



ID: 24991163

08-05-2009

Vinho do Porto quer conquistar elites internacionais e vai marcar presença nos festivais de cinema.

## Vinho do Porto vai estar presente nos festivais internacionais de cinema

O Vinho do Porto vai ser a bebida servida nos festivais internacionais de cinema. A garantia foi deixada, em exclusivo e primeira mão, à "Vida Económica" pelo presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, Luciano Vilhena Pereira. A mesma fonte assegura que a estratégia da entrada daquele vinho das elites internacionais vai trazer ainda mais surpresas do género e adiantou que as novas gerações são também uma aposta forte da marca para o Verão que agora se avizinha.

"Não é por eu gostar de vinho do Porto e por ter este cargo, mas é um facto que o Vinho do Porto é dos melhores, senão o melhor vinho do mundo a nível de qualidade e prestígio. E isso facilmente é constatado e verificado nos concursos internacionais", argumenta Luciano Vilhena Pereira. E é com base neste raciocínio que o mesmo responsável explica que o IVDP tem em marcha um plano de penetração da bebida em ambientes "mais elitistas, sociais, glamorosos e com poder de compra, isto a nível internacional". Para já,

só pode adiantar que a bebida vai estar presente com destaque nos festivais de cinema internacional, "mas as novidades não se ficam por aqui e dentro em breve, mal as parcerias estejam confirmadas, vamos tornar essa informação pública", acrescenta.

A nível nacional, o IVDP quer furar o mercado da juventude e chegar até aos bares e discotecas. Ciente da dificuldade que o mercado apresenta, fruto dos efeitos da globalização e da "forte pressão da promoção de determinado tipo de bebidas", Luciano Vilhena Pereira apresenta dois recentes produtos que têm imagem, sabor e estilo que se podem enquadrar naquele tipo de ambientes. "São dois produtos que se dirigem especificamente a grupos de gente mais jovens, com a vantagem de apresentam menor teor de álcool", explícita. Em causa está o Porto Onic, "uma bebida feita com vinho do Porto branco, água tónica, limão e hortelã, é uma bebida excelente e obviamente tem um teor alcoólico muito a baixo do whisky e dessas coisas todas". A outra novidade é a Caiipi Porto,



Luciano Vilhena Pereira, presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto.

que "vem, no fundo, substituir a caipirinha".

A pensar ainda nos jovens, mas especialmente no público-alvo feminino, o IVDP lançou, recentemente, o Porto Rosé. "Tem tido muito boa aceitação no mercado e esperemos que assim continue", afiança o responsável do instituto. Luciano Vilhena Pereira começa por destacar o facto de a cor (rosa) agradar às senhoras, assim como as características do

produto, e é importante piscar o olho "àquelas que são as grandes decisoras das compras para casa, e, principalmente, dos produtos comprados nos supermercados". O IVDP não pode, em pleno século XXI, esquecer a importância "que a mulher ocupa no mundo social, do trabalho, e dos próprios homens com quem lida diariamente".

MARTA ARAÚJO  
martaaraujo@vidaeconomica.pt