

Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 22220
Título: Rolhas de cortiça com número crescente de adeptos					Temática: Gestão/Economia/Negócios	
2007/02/23	VIDA ECONOMICA – PRINCIPAL	Pág.14	Imagem: 1/1		Periodicidade: Semanal	Inv.: 229.00

Rolhas de cortiça com número crescente de adeptos

A rolha de cortiça é o vedante de eleição junto dos consumidores americanos e isto em todas as ocasiões. Esta é uma das principais conclusões de um estudo realizado junto de consumidores de vários países – Estados Unidos, França, Reino Unido e Austrália -, apresentado, em Sacramento, na América, e divulgado entre nós pela APCOR – Associação Portuguesa de Cortiça.

Se é verdade que o preço continua a surgir como o primeiro factor de escolha na compra de um vinho – estamos a falar de um produto que anda à volta dos oito dólares, seis euros -, a realidade mostra também que o vedan-

te vem logo a seguir, devendo este ser, claro está, de cortiça. Uma situação que melhora para os nossos empresários corticeiros quando subimos na escala dos vinhos. “Para os consumidores que compram, frequentemente, vinho acima dos 15 dólares, a rolha de cortiça passa a ser o factor mais importante na sua decisão de compra”, podemos ler no comunicado de imprensa enviado às redacções pela APCOR.

E as boas notícias continuam quando se sabe que os problemas de TCA (o composto químico que origina os maus sabores no vinho) diminuíram, nos últimos quatro anos, na ordem dos 80%.