

O Sector Vitivinícola e as Taxas do IVV

NUNO DE OLIVEIRA GARCIA, INÊS SALEMA
& ANDREIA GABRIEL PEREIRA

RESUMO: 1. Contexto: da ‘Comissão de Lentes’ de 1866 ao ‘Instituto da Vinha e do Vinho, I.P.’ 2. A taxa de promoção dos anos ’90 e 2000 3. A taxa de promoção prevista no Decreto-Lei n.º 119/97, de 15 de Maio, e o direito da União Europeia 4. O contencioso tributário a propósito da ‘taxa de promoção’ prevista no Decreto-Lei n.º 119/97, de 15 de Maio 5. A criação e a estrutura da ‘taxa de coordenação e controlo’ e da ‘taxa de promoção’ 5.1. Objectivos e antecedentes do Decreto-Lei n.º 94/2012, de 20 de Abril 5.2. O regime do Decreto-Lei n.º 94/2012, de 20 de Abril 5.3. A ‘taxa de promoção’ e o regime-quadro da concessão de apoios financeiros à promoção 6. A mecânica das novas taxas 6.1. Liquidação e cobrança das novas taxas 6.2. Novas disposições 7. Conclusão

Le vin est le breuvage le plus sain et le plus hygiénique qui soit
Louis Pasteur (cit.)¹

¹ É dado assente na história da humanidade que a dispersão e *democratização* do consumo de bebidas alcoólicas não fortificadas, caso do vinho e do hidromel, se deveram fundamentalmente a questões de higiene, posto que o consumo doméstico de água não potável era, até ao início da segunda metade do século dezanove, fonte de diversas doenças letais à época (cólera, febre tifóide, disenterias várias). No mesmo século, Louis Pasteur, autor de