

Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 52413
Título: Vinhos portugueses promovidos a custo zero					Temática: Generalista	GRP: 3.4
2006/06/28	DIÁRIO DE NOTÍCIAS – ECONOMIA	Pág. 23	Imagem: 1/1		Periodicidade: Diária	Inv.: 3971.00

[COMO MARCAR PRESENÇA NUM ESPAÇO NOBRE

Vinhos portugueses promovidos a custo zero

As marcas nacionais de vinho são diariamente publicitadas na sala Ogival, no Terreiro do Paço. A maior parte dos visitantes são turistas que, após a prova, compram os produtos em exposição. Os vinhos presentes são trocados de três em três semanas, dando a oportunidade a muitos produtores de marcar presença no espaço. Além disso, podem desenvolver acções de *marketing*

Ⓜ Cátia Almeida

Todas as marcas gostariam certamente de ter um bom local, aberto ao público, onde pudessem desenvolver acções de *marketing* a custo zero. Ficção? No sector dos vinhos é pura realidade. Os produtores dispõem de uma “casa dos vinhos de Portugal”, no Terreiro do Paço, visitada diariamente por turistas e todos os que se interessam por vinhos.

Trata-se da sala Ogival, gerida pela Vini Portugal, que apresenta uma exposição permanente sobre os vinhos nacionais, “envolvendo todos os sentidos”. O visitante é convidado a “embarcar numa viagem” e a sentir o produto de diversas formas.

Aberto a todas marcas, o espaço proporciona aos pequenos (e grandes) produtores dar a conhecer o seu vinho, existindo um local para provas e vendas. De três em três semanas, as marcas presentes naquele local são renovadas, de modo a que todas as zonas do País possam estar expostas ao longo do ano.

“Temos sempre três comissões vitivinícolas regionais (CVR) em exposição e provas. As marcas são escolhidas pelas próprias CVR mediante os pedidos dos produtores”, afirmou ao DN Vasco d’Avillez, presidente da Vini Portugal, associação que representa os vinhos portugueses, à excepção dos do Porto e Madeira, que não são associados.

Além dos vinhos, “também os vinhos e azeites nacionais marcam



Oferta | A sala Ogival apresenta uma exposição permanente sobre os vinhos nacionais, dispondo de um espaço para provas

presença num local próprio. Actualmente são vendidas cerca de 200 garrafas por mês, sobretudo a estrangeiros, mas à medida que o espaço se tornar mais conhecido este número tem potencial de aumentar. “A sala Ogival ainda não vem referenciada nos guias turísticos, mas estamos a trabalhar com o Turismo de Lisboa nesse sentido”, frisou Vasco d’Avillez.

Para o responsável da Vini Portugal, o espaço está a ser subaproveitado pelos produtores, que ainda

promovem poucas iniciativas. Por ano, têm lugar na sala Ogival cerca de 24 acções de *marketing*.

Vasco d’Avillez reconhece que as marcas nacionais investem pouco em *marketing*, uma vez que têm de suportar muitos custos noutras áreas, como a reestruturação das vinhas.

Os custos de manutenção do espaço, aberto de terça a sábado, é suportado pela Vini Portugal, embora a associação não pague qualquer renda ao Estado.

Aberta desde 2004, a sala Ogival deverá ser visitada este ano por 10 mil pessoas, mais do dobro das entradas no ano de inauguração (4000). Ainda assim, a localização e a concepção do espaço poderão, de futuro, atrair mais visitantes.

A Vini Portugal está a preparar a abertura de outra “casa do vinho” no Algarve, em Lagoa, cedida pelo Instituto do Vinho e da Vinha. A associação está ainda a estudar a abertura de um espaço no Norte do País, mas ainda não tem um local definido. ■