


Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 22077
Título: Cortiça e vinho fazem promoção conjunta na Alemanha					Temática: Gestão/Economia/Negócios	GRP: 1.9
2006/09/19	DIARIO ECONOMICO – PRINCIPAL	Pág.16	Imagem: 1/1		Periodicidade: Diária	Inv.: 1020.00

COLUNA DO SECTOR CORTICEIRO

Cortiça e vinhos fazem promoção conjunta na Alemanha

Apcor participa nas provas de vinho portuguesas que decorrem até quinta-feira em Berlim, Colónia e Wiesbaden.

A cortiça e o vinho vão, mais uma vez, dar as mãos para a promoção destes dois produtos de excelência. Desta vez será na Alemanha. A Associação Portuguesa de Cortiça (Apcor), em parceria com a ViniPortugal, irá participar numa acção de promoção das Grandes Provas de Vinhos Portugueses que irá decorrer em três cidades alemãs: Berlim, Colónia e Wiesbaden. As provas que se iniciam hoje e terminam no dia 21 contarão com a presença de mais de 30 produtores e empresas de vinho portuguesas, estando prevista uma afluência de mais de 150 participantes em cada prova.

A campanha será a rampa de lançamento para um conjunto mais vasto de acções para combater a crescente ameaça dos vedantes sintéticos na Alemanha.

As provas são sempre antecedidas de uma prova comentada de vinhos, conduzida por especialistas (Hendrik Thoma -Berlim, Peer Holm - Colónia, Kristine Bäder e Katja Börner-Wiesbaden), onde os jornalistas e membros do trade poderão ficar a saber mais sobre as particularidades do vinho português.

A Apcor, à semelhança de outras iniciativas, marcará a sua presença com o Cork Information Bureau, um local onde disponibilizará informação sobre cortiça a todos os interessados. Desde suportes destinados especificamente à indústria vinícola, como é o caso do Kit Técnico sobre Rolhas de Cortiça ou o Drop Stop (apanha gotas), até informação sobre as actividades da associação (Booklet) serão alguns dos

materiais facultados.

Esta é uma das acções que a Apcor e o Icep Portugal, no âmbito da Campanha Internacional da Cortiça, estão a promover na Alemanha para a promoção da rolha de cortiça, cuja mensagem está centrada na qualidade e nas vantagens de utilização deste tipo de vedante.

A campanha é dirigida aos retalhistas alemães e especialistas de vinhos e conta com outras acções já em desenvolvimento das quais se destacam: uma acção de promoção e sensibilização junto de grupos de clientes especiais (como por exemplo junto de cerca de 200 Retalhistas Certificados de Vinhos Portugueses), através da distribuição de um kit com informação sobre cortiça e de alguns materiais promocionais que estes podem colocar nas suas lojas, nomeadamente posteres e gravatas para identificar as garrafas vedadas com cortiça. Associada a esta acção foi publicado um anúncio em dois importantes meios de comunicação a incentivar o trade a aderir à acção promocional e serão, ainda, trazidos a Portugal um retalhista e um consumidor vencedores de um concurso que visa premiar os aderentes à iniciativa.

Estas actividades serão a rampa de lançamento para um conjunto de acções que estão a ser planeadas para combater a crescente ameaça dos vedantes sintéticos na Alemanha, onde se tenta também introduzir um vedante de vidro, e que fazem parte de uma Campanha Internacional da Cortiça III. Esta terceira fase terá início no próximo ano, encontrando-se, neste momento, em fase de avaliação pelas entidades competentes. Regista-se que a defesa da cortiça neste mercado e no velho mundo vinícola é cada vez mais premente, pois apesar da tradição e provas dadas pela cortiça, a Europa vinhateira está a testar a moda trazida do novo mundo vinícola na utilização de vedantes alternativos à cortiça. ■