



Indicadores de Performance para apoio à tomada de decisão no Subsetor de Espumante (o caso da Bairrada)

Rui Costa

Biocant Park

29 de novembro de 2019



Equipa de Investigação

Professor Doutor Carlos Costa

Professor Doutor Rui Costa

Professor Doutor António Carrizo

Professor Jorge Mota

Mestre Silvana Serrão

Mestre Vera Magalhães

Estrutura

1. Principais objetivos do projeto
2. Estrutura metodológica do projeto
3. Diagnóstico prospetivo

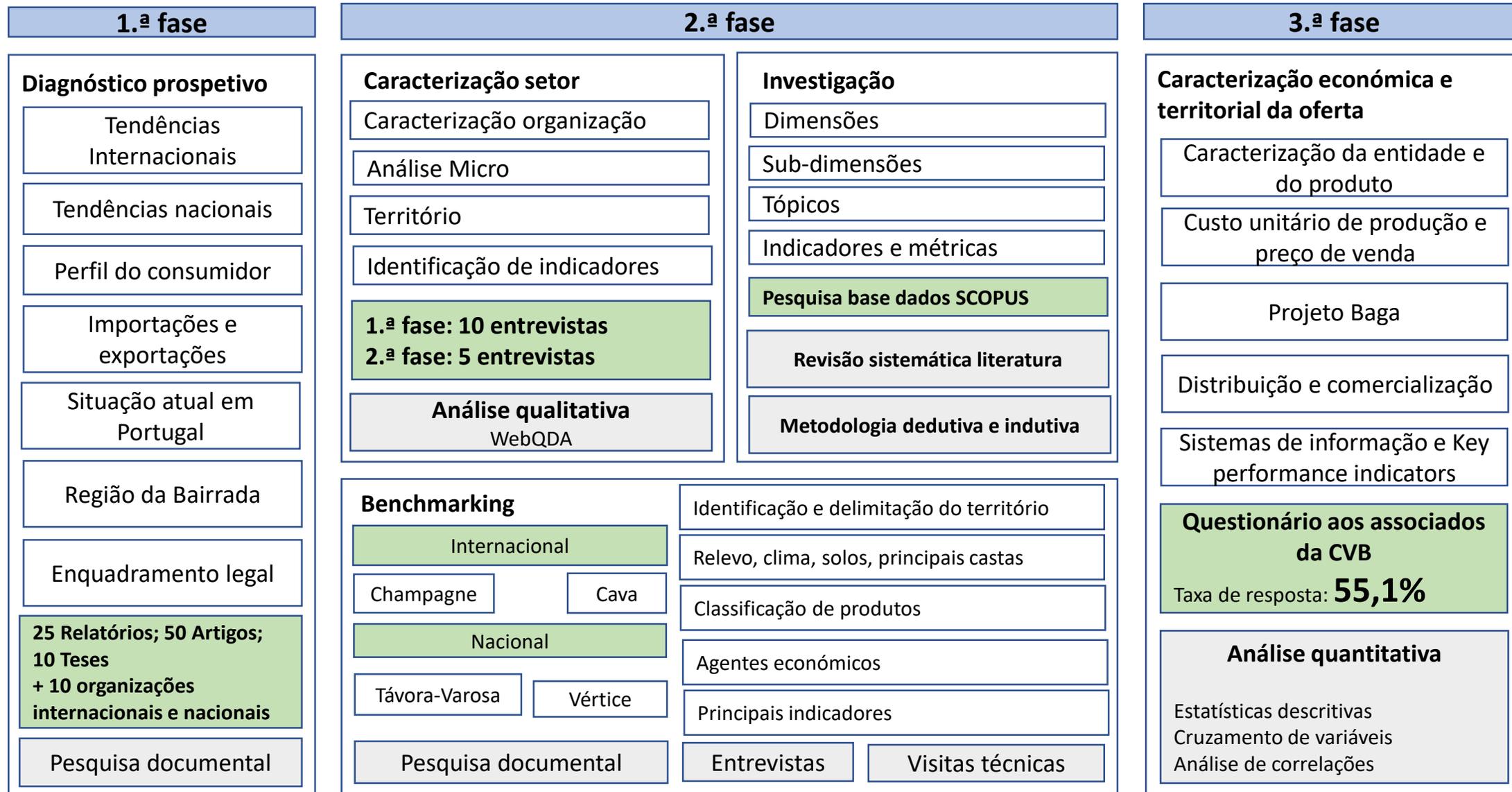
O subsetor do espumante – principais tendências do mercado global

4. Auscultação dos Agentes da Oferta subsetor espumante
5. Benchmarking
6. Investigação
7. Caracterização económica e territorial da oferta do subsetor do espumante

Principais Objetivos do Projeto

- (i) **Diagnóstico inicial** relativo à **informação económica e territorial** detida e produzida pelos agentes da oferta presentes no subsetor vitivinícola dos espumantes da região da Bairrada;
- (ii) **Análise de benchmarking**, de casos internacionais e nacionais de boas práticas;
- (iii) **Caracterização macro e microeconómica, territorial da oferta** no subsetor vitivinícola do espumante na região da Bairrada;
- (iv) **Definição e estruturação da base metodológica** para criação futura de uma plataforma de Business Intelligence com o objetivo de caraterizar estatisticamente e numa base estável e constante a oferta do subsetor de espumante na região;
- (v) **Definição de indicadores e métricas** a incluir numa plataforma de Business Intelligence.

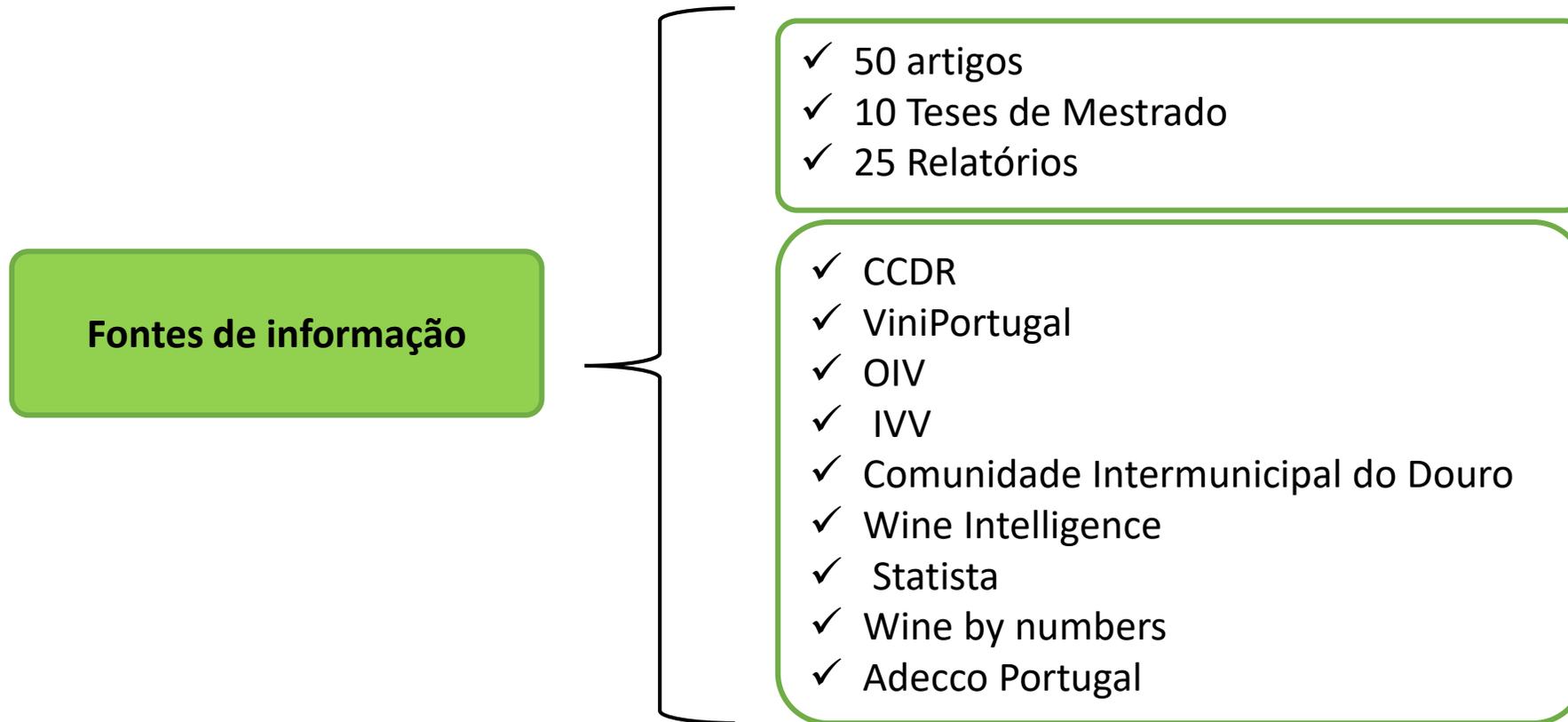
Estrutura metodológica projeto



Linhas orientadoras para desenvolvimento da plataforma de indicadores para apoio à tomada de decisão

Diagnóstico prospetivo

Principais fontes de informação consultadas



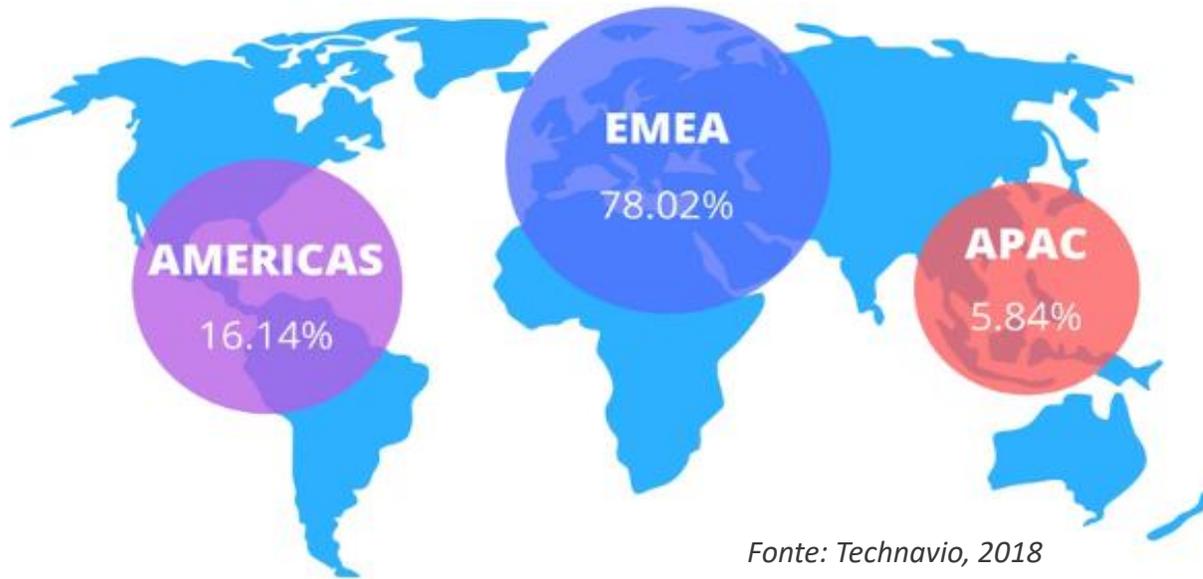


O Subsetor de Espumante

Principais Tendências do Mercado Global

Tendências do Subsetor de Espumante

Mercado Global de Espumantes por Geografia



Fonte: Technavio, 2018

- O mercado global de espumantes encontra-se **segmentado** em Europa, Médio Oriente e África (EMEA); Américas e Ásia Pacífico (APAC);
- A EMEA é o **maior segmento do mercado** global de espumantes;
- Os **principais consumidores** na EMEA são a Alemanha, Rússia, Espanha, Itália, França e o Reino Unido;
- A **Austrália é um dos mercados de maior ascensão no subsector de espumante**, apresentando um crescimento superior a 25% no período entre 2010 e 2015.

Tendências do Subsetor de Espumante

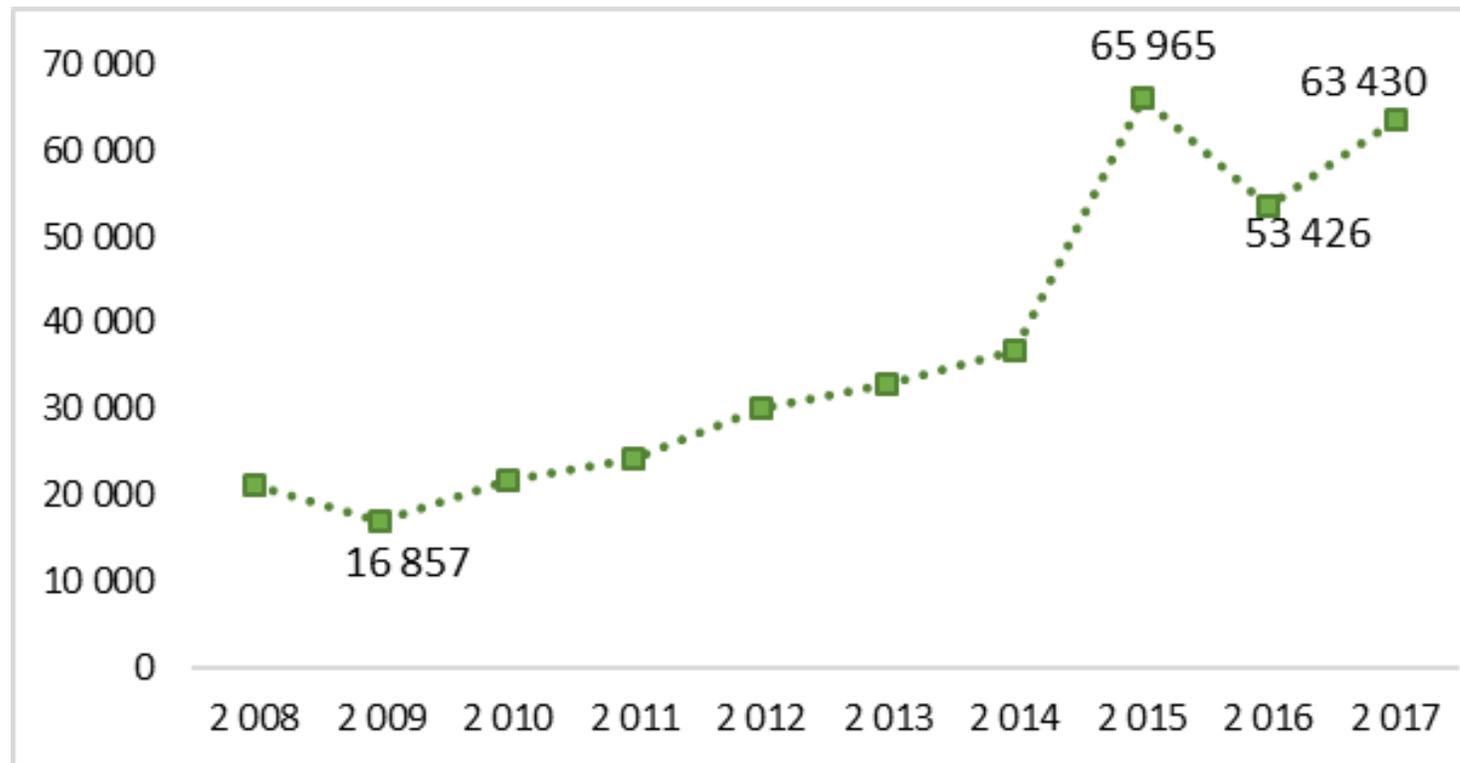
Indicadores de Vinho Espumante na União Europeia (2010 – 2021)

Europa	Receita (milhões €)	Crescimento da receita (%)	Receita média per capita (€)	Volume produção (mhl)	Crescimento em volume (%)	Volume médio consumo per capita (litros)	Preço por unidade (€)
2010	3 648	-	7,08	720,3	-	1,4	5,06
2011	3 816	4,6%	7,41	745,5	3,5%	1,4	5,12
2012	3 954	3,6%	7,66	762,7	2,3%	1,5	5,18
2013	4 136	4,6%	7,99	777,1	1,9%	1,5	5,32
2014	4 308	4,2%	8,3	787,7	1,4%	1,5	5,47
2015	4 530	5,1%	8,7	819,4	4,0%	1,6	5,53
2016	4 695	3,7%	8,98	840,4	2,6%	1,6	5,59
2017	4 939	5,2%	9,44	868,7	3,4%	1,7	5,69
2018	5 214	5,6%	9,95	901,1	3,7%	1,7	5,79
2019	5 517	5,8%	10,52	937,4	4,0%	1,8	5,89
2020	5 851	6,1%	11,15	977	4,2%	1,9	5,99
2021	6 205	6,1%	11,82	1018,4	4,2%	1,9	6,09

Fonte: Statista (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

Evolução da Produção de Vinho Espumante a nível nacional (hl)



Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

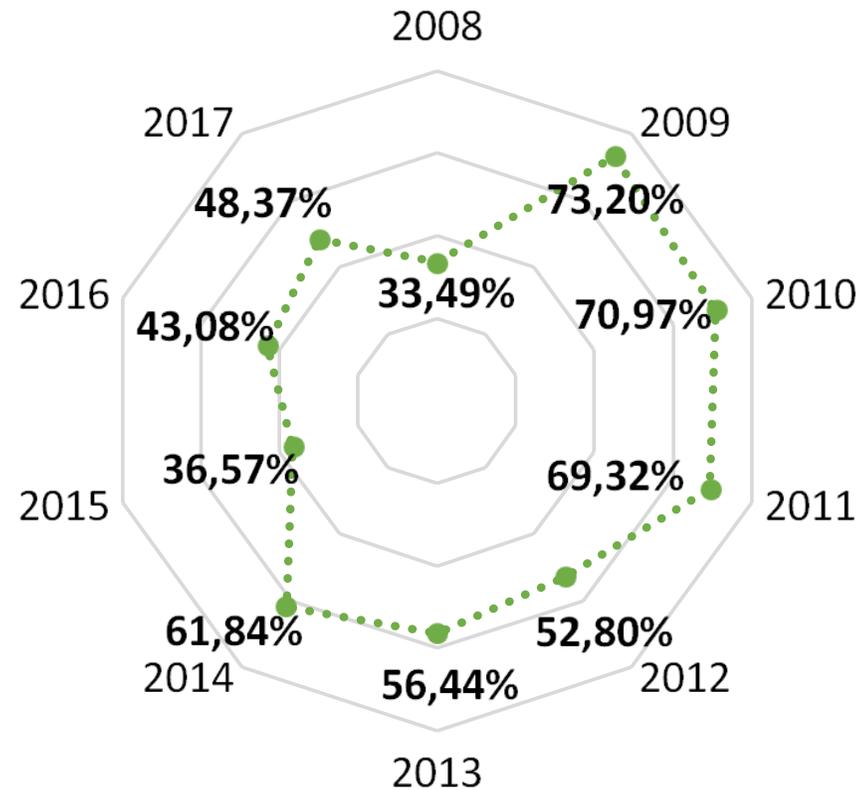
Produção total de Vinho Espumante por região vitivinícola (hl)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Minho	0	0	0	0	0	0	0
Trás-os-Montes	316	200	320	123	310	14	25
Douro	1 764	2 483	2 606	3 225	1 955	2345	1 688
Beira Atlântico	16 720	15 921	18 600	22 809	24 121	23 015	30 680
Terras do Dão	2 043	3 652	1 936	1 747	3 369	2 177	3 463
Terras da Beira	45	828	226	388	401	2 317	2 622
Terras de Cister	77	112	5 044	5 487	18 126	19 067	22 145
Lisboa	514	593	445	352	1 327	2 216	958
Tejo	142	520	143	360	14 213	451	331
Península Setúbal	1 700	5 176	2 652	1 720	1 332	717	230
Alentejo	788	669	936	672	725	1 097	1 195
Algarve	10	0	45	0	58	0	50
Madeira	0	0	0	0	0	0	23
Açores	0	0	0	0	28	10	20
Total	24 119	30 154	32 953	36 883	6 5965	53 426	63 430

Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

Representatividade da região Beira-Atlântico na produção de Vinho Espumante (2008-2017)



Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

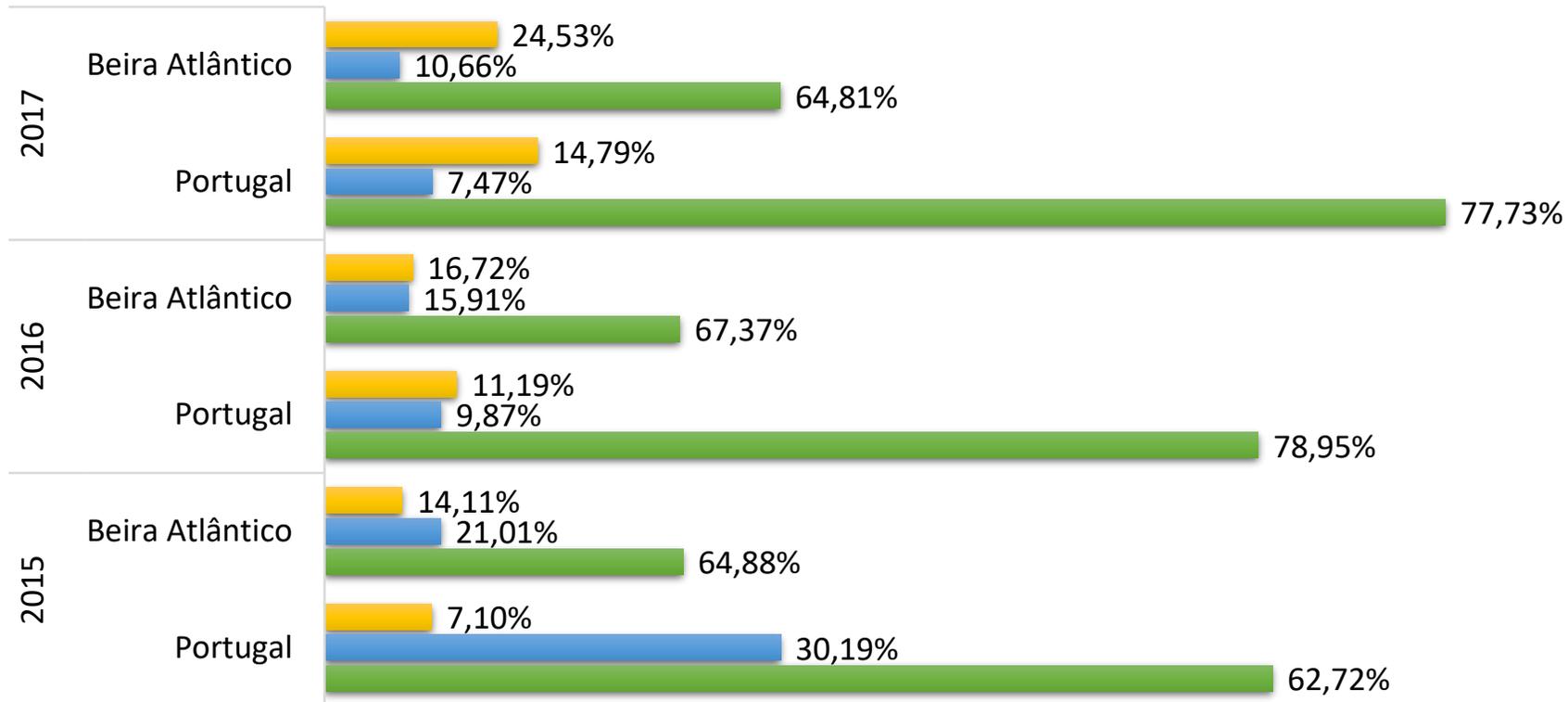
Produção nacional e da região Beira-Atlântico de Vinho Espumante certificado (hl)

	Portugal				Beira Atlântico			
	2015	2016	2017	Δ % 2017 /2015	2015	2016	2017	Δ % 2017 /2015
Espumante DOP	41 360	40 743	48 902	18,24%	15 650	15 505	19 884	27,05%
Espumante IGP	19 906	5 092	4 700	-76,39%	5 068	3 661	3 270	-35,48%
Total Espumante Certificado (DOP + IGP)	61 266	45 835	53 602	-12,51%	20 718	19 166	23 154	11,76%
Espumante não certificado	4 679	5 774	9 307	98,91%	3 403	3 849	7 526	121,16%

Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

Vinho Espumante certificado e não certificado (hl)

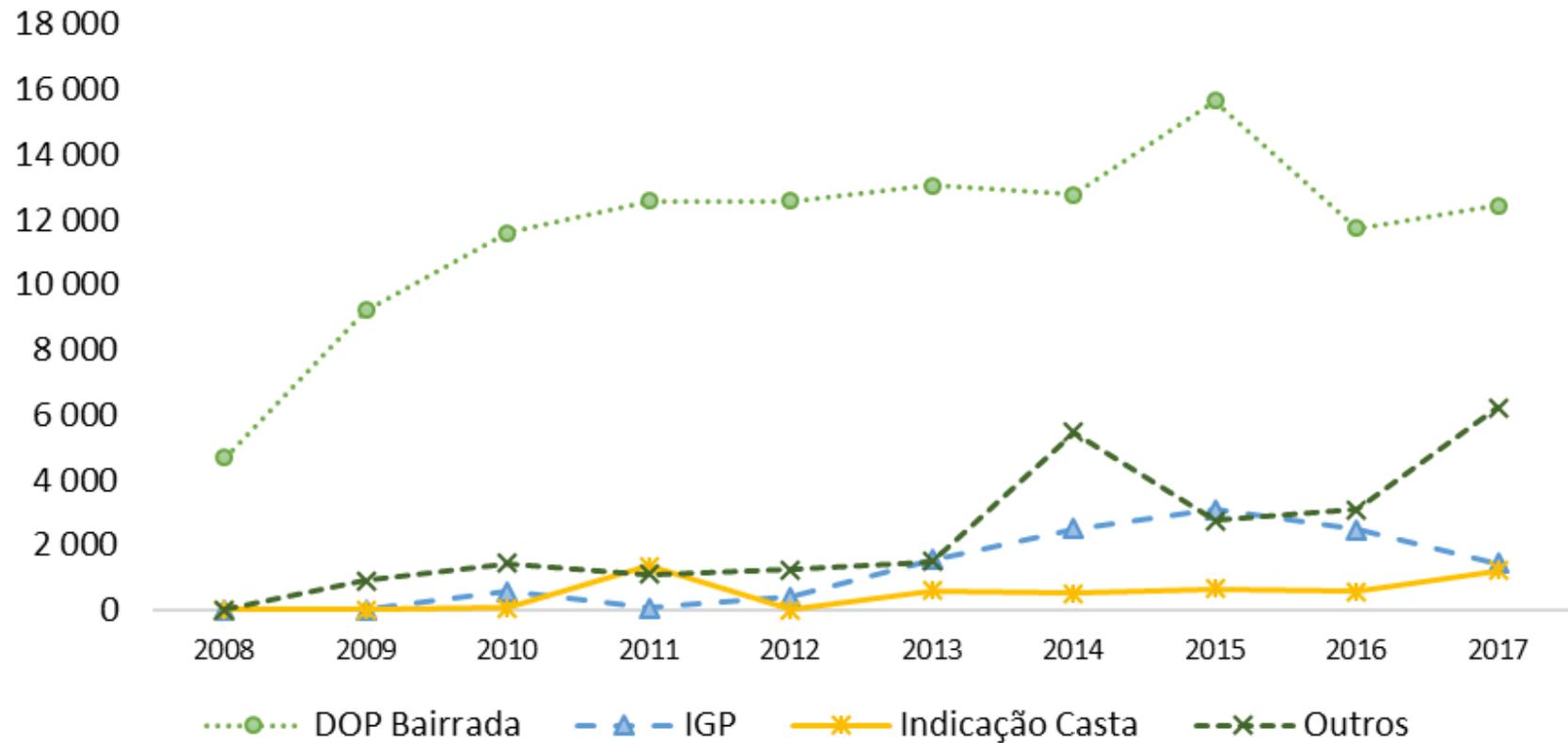


Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

■ Espumante não certificado ■ Espumante IGP ■ Espumante DOP

Tendências do Subsetor de Espumante

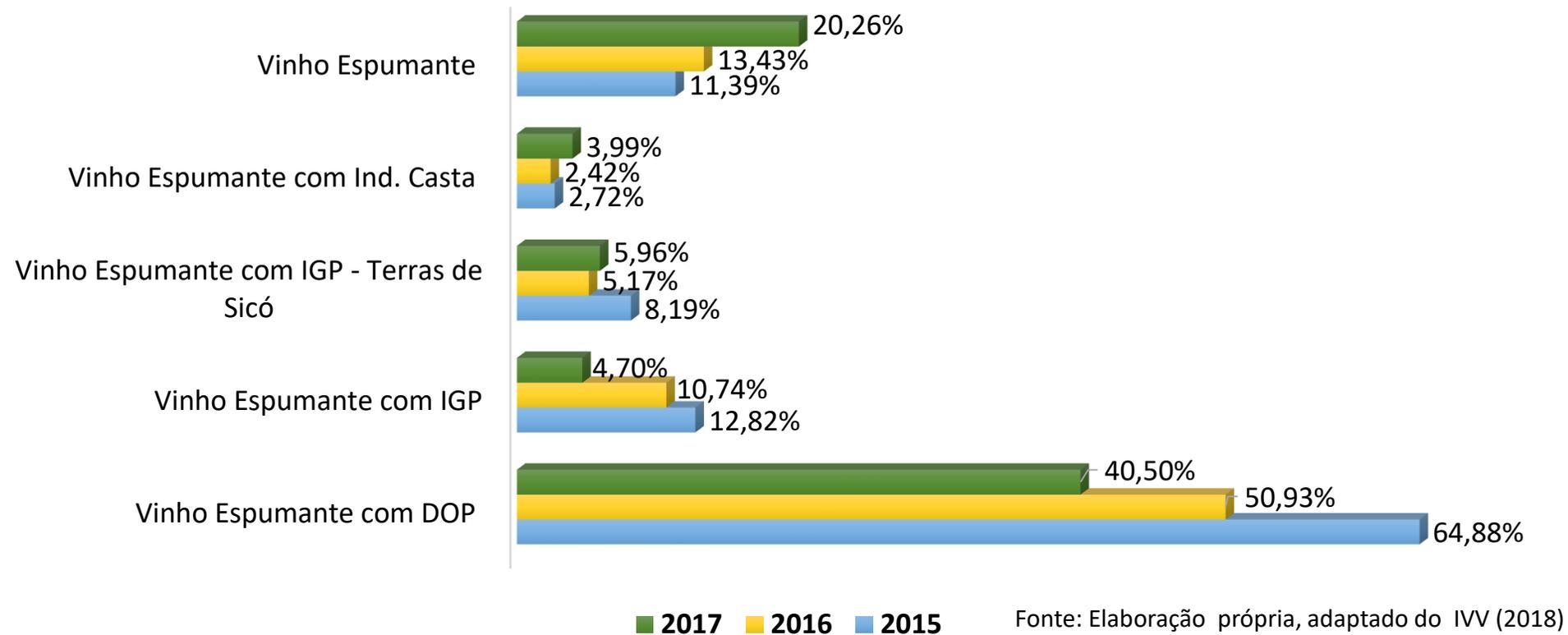
Produção Beira-Atlântico de Vinho Espumante por categoria (hl)



Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

Produção Beira-Atlântico de Vinho Espumante por categoria (hl)



Tendências do Subsetor de Espumante

Evolução nacional das exportações em volume (hl)

	Vinho	Vinho com DOP	Vinho com IGP	Vinhos espumantes e espumosos	TOTAL
2010	1 182 885	417 001	336 822	15 546	1 952 254
2011	1 418 352	439 401	396 538	42 446	2 296 736
2012	1 683 471	434 996	398 675	28 887	2 546 030
2013	1 413 871	459 830	390 648	26 892	2 291 241
2014	1 191 110	510 891	393 341	15 480	2 110 822
2015	1 128 260	517 656	410 834	13 205	2 069 955
2016	1 069 819	550 187	430 162	17 691	2 067 858
2017	1 158 470	597 934	506 610	13 953	2 276 966

Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

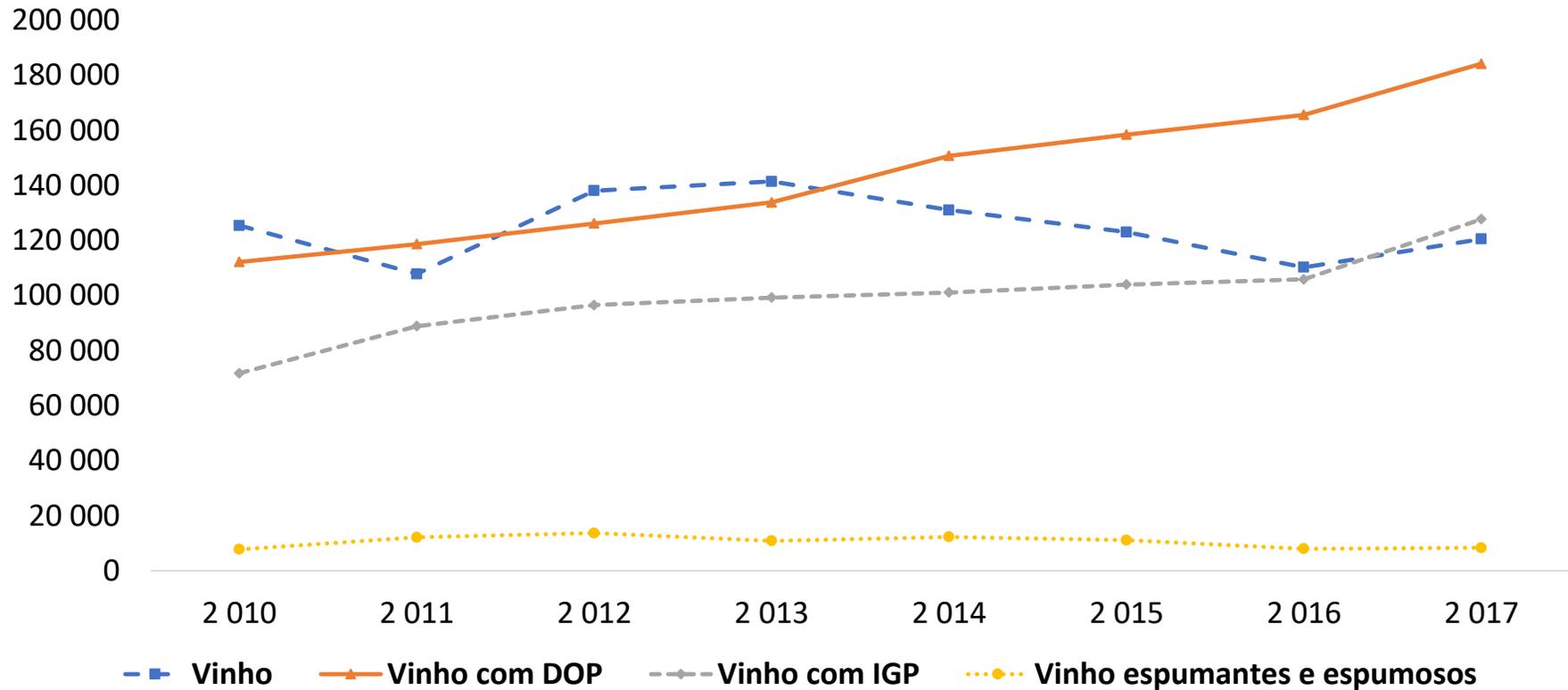
Preço médio das exportações por litro e por categoria (€ /litro)

	Vinho	Vinho com DOP	Vinho com IGP	Vinhos espumantes e espumosos	Preço médio
2010	1,06	2,69	2,13	4,98	2,72
2011	0,76	2,70	2,24	2,86	2,14
2012	0,82	2,90	2,42	4,72	2,72
2013	1,00	2,91	2,54	4,02	2,62
2014	1,10	2,95	2,57	7,92	3,64
2015	1,09	3,06	2,53	8,39	3,77
2016	1,03	3,01	2,46	4,50	2,75
2017	1,04	3,08	2,52	5,96	3,15

Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Tendências do Subsetor de Espumante

Exportações em valor por categoria (milhões de euros)



Fonte: Elaboração própria, adaptado do IVV (2018)

Auscultação dos Agentes da Oferta subsetor espumante



Principais Objetivos

Objetivo Central:

Avaliar o subsetor de espumante na região da Bairrada segundo a perspetiva dos agentes da oferta vitivinícola.

Objetivos Específicos:

- (i) Identificar e caracterizar os agentes presentes no território;
- (ii) Identificar e caracterizar a pluralidade/ competitividade do subsetor de espumante;
- (iii) Caracterizar a dimensão estratégica, atuação e perspetivas futuras para o subsetor de espumante.

Metodologia

Abordagem Qualitativa

Considerando a temática desta investigação, um **fenómeno pouco estudado** e dada a **relevância do subsetor de espumante** para a região Bairrada, optou-se por uma **abordagem qualitativa**, com a realização de **entrevistas semiestruturadas**;

Processo de Amostragem

Amostragem não probabilística intencional: obter uma maior variedade de pontos de vista que apoiem e estimulem as questões em estudo;

Seleção dos Entrevistados

- i) Representatividade do agente** no subsetor vitivinícola;
- ii) Conhecimento e experiência sobre o espumante e a região** em estudo;
- iii) Localização** geográfica.

Metodologia

Guião da Entrevistas

I- Caraterização da Organização;
II - Caraterização do Subsetor Espumante;
III - Análise Micro
IV - Território.

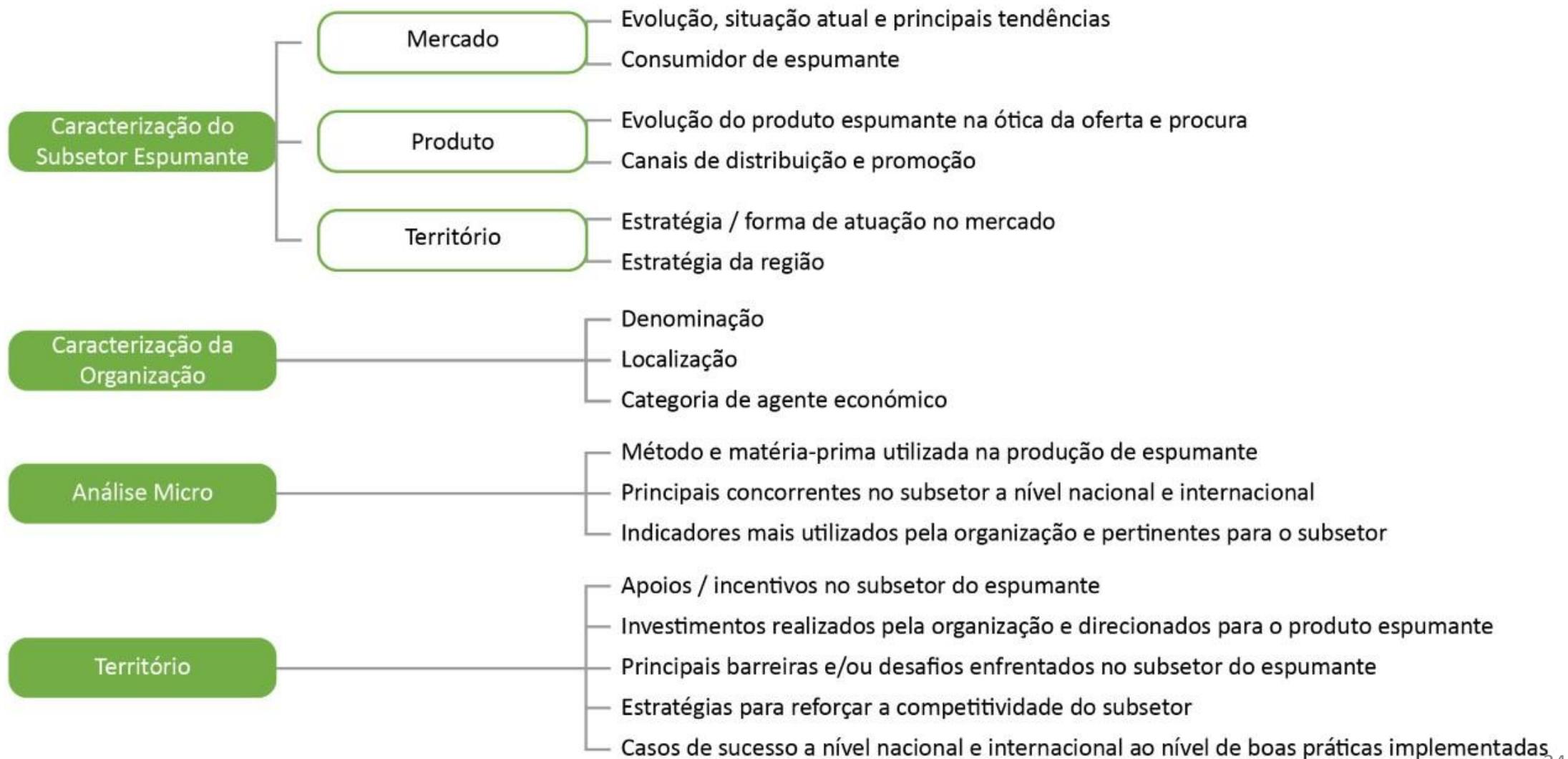
Período de realização

Decorreu entre os meses de janeiro e fevereiro de 2019;
10 + 5 entrevistas;

Análise dos Dados

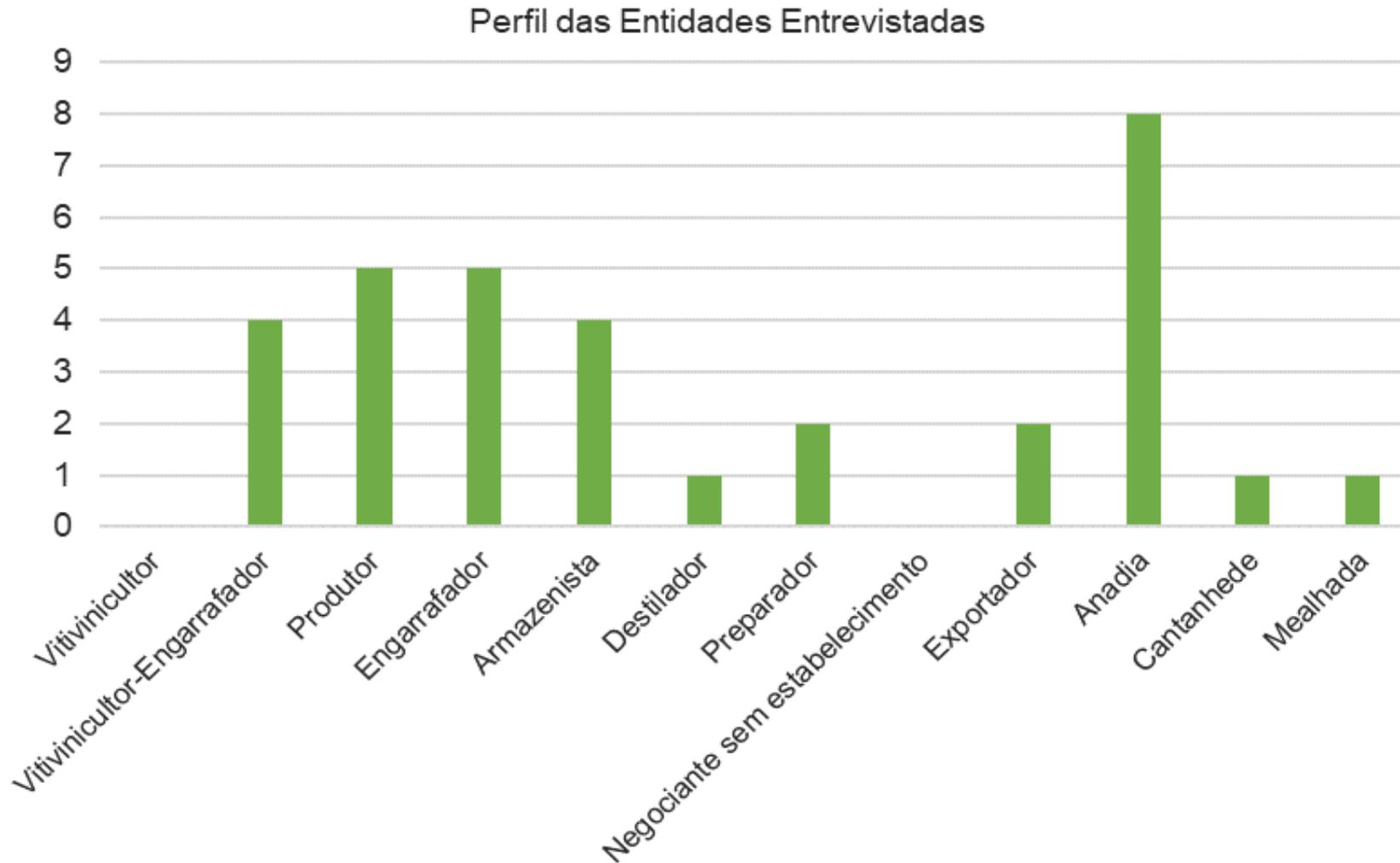
Análise de conteúdo, com recurso ao software de análise de dados qualitativos WebQDA.

Áreas temáticas abordadas na Entrevista



Resultados

Caracterização dos Entrevistados



Verificou-se que em alguns dos casos, **os entrevistados estão inscritos em mais do que uma categoria**, motivo pelo qual representou-se essa informação desagregada;

Resultados

Evolução, situação atual e principais tendências

Evolução e principais tendências

- “o mercado de espumantes **está a crescer de uma maneira gigantesca**” (Ent_2);
- “tem **aumentado bastante em termos de volume**” (Ent_7);
- “há três **denominações no mundo que têm por si um reconhecimento imediato: Champanhe, o Cava [...] e o Prosecco**. São as três maiores realidades se considerarmos apenas o reconhecimento mundial” (Ent_3);
- “o espumante é a “**categoria que mais tem estado a crescer, [...] fortemente liderada pelo Champanhe, pelo Prosecco, sendo que os Cavas têm tido mais dificuldade, mas com um grande crescimento**” (Ent_4).
- **Prosecco**, “é uma categoria que **crece de uma forma incrível**” (Ent_2); “é um **fenómeno já com preços competitivos**, mesmo assim não ameaçou o Champanhe, **ameaçou mais a concorrência com os Cavas**” (Ent_4);

Resultados

Evolução, situação atual e principais tendências

Situação atual e principais tendências

- “o mercado de espumante em Portugal está com um crescimento lento” [...] “é um produto que vai continuar a crescer e vai ter um *boom* daqui a pouco tempo em Portugal” (Ent_2);
- “há duas regiões produtoras de espumante em Portugal que é a Bairrada e a região de Távora-Varosa” (Ent_5);
- “há agora regiões pioneiras na produção de espumante e que vendem mais caro que a Bairrada” (Ent_9)
- “tendência é de crescimento, não é por acaso que hoje quase todas as regiões do país fazem espumante” (Ent_9);
- “há regiões que estão a descobrir fruto de uma necessidade, não de uma estratégia” (Ent_9)

Resultados

Evolução, Situação Atual e Principais Tendências

Região da Bairrada - Principais tendências

- “A evolução do mercado na região da Bairrada, **progrediu da quantidade para a qualidade**” (Ent_7);
- “A Bairrada apesar de ser uma região pequena a nível nacional, é a **região por excelência da produção de espumante**” (Ent_5);
- “o espumante Bairrada **é consumido entre Coimbra e Aveiro**” (Ent_3);
- “na Bairrada há muito o **consumo de espumante na restauração** por uma questão de **tradição gastronómica**” (Ent_2);

Resultados

Perfil do Consumidor

Principais características e desafios

- **“não se pode caraterizar um consumidor tipo, porque existem vários”** (Ent_1);
- **“o total de massas **prefere algo macio, suave, aromático e refrescante**, no entanto, a **procura** por espumante **bruto tem vindo a aumentar**”** (Ent_1);
- **Escassez de informação sobre o produto** (Ent_1); **“Ainda está muito pouco informado sobre os espumantes”** (Ent_2);
- **“o grosso dos consumidores **chama champanhe ao espumante português**”** (Ent_2);
- **“o consumidor da Bairrada tem hábitos de consumo diferentes consoante o município em que se encontra”** (Ent_1);
- **“criar oportunidades de consumo [...] num restaurante em Portugal se formos ver a lista de vinhos, o espumante é o último”** (Ent_6).

Resultados

Certificação do Produto

Vantagens

- “permite o **reconhecimento do território**, ou seja, é uma **valorização de um território**” (Ent_2);
- possibilita “a **preservação de uma paisagem** que tem que existir, uma **paisagem vitivinícola** (Ent_10)”;
- “garantia maior por parte do consumidor que está perante um **produto certificado**, que obedece ao **cumprimento de normas de controlo de qualidade**, isto numa perspetiva de segurança alimentar” (Ent_10);
- “**fixar uma economia local** e ao mesmo tempo, **perspetivar essa economia para o futuro**” (Ent_10)

Resultados

Certificação do Produto

Principais Desafios

- “ **muito do espumante feito na Bairrada é vendido só com selo do IVV, não é um espumante certificado**” (Ent_5);
- “ **muito espumante que é feito na Bairrada, são para marcas de outras regiões**” (Ent_5);
- pode traduzir-se numa mais-valia ao nível do **posicionamento do produto “se quisermos dar valor ao produto, acho que a certificação tem interesse”** (Ent_4);
- “ **devia ser uma certificação comparativa**” [...] e que a mesma “ **pode ter culpa na abrangência que permite**” (Ent_6);

Resultados

Casos de Sucesso



Internacional

"o **champanhe**, em termos de faturação, dez vezes mais que todo o setor do vinho do Porto" (Ent_7);

"há outro sucesso enorme que é os **Cavas**, [...] e depois há duas enormíssimas que é **Freixenet** e o **Codorníu**" (Ent_7);

"começa a haver no novo mundo, também a apostar um bocadinho no espumante, a **Argentina** e o **Chile**" (Ent_7);

"é o **champanhe** sem dúvida" (Ent_10);

"é o **Prosecco**, fenómeno a nível internacional" (Ent_4);

"Os franceses sempre conseguiram manter o seu **champanhe** a bom preço e a subir em vendas, são as referências" (Ent_4);

", o **Prosecco** está a ser um sucesso. O **Cava** também foi um sucesso no seu tempo, não deixou de ser um sucesso" (Ent_1);



Nacional

"**Murganheira** e o **Vértice**, em termos de imagem, são líderes de mercado em termos nacionais" (Ent_9);

"**Vértice**, porque foi o mais surpreendente de todos" (Ent_7)

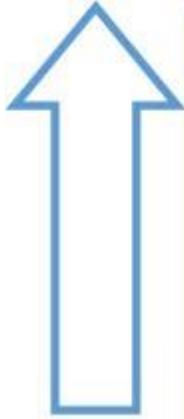
"eu julgo que a **Murganheira** e a **Raposeira**, conseguiram uma notoriedade que eu sinto que o consumidor os reconhece mais" (Ent_10);

"em Portugal há pequenos projetos [...] **Távora-Varosa**. Acho o projeto **Vértice** muito interessante" (Ent_4);

"a **Raposeira** apresenta uma performance estável, a **Murganheira** não sei se deve estar também assim" (Ent_4);

Resultados

Diferenciação do Espumante Bairrada



"Acho que o caminho é sem dúvida **diferenciar pela casta**" (Ent_10);

"se for feito com **uvas aqui nascidas**, tem à partida uma vantagem relativamente aos outros" (Ent_3);

"as nossas brancas não são as únicas do país, **mas são das melhores do país para fazer vinho base para espumante**" (Ent_3);

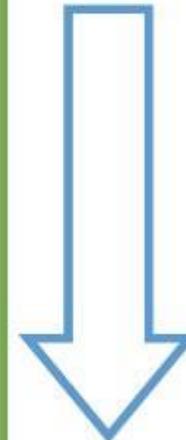
"sim pode [...] (Ent_7);

"para fazer bom espumante é preciso que as **uvas tenham uma acidez fixa natural elevada e as uvas da Bairrada têm essa característica**" (Ent_5);

"Portugal está a começar a ter reconhecimento internacional **pela sua diversidade de castas, pela sua diversidade de terroir**" (Ent_2);

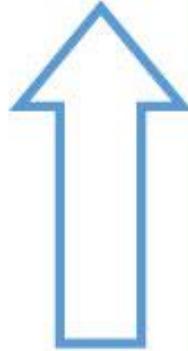
A casta é o menor denominador comum (Ent_3);

a Baga como uva sofre um recuo brutal [...] **foram às vezes empresas que estimularam o plantio de outras coisas** (Ent_3);



Resultados

Diferenciação do Espumante Bairrada



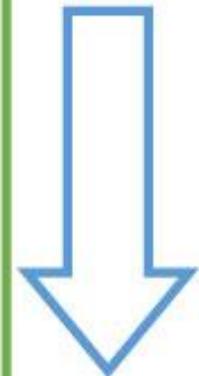
"O nome Bairrada ainda não é bem visto do ponto de vista do consumidor" (Ent_7)

"o espumante já vende muito mais a marca do que é Bairrada e do que é denominação" (Ent_7)

"não vai procurar um Bairrada no espumante. Vai procurar um Valdoeiro, um Messias, um Aliança, um São Domingos, um São João" (Ent_7)

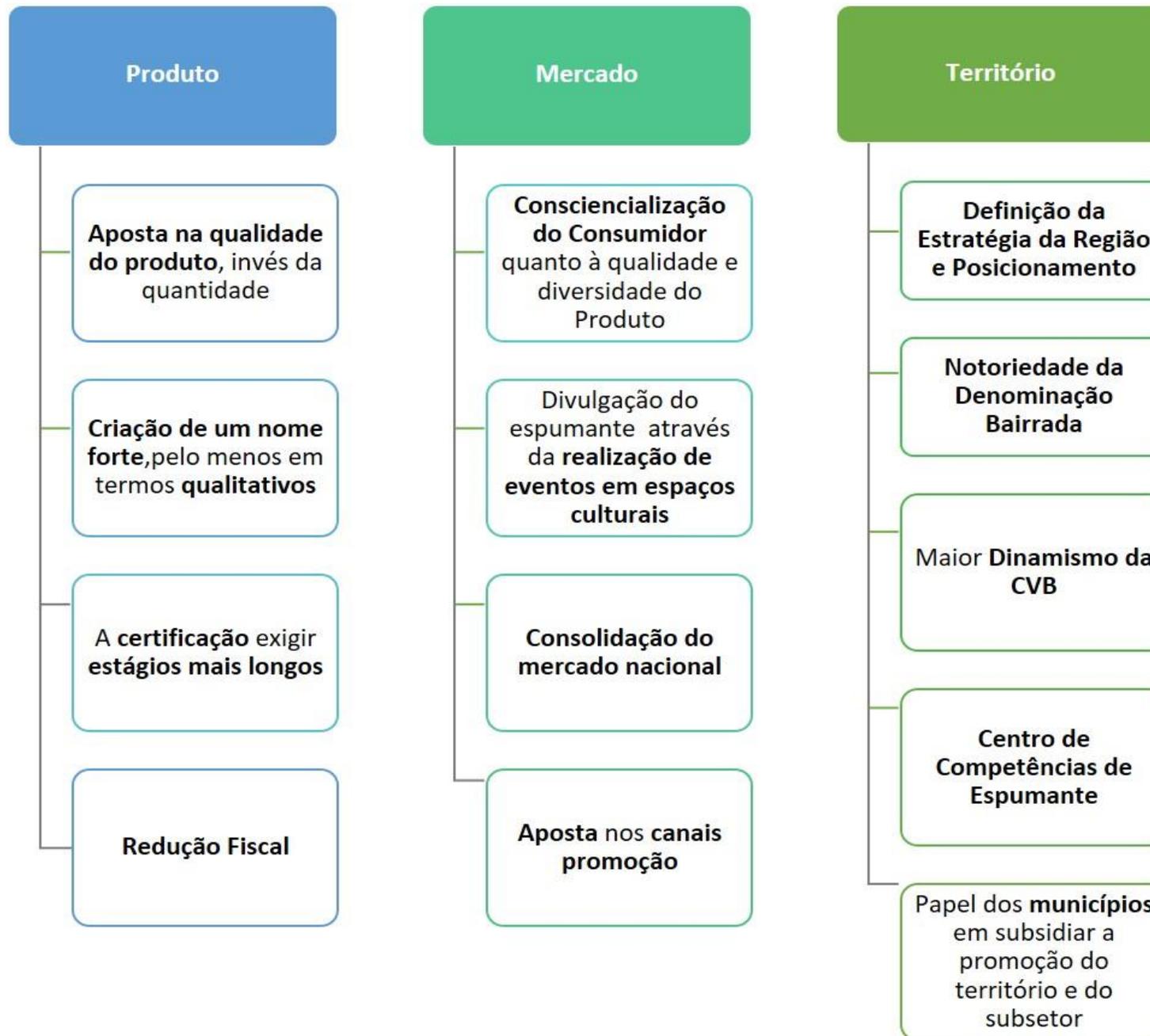
"a própria categoria *sparkling* e a nossa notoriedade acabam por condicionar um pouco" (Ent_10)

"Champanhe tem séculos de tradição, tem notoriedade. E portanto, aqui a Bairrada tem que apostar nos espumantes, nos brancos e nos tintos, cada um na sua proporção e digamos na sua identidade" (Ent_5).



Resultados

Estratégias para aumentar a Competitividade





Benchmarking

Principais Regiões Vitivinícolas no
Subsetor de Espumante

Metodologia

Benchmarking

✓ Pesquisa documental e bibliográfica

✓ Entrevistas com agentes do território

✓ Visita técnica às principais regiões vitivinícolas

Benchmarking

Identificação dos estudos de caso



- Estudo das **regiões vitivinícolas** onde o subsetor de espumante **tem expressividade**;
- Identificados pelos entrevistados como **casos de sucesso** no subsetor e **concorrentes** do espumante da Bairrada.

Benchmarking

Principais Objetivos:

(i) **Caraterização** das regiões vitivinícolas nos seguintes domínios:

- Identificação e delimitação do território
- Relevo, Clima e Solos
- Principais Castas
- Classificação dos Produtos
- Agentes Económicos
- Principais Indicadores

(ii) **Análise comparativa** entre as regiões analisadas;



Benchmarking



Principais Objetivos:

(iii) Com vista a propor um conjunto de indicadores a serem incluídos numa plataforma de gestão e análise de informação, averiguou-se que **tipo de dados são recolhidos e analisados pelos organismos responsáveis;**

(iv) Importância da **monitorização** da atividade vitivinícola com o objetivo de melhorar o desempenho dos agentes económicos;

Âmbito Nacional: Instituto da Vinha e do Vinho; Comissão Vitivinícola da Bairrada; Comissão Vitivinícola Regional de Távora-Varosa; Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto.

Âmbito Internacional: Conselho Regulador de Cava, Institut Georges Chappaz de la vigne et du vin en Champagne, Comité de Champagne, Investigadores e professores.

Benchmarking



- Integra as províncias de Barcelona, Tarragona, Lleida, Girona, La Rioja, Álava, Saragoça, Navarra, Valência e Badajoz, do qual fazem parte **159 municípios**;
- Região é a única com capacidade jurídica para produzir este tipo de espumante e comercializá-lo sob a designação Cava;
- Estão autorizadas 9 variedades para produção de Cava;

Designação	Cor
Macabeo (Viura)	B
Xarel.lo	B
Parellada	B
Malvasía (Subirat Parent)	B
Chardonnay	B
Garnacha Tinta	T
Monastrell	T
Pinot Noir	T
Trepat	T

A soma das três castas representa 30.899 hectares, o equivalente a **81.48% do território**;

Fonte: Dados Económicos 2018

- Para além das categorias abaixo identificadas, foi introduzida uma nova categoria '**Cava de Paraje Calificado**'.

Critérios	Classificação do Cava
Tempo de estágio	Cava: a partir de 9 meses
	Cava Reserva: a partir de 15 meses
	Cava Gran Reserva: a partir de 30 meses.
Teor de Açúcar	Brut Nature: até 3 gramas por litro, sem adição de açúcar
	Extra Brut: até 6 gramas por litro
	Brut: até 15 gramas por litro
	Extra-Seco: entre 12 e 17 gramas por litro
	Seco: entre 17 e 32 gramas por litro
	Meio-Seco: entre 32 a 50 g/l gramas por litro
	Doce: mais de 50 gramas por litro

Fonte: Adaptado do Conselho Regulador do Cava (2019)

Benchmarking



Registo	Descrição
Registo 1: Explorações Vitícolas	Explorações vitícolas situadas na região determinada de Cava, cuja uva pode ser destinada à elaboração de vinhos base;
Registo 2: 'bodegas' produtoras de vinho base	Bodegas localizadas na região determinada, cuja elaboração de vinho base para Cava provém das variedades autorizadas e colhidas na região; As uvas utilizadas para a produção de vinho de base devem provir das explorações vitícolas inscritas no registo 1;
Registo 3: 'bodegas' de armazenamento de vinho base	Todos os Armazéns, que não estão inscritos nos registos 2 ou 4 e se dedicam à atividade de armazenamento de vinhos base, para a produção de Cava. Só podem ser adquiridos vinhos base a 'bodegas' inscritos no Registo 2, 3, ou 4 do presente Regulamento;
Registo 4: 'bodegas' produtoras de Cava	Todas as empresas localizadas na região delimitada no artigo 4, podem dedicar a sua atividade à elaboração de Cava.

Fonte: Adaptado do Conselho Regulador do Cava (2019)

- 4 tipologias de Inscrição no Conselho Regulador

- Registos 2 a 4 **devem estar separados em instalações independentes**, (daquelas cujos vinhos são obtidos em áreas geográficas não incluídas na região vitivinícola);

- O Conselho Regulador poderá autorizar a receção de uvas, elaboração e armazenamento de vinhos provenientes da respetiva zona de produção, mesmo que não provenham das áreas geográficas definidas no regulamento;

- As **inscrições devem ser renovadas a cada cinco anos**;

Benchmarking



Principais Indicadores:

Indicadores	2014	2015	2016	2017	2018
Superfície Inscrita (hectares)	33.325	33.591	33.903	37.706	37.924
Número de Explorações	6.335	6.350	6.374	6.668	6.647
Número de empresas produtoras de vinho base	159	158	162	158	145
Número de empresas produtoras de Cava	244	241	235	230	224
Total de expedições (milhares de garrafas)	242.288	244.123	245.156	252.512	244.472
Evolução das Expedições por mercado interno (milhares de garrafas)	87.580	86.876	86.183	90.289	79.384
Evolução das Expedições por mercado externo (milhares de garrafas)	154.708	157.247	158.973	162.223	165.088
Expedições para o mercado União Europeia (milhares de garrafas)	111.620	114.000	111.796	112.597	115.170
Expedições para países terceiros (milhares de garrafas)	43.088	43.236	47.177	49.626	49.918
Comercialização por categoria: Cava Tradicional (número de garrafas)	N.D.	N.D.	215.676.968	219.864.876	212.959.767
Comercialização por categoria: Cava Reserva (número de garrafas)	N.D.	N.D.	25.241.846	28.631.672	26.681.255
Comercialização por categoria: Cava Gran Reserva (número de garrafas)	N.D.	N.D.	4.237.174	3.975.230	4.700.650
Comercialização por categoria: Cava de Paraje Calificado (número de garrafas)	0	0	0	40.563	130.667

- **Tendência crescente** nas expedições para o **mercado externo** (em volume);
- Expedições para o **mercado interno diminuíram** em 2018 (em volume);
- Expedições para **países terceiros evoluem positivamente**;
- A comercialização de **Cava Tradicional é superior** às restantes categorias de produto.

Benchmarking



Principais Indicadores:

Indicadores	Categoria	Mercado Interno	Mercado Externo	Total
Comercialização por Categorias e por mercado (milhares de garrafas) (2018)	Cava Tradicional	59.717	153.243	212.960
	Cava Reserva	3.984	717	4.701
	Cava Gran Reserva	15.570	11.112	26.681
	Cava de Paraje Calificado	113	18	131
	Total	79.384	165.089	244.472

Fonte: Adaptado do Conselho Regulador do Cava (2019)

✓ **Comercialização de Cava desagregada por categoria e por mercado;**

- A comercialização de Cava Tradicional é superior no mercado externo;
- A Comercialização de Cava Reserva, Gran Reserva e 'Cava de Paraje Calificado' é efetuada maioritariamente pelo mercado interno;

✓ **Top 10 das Expedições de Cava (em volume) para países da UE e para países terceiros;**

Expedições para países da UE (em milhares de garrafas): Alemanha (32.110), Benelux (27.736), Reino Unido (21.675) e França (10.496);

Expedições para países terceiros: Estados Unidos (21.714), Japão (8.405), Canadá (3.048), Suíça (2.599) e Rússia (2.583).



Benchmarking



	Montagne de Reims	Vallé de la Marne	Côte des Blancs	Côte des Bar	Total
'Aldeias ⁶	94	104	58	64	320
Vinha (hectares)	7 957	12 310	6 304	7 951	34 342
Casta Chardonnay	26,09%		84,71%	11,36%	30%*
Casta Meunier (%)	33,32%	58,99%	8,01%	3,19%	32%*
Casta Pinot-Noir (%)	40,49%	23,21%	7,24%	83,61%	38%*

(*) Representatividade das castas no território de Champagne

- Com uma vasta área de produção (34 mil hectares), a região de Champagne é **definida e delimitada por apenas uma Denominação de Origem Controlada** (*Appellation d'Origine Controlée – AOC*);

- 34.342 hectares de vinha, das quais 38% são Pinot-noir, 32% Meunier e 30% Chardonnay;

- Apesar da predominância destas três variedades, foram aprovadas outras variedades (Arbanne, Petit Meslier, Pinot-Blanc e Pinot-Gris), que na totalidade detêm uma representatividade inferior a 0.3% das plantações de Champagne.

Benchmarking



Classificação do Produto Champanhe

Critérios	Classificações
Tipo	Cuveé: estágio mínimo de 15 meses na adega (mínimo legal para champanhe não vintage); na prática os vinhos não vintage são geralmente envelhecidos por um período de 2-3 anos (após o <i>degorgement</i>);
	Vintage: estágio mínimo 3 anos na adega; na prática os vinhos vintage são envelhecidos por um período 5-10 anos ou mais;
	'Prestige cuvée': vinho que se destaca; São produzidos em pequenas quantidades e seu preço é determinado pela raridade. uma seleção precisa do vinho base é o fator mais significativo para definir um Prestige Cuvée.
Teor de Açúcar	Brut nature, 'pas dosé' ou 'dosage zero': menos de 3 gramas de açúcar por litro sem adição de açúcar
	Extra-Brut: menos de 6 gramas de açúcar por litro;
	Bruto: menos de 12 gramas de açúcar por litro;
	Extra-Seco: 12-17 gramas de açúcar por litro;
	Seco: 17-32 gramas de açúcar por litro;
	Meio-Seco: 32-50 gramas de açúcar por litro;
	Doce: mais de 50 gramas de açúcar por litro;

Critérios	Classificações
Castas	Blanc de Blancs: champanhe branco elaborado apenas com uvas brancas (Chardonnay);
	Blanc de Noirs: champanhe branco elaborado apenas com uvas tintas, Pinot Noir e Pinot Meunier (pode ser apenas com uma ou a mistura das duas);
	Rosé: pode ser feito a partir da mistura de vinho branco com vinho tinto. Champanhe é uma das poucas denominações que permite fazer rosé dessa forma.
Ano de Colheita	Indica um champanhe vintage ('millesimé'), produzido exclusivamente a partir do fruto produzido no ano indicado no rótulo e que não contém vinhos de reserva.
	Grand Cru ou Premier Cru: indica um vinho produzido exclusivamente a partir de vinhas fixando o status Grand Cru (17 aldeias) ou status Premier Cru (42 'aldeias')

Benchmarking



Código de Registo	Categoria de Produtores
NM	'Négociant Manipulant': indivíduo ou empresa, com ou sem videiras próprias, que compram uvas, mosto de uva ou vinho para produzir Champanhe nas próprias instalações.
RM	'Récoltant Manipulant': produz e comercializa o próprio Champanhe a partir de uvas provenientes exclusivamente das suas vinhas.
RC	'Récoltant Cooperateur': Produtor cooperativo que vende, sob o seu próprio rótulo, um champanhe parcialmente ou totalmente produzido cooperativo.
CM	'Cooperative de Manipulation': Cooperativa de vinhos que comercializa champanhe elaborado em instalações co-op a partir das uvas dos membros.
MA	'Marque d'Acheteur: marca própria do comprador (por exemplo supermercados).
SR	'Société de Récoltants': empresa familiar de produtores que fabrica e comercializa Champagne de marcas próprias provenientes de vinhas familiares.
ND	'Négociant Distributeur': distribuidor que compra garrafas de Champanhe prontas e em seguida rotula nas suas próprias instalações.

- **7 tipologias de Inscrição** no Comité Champagne;
- Cada rótulo deve exibir o código de registo do produtor, precedido de duas iniciais indicando a categoria do produtor;
- Para além do Comité Interprofissional do vinho de Champagne, fazem parte deste território **16.000 Viticultores, 120 Cooperativas e 340 Casas de champanhe** (Comité Champagne, 2019).

Benchmarking

Principais Indicadores:



Indicadores	2015	2016	2017	2018
Superfície Vitícola mundial (%)	0.4%	0.4%	0.4%	0.5%
Consumo mundial de espumante (em volume)	13%	10%	10%	10%
Consumo mundial de espumante (em valor)	40%	32%	36%	36%
Superfície de vinha (hectares)	34.300	34.300	34.300	34.300
Área (hectares de produção)	33.762	33.802	33.864	33.864
Número de crus (villages)	320	319	319	319
Número de Viticultores		15.800	15.800	16.000
Número de Cooperativas	150	140	140	120
Número de Casas de Champagne		340	320	340
Número de Exportadores			1.800	1.800
Número de empregos diretos gerados pelo setor	30.000	30.000	30.000	30.000
Número de 'Grape Pickers'	120.000	120.000	120.000	120.000

- A região revela uma estabilidade nos últimos anos, pelo que indicadores apresentados mantêm-se praticamente inalterados.

34.300 hectares de superfície de vinha (2018)

30.000 empregos diretos gerados pelo setor (2018)

120.000 'grape pickers' (2018)

Benchmarking

Principais Indicadores:



Indicadores	Países	2018	
		Receita (milhões de euros)**	Milhões de garrafas
Top 10 mercados Exportadores	1. Estados Unidos	577.1	23.7
	2. Reino Unido	406.2	26.8
	3. Japão	318.8	13.6
	4. Alemanha	203.0	12.1
	5. Itália	158.6	7.4
	6. Bélgica	144.9	9.1
	7. Austrália	123.3	8.4
	8. Suíça	120.9	5.8
	8. China	98.6	4.7
	9. Espanha	85.2	4.2
10. Canadá	56.9	2.4	

(**) exclui impostos de Champagne

- Ao nível das **receitas geradas**, 577.1 milhões de euros provêm dos Estados Unidos; 406.2 milhões do Reino Unido; 318.8 milhões de euros do Japão e 203 milhões de euros da Alemanha;
- Relativamente ao **volume**, foram exportadas 23.7 milhões de garrafas com destino aos Estados Unidos; 26.8 milhões para o Reino Unido; 13.6 milhões para o Japão e 12.1 milhões para a Alemanha.

Benchmarking

Principais Indicadores:



Mundo (Milhares de garrafas de 75 cl)	2015	2016	2017	2018
Total de Expedições de champagne em volume	312.567	306.075	307.379	301.875
Expedições de champagne em volume, por casas	223.552	219.365	222.537	219.342
Expedições de champagne em volume por viticultores (vignerons)	60.900	59.573	57.412	54.879
Expedições de champagne em volume por cooperativas	28.115	27.137	27.431	27.654

França (Milhares de garrafas de 75 cl)	2015	2016	2017	2018
Total de Expedições de champagne em volume	161.860	157.713	153.513	147.041
Expedições de champagne em volume, por casas	91.938	89.531	88.050	83.950
Expedições de champagne em volume por viticultores (vignerons)	54.003	52.486	49.966	47.462
Expedições de champagne em volume por cooperativas	15.919	15.696	15.496	15.628

Indicadores		2018 (%)
Expedições de champagne por família (em volume)	Casas	72,70%
	Viticultores (Vignerons)	18,20%
	Cooperativas	9,20%
Expedições de champagne por família (em valor)	Casas	77,50%
	Viticultores (Vignerons)	14,80%
	Cooperativas	7,60%

- O total de **expedições de Champagne** (em volume) para o Mundo e para a França **registaram um decréscimo** entre 2015-2018;
- Há uma **maior representatividade** das **expedições de champagne (em volume)** nas **casas de champagne (72,70%)** comparativamente às expedições por viticultores (18,20%) e por Cooperativas (9,20%).

Benchmarking



Principais Indicadores:

- 15 Agentes Económicos inscritos na Comissão Vitivinícola Regional Távora-Varosa;
- 37 castas com direito à DO Távora-Varosa;
- 139 agentes económicos registados no IG Terras de Cister;
- 86 variedades a utilizar na elaboração dos **vinhos e vinhos espumantes com direito à IG Terras de Cister**;
- Classificação dos produtos de acordo com a área geográfica de produção;

Área Geográfica de Produção	Tipos de Vinho	Rendimento Máximo (hl/ha)	Título Alcoométrico volúmico mínimo (%)
DOP Távora-Varosa	Vinho Tinto	80	11.5%
	Vinho Branco e Rosé	90	11%
	Vinho Espumante	90	11%
IGP Terras de Cister	Vinho Branco, Tinto e Rosé	120	10%
	Vinho espumante, Espumante de Qualidade e Espumante Aromático	120	10%

Fonte: Adaptado Comissão Vitivinícola de Távora Varosa (2019)

Benchmarking



Principais Indicadores:

Classificação	Definição
Cuvée ou Cuvée Especial'	primeira fração do mosto, quando tenha no mínimo 60 meses de engarrafamento antes da extração da borra, com qualidade destacada na avaliação organolética, pontuação mínima 80.
Millésime	vinho base elaborado a partir de uvas de várias castas quando tenha no mínimo 60 meses de engarrafamento antes da extração da borra, com qualidade destacada na avaliação organolética, pontuação mínima 85.
Assemblage	vinho base elaborado a partir de uvas de várias castas ou loteamento de vários vinhos base, quando tenha no mínimo 60 meses de engarrafamento antes da extração da borra, com qualidade destacada na avaliação organolética, pontuação mínima 80.
Grande Cuvée ou (Grand Cuvée)	primeira fração do mosto, quando tenha no mínimo 60 meses de engarrafamento antes da extração da borra, com qualidade destacada na avaliação organolética, pontuação mínima 85.

- Menções atribuídas aos vinhos espumantes DOP Távora-Varosa (quando a segunda fermentação ocorre em garrafa): Cuvée (ou Cuvée Especial), Millésime, Assemblage e Grande Cuvée;
- Os designativos de Qualidade para **vinhos espumantes regionais Terras de Cister** classificam-se da seguinte forma: “Reserva”, “Super-Reserva” ou “Extra-Reserva”, “Velha Reserva

Benchmarking



Âmbito Geográfico	Indicadores (hl)	2016/17	2017/18	2018/19
Terras de Cister	Evolução da Produção total	69.560	54.052	37.307
	Evolução da Produção apta a vinho com DOP*	22.700	24.628	23.114
	Evolução da Produção apta a vinho com indicação de ano/casta	0	0	0
	Evolução da Produção de vinho sem DOP/IG	43.560	26.325	10.794

Âmbito Geográfico	Indicadores (hl)	2016/17	2017/18	2018/19
Terras de Cister	Apto Vinho com DOP Távora-Varosa	4.851	3.670	11.676
	Apto Vinho Espumante com DOP Távora-Varosa	17.849	20.958	11.438
	Apto Vinho com IGP Terras de Cister	3.300	3.100	3.400
	Apto Vinho com Indicação de Casta	0	0	0
	Apto Vinho espumante com Indicação de Casta	0	0	0
	Vinho	42.342	25.138	9.585
	Vinho espumante	1.218	1.187	1.208
	Total de Produção	69.560	54.052	37.307

Fonte: Adaptado Comissão Vitivinícola de Távora Varosa (2019)

Benchmarking

Principais Indicadores:



Âmbito Geográfico	Indicadores (hl)	Campanha	Tinto/Rosado	Branco	Total
Terras de Cister	Apto Vinho com DOP Távora-Varosa	2018/19	5.099	6.576	11.676
	Apto Vinho Espumante com DOP Távora-Varosa	2018/19	3.618	7.821	11.438
	Apto Vinho com IGP Terras de Cister	2018/19	2.400	1000	3.400
	Apto Vinho com Indicação de Casta	2018/19	0	0	0
	Apto Vinho espumante com Indicação de Casta	2018/19	0	0	0
	Vinho	2018/19	3.277	6.309	9.585
	Vinho espumante	2018/19	904	305	1.208
	Total de Produção	2018/19	15.297	22.010	37.307

Fonte: Adaptado Comissão Vitivinícola de Távora Varosa (2019)

Benchmarking

Principais Indicadores:



Tipo de Produto	Menções	Classificação Qualitativa	Tempo de Estágio ⁽³⁾
Espumante DO Douro	Branco de uvas brancas; Branco de uvas tintas; Colheita/Sem designativo	Boa	9 meses
	Reserva ou Reserve		12 meses
	Super-reserva ou extra-reserva	Muito Boa	24 meses
	Cuvée		24 meses
	Velha reserva ou grande reserva		36 meses
	Millesime		
	Colheita seleccionada	Elevada	36 meses
	Espumante IG Duriense	Branco de uvas brancas; Branco de uvas tintas; Colheita/Sem designativo	De Qualidade
Reserva ou Reserve			12 meses
Super-reserva ou extra-reserva		Muito Boa	24 meses
Cuvée			24 meses
Velha reserva ou grande reserva			36 meses
Millesime			
Colheita seleccionada		Elevada	36 meses

- As Caves Transmontanas começaram a formar um núcleo de 30 produtores associados ao projeto

Benchmarking

Análise Comparativa entre a Região da Bairrada e Távora-Varosa

Indicadores	Ano	Bairrada *	Távora-Varosa**
Área total de vinha (hectares)	2017	15.134	2.161
Área total de vinha por DOP (hectares)	2017	2.067	494
Área total de vinha por IGP (hectares)	2017	201	692
Área total de vinha sem DOP/IGP (hectares)	2017	12.866	975
Número de inscrições ativas por atividade económica	2019	1.772	139
Evolução da Produção total (hl)	2018/2019	177.782	37.307
Evolução da Produção apta a vinho com DOP (hl)	2018/2019	69.952	23.114
Evolução da Produção de vinho sem DOP/IGP (hl)	2018/2019	67.132	10.794
Apto a vinho espumante com DOP Bairrada ou DOP Távora-Varosa (hl)	2018/2019	9.085	11.676
Apto Vinho espumante com IGP Beira-Atlântico:Terras de Sico (hl)	2018/2019	41	não se aplica
Apto Vinho espumante com Indicação de Casta (hl)	2018/2019	719	não se aplica

(*) dados referentes à área geográfica IGP Beira-Atlântico

(**) dados referentes à área geográfica IG Terras de Cister

Benchmarking

Análise Comparativa entre Champagne e Cava

Indicadores (2018)	Cava	Champagne
Categorias de produto	Cava Tradicional; Cava Reserva Cava Gran Reserva e Cava de Paraje Calificado	Non-vintage brut; Prestige cuvées; Rosé; Dosage > to but; Dosages < to Brut e Vintage Champagne
Total de Expedições (milhares de garrafas)	244.472	301.875
Expedições para a União Europeia (milhares de garrafas)	115.170	223.191 (inclui expedições para França)
Expedições para Países Terceiros (milhares de garrafas)	49.918	78.684
Vendas (em valor)	1.146,8 milhões de euros	4.9 mil milhões de euros
Produção (em volume, por número de garrafas)	244.472.340 milhões de garrafas	362 milhões de garrafas (rendimento 12.361kg/ha)

Benchmarking

Análise Comparativa entre Champagne e Cava

Indicadores (2018)	Cava	Champagne
Superfície Inscrita de vinha (hectares)	37.924	34.300
Superfície inscrita por variedade (hectares)	Macabeu (13.828) Xarel·lo (9.599); Parellada (7.472); Chardonnay (3.036); Garnatxa Negra (1.673); Trepata (1.168) Pinot Noir (873); Subirat Parent (225)e Monastrell (50).	N.D
Superfície inscrita por variedade (%)	Macabeu (36.5%) Xarel·lo (25.3%); Parellada (19.7%); Chardonnay (8%); Garnatxa Negra (4.4%); Trepata (3.1%); Pinot Noir (2.3%); Subirat Parent (0.6%)e Monastrell (0.1%).	Pinot Noir (38%); Meunier (31%) e Chardonnay (31%)
Variedades de uva	9 variedades: Macabeu; Xarel·lo; Parellada; Chardonnay; Garnatxa Negra; Trepata; Pinot Noir; Subirat Parent e Monastrell.	3 variedades: Pinot Noir; Meunier e Chardonnay
Agentes Económicos	Número de viticultores: 6.647 Empresas produtoras de vinho base: 145 Empresas produtoras de Cava: 224	Viticultores:16.000 Cooperativas: 120 Casas de Champagne: 340 Produtores: 4600 Exportadores: 1.800

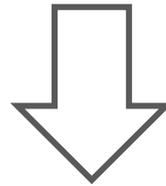


**Indicadores de Performance para
apoio à tomada de decisão no
Subsector de Espumante**



Investigação

A fim de serem propostos um conjunto de indicadores com vista a monitorizar a atividade vitivinícola dos agentes económicos e da Comissão Vitivinícola da Bairrada, importa numa primeira fase compreender quais as **dimensões e indicadores definidos pela literatura;**



Revisão Sistemática da Literatura.

Investigação

Critérios de Pesquisa na Scopus

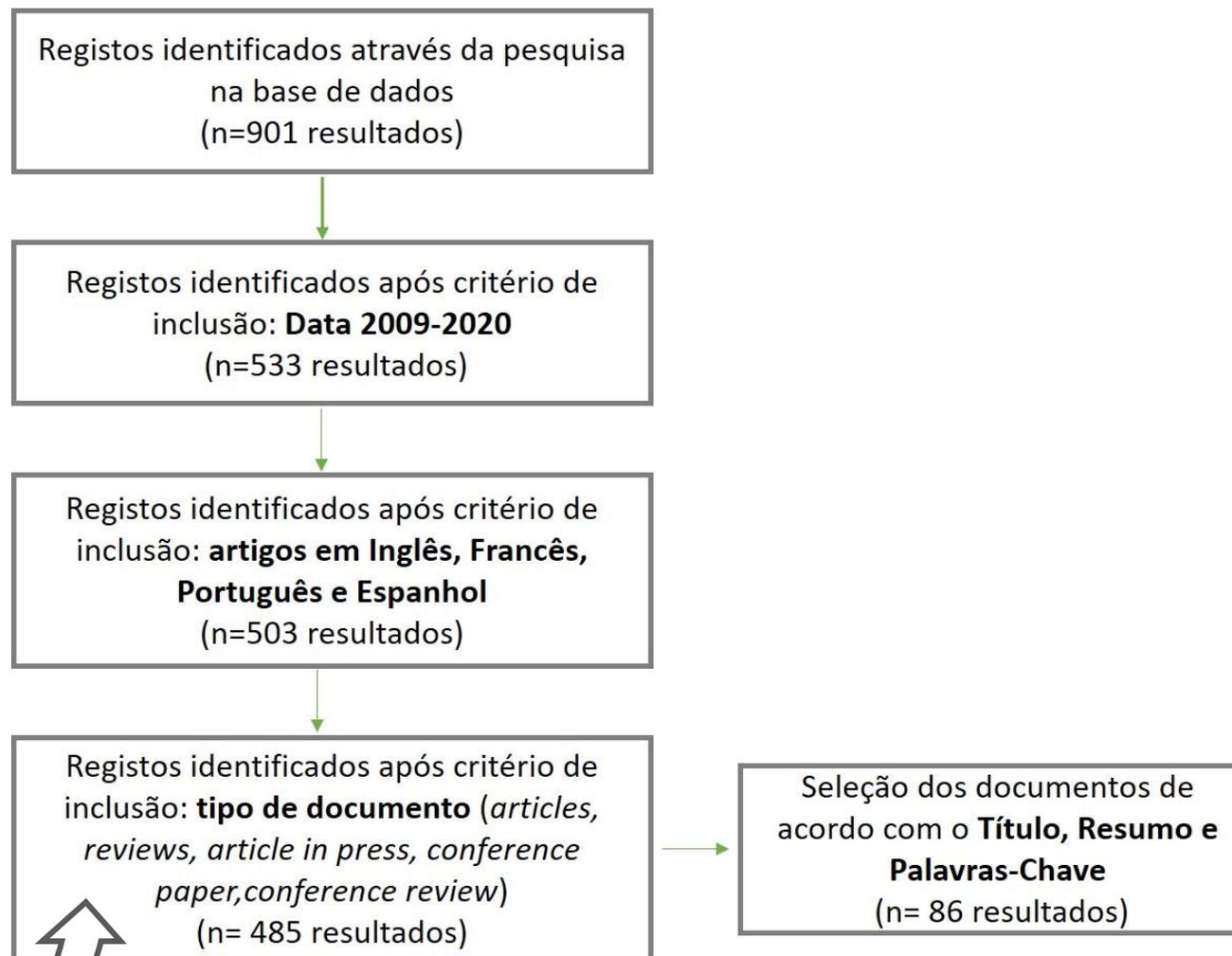
Âmbito da pesquisa	Scopus Database
Palavras-Chave	<i>Indicators; Performance indicators; Wine; Wine sector; Wine industry; Winerie</i>
Queries (TITLE-ABS-KEY)	<i>TITLE-ABS-KEY (("indicator*" OR "performance indicator*") AND ("wine" OR "wine sector" OR "wine industry" OR "winerie"))</i>
Critérios de Inclusão	Documentos em Inglês, Francês, Português e Espanhol entre 2009 e 2020; Tipo de Documento: articles, reviews, article in press, Conference paper, Conference review.
Critérios de Qualidade	A pesquisa foi concretizada em duas datas diferentes, confirmando a obtenção dos mesmos resultados. Os passos efetuados nas duas pesquisas foram: (i) acesso à base de dados, (ii) consultas, (iii) aplicação dos critérios de inclusão e (iv) exportar os resultados obtidos para o Excel.
Resultados	A pesquisa totalizou 901 resultados, numa fase prévia à inserção dos critérios de inclusão.

- A seleção desta base de dados deveu-se pela **qualidade de revisão** e por **abranger um maior número de publicações e journals**, comparativamente às outras bases de dados;

Investigação

Metodologia

De forma a assegurar o rigor científico, a **seleção dos artigos foi concretizada por três revisores;**



Investigação

Principais Resultados

- A pesquisa resultou na análise de **86 documentos**, dos quais **75 artigos (89,53%)**, **7 conference papers (8,14%)** e **2 reviews (2,33%)**;
- A análise evidencia um **crecente interesse e desenvolvimento de estudos nos últimos anos**;
- O número de **estudos publicados entre 2016-2019 (n=48)** representa **55,81%** do total de estudos selecionados, reforçando a **atualidade da temática estudada**;
- No que diz respeito ao **número de autores**, as investigações são realizadas maioritariamente **entre dois a quatro autores, (58,14%)**.

Ano de Publicação	N	%
2009-2013	21	24,42%
2014-2019	64	74,42%
2020	1	1,16%
Total	86	100,00%

Autores por publicação	N	%
1	9	10,47%
2	17	19,77%
3	17	19,77%
4	16	18,60%
5	13	15,12%
6	8	9,30%
7	3	3,49%
8	1	1,16%
9	2	2,33%
Total	86	100,00%

Investigação

Principais Resultados

- A revisão demonstra uma panóplia de **fontes publicadas**, reforçando assim a **diversidade e complexidade das temáticas desenvolvidas nos últimos anos**;
- **Estudos individuais** (n=54) foram realizados predominantemente em **Espanha** (n= 16), **Itália** (n=13), **Portugal** (n= 5), **França** (n= 4) e **Argentina** (n= 3);
- O desenvolvimento de **estudos comparativos tem vindo a aumentar nos últimos anos** (n=14 artigos e 1 *conference paper*);
- Os estudos foram desenvolvidos nas **principais regiões vitivinícolas mundiais**:
 - **Países do Velho Mundo**: Alentejo (n=2), Tejo (n=2) e Douro (n=3); La Rioja (n=4), Aragón (n=2), Castilla y León (n=2), Castilla la Mancha (n=2), Comunidad de Madrid (n=2), Bordeaux (n=2), Languedoc (n=4) e Sicília (n=2),entre outras;
 - **Países do Novo Mundo**: Argentina (Província de Mendonza); Chile (Apalta); Nova Zelândia (Marlborough, Gisborne) e Brasil (Serra Gaúcha).

Investigação

Principais Resultados

Dimension	Sub-Dimension	Topics	Indicators (N)	References (N)
1. Economic	1.1. Financial	1.1.1 Assets	4	2
		1.1.2 Costs	7	5
		1.1.3 Investments	3	2
		1.1.4 Investments Subsidization	2	2
		1.1.5 Investments/Equity	1	1
		1.1.6 Leverage	2	1
		1.1.7 Ownership Structure	2	2
		1.1.8 Operational Subsidization	1	1
		1.1.9 Solvency	2	1
		1.1.10 Revenue	3	3
	1.2. Performance	1.2.1 Performance	14	8
	1.3. Productivity/ Efficiency	1.3.1 Productivity/ Efficiency	13	7
		1.3.2 Self-Consumption Production	1	1
	1.4. Social Economics	1.4.1 Social Economics	4	3
	1.5. Strategy/ Marketing	1.5.1 Product Quality	2	1
1.5.2 Market Structure		1	1	
1.5.3 Marketing Segments		2	1	

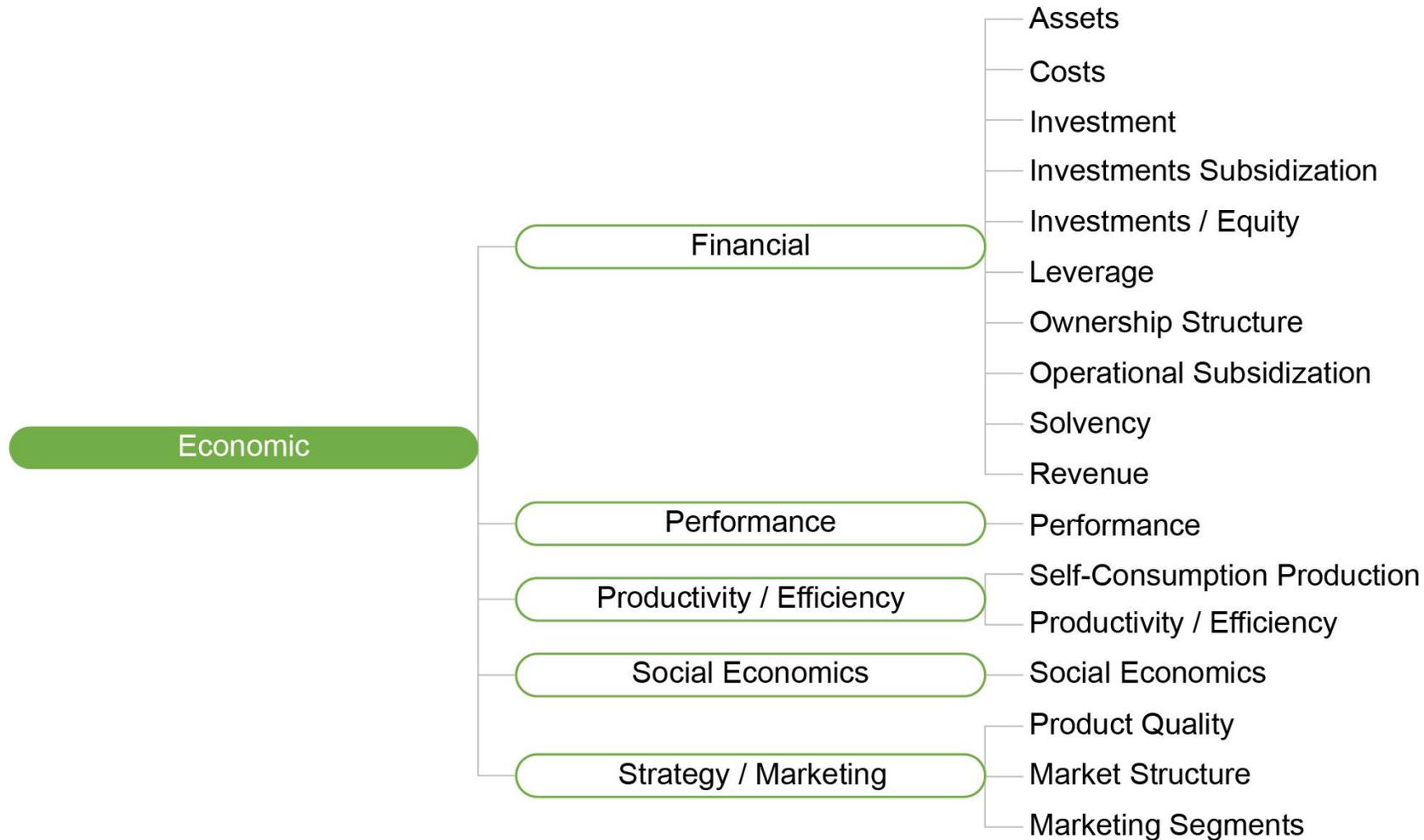
Investigação

Principais Resultados

Dimension	Sub-Dimension	Topics	Indicators (N)	References (N)
2. Social	2.1. Corporate Social Responsibility	2.1.1 Corporate Social Responsibility	17	4
	2.2. Human Resources	2.2.1 Human Resources	13	3
3. Territory	3.1 Competitiveness	3.1.1 Competitiveness	6	2
	3.2. Product Quality	3.2.1 Product Quality	13	2
	3.3. Sustainability	3.3.1 Sustainability	4	2
	3.4. Territorial Resources	3.4.1 Territory	14	7
		3.4.2 Resources	11	1
4. Environmental	4.1. Carbon Footprint	4.1.1 Carbon Footprint	3	2
	4.2. Certification	4.2.1 Certification	1	1
	4.3. Fertilizers Management	4.3.1 Fertilizers Management	9	5
	4.4. Production	4.4. Production	13	4
	4.5. Resources Management	4.5.1 Energy Management	5	3
		4.5.2 Soil Management	5	3
4.5.3 Water Management		7	6	

Investigação

Classificação dos Indicadores



Investigação

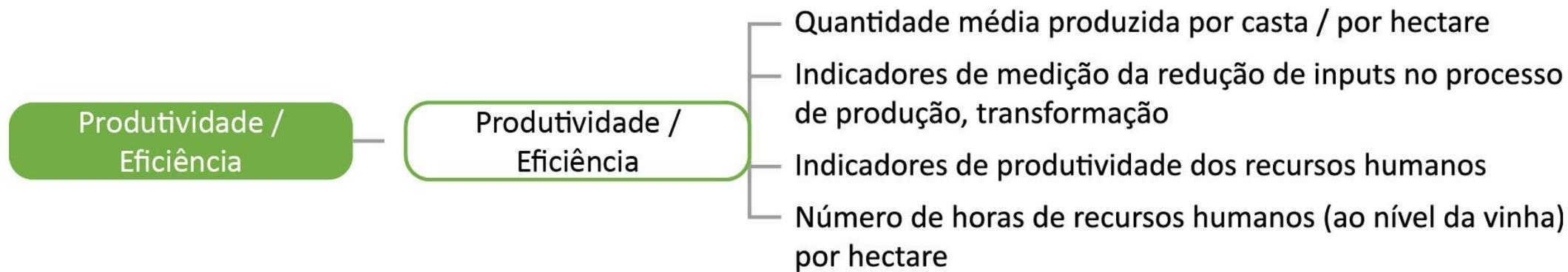
Classificação dos Indicadores



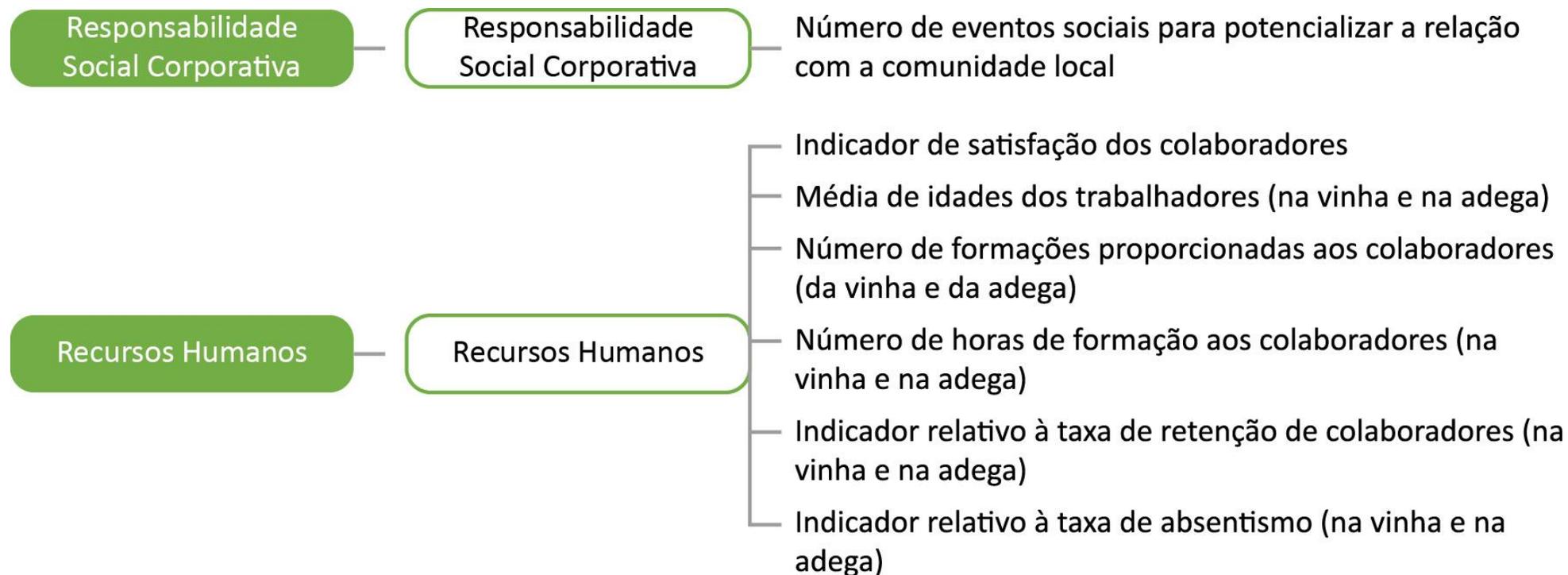
Indicadores da Dimensão Económica



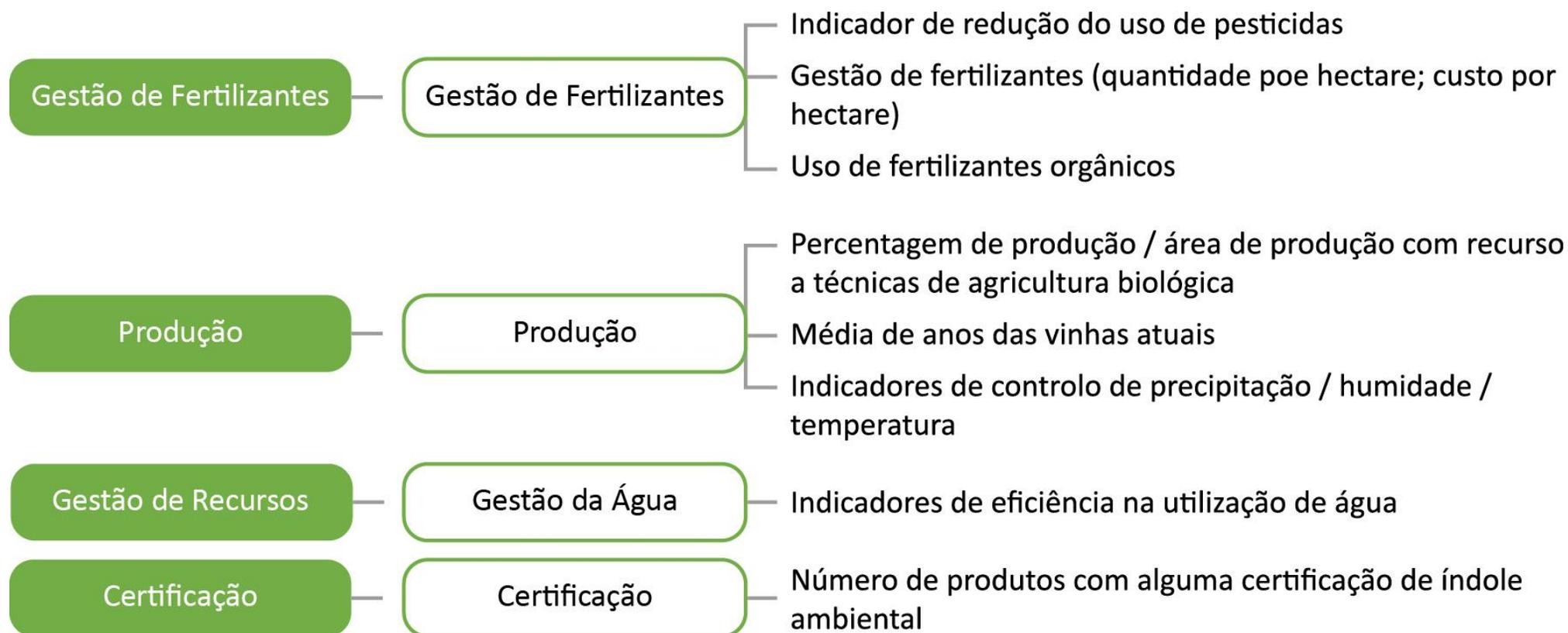
Indicadores da Dimensão Económica



Indicadores da Dimensão Social



Indicadores da Dimensão Ambiental



Indicadores da Dimensão Territorial





Caracterização económica e territorial da oferta do subsetor do espumante

Resultados Preliminares

Metodologia

Questionário

Estrutura

- i) Caraterização da entidade e do produto;
- ii) Custo unitário de produção e preço de venda;
- iii) Projeto Baga
- iv) Distribuição e comercialização
- v) Sistemas de informação e *key performance indicators*

Taxa de resposta

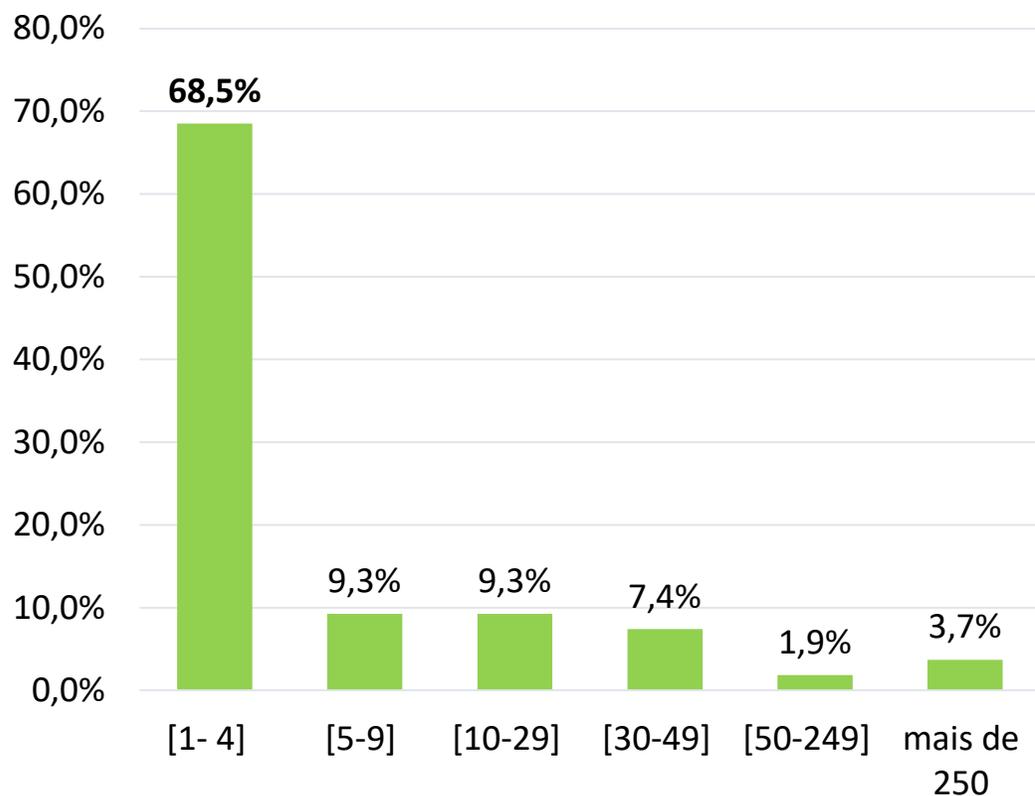
55,10% dos agentes económicos

Período de aplicação

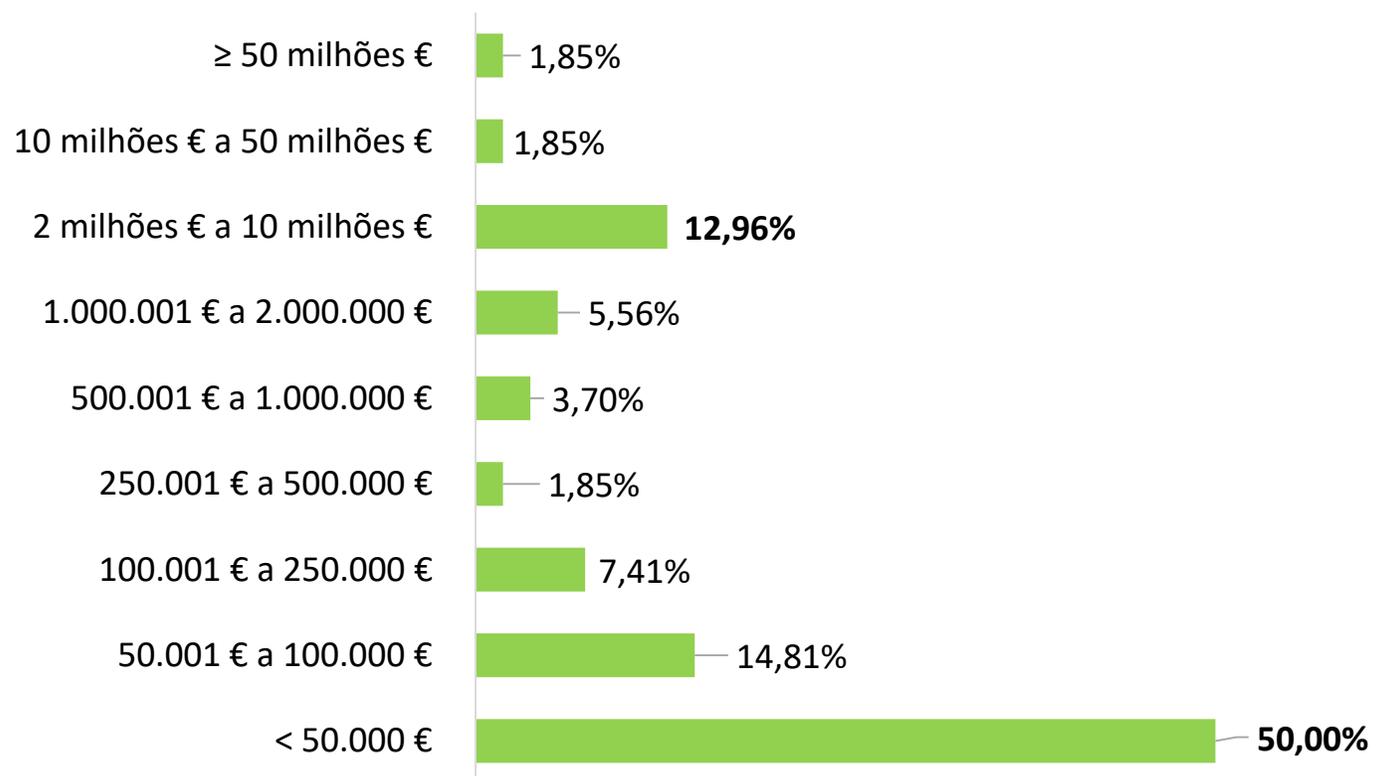
Setembro – Novembro

Caracterização da Entidade e do Produto

Número de colaboradores (%)

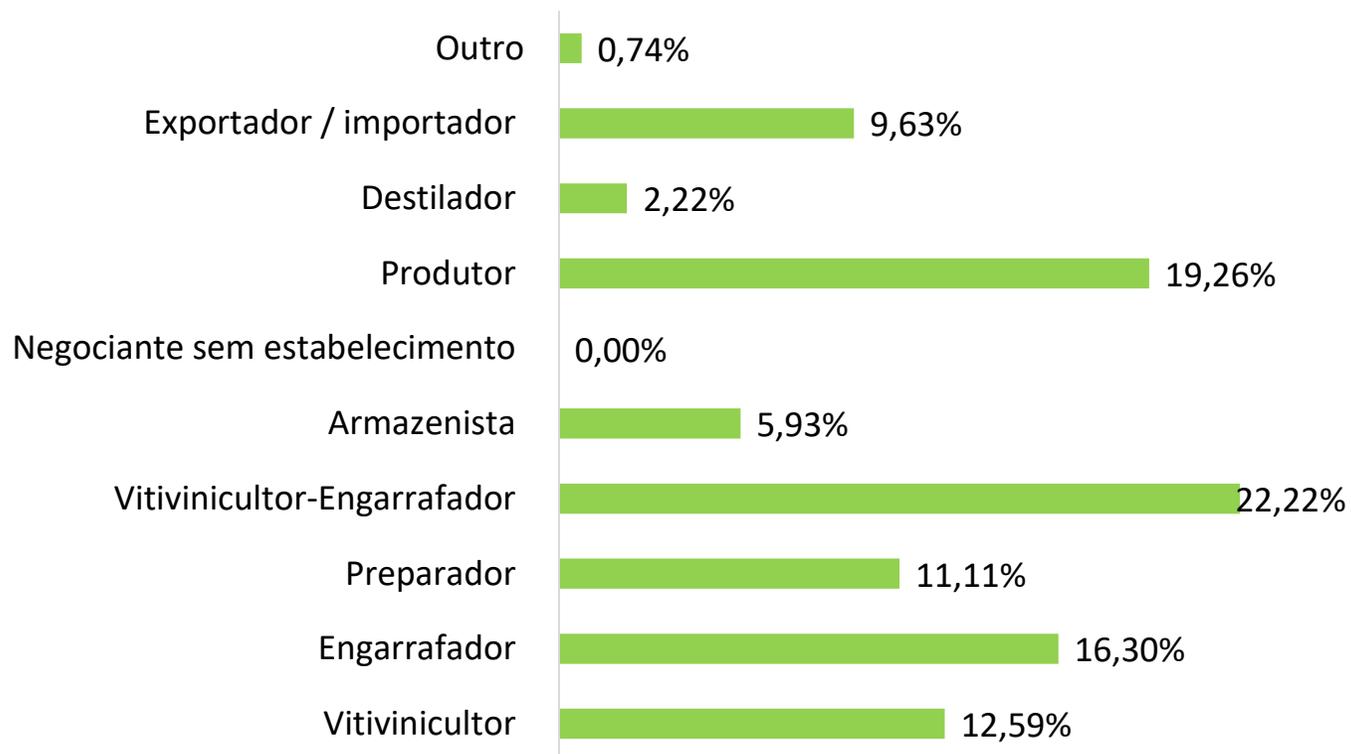


Volume de Negócios (%)



Caracterização da Entidade e do Produto

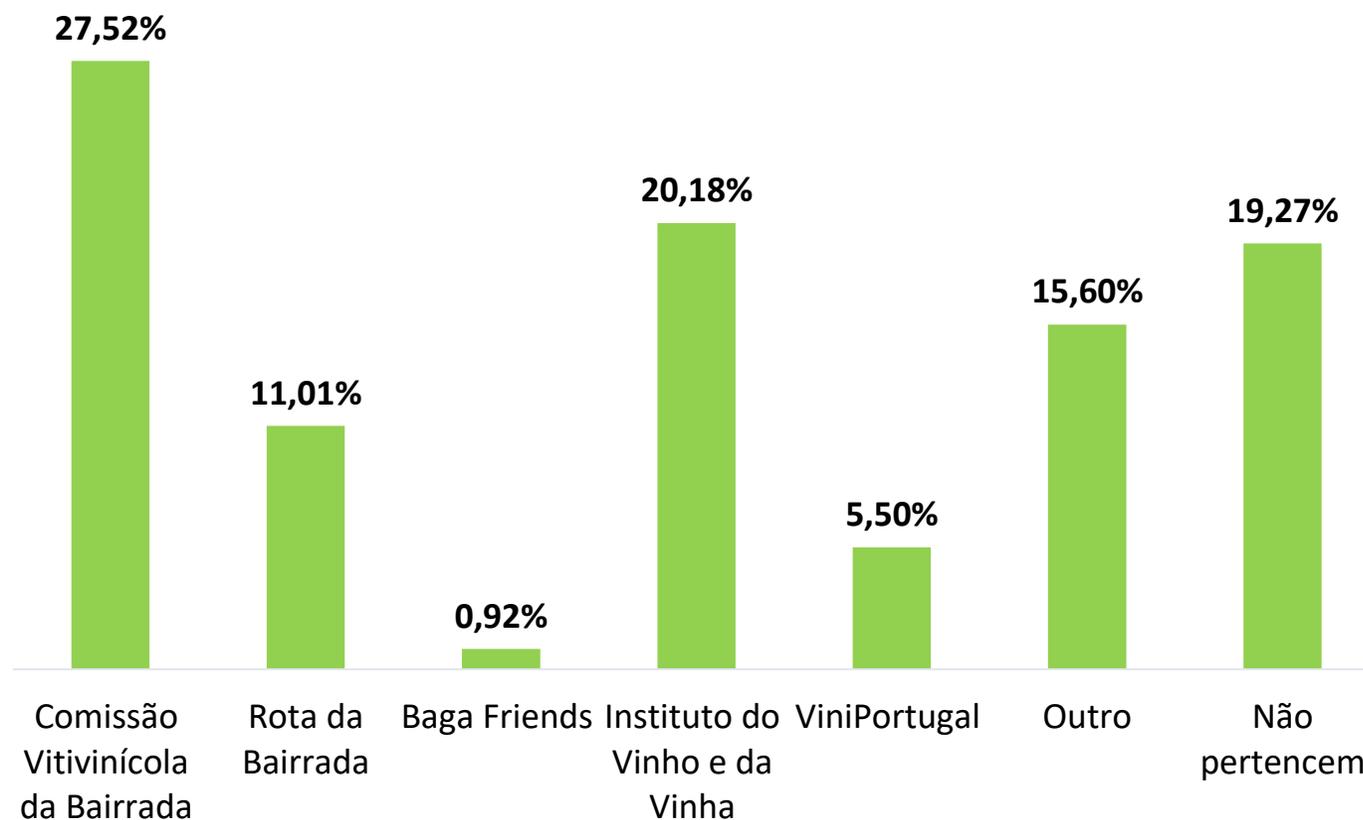
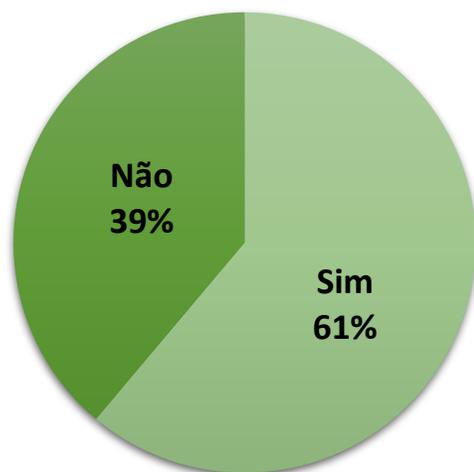
Categoria ou categorias mais ajustada à atividade económica da sua empresa



✓ Alguns dos inquiridos enquadram-se em mais do que uma categoria de agente económico;

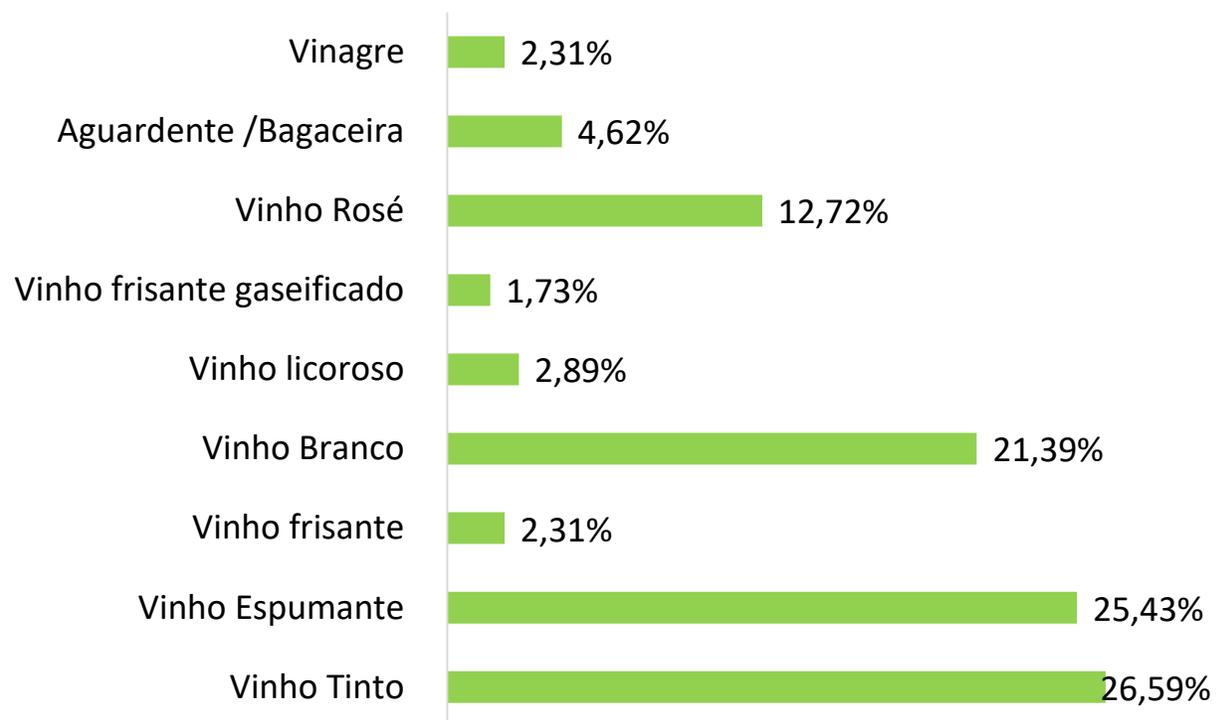
Caracterização da Entidade e do Produto

A sua empresa pertence a alguma associação do sector?



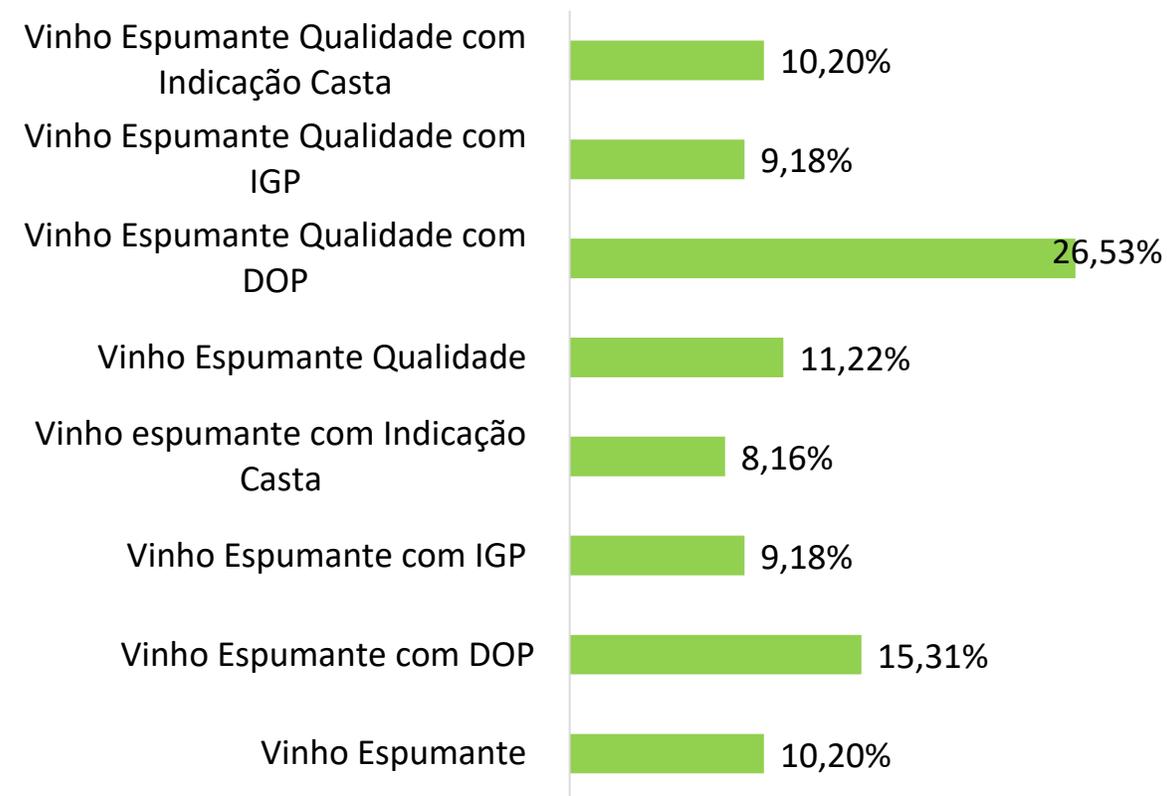
Caracterização da Entidade e do Produto

Quais os produtos produzidos na sua empresa?



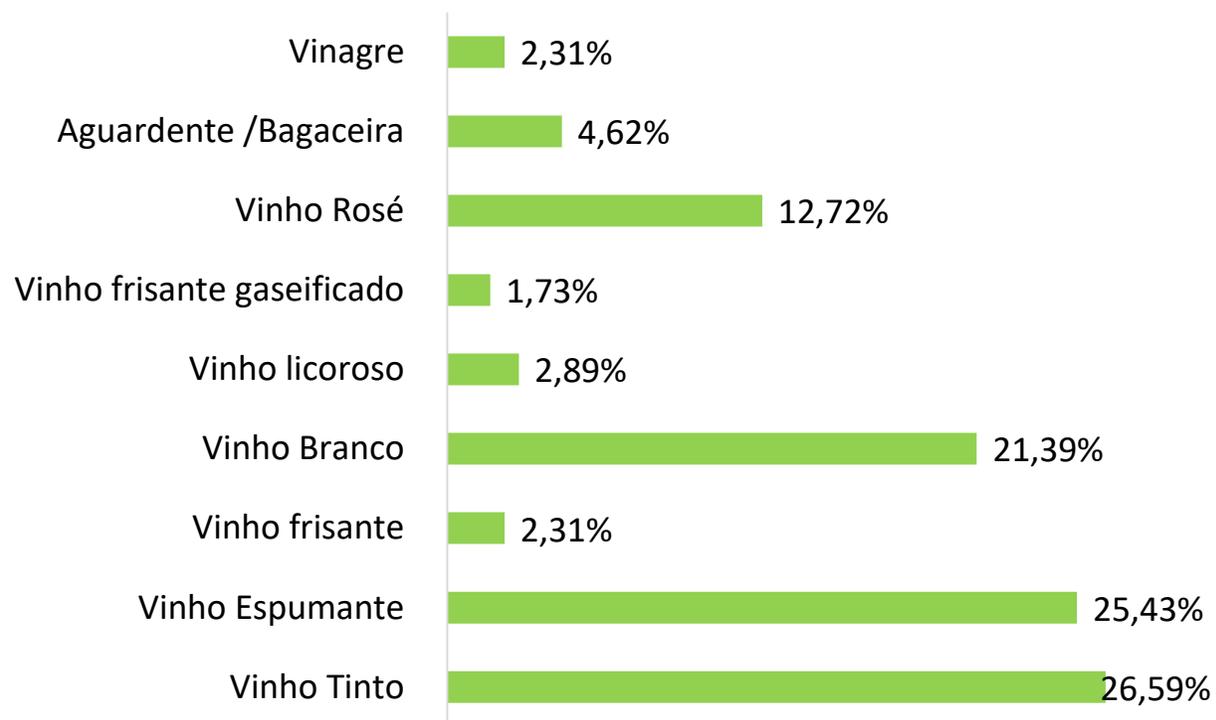
✓ 10 inquiridos não produzem espumante;

Se assinalou a produção de espumante, por favor indique todas as categorias de vinho espumante produzidos pela sua empresa.



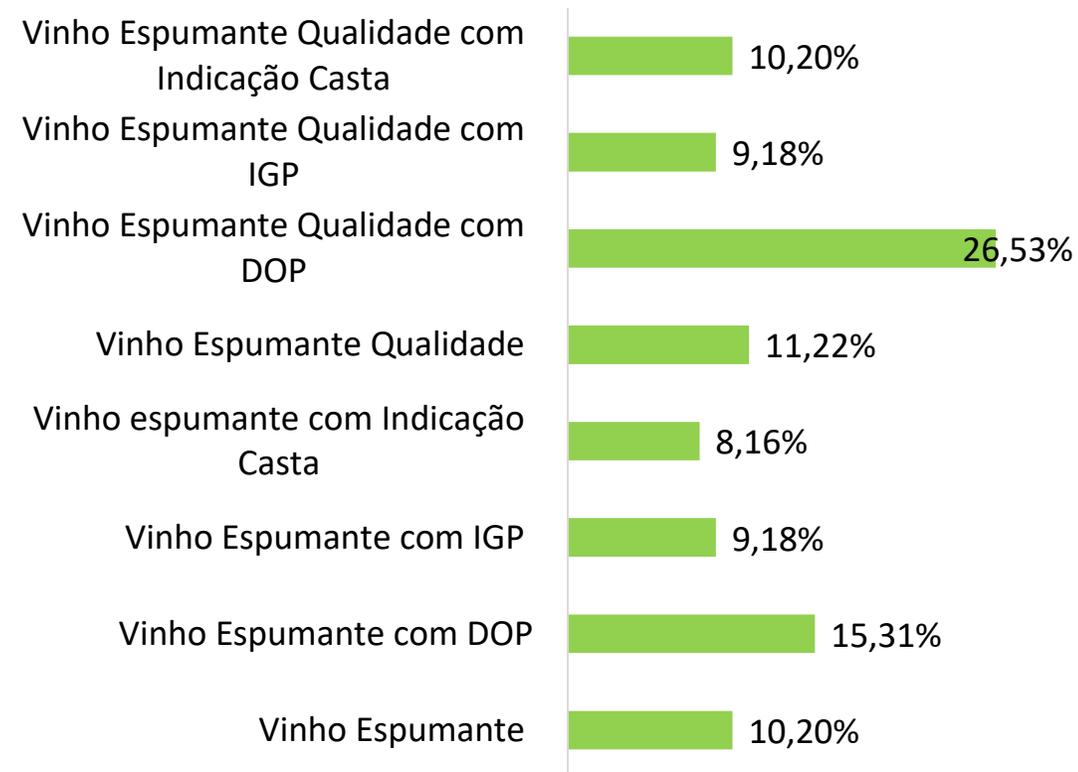
Caracterização da Entidade e do Produto

Quais os produtos produzidos na sua empresa?



✓ 10 inquiridos não produzem espumante;

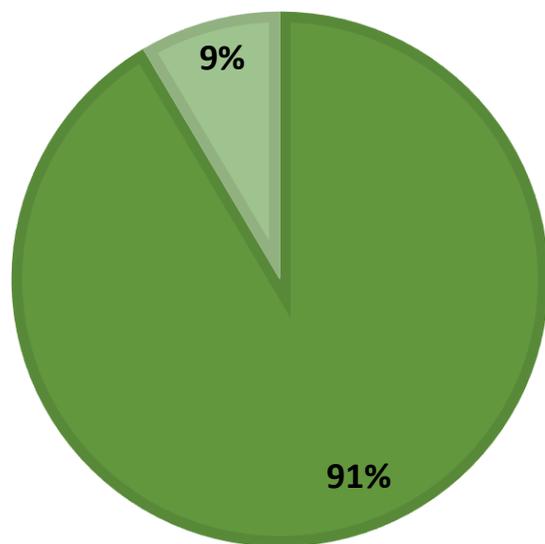
Se assinalou a produção de espumante, por favor indique todas as categorias de vinho espumante produzidos pela sua empresa.



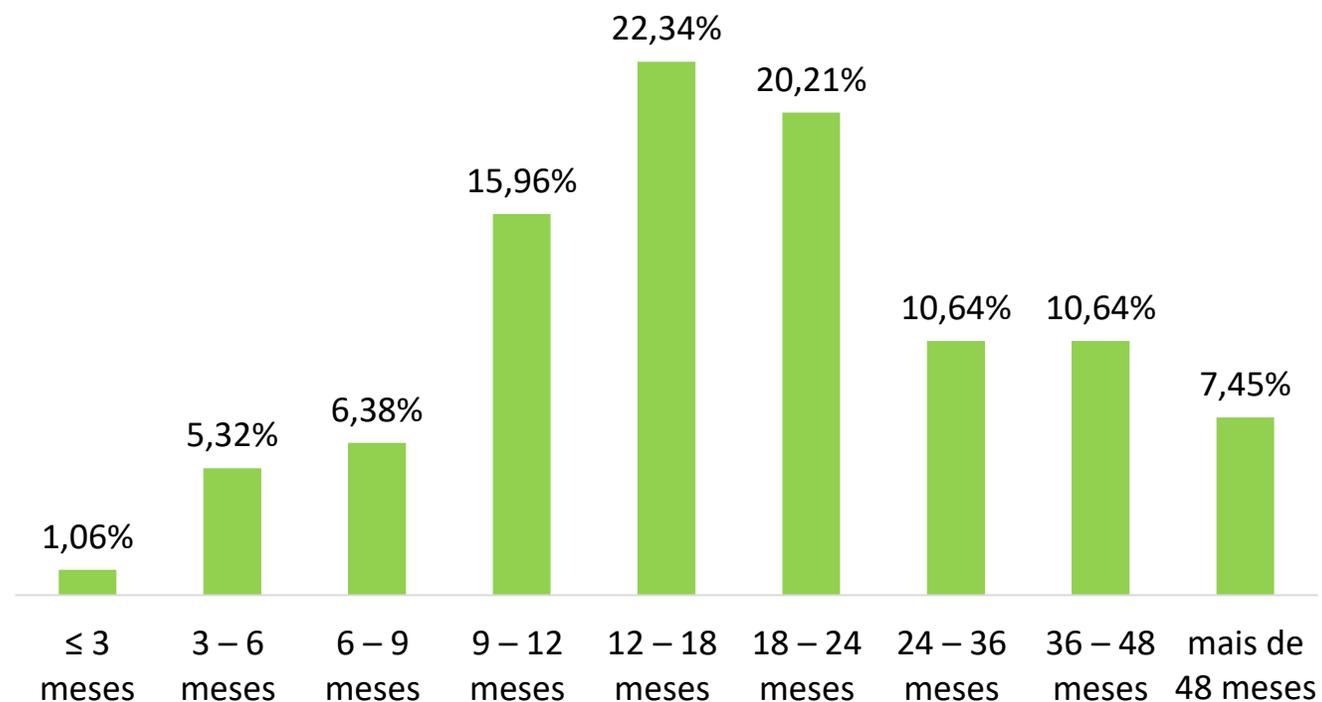
Caracterização da Entidade e do Produto

Qual (ais) o(s) **métodos de produção** utilizados pela sua empresa na produção de espumante?

- Método clássico / Champenoise
- Método cuba fechada / Charmat



Qual(ais) o(s) **tempo(s) de estágio** utilizado(s), na sua empresa, na produção de espumante pelo método clássico?



Distribuição e Comercialização

Qual (ais) o (s) **canal (ais) de distribuição** que utiliza mais frequentemente no **mercado nacional** para comercialização do produto espumante?

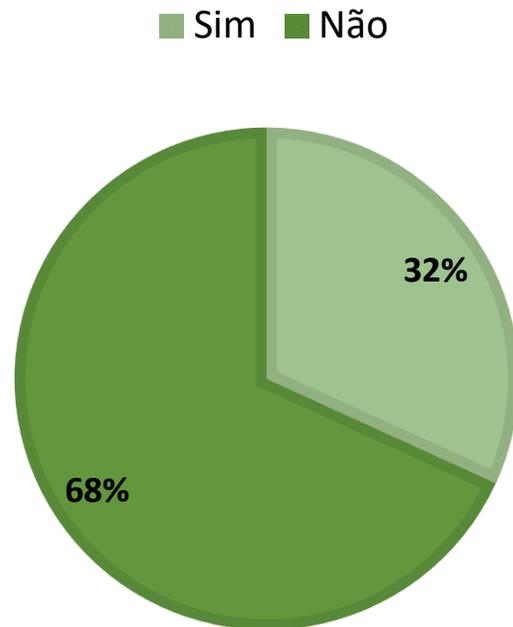
Produtos	%
Venda directa	34,38
Canal Horeca (restaurantes, cafés, hotéis)	26,04
Supermercados/ Hipermercados	7,29
Retalho especializado (garrafeiras, lojas gourmet)	22,92
Vendas online	5,21
Outros	4,17

Qual (ais) o (s) **canal (ais) de distribuição** que utiliza mais frequentemente no **mercado internacional** para comercialização do produto espumante?

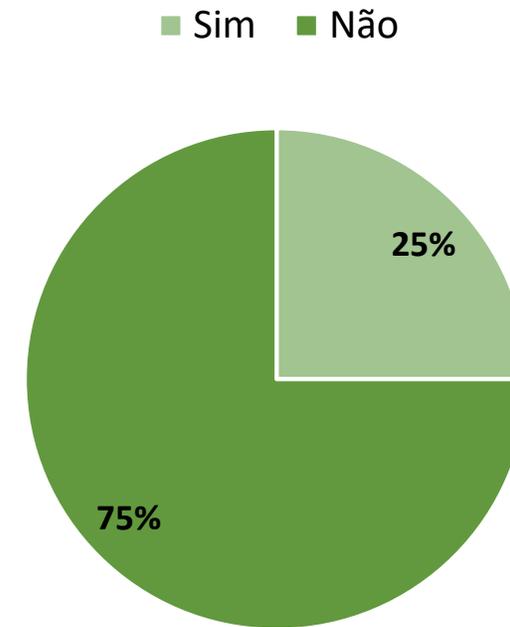
Produtos	%
Venda directa	16,95
Canal Horeca (restaurantes, cafés, hotéis)	11,86
Supermercados/ Hipermercados	3,39
Retalho especializado (garrafeiras, lojas gourmet)	25,42
Vendas online	27,12
Outros	15,25

Sistemas de Informação e Key Performance Indicators

Utiliza ferramentas de recolha, gestão e análise de informação relacionada com a atividade económica da sua empresa?



Utiliza algum software específico para a análise e gestão da informação?



Sistemas de Informação e Key Performance Indicators

Refira por favor qual o software (s) que utiliza para a análise e gestão de informação?

Softwares	%
Excel	22,27
Software de Contabilidade	13,64
Software de gestão e análise de informação específico para a atividade	31,82
Software de Business Intelligence	13,64
Outro	13,64

Sistemas de Informação e Key Performance Indicators

Numa escala de 1 a 5 [1- Nada Importante e 5- Muito Importante], qual a **importância da recolha, análise e gestão da informação** relacionada com o subsetor de espumante para a atividade da sua empresa?

Itens	1	2	3	4	5	NS/NR
Partilha de dados	0,0%	4,5%	20,5%	36,4%	20,5%	18,2%
Importância da recolha de informação para apoio na tomada de decisão na sua empresa	0,0%	4,5%	18,2%	40,9%	20,5%	15,9%
Recolha de informação para apoio na definição da estratégia para o subsetor	0,0%	4,5%	18,2%	31,8%	29,5%	15,9%
Análise comparativa com a concorrência	0,0%	6,8%	15,9%	27,3%	36,4%	13,6%
Perspetivar novas oportunidades de negócio	0,0%	4,5%	11,4%	27,3%	43,2%	13,6%
Prospecção novos mercados	0,0%	2,3%	18,2%	11,4%	54,5%	13,6%
Definição da estratégia internacionalização	2,3%	4,5%	11,4%	22,7%	45,5%	13,6%
Outros	31,8%	0,0%	6,8%	4,5%	18,2%	38,6%

Sistemas de Informação e Key Performance Indicators

Refira por favor qual (ais) a(s) razão (ões) porque **não utiliza nenhum software específico** para gestão e análise de informação?

Itens	%
Não tem disponibilidade de tempo para a recolha da informação necessária	18,87
Não tem recurso (s) humano (s) disponível (eis) para esta tarefa	30,19
Considera que não é importante recolher essa informação	5,66
Custo de aquisição de um software que lhe permite fazer a análise e gestão da informação é muito elevado	16,98
Faz a recolha e análise da informação de uma forma mais 'informal'	28,30
Outros	0%

Sistemas de Informação e Key Performance Indicators

Indique por favor, quais as áreas para as quais recolhe informação de análise e gestão?

Económica	%
Financeira	24,13
Performance	12,64
Produtividade/Eficiência	21,83
Economia Social	4,59
Estratégia/Marketing	20,68
Não sabe/ Não Responde	16,09

Social	%
Responsabilidade Social Corporativa	20,00
Recursos Humanos	30,00
Não sabe/ Não Responde	46,00

Sistemas de Informação e Key Performance Indicators

Indique por favor, quais as áreas para as quais recolhe informação de análise e gestão?

Territorial	%
Competitividade	21,35
Qualidade do produto	30,34
Sustentabilidade	23,60
Recursos Territoriais	8,99
Não sabe/ Não responde	15,73

Ambiental	%
Pegada de carbono	8,42
Certificação	23,60
Gestão de Fertilizantes	12,36
Produção	31,46
Gestão de Recursos	15,73
Não sabe/ Não Responde	14,61

Sistemas de Informação e Key Performance Indicators

Tendo por base as áreas, sub-áreas e tópicos, qual a sua **disponibilidade para partilhar informação individual junto de uma entidade com responsabilidade de gestão e estratégia no território**, que permite consolidar e valorizar uma plataforma integrada de análise e gestão para a tomada de decisão no subsetor do espumante?

Respostas	%
Nada disponível	4,25
Pouco disponível	21,74
Disponível	47,83
Bastante disponível	15,22
Muito disponível	10,87



“Só os números e apenas os números é que definem a realidade e a tornam visível e comparável”.

OBRIGADO PELA SUA ATENÇÃO!