



Formar, Comunicar e Concentrar é a aposta do **IVDP** para o próximo ano

Apostar na formação, na comunicação digital e na concentração de países alvo são as três inovações do Plano de Promoção e Internacionalização (PPI) que o Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP) apresenta para 2013.

Vão ser aplicados 2,9 milhões de euros e incluem-se no orçamento, pela primeira vez, a gestão da loja e dos solares.

O plano mantém uma visão de trabalho a três anos, reorienta a acção para o território, reforça a aproximação institucional à Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

(AICEP) e às embaixadas e mantém a ligação ao conceito Wines of Portugal nas suas iniciativas.

O PPI para 2013 faz um reforço na pedagogia nacional e internacional. O objectivo é chegar a públicos profissionais, como os alunos das escolas de hotelaria do todo o mundo, e também potenciar a presença do Vinho do Porto junto do canal HORECA, reforçando o projecto "Saber Servir, Vender Melhor". A iniciativa, que arrancou em 2012 para promover as boas práticas no serviço do Vinho do Porto nos restaurantes e bares turísticos, levou os profissionais do IVDP, entre Março e Outubro, a mais de 100 restaurantes, num total de 20 formações.

O plano visa também a concentração da estratégia de promoção nos países alvo, destacando-se a França, Reino Unido, Brasil, EUA, Canadá e Portugal. Vai ser feita,



ainda, uma grande aposta na comunicação digital, utilizando as ferramentas da web, como sites e redes sociais, para levar mais longe o nome dos vinhos do Porto e do Douro.

Com este plano, o IVDP preten-

de aumentar as vendas captando mais clientes através de acções de dinamização e de contacto com os operadores turísticos. Levar os portugueses a beberem mais Vinho do Porto é outras das apostas para 2013.