

# Restauração vai aprender a servir vinho do Porto

26 Janeiro 2012 | 20:08

António Larguesa - alarguesa@negocios.pt

Partilhar

15

Tweet

2

0

Gosto

17 pessoas gostam disto. Sê a primeira entre os teus amigos.

Imprimir | Enviar | Reportar Erros | Partilhar | Votar ★★★★★ | Total: 0 Votos

T- T+ Tamanho

**Instituto público investirá este ano 2,3 milhões de euros na promoção e internacionalização dos vinhos do Porto e do Douro, tentando contrariar a quebra no posicionamento comercial na última década. Os turistas têm de ser os melhores embaixadores da "experiência Porto", no regresso a casa.**

É com menos dinheiro – em 2010 o investimento tinha sido de 2,8 milhões e em 2011 de 2,7 milhões de euros –, mas com uma estratégia renovada e para três anos, que o Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP) tentará dar um novo ímpeto às vendas no ano que agora começa. A incorporação da valia do território – Douro Vinhateiro e Porto – e do reputado processo de certificação da denominação de origem no próprio valor do produto está na mira dos responsáveis públicos.



Presente em mais de uma centena de países, mas com grande predominância e estabilidade em cinco deles – França, Portugal, Holanda, Reino Unido e Bélgica, por esta ordem – a aposta será direccionada para os mercados tradicionais português, francês e britânico, e nos potenciais (Estados Unidos, Brasil, Canadá, Espanha) em que o consumo per capita está em fase ascendente. Depois surge também a China como um mercado emergente para o vinho do Porto, onde o IVDP pretende criar imagem e notoriedade para uma futura penetração mais forte.

Tendo completado o vinho do Porto uma década de quebra no seu posicionamento comercial, o IVDP, com nova presidência desde meados de Novembro, quer "apostar em novos consumidores, novos momentos de consumo e novas formas de promover o próprio vinho do Porto". As palavras são do recém-nomeado presidente, Manuel Cabral, que lembrou ao Negócios "a sorte de trabalhar com um território naturalmente

certificado através do esforço e do trabalho de muitas gerações – o Douro Vinhateiro, classificado pela UNESCO como património mundial".

Além das já habituais presenças em feiras e do trabalho próximo com as escolas de hotelaria francesas – um esforço que será alargado este ano também às escolas portuguesas – Cabral destacou a acção em que mais será gasto neste ano e que arrancará em breve: um "plano de formação e esclarecimento sobre o que é o vinho do Porto, as suas diferentes categorias, como é que deve ser servido, quer o tipo de copo e temperaturas, as associações com gastronomia".

Os alvos serão os restaurantes do Grande Porto, em particular no centro histórico do Porto, Gaia e Matosinhos, além do Douro, que é onde comem o grosso dos turistas que cada vez mais procuram a região. "Sentimos que nestas zonas há uma debilidade muito grande da generalidade dos restaurantes que são procurados pelos turistas, sobretudo estrangeiros. Tem havido um crescimento brutal da procura do turismo, em particular no Porto, e há essa debilidade no que diz respeito ao conhecimento do vinho do Porto", resume Manuel Cabral.

"A maneira como é servido, tratado e comunicado o vinho do Porto é determinante. Quando vendemos a um turista estamos a exportar, num certo sentido, e por outro lado estamos, se fizermos bem esse trabalho de promover bem o vinho junto dos turistas, a ter a melhor publicidade que podemos ter, a do boca-a-boca aos familiares e amigos", acrescentou.

## Brilhar na passadeira vermelha do cinema

No plano de promoção e internacionalização, que foi apresentado na segunda-feira ao conselho interprofissional (composto pelos produtores e comerciantes), mantêm-se também as acções de promoção nos festivais de cinema, em particular no de Cannes e de San Sebastian, que começaram em 2010.

Reconhecendo não dispor de dados objectivos que permitam uma avaliação precisa sobre o sucesso dessas iniciativas, Manuel Cabral disse que a produção e o comércio deram o aval para que se mantivessem estas acções no plano, embora numa atitude "mais vigilante", que a nova presidência escolhida recentemente pelo Ministério da Agricultura quer adoptar em todas as áreas. "Quando invisto um cêntimo de dinheiro público tenho de ser capaz de mostrar por que é que valeu ou não a pena fazer isso", explica.

Dizendo ter já sentido um "interesse especial dos Ministérios da Agricultura e dos Negócios Estrangeiros por este produto", o presidente do IVDP valorizou ainda aquele que será o trabalho de promoção em colaboração com as embaixadas portuguesas. "É particularmente importante que, pela primeira vez, a AICEP esteja sob a tutela delegada pelo primeiro-ministro no Ministério dos Negócios Estrangeiros, que pela primeira vez os nossos representantes diplomáticos estejam associados aos nossos representantes comerciais", debaixo da mesma tutela.

Partilhar  [Anterior](#)

[Era Digital Comunicações Htc Chacha](#), [aceda ao Facebook em todo o lado](#). [Apenas 264.90€](#). [www.eradigital.pt](#) [Crie O Seu Negocio Marketing de Rede](#). [Baixos Investimentos com elevados rendimentos](#). [http://www.rendimentoextra.com](#) [Accionista desta empresa? Conheça os accionistas de todas as empresas em Portugal](#) [informa.pt/5\\_relatorios\\_gratis](#)

+ Lidas

+ Comentadas

+ Votadas

01. Prestação da casa vai registar maior queda desde 2009
02. Nuno Amado no BCP faz baixas na CGD e no Totta
03. A longa marcha do banco mal amado
04. Rajoy avança com plano para combater o desemprego
05. As caras para o novo BCP

[VER MAIS](#)