


Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 57037
Título: Uma feira de vinhos para todas as bolsas					Temática: Generalista	GRP: 2.9
2006/10/12	DIARIO DE NOTICIAS – PRINCIPAL	Pág.31	Imagem: 1/1		Periodicidade: Diaria	Inv.: 3203.00

BOA VIDA

GRANDE DISTRIBUIÇÃO

Uma feira de vinhos para todas as bolsas

Associados às gamas mais baixas e às más condições de exposição e de serviço, os hipermercados parecem interessados em apostar também na qualidade, embora nunca se esqueçam dos preços. No Continente, marcas acima de cinco euros já detêm 24% das vendas

① Duarte Calvão

São três semanas que representam 17% das vendas de todo o ano. Em que os vinhos entre um e 2,5 euros representam 26% do que os clientes levam para casa, os entre 2,5 e os cinco, 40%, e os restantes 24% a estarem acima disso, numa percentagem que surpreende quem julga que as feiras de vinhos de hipermercados só atraem quem vai em busca das gamas mais baixas.

Quem fornece estes dados é Helena Martins, directora de Bebidas do Continente, cuja feira, que exigiu quatro meses de preparação, termina no próximo domingo, depois de ter apresentado 560 marcas de vinho. “Os clientes estão cada vez mais exigentes, quer com a qualidade quer com os preços, e temos que ter vinhos para todas as bolsas”, explica, acrescentando que são os segmentos de preço até 2,5 euros que mais têm crescido, inclusive os *bag-in-box*.

Mas é possível encontrar vinhos bons ou apenas razoáveis a esses pre-



Mercado | As três semanas da feira de vinhos do Continente representam 17% das vendas de todo o ano

ços? O prof. Virgílio Loureiro, um conceituado enólogo que tem sido consultor técnico do Continente nos últimos anos, garante que sim e aponta para as muitas novidades e exclusivos da feira, em que se desta-

cam os vinhos verdes, os alentejanos e os durienses.

Porém, isso não impede que se veja um número crescente de vinhos de gama alta nas prateleiras dos hiper, que, aliás, criaram zonas pró-

prias, climatizadas, para os acolher, e promovem acções de degustação (só nesta feira o Continente fez 70) e até “conselheiros” para as perguntas dos clientes. Ou seja, bom preço não implica ter mau serviço. |

Duarte Calvão