



Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 16332
Título: Porto promove origens com outras regiões					Temática: Gestão/Economia/Negócios	GRP: 1.4
2006/12/14	JORNAL DE NEGOCIOS – PRINCIPAL	Pág.2	Imagem: 1/2		Periodicidade: Diaría	Inv.: 984.38

VINHO

**Porto promove origens
com outras regiões**

O sector do vinho do Porto pretende liderar um plano de promoção das “Denominações de Origem de Prestígio”. O projecto irá procurar apoios comunitários. **Pág. 6**

Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 16332
Título: Porto promove origens com outras regiões					Temática: Gestão/Economia/Negócios	GRP: 1.4
2006/12/14	JORNAL DE NEGOCIOS – PRINCIPAL	Pág.6	Imagem: 2/2		Periodicidade: Diária	Inv.: n.a.

VINHO

Porto une-se a outras regiões para promover “wine origin”

Plano de sensibilização em vários países, incluindo China

Isabel Cristina Costa
iccosta@mediafin.pt

O sector do vinho do Porto pretende liderar um plano de promoção das “Denominações de Origem de Prestígio” ao qual se juntará o Champagne, Jerez, Bordéus, Madeira, Marsala (Itália) e, eventualmente, Tokay (Hungria). Sob a chancela da Associação das Empresas de Vinho do Porto (AEVP) e do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP), o projecto, que irá procurar apoios comunitários, poderá avançar no início de 2007.

“Há que defender interesses comuns e deveria ser o vinho do Porto a liderar este projecto que queremos implantar nos Estados Unidos, Austrália e até na China, para combater o ‘port’ chinês”, frisou George Sandeman, presidente da AEVP, ontem, em Vila Nova de Gaia, na sede da associação, onde fez um balanço do ano 2006.

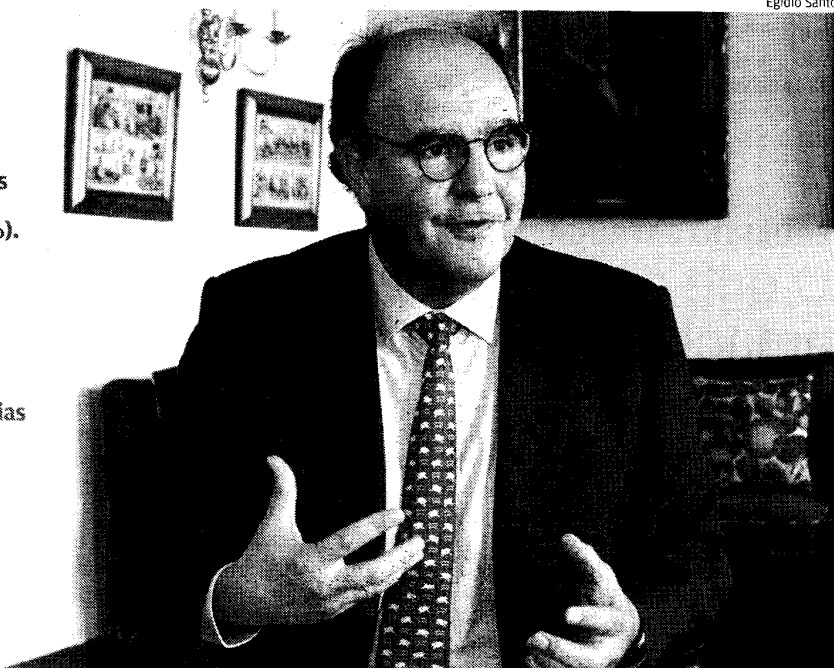
Além disso, será defendida junto da Comissão Europeia a renovação do “Wine Origin” por mais dois anos (2007-2008). O “Wine Origin” juntou Porto, Champagne e Jerez num plano de promoção exclusivo aos Estados Unidos em nome das denominações de origem. O investimento total foi de quatro milhões de euros, sendo 50% do montante financiado pela UE. No caso do vinho do Porto, tratou-se de combater os “ports” da Califórnia, Texas e Virgínia vendidos ao mesmo

298
Milhões €

Vendas de Porto nos primeiros 10 meses do ano (menos 1,5%).

105
Milhões €

Vendas das categorias especiais, que cresceram 1,9%.



Egídio Santos

George Sandeman | “O projecto Denominações de Origem de Prestígio está a ser construído com a ajuda do IVDP.”

preço que o original (15 dólares). “O projecto está a funcionar bem, conseguimos diferenciar o produto, a maioria dos consumidores exige a origem portuguesa”, adiantou.

Outro tema caro ao sector é o há muito reclamado “Plano Estratégico do vinho do Porto”, alvo de um concurso público lançado pelo IVDP e com um custo de cerca de 400 mil euros. “O júri, que é formado por representantes do comércio e da produção, já deu um parecer, o

nosso vencedor é nacional e não foi a proposta mais barata, agora cabe ao IVDP a decisão final, o que deverá acontecer dentro de dias”, respondeu George Sandeman.

Em matéria de diagnóstico do sector, a directora da AEVP, Isabel Marrana, referiu que em Novembro o sector tem quatro mercados positivos: Portugal, EUA, Alemanha e Inglaterra. Para melhorar os resultados, a mesma responsável atirou: “Falta-nos promoção para crescer

nos segmentos que interessam”.

Considerados os números dos primeiros dez meses do ano (até Outubro), o sector registou uma quebra de 2,1% em volume e de 1,5% em valor. Mas as categorias especiais tiveram uma subida de 2,3% em volume e de 1,9% em valor. Até Outubro, apenas cresceu nos EUA e na Alemanha (em volume e em valor). Em Portugal teve um ligeiro decréscimo em volume, mas um aumento na valorização do produto.