

## VINHO DO PORTO DEFENDE NOME NO MERCADO AMERICANO

O IVDP, em parceria com entidades do Champagne (CIVC) e Xerez (FEDJEREZ), está a desenvolver um programa para divulgar as denominações de origem nos EUA, visando sensibilizar os consumidores e profissionais para a importância da origem na qualidade dos produtos. As três entidades vão investir dois milhões e seiscentos mil euros num projecto de comunicação que durará três anos e pretende mostrar que a origem do produto é fundamental na sua qualidade e no seu valor. Os nomes das

Denominações de origem de prestígio constituem, para os vinhos europeus, uma vantagem comercial indispensável para desenvolver a notoriedade dos produtos junto dos consumidores, adicionando valor económico. Este benefício não tem medidas efectivas de medição, dado que a utilização das indicações geográficas reflecte uma ligação exclusiva à região produtora. Deste modo, a defesa das denominações de origem torna-se essencial. Ora, como é sabido, os EUA usam os termos "Port", "Champagne" e "Sherry" para designar produtos feitos

dentro do território americano, fazendo com que estes sejam, legalmente naquele mercado, produtos concorrentes dos europeus, mas que podem levar ao engano do consumidor.

Com o apoio da Comissão Europeia, aquelas três entidades vão investir 2.600.000 euros no aludido projecto, contando-se na estratégia com a criação do Center for Wine Origins, que se encarregará de sensibilizar o público por intermédio de seminários e provas, promoção em pontos de venda, publicidade em revistas e um

site informativo na Internet, [www.wineorigins.com](http://www.wineorigins.com) funcional após Setembro. Estas acções decorrerão nas principais cidades consumidoras de vinho dos EUA, como Nova Iorque, São Francisco, Los Angeles, Chicago, Miami, Boston, Washington DC, Baltimore, Long Island e Aspen, esperando-se também aliar esta estratégia ao crescente interesse que as regiões vitivinícolas americanas têm em ver defendida a origem dos seus produtos.