

Tema: <b>Sector Vitivinícola</b>					Âmbito: <b>Nacional</b>		
Título: <b>Prémio para a melhor composição sobre cortiça e vinho</b>					Temática: <b>Gestão/Economia/Negócios</b>		GRP: <b>1.9</b>
2006/10/03	<b>DIARIO ECONOMICO – PRINCIPAL</b>		Pág.22		Imagem: 1/1		Periodicidade: <b>Diária</b>

**COLUNA DO SECTOR CORTICEIRO**


## Prémio para a melhor composição sobre cortiça e vinho

**Originalidade, criatividade e visão pessoal sobre a sua relação com a rolha de cortiça, é o que se pede na iniciativa 'My favourite moment with Real Cork', lançada nos EUA.**

"My favourite moment with Real Cork" é o título do concurso lançado pela Associação Portuguesa de Cortiça (Apcor) nos Estados Unidos e que visa premiar a melhor composição que descreva o melhor momento/experiência que o consumidor teve com um vinho vedado com cortiça.

A iniciativa teve início com a publicação de um anúncio em várias revistas apelando à participação no concurso. As respostas foram já todas recepcionadas e uma equipa composta por elementos da Apcor e da agência de comunicação nos EUA, que concebeu o concurso, irão avaliar e apreciar as mesmas, tendo em conta os seguintes critérios: relação com a ro-

*O concurso é uma iniciativa da Campanha Internacional da Cortiça (CIC), desenvolvida pela Apcor em parceria com o Icep Portugal.*

lha de cortiça (40 por cento), originalidade (20 por cento), visão pessoal (20 por cento), criatividade (10 por cento) e estrutura coerente (10 por cento). O vencedor deste concurso ganhará um prémio de mil Dólares em vinho, sendo que o segundo e terceiro classificado receberão 500 e 250 dólares.

As histórias, essencialmente escritas por mulheres, relatam momentos passados em restaurantes ou em jantares de família, onde se abre uma garrafa especial de um vinho antigo e que está vedado com rolha de cortiça. O momento de abertura da garrafa é descrito como um ritual único, envolto de glamour e sofisticação que termina com o "pop" da rolha. Para alguns a rolha de cortiça passa a ser, também, o símbolo de um momento inesquecível, como se guardasse um segredo de um momento e eternizasse a lembrança de uma história de amor que é descrita assim:

"Estava um dia límpido no ano de 1965. O amor da minha vida disse-me para estar pronta às sete da tarde, para vestir algo que me fizesse sentir como se eu fosse a dona de Nova Iorque e que esperasse no hall do meu edifício. De repente, um motorista vestido à antiga encostou um Rolls Royce, Bill abriu a porta traseira e convidou-me a entrar para festejar a primeira parte do meu aniversário. Enquanto subíamos a Park Avenue até à Leopard, eu mal podia respirar, mas quando ouvi a música da Aretha Franklin tive de me render e cantar. Eu nunca tinha visto um lugar assim - expecto nos filmes - e nunca me senti tão gloriosa. Quando o garçon trouxe a garrafa de vinho pré-comprada para a mesa e iniciou o ritual mágico da abertura da garrafa - o qual eu também só tinha visto nos filmes - quase desmaiei. Bill examinou a rolha de cortiça, aproximou-a do nariz, pôs-a e provou o vinho. Estava um verdadeiro néctar dos Deuses. Eu bebi o meu primeiro copo de vinho. Tinha 21 anos. O homem foi embora, mas a cortiça ficou guardada entre os meus tesouros durante 40 anos."

Esta é apenas uma das muitas histórias recebidas que demonstram que a rolha de cortiça continua a fazer parte do ritual vínico dos consumidores que prezam bebidas e momentos de qualidade.

O concurso é mais uma das iniciativas da Campanha Internacional da Cortiça (CIC) que está a ser desenvolvida pela Apcor em parceria com o Icep Portugal e que visa a promoção da rolha de cortiça nos mercados externos, respondendo directamente às ameaças que estão a ser colocadas pelos vedantes sintéticos e pelas cápsulas de rosca.

Para além dos EUA, os mercados prioritários da segunda fase da CIC são o Reino Unido e a Austrália, tendo, ainda, como segundo nível a actuação na França e Alemanha, atingindo dois públicos distintos: consumidor final e trade vitivinícola. ■

info@apcor.pt