

| | | | | | | |
|---|-----------------------------------|--------|-------------|--|---|-----------------------|
| Tema: Sector Vitivinícola | | | | | Âmbito: Nacional | Tiragem: 21680 |
| Título: Douro Boys juntos para conquistar mercados | | | | | Temática: Gestão/Economia/Negócios | |
| 2006/10/06 | VIDA ECONOMICA – PRINCIPAL | Pág.26 | Imagem: 1/1 | | Periodicidade: Semanal | Inv.: 1031.00 |

«Douro Boys» juntos para conquistar mercados



Chamam-se a si mesmo «Douro Boys», ou rapazes do Douro, e apresentam-se como a nova vaga de produtores da região, uma geração descendente de outros grandes produtores e enólogos do Douro. Pela terceira vez este conjunto de cinco produtores da região (Quinta do Vallado, Quinta do Crasto, Quina do Vale D. Maria, Quinta do Vale Meão e Niepoort Vinhos) juntou-se para apresentarem à imprensa nacional e estrangeira os seus novos vinhos.

Este grupo, unido pela amizade, juntou-se para partilhar experiências mas, sobretudo, para conjugarem esforços na promoção, especialmente, nos mercados externos, dos seus vinhos, assente numa imagem de inovação e irreverência que a idade destes «boys» propicia.

Querendo ser uma vaga de modernidade, os Douro Boys são apresentados, sobretudo

pela imprensa internacional, como os líderes de uma renovação serena na enologia duriense, com ênfase dado nos tintos de mesa, mas também com alguns exemplos de nota nos brancos.

Exemplo fornecido pela vitalidade comercial e estratégia para os mercados externos dos Douro Boys é a Quinta do Vallado, que recentemente celebrou um acordo com o Chelsea F.C, clube londrino do multimilionário russo Abramovich, para a compra de 20 mil euros em vinhos desta casa. O clube treinado pelo português José Mourinho vai comprar, a partir de Setembro e durante um ano, 40 caixas de vinho tinto e outras 40 de branco à Quinta do Vallado.

Segundo o responsável pela gestão agrícola e administrativa da empresa, Francisco Ferreira, o negócio foi ganho em concurso com outros vinhos do mundo através do agente

da empresa em Inglaterra. A empresa tem participado em outros concursos mas, mais do que a receita, Francisco Ferreira valoriza a projecção internacional que os seus vinhos ganham, pois “quem vai beber o nosso vinho são pessoas de classe média/alta com grande capacidade económica”. Com a presença cimentada em mercados tradicionais dos vinhos portuguesas, a Quinta do Vallado tem apostado em outros países, sobretudo no Norte e Leste Europeu, como a Finlândia, a Polónia ou a Lituânia. Aliás, o mercado internacional representa já quase 50% da facturação total da Quinta do Vallado, que, em 2005, alcançou os 1,2 milhões de euros. Também a vertente de enoturismo e provas de vinhos tem crescido, com a procura de visitantes nacionais e estrangeiros.

MARC BARROS