

Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 21282
Título: Europa e EUA vão conhecer vinho português					Temática: Gestão/Economia/Negócios	GRP: 1.9
2006/12/11	DIARIO ECONOMICO – PRINCIPAL	Pág.50	Imagem: 1/1		Periodicidade: Diária	Inv.: 1530.00

A MAIOR FATIA do investimento vai para os EUA, Reino Unido e Alemanha

Europa e EUA vão conhecer vinho português



Paula Nunes

Dora Simões, da ViniPortugal, quer chegar ao segmento jovem.

ViniPortugal expande actividade para países asiáticos

Desde o início deste ano que a ViniPortugal expandiu a sua actividade para os países asiáticos. “Há sinais positivos nos países onde estão a ser feitos os investimentos, como é o caso de Hong Kong, Macau e Xangai”, refere Dora Simões, sublinhando que as acções promocionais neste mercado serão continuadas em 2007. Segundo a responsável, o Brasil é também um dos países em grande crescimento. De acordo com os dados mais recentes do World Trade Atlas, o valor das importações de vinhos portugueses para o Reino Unido e EUA aumentaram em 5%, nos primeiros seis meses deste ano. Chegar aos mil milhões de euros de facturação nos EUA e Reino Unido até 2010 continua a ser o objectivo do sector.

Catarina Frazão
 cfrazao@economicasgps.com

Reforçar e alargar a promoção dos nossos vinhos, dentro e fora do país, dando uma maior dinâmica ao sector é o objectivo da Associação interprofissional para a promoção dos vinhos portugueses (ViniPortugal), que conta, para o próximo ano, com um investimento de 4,6 milhões de euros. Estados Unidos, Reino Unido, Alemanha e países nórdicos são as apostas da ViniPortugal, que faz 10 anos em 2007.

No âmbito do Fórum Anual do Sector do Vinho, que se realizou em Portugal na passada quinta-feira, a ViniPortugal juntamente com o ICEP apresentaram o plano de actividades para o próximo ano, bem como o orçamento da Associação para promoção dos vinhos portugueses. Os Estados Unidos vão contar com a maior fatia do investimento, 1,8 milhões de euros, seguido do Reino Unido com um milhão de euros e Alemanha com 600 mil euros. Para estes países, a ViniPortugal tem já planeado o lançamento de uma campanha de publicidade, bem como acções promocionais no retalho, distribuição de material promocional e acções de relações públicas, como visita de jornalistas e líderes de opinião, artigos e edições especiais sobre Portugal. O lançamento de dois livros sobre vinhos portugueses será outra das actividades promocionais prevista para 2007.

“Todas as promoções são genéricas e nunca destinadas apenas a uma marca de vinho”, afirma Dora Simões, directora-geral da ViniPortugal, acrescentando que “o mercado está cada vez mais competitivo. É preciso investir na promoção dos vinhos

portugueses”.

Assim, nos países nórdicos, como a Noruega, Suécia, Dinamarca e Finlândia, além do material de divulgação, a ViniPortugal vai organizar uma reunião com os monopólios de sensibilização para os vinhos portugueses, bem como visitas a Portugal. As provas temáticas em ‘wine clubs’ na Suécia e o lançamento de um livro sobre vinhos portugueses escrito pelo especialista sueco Hakan Nilsson serão outras das acções da ViniPortugal. Em Portugal, o consumo do vinho tem vindo a decrescer. “É preciso captar novos consumidores, essencialmente do segmento jovem”, refere Dora Simões, acrescentando

“O mercado está cada vez mais competitivo. É preciso investir na promoção dos vinhos portugueses”.

que “o trabalho de promoção em Portugal é muito diferente do que se faz lá fora. Aqui é necessário comunicar para fazer frente a outras bebidas, como a cerveja e a água”. Desta forma, a Associação vai investir 800 mil euros cá dentro. O destaque vai para o enoturismo e para a venda de vinho a copo que, segundo a responsável, são as duas próximas apostas do sector em Portugal. A ViniPortugal vai ainda criar uma nova identidade a propósito dos 10 anos da Associação e dinamizar o ‘site’.