


Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 16332
Título: ViniPortugal com orçamento de 6,7 milhões para ano de 2007					Temática: Gestão/Economia/Negócios	GRP: 1.4
2006/12/11	JORNAL DE NEGOCIOS – PRINCIPAL	Pág.7	Imagem: 1/1		Periodicidade: Diária	Inv.: 1000.00

VINHOS

ViniPortugal com orçamento de 6,7 milhões para ano de 2007

Isabel Aveiro ia@mediafin.pt

A ViniPortugal – Associação Interprofissional para a Promoção do Vinho vai disponibilizar de um orçamento de 6,7 milhões de euros para a sua actividade durante o ano de 2007. O valor, “ligeiramente mais baixo” que a verba referente ao corrente exercício, será financiado em 3,5 milhões de euros pela parceria entre a ViniPortugal e o Icep e em 3,2 milhões de euros pelo PRIME, no âmbito do projecto para o sector agro-alimentar (vinhos), de acordo com os dados fornecidos por Dora Simões, directora-geral da ViniPortugal.

A entidade interprofissional, que na passada quinta-feira aprovou o seu plano de actividade para 2007 e renovou a parceria com o Icep para o biénio 2007/2008, vai afectar, no total, uma verba de 800 mil euros para a promoção no mercado nacional. Portugal continua a ser o maior consumidor de vinhos nacionais, e embora esteja numa situação “estável” da procura, há tendências internacionais a explorar. Nomeadamente a vertente do “consumo moderado” de vinhos



Vinho | O mercado nacional recebe verba de 800 mil euros.

de qualidade a copo, que a ViniPortugal quer incentivar.

Da verba orçamentada pela associação, de 4,6 milhões de euros, para investimento promocional perto de 3,8 milhões de euros serão para os mercados internacionais. O plano de actividade que a ViniPortugal apresentou no Fórum Anual do Sector do Vinho, realizado em Santarém na passada semana, contempla o apoio à participação de representantes (produtores e distribuidores) portugueses em feiras a acontecer no Reino Unido, Alemanha, Brasil e França; à reali-

zação de provas de vinhos nacionais, para as quais a ViniPortugal tem atraído “dezenas e dezenas de agentes económicos”; à organização de “workshops” com vista à formação dos intervenientes portugueses; e a compilação, análise e fornecimento de dados de mercado aos operadores nacionais, a fim de prepará-los para as suas investidas externas.

RU e EUA crescem 5%

A maioria do investimento promocional previsto será destinado aos mercados que o relatório Porter definiu há

muito como “prioritários” para o vinho português: o Reino Unido e os EUA. De acordo com Dora Simões, aos 2,8 milhões de euros do orçamento da ViniPortugal para aqueles dois países irá somar-se uma verba de cerca de 1,2 milhões de euros financiados via parceria com o Icep, o que totaliza cerca de quatro milhões de euros.

O investimento que a ViniPortugal e o Icep estão a realizar naqueles mercados está, aliás, a ter retorno. No primeiro semestre, o valor das importações de vinho português para os EUA e para o Reino Unido aumentou na casa dos 5%, o que ascende a oito milhões e nove milhões de euros para cada um, respectivamente. Os valores não incluem os vinhos do Porto e Madeira, que não são promovidos pela ViniPortugal, refere. Anualmente, adianta Dora Simões, o valor médio das importações de vinho português para aqueles dois mercados ascende a 26 milhões de euros.

Para a Alemanha, a verba orçamentada para a promoção é de 600 mil euros e para os países nórdicos outros 400 mil euros.