja os operadores do sector, com particular destaque para os Produtores de leite. De todas as referências emitidas, a mais corrente e torpe está relacionada com o excessivo peso do maior operador nacional do sector – Lactogal –, a qual assenta na organização cooperativa agrícola.

II. O APROVISIONAMENTO DE MATÉRIA-PRIMA

Na tentativa de desmitificar os referidos conceitos apresenta-se um conjunto de dados estatísticos sectoriais os quais, do nosso ponto de vista, servem para indubitavelmente contrariar ideias feitas de uns e visões mal intencionadas de outros! Começando desde logo pela abastecimento de matéria-prima por parte da indústria ou, se preferirmos, pela comercialização do leite cru por parte dos produtores, será bom lembrar que está em vigor um sistema de quotas na UE, o qual obriga ao registo e controle de todos os compradores de leite a actuar em território nacional e a comunicação das respectivas quantidades transmitidas. A última listagem comunicada pelo organismo nacional responsável –IFAP–, relativa à campanha 2009/2010, permite constatar que existem em Portugal 101 compradores de leite, dos quais 75 no espaço do Continente e 26 na Região Autónoma dos Açores. Este conjunto de operadores permite uma ampla capacidade de escolha por parte dos Produtores, sendo que os mesmos efectuam as suas opções em função de determinados parâmetros, de entre os quais se destaca obviamente o nível de remuneração da matéria-prima, mas também a segurança a médio/longo prazo do escoamento para o mercado, a qualidade da recolha e os serviços paralelos prestados (assistência técnica, aconselhamento, ...).

Em resultado da aplicação desta equação, os produtores tem escolhido os operadores cooperativos, sinal de que os mesmos oferecem a melhor qualidade de serviço (facto aliás atestado pela constante vontade de muitos aderirem a estes operadores), sem que tal signifique um deficiência ao nível da concorrência dado o elevado número de operadores no terreno. No quadro da página seguinte são apresentadas as entregas descriminadas pelos maiores compradores nacionais, constando-se que os 16 maiores compradores representam 90% das entregas. No entanto, ressalvando-se que a Lactogal não opera directamente ao nível da produção,

ainda assim as suas três accionistas, Agros, Lacticoop e Proleite, que asseguram independentemente a recolha de leite aos respectivos associados, representam menos de metade do total da produção nacional (46%). Desta forma, fica explícito que ao nível do aprovisionamento de leite não existe qualquer tipo de afunilamento no universo Lactogal, mas apenas um reflexo da organização do sector cooperativo, o qual representa a forma mais eficaz da Produção fazer valer os seus interesses.

QUADRO I
ENTREGAS EFECTIVAS DE LEITE NA CAMPANHA 2009/2010

Comprador	Entregas efectivas (Ton)	Nacional %	Acumuladas %
Agros	524.225	28,4%	28,4%
Lacticoop	164.392	8,9%	37,4%
Proleite	153.306	8,3%	45,7%
Subtotal	841.923	45,7%	45,7%
Bel Portugal	181.555	9,9%	55,5%
Unicol	149.826	8,1%	63,7%
Unileite	142.000	7,7%	71,4%
LeicarCoop	81.544	4,4%	75,8%
Insulac	63.133	3,4%	79,2%
Danone	46.083	2,5%	81,7%
Racooop	32.377	1,8%	83,5%
Parmalat	31.159	1,7%	85,2%
Vivaleite	24.468	1,3%	86,5%
Serraleite	22.231	1,2%	87,7%
Centralac	19.492	1,1%	88,8%
Lact. Paiva	16.258	0,9%	89,6%
Renoldy	12.217	0,7%	90,3%

III. MERCADO LÁCTEO

Analisando a questão do lado do consumidor, resulta importante salientar que o mercado lácteo é composto por vários segmentos, pelo que a ligação entre valores de leite cru (ao nível da produção ou do aprovisionamento) e números de leite de consumo deve ser devidamente enquadrada, sob pena de se estabelecerem correlações totalmente desajustadas. Desde logo, importa referir que o segmento mais importante do mercado lácteo é o dos queijos, seguido pelos "leites" e pelos iogurtes, valendo cada um deles aproximadamente ¼ do total.

QUADRO II

SEGMENTAÇÃO DO MERCADO LÁCTEO (VALOR DE VENDAS)

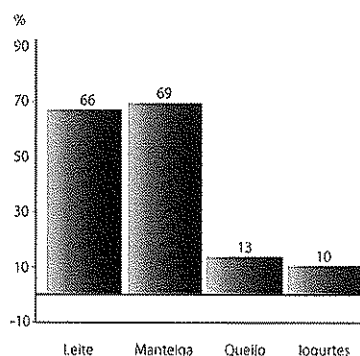
Segmentos Lácteo	Ano 2008
Queijos	27%
Leites	26%
Iogurtes	24%
Outros (manteiga, natas, leites fermentados e aromatizados)	23%
Total Lácteos	9,9%

Fonte: AC Nielsen

No segmento específico dos "leites", aquele que mais frequentemente é apontado como "excessivamente concentrado", o maior operador nacional representa 66% do total de vendas, sendo importante referir que para além dos restantes operadores nacionais presentes no mercado são ainda de destacar os importantes volumes de leite importados, em especial pelos operadores da Distribuição para abastecimentos das suas próprias marcas. Acresce que na quota de mercado dos operadores está englobado o fabrico das marcas da Distribuição, as quais são geridas pelos próprios retalhistas e estão sujeitas a constantes alterações de fornecedores.

GRÁFICO I

PESO DA LACTOGAL NO MERCADO LÁCTEO

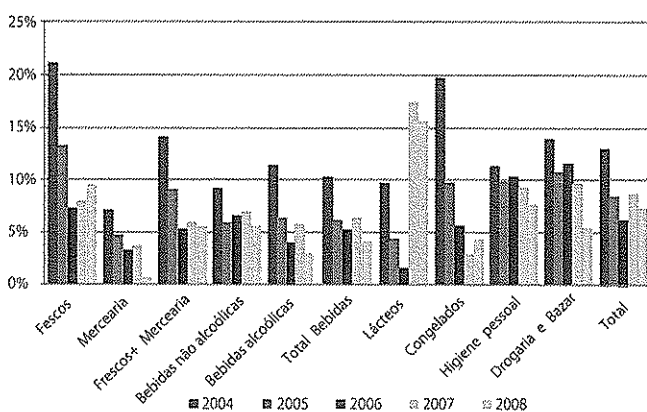


PRINCIPAIS OPERADORES DO MERCADO LÁCTEO (valor)

Numa análise global e, no nosso entendimento mais adequada, considerando o mercado lácteo como um todo, o peso da Lactogal não ultrapassa os 31% do total (em valor), enquanto os 4 maiores operadores são responsáveis por 57% do mesmo. As infundadas acusações de excessiva concentração neste sector, também podem ser confirmadas por via indirecta, nomeadamente pela pressão exercida a jusante da cadeia de valor, isto é, pela Distribuição, curiosamente uma das fontes de tais argumentos. Neste caso, também os dados disponíveis por entidades independentes, nomeadamente a Autoridade da Concorrência (AdC) permitem constatar que as margens de lucro da Distribuição no segmento dos lácteos praticamente duplicaram entre 2004 e 2008 e são das mais elevadas entre todas as categorias de produtos analisadas, como comprova o Gráfico III.

GRÁFICO III

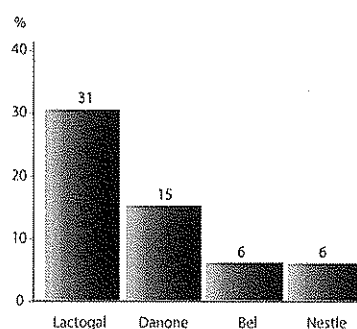
EVOLUÇÃO DAS MARGENS MÉDIAS BRUTAS NOS GRANDES GRUPOS DE DISTRIBUIÇÃO



Fonte: AdC, Relações Comerciais Grande Distribuição e Fornecedores Agro-Alimentares

GRÁFICO II

PESO DA LACTOGAL NO MERCADO LÁCTEO



MERCADO

A análise do mercado nacional deve ser ter em linha de conta a abertura das fronteiras e a capacidade dos operadores da Distribuição recorrerem a Importações de forma a limitar a capacidade negocial dos seus fornecedores, tanto mais que é conhecido que a produção nacional de leite supera (em equivalentes leite) o consumo total. Assim, qualquer importação significa uma perda de competitividade efectiva do sector nacional, facto que a Distribuição tem utilizado crescentemente nos últimos anos como comprova o Quadro III :

QUADRO III
EVOLUÇÃO DA IMPORTAÇÃO NACIONAL DE PRODUTOS LÁCTEOS

	2006	2007	2008	2009	2010	2010/06
Leite (1000 Ton)	111	117	221	228	190	+71%
Leite (M €)	73	112	155	127	130	+78%
Lácteos*(1000 Ton)	282	292	371	421	348	+24%
Lácteos*(M €)	318	384	429	435	422	+33%
Produção nacional Leite (1000 Tons)	1.832	1848	1868	1845	1808	-24

* Leite, Iogurtes e Queijo Fonte: INE

A esse propósito, refira-se que apesar das campanhas de comunicação da Distribuição apelarem à defesa da Produção Nacional, os seus maiores operadores constam da lista dos principais importadores de bens do nosso país, com destaque para as cadeias de origem nacional. Com efeito, logo de seguida à importação de energia e dos operadores do ramo automóvel surgem as cadeias de Distribuição.

QUADRO IV
COMÉRCIO INTERNACIONAL – ENTRADA DE BENS
(PRINCIPAIS EMPRESAS IMPORTADORAS, 2009)

RANK	Designação
1	Petróleos de Portugal - Petrogal, SA
2	Galp Gás Natural SA
3	Volkswagen Autoeuropa, Lda
4	SIVA- Sociedade de Importação de Veículos
5	Modelo Continente Hipermercados, SA
6	Lidl e Companhia
7	Pingo Doce – Distribuição Alimentar, SA
8	Bp Portugal
9	Mercedes Benz Portugal, SA
10	TAP, SA

Fonte: INE

Face a esta realidade, entendemos que são injustas e incompreensíveis as razões enunciadas pela Distribuição, e replicadas por outras vozes, de que em Portugal existe um afunilamento no acesso à matéria ou, ainda mais infundado, um prejuízo dos consumidores devido à configuração da organização sectorial. Com efeito, os preços ao consumidor praticados em Portugal são da exclusiva responsabilidade da Distribuição e correspondem aos mais baixos da UE, facto que aliado ao crescimento das suas margens de lucro permite avaliar as dificuldades de sustentabilidade da cadeia de valor.



IV. SITUAÇÃO NA UE

A situação de alegada concentração nacional deve ser analisada comparativamente com o cenário registado na UE, sendo nítido que apesar do esforço nacional de obtenção de escala e de dimensão, o maior operador português está ao nível do décimo lugar a nível da UE (sector cooperativo), facto que ilustra bem a inocuidade da tão propalada “excessiva concentração” (Quadro V).

QUADRO V
PRINCIPAIS COOPERATIVAS LEITEIRAS NA UE (2008)

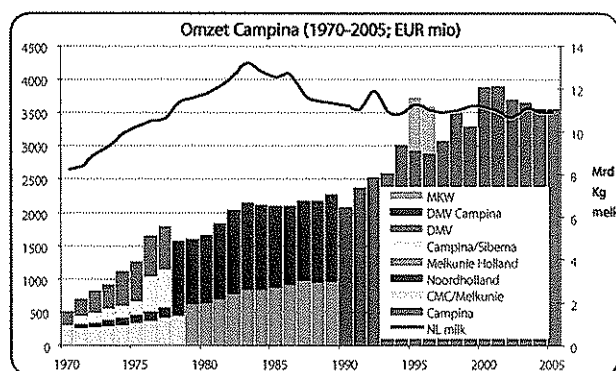
Organização	País	Volume de negócios (M €)	Produtores	Trabalhadores
Friesland Campina	NL	9.481	15.837	20.568
Arla Foods(2009)	DK-SE	6.200	6.250	16.200
KERRY	IE	4.700	9.700	22.300
SODIAAL	FR	2.746	13.000	7.700
Nordmilch	DE	2.500	7.989	7.989
Humana Milchunion	DE	2.200	5.000	5.000
GLANBIA	IE	2.200	18.600	4.900
Irish Dairy Board	IE	2.110	7.000	3.788
Valio	FI	1.844	10.250	4.350
Hochwald	DE	1.000	10.500	1.600



Será importante lembrar que num cenário de abolição das quotas leiteiras na UE a integração nos mercados europeu e mesmo global será ainda maior, pelo que os produtores e industriais nacionais estão crescentemente expostos aos fenómenos de concentração e fusão registados noutras regiões do globo. A título de exemplo, apresentámos o processo de fusão do maior operador lácteo da Holanda, o qual demonstra a importância de obtenção de escala, mesmo num país que preza a livre concorrência mas exerce um pragmatismo sábio em matéria de organização do sector agro-alimentar.

O que aconteceu na Holanda com a recente fusão dos dois maiores operadores (Friesland e Campina) pode ser observado noutras regiões, nomeadamente a Arla Foods na Escandinávia, a Sodial em França ou mesmo a Fonterra na Nova Zelândia (praticamente o único operador do país) e a Dairy Farmers of America nos EUA. Estes processos correspondem a uma reacção às exigências dos mercados e à necessidade de responder com maior eficiência económica, pelo que Portugal não pode ficar de fora desta tendência, sob pena de hipotecar a sobrevivência de toda a fileira, sendo significativa essa urgência ao compararmos alguns dados entre o maior operador nacional e o europeu.

GRÁFICO IV
PROCESSO DE CONCENTRAÇÃO E FUSÃO DA CAMPINA (HOLANDA)



QUADRO VI
INDICADORES DA LACTOGAL E CAMPINA (HOLANDA)

	LACTOGAL	CAMPINA	Rel.
Volume de negócios (M€)	1.090	8.300	1/8
Leite Processado (M tons)	1.450	8.700	1/6
Produtores de Leite	5.000	17.000	1/3
Trabalhadores	2.400	22.000	1/9
Mercados	Portugal Espanha	Holanda Alemanha/Bélgica	

V. CONCLUSÃO

Do espectro agro-alimentar nacional, o sector do leite tem sido um bom exemplo de que a capacidade de organização constitui uma significativa vantagem competitiva, compensado mesmo desvantagens concorrencias naturais (solo, clima, ...), e permite a criação de uma fileira capaz de responder ao consumo nacional. No entanto, a visão normalmente estreita e deturpada com que olhamos estes fenómenos em Portugal pode prejudicar seriamente a prossecução deste objectivo, além de que constitui um desincentivo para aqueles sectores que, respondendo a um apelo da Administração e da própria Distribuição, iniciaram um trabalho de articulação das fileiras e de ganho de dimensão.

Porto, Outubro de 2011

CADA DOMINGO UNA NUEVA ENTREGA



Hemeroteca/Clasificados | Motor | Viajes | Yodona | Metrópoli | Gentes | El Cultural

Madrid 17.9°C 31.1°C

Salud

Lider mundial en español

Portada España Mundo Europa Op-Blogs Deportes Economía Vivienda Cultura Toros Ciencia Salud Tecnología Medios TV Solidaridad

Portada [Estar](#) [Mundo](#) [Europa](#) [Op-Blogs](#) [Deportes](#) [Economía](#) [Vivienda](#) [Cultura](#) [Toros](#) [Ciencia](#) [Salud](#) [Tecnología](#) [Medios](#) [TV](#) [Solidaridad](#)

Portada [Estar](#) [Mundo](#) [Europa](#) [Op-Blogs](#) [Deportes](#) [Economía](#) [Vivienda](#) [Cultura](#) [Toros](#) [Ciencia](#) [Salud](#) [Tecnología](#) [Medios](#) [TV](#) [Solidaridad](#)

el mundo.es AMÉRICA

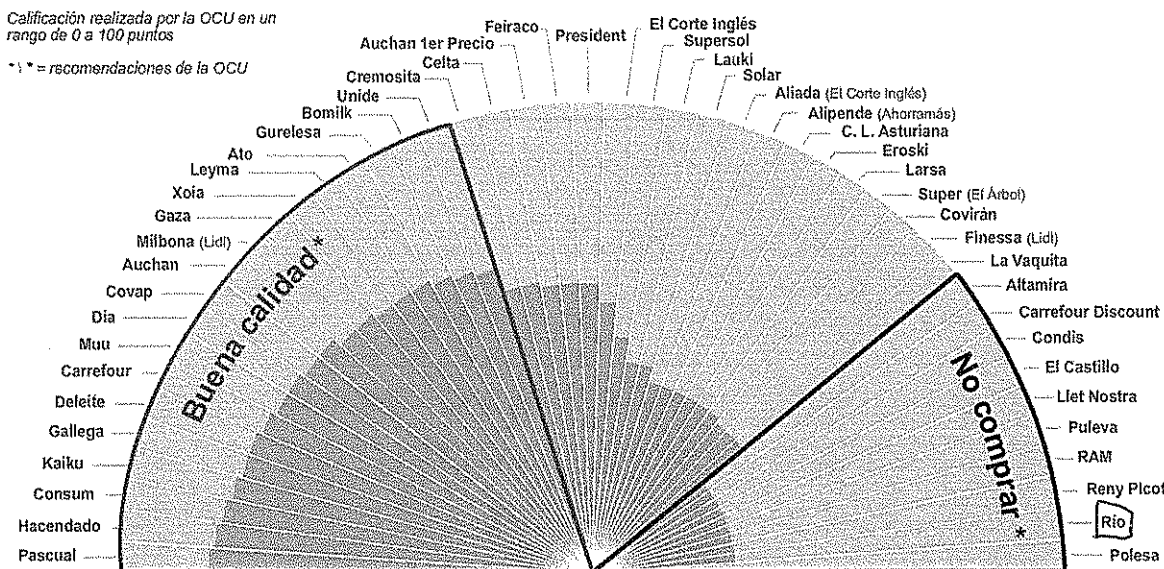
Las marcas españolas de leche entera, a examen

Pinche sobre cada categoría

Calificación: Precio Etiquetado Extracto seco Grasa Proteínas Calcio Estabilizantes Tto. térmico Envejecida Furosina Higiene Degustación

Calificación realizada por la OCU en un rango de 0 a 100 puntos

*! * = recomendaciones de la OCU



Realizado el 21/06/2011

Fuente: OCU | Gráfico: Gracia Pablos | e-mail