



# Vinho do Porto. Feito no Douro, explicado no Porto, apreciado lá fora

Chama-se Port Wine Day, mas um dia não chega para celebrar o vinho do Porto. Foram 11 dias de debates, provas, aulas, troca de experiências entre enólogos e ementas especiais nos restaurantes do Porto, tudo isto para trazer a bebida de volta aos portugueses

**MARTA CERQUEIRA**  
marta.cerqueira@ionline.pt  
**RICARDO CASTELO**  
fotografia@ionline.pt

Foram 11 dias a celebrar uma das bebidas preferidas dos portugueses. Se já está a imaginar copos de balão e gin tónico a cair sobre pétalas de rosa, alecrim ou pimenta-rosa, pode esquecer. Aqui falamos do bom e velho – neste caso, quanto mais velho, melhor – vinho do Porto.

O copo começou a erguer-se em brindes no dia 3 e, apesar de o evento ter "day" no nome, só ontem se pôs fim à temporada de seminários, visitas a caves e museus, jantares vínicos e cocktails especiais. Como boa anfitriã que é, a cidade do Porto preparou-se a rigor para as comemorações, e quem escolheu Setembro para um passeio na Invicta facilmente reparou que as montras das lojas tinham uma decoração apropriada, as caves de vinho ofereciam programas especiais e vários menus de restaurantes foram alterados para fazer do vinho do Porto o protagonista dos pratos. Mas para que o vinho não se dissipasse nos dias, foi-lhe reservado um em especial: 10 de Setembro, data em que se assinalou o 259.º aniversário da criação da região vitivinícola demarcada e regulamentada mais antiga do mundo, o Alto Douro Vinhateiro. Nesse dia, o Centro de Congressos da Alfândega do Porto encheu-se de especialistas e curiosos em debates sobre a história da bebida, numa troca de argumentos sobre quais as estratégias a seguir para a manter como uma bebida de sucesso. "Luxo" talvez tenha sido a palavra mais repetida durante os seminários que juntaram enólogos e especialistas em marketing nacionais e internacionais. Enquanto os portugueses debatiam formas de fazer penetrar o produto em mercados superiores, James Suckling, um dos mais aclamados críticos de vinho da actualidade, garante que o vinho do Porto já tem o seu papel bem assumido. "O vinho do Porto já é um produto de luxo, mais não seja pela sua história e pela forma como é servido." O enólogo lembra que esta é uma bebida para ser servida depois da refeição, com tempo, num ambiente relaxado. "E hoje em dia, não há luxo maior que o tempo", lembra.

**VENDAS** Embora o seu posicionamento seja de luxo, é contra esse elitismo que

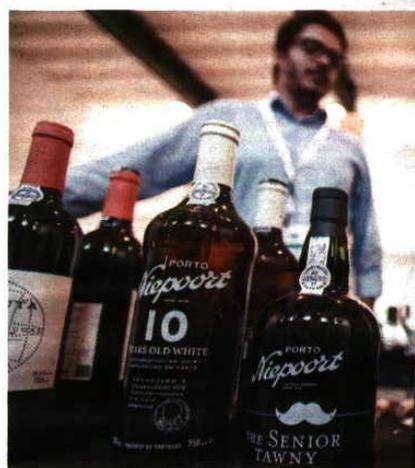
lutam os enólogos portugueses. João Mesquita, representante da Ramos Pinto, admite que gostava de ver o vinho do Porto a ser bebido a todas as ocasiões. "Quando servido à temperatura certa e com os acompanhamentos perfeitos, é uma bebida de todas as horas", refere.

À semelhança de grande parte das produtoras portuguesas, também parte do negócio da Ramos Pinto se faz lá fora. Neste caso específico falamos de 50% das vendas feitas para mercado internacional, mas se alargarmos o panorama a toda a produção nacional, essa percentagem sobe para cerca de 85%. Isto porque, apesar de a produção ser portuguesa, Portugal surge em segundo lugar em termos de comercialização, lugar conquistado este ano, depois de alguns passados no terceiro lugar do pódio.

A França assume cerca de 26% do mercado global, ficando Portugal com 15,1%. Embora os números deixem os enólogos satisfeitos, todos acabam por admitir que são valores influenciados pelos turistas de visita à cidade e que não resistem a levar uma garrafa de recordação. "A tradição em Portugal é que seja um vinho para oferecer ou para beber apenas em ocasiões especiais, e isso limita a sua comercialização", lembra Manuel de Novaes Cabral. A frente do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP) desde 2011, garante que assumiu como missão trazer o vinho de volta aos portugueses. "Os portugueses conhecem mal o vinho do Porto e, infelizmente, estas formas de estar não se mudam de um dia para o outro, é um trabalho contínuo", admite.

Mesmo perante um caminho que vai obrigar a um derrube de tradições, os números não deixam de ser animadores: em 2014, as vendas de vinho do Porto atingiram os 364 milhões de euros e as expectativas para este ano são de que este número atinja os 367 milhões.

**PROVAR** Complexo, persistente, elegante, vibrante. Estas são algumas das palavras mais repetidas ao longo do dia para caracterizar as dezenas de vinhos que nos vão passando à frente. Para aprender a escolher a acertada e conseguir participar nas conversas de corredor, abrimos a porta da masterclass sobre vinhos da década de 70. Bento Amaral, o enólogo de serviço, lembra que foram anos quentes não só em termos políticos, mas também de temperatura, o que



No ano passado, as vendas de vinho do Porto atingiram os 364 milhões de euros

Apesar das vantagens do comércio internacional, os enólogos querem aumentar o interesse dos portugueses pela bebida

- 01 Na masterclass conduzida por Bento Amaral, passaram pelo palato dos presentes 15 vinhos da década de 70, uma das mais ricas em termos de produção
- 02 O vinho do Porto foi o protagonista dos restaurantes e bares da Invicta, que prepararam cocktails e pratos tendo sempre a bebida como referência
- 03 O Vinho do Porto é tradicionalmente uma bebida que se compra para oferecer ou para beber em ocasiões especiais. Os enólogos querem mudar essa tendência e transformá-lo numa bebida de todas as horas



**Manuel Novaes Cabral**  
**Presidente do Instituto dos**  
**Vinhos do Douro e Porto**

**“Queremos fazer do vinho do Porto uma bebida de todas as horas”**



**Os portugueses estão afastados do vinho do Porto?** É um vinho destinado à exportação, exporta cerca de 85% da sua comercialização. A tradição em Portugal é que seja um vinho para oferecer ou para beber apenas em ocasiões especiais. Os portugueses conhecem mal o vinho do Porto e esta forma de estar não se muda de um dia para o outro, são coisas geracionais.

**O que se pode fazer para mudar essa realidade?** Ensinar, ensinar, ensinar – isto porque acredito que o gosto se educa, mas não se impõe. Queremos passar a ideia de que o vinho do Porto não é uma bebida com a qual tenha de se fazer cerimónia, é uma bebida de todas as horas.

**Entre as gerações mais novas, é uma bebida que tem sido ultrapassada por outras?** Não foi ultrapassada porque nunca penetrou. Têm de ser encontradas novas formas de consumo para chegar às novas gerações.

**O turismo tem sido um contributo para o aumento das vendas em Portugal?** Claro que sim. O mercado nacional tem crescido devido a um interesse dos portugueses pela bebida, mas principalmente devido ao turismo.

**O vinho do Porto já é considerado um produto de luxo?** Mais de 40% da comercialização é de categorias especiais, posicionando-as no mercado de luxo. Têm sido lançadas gamas especiais vendidas com cuidado, em circuitos próprios e que estão a fazer o posicionamento do vinho do Porto neste segmento de luxo.

deu origem a vinhos de topo. Começa-se por um Sandeman de 1970, passa-se por um Dalva, um Ferreira ou um Graham's. A cabeça levanta-se quando ouvimos falar em garrafas que atingem os mais de 200 euros e os olhos inexperientes arregalam-se quando, ao segundo copo, percebemos a finalidade do recipiente preto colocado à frente de cada um. Uma prova de 15 vinhos só termina sem taxas de alcoolemia elevadas com a técnica de saborear e deitar fora o excesso.

Com notas tiradas num bloco, sentimos a segurança suficiente para enfrentar um jantar de especialistas num dos

restaurantes que, por aderirem à iniciativa, preparam um menu em que o vinho do Porto é figura principal, do couvert à sobremesa. Quando os olhos se desviam da ementa de foie gras em redução de Burmester Branco, rodvalho em molho de vinho branco e filet mignon e redução de touriga nacional, é fácil reparar que o tema da conversa dificilmente se desvia, nem mesmo em dia de rescaldo de um debate político e vésperas de uma goleada do Benfica.

Por cima de uma mesa quadrada trocam-se datas de colheitas, escolhem-se os nomes das melhores, fala-se de números e saboreia-se o vinho com mexeres

de boca ruidosos.

Se conseguimos evitar que os talheres tocassem nos acompanhamentos vínicos e recusámos as provas durante um dia inteiro, aqui não há escapatória possível, mais não seja por estarmos num altíssimo 18.º andar. Isto tudo para confessar que, por estes lados, o vinho do Porto está longe do top de preferências. Mesmo assim, decidimos aproveitar o brinde geral para abrir horizontes e provar o que de melhor o Douro produz. Erguemos o braço, participamos no tilintar de copos, passamos os lábios pela bebida e esperamos pela celebração do dia da cerveja artesanal.



14-09-2015

Tiragem: 16000

País: Portugal

Period.: Diária

Âmbito: Informação Geral

Pág: 1

Cores: Cor

Área: 4,88 x 3,88 cm<sup>2</sup>

Corte: 3 de 3



**Vinho do Porto.**  
**Feito no Douro,**  
**explicado**  
**no Porto,**  
**apreciado lá fora**

// PÁGS. 18-19