


Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Regional	Tiragem: 13655
Título: Instituto do Vinho do Porto aposta no Canadá					Temática: Classificados	
2006/10/27	DIARIO DE COIMBRA – CLASSIFICADOS	Pág.1	Imagem: 1/1		Periodicidade: Diária	Inv.: 906.00

Com o objectivo de alargar o mercado

Instituto do Vinho do Porto aposta no Canadá

O Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IDVP) quer alargar a outras províncias do Canadá, para além do Ontário e Quebec, a promoção dos vinhos portugueses

Jorge Monteiro, presidente do IDVP, falava em Montreal, onde decorre o VI Salão de Vinho do Porto e do Douro, frisou que o instituto está ciente que «há um outro Canadá, além do Quebec e do Ontário», e apontou a província de Alberta e Halifax (Nova Escócia) como regiões com potencial de consumo de vinhos portugueses.

O Salão de Vinho do Porto e do Douro é um certame anual promovido pelo IDVP em Toronto e Montreal, que inclui uma sessão destinada a profissionais e empresas provinciais monopolistas da venda de vinhos e a outra ao público em geral, que inclui uma prova de degustação. Este ano, em que se assinala o 250.º aniversário da região demarcada do Douro, o instituto realizou já esta mostra na segunda-feira em Toronto e outra ontem na cidade do Quebec.

Segundo os organizadores, seis produtores de vinho do Porto e da região demarcada do Douro deslocaram-se de Portugal para participar nestes salões, que contam ainda mais de cem marcas e

tipos de vinhos da região representados. Acerca do desempenho em 2005 dos vinhos portugueses no Canadá que sofreram um decréscimo nas vendas em volume e valor, o responsável admitiu ter existido «uma quebra de oito por cento das exportações do vinho do Porto para o Canadá no último ano».

O Canadá é o oitavo mercado de exportação do vinho do Douro em volume e o quinto em categorias especiais, referiu, dando a conhecer que a categoria líder é LBV- Late Bottled Vintage, que é particularmente bem recebida na província do Quebec.

«A descida das exportações verificada em 2005 não é dramática», salientou, justificando-a com vicissitudes do principal comprador canadiano, a empresa SAQ do Quebec que possui o monopólio da venda na província, que enfrentou um período de greve nos primeiros meses de 2005. O responsável do IDVP apontou, por outro lado, que as exportações dos vinhos de mesa do Douro para o Canadá têm crescido. Recusou, contudo, uma estratégia de penetração com base no preço em resposta à forte introdução de vinhos da América Latina e da Oceânia.

«O Douro não pode competir pelo preço, porque os custos de produção são muito elevados», considerou. «A nossa estratégia será de diferenciação, mantendo

as castas autóctenes, e pela excelência», revelou o dirigente do IDVP. Quanto às expectativas de recuperação do volume de exportações em 2006 no Canadá, Jorge Monteiro mostrou-se esperançado na retoma.

Presente na mostra de Montreal, Jorge Guimarães, da Sogrape, líder das vendas dos vinhos portugueses de mesa no Canadá (segmentos dos tintos, brancos e roses) defendeu que a produção nacional consegue competir com as estrangeiras no mercado canadiano, apesar da força que os vinhos argentinos e chilenos têm vindo a demonstrar. «Vamos introduzir em breve novos vinhos de várias regiões de Portugal no mercado no Quebec», anunciou Jorge Guimarães.

Para este gerente da Sogrape, o que encarece o vinho português no mercado canadiano são não apenas os fretes que têm de ser pagos e os custos dos intermediários e agentes, mas também a forte carga fiscal sobre os produtos. Como exemplo enunciou que «um vinho que em Portugal custa 2,5 dólares [1,7 euros], aqui [no Canadá] é colocado à venda por nove dólares [6,3 euros]».

Por sua vez, a política das empresas monopolistas de distribuição retalhista, como acontece no Quebec e no Ontário, pode constituir outro factor que dificulta a venda de vinhos, acrescentou. ●