


Tema: <b>Sector Vitivinícola</b>					Âmbito: <b>Nacional</b>	Tiragem: <b>17800</b>
Título: <b>Homens preferm Vinho do Douro</b>					Temática: <b>Masculinas</b>	
2006/08/05	<b>HOMEM MAGAZINE – PRINCIPAL</b>	Pág.51	Imagem: 1/1		Periodicidade: <b>Mensal</b>	Inv.: <b>925.00</b>

## Homens preferem Vinho do Douro

Um estudo levado a cabo pelo Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP) e pelo Instituto para o Desenvolvimento e Investigação em Marketing, tendo em vista encontrar o Perfil do Consumidor Português do Vinho do Douro, revelou que a maioria dos compradores de Vinho do Douro são do sexo masculino e com uma idade compreendida entre os 35 e os 49 anos. Este estudo teve por objectivo conhecer melhor os consumidores portugueses e ir ao encontro das respectivas preferências. Entrevistaram-se cerca de 1.500 pessoas em supermercados e hipermercados do Grande Porto e da Grande Lisboa e a maioria referiu a região do Douro quando lhe foi pedido que identificasse uma região produtora de vinho, sendo esta notoriedade mais

significativa no Porto. Todavia, ficou claro que há "um grande desconhecimento do consumidor acerca das marcas de vinho do Douro, assim como dos termos associados aos vinhos de qualidade". Um outro dado importante revelado foi que os mais jovens – entre 25 a 34 anos – "não têm o hábito de comprar nem consumir Vinho do Douro". Neste estudo é visível a existência de uma relação directa entre a compra e o consumo e verifica-se que a maioria dos inquiridos compra Vinho do Douro para oferecer. Em relação à preferência dos vinhos, o Douro está em 1º lugar, no Grande Porto, enquanto que em Lisboa, é o Alentejo, o preferido. Contudo, o 2º lugar do Douro, nos gostos dos lisboetas, é muito forte dado que só 7% o distanciam do pódio das escolhas na capital. Os factores de compra de



Vinho do Douro são sobretudo a Denominação de Origem Controlada e o preço. Os portugueses estão dispostos a despende entre 3 a 6 Euros para consumo em casa e entre 6 a 10 Euros no restaurante. O local preferido para o adquirir é o supermercado, por estar associado ao preço mais acessível e a uma maior proximidade de casa. Este estudo é elaborado de dois em dois anos, intercalando com o estudo do Vinho do Porto, que será apresentado em inícios de 2007.