

■ DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

Vinho do Porto defende nome no mercado norte-americano

O vinho do Porto está a ser objecto de uma campanha de defesa da denominação de origem junto dos consumidores norte-americanos. A acção é conjunta com o champagne francês e o xerez espanhol e prevê um investimento de 2,6 milhões de euros num período de três anos, com apoio da Comissão Europeia. Entre as acções previstas conta-se a criação de Center for Wine Origins, que deverá estar funcional em Setembro, e iniciativas concretas em várias cidades norte-americanas como Nova Iorque, S. Francisco, Los Angeles, Chicago, Miami e Washington.