

Sandeman na Alliance of Wine Regions

A Sandeman, marca mundial de Vinho do Porto, e líder no mercado dos EUA um dos mais importantes para o Vinho do Porto, foi escolhida para celebrar a "Alliance of Wine Regions", uma aliança fundada por seis regiões vitivinícolas com denominação de origem, que acaba de ser criada em Napa Valley, na Califórnia.

A criação da "Alliance of Wine Regions" e a assinatura da sua Declaração de Princípios marcam um momento histórico no mundo dos

vinhos ao juntar pela primeira vez denominações da Europa (Porto, Xeres, Champagne) e regiões do chamado Novo Mundo, nomeadamente Napa, Oregon e Washington State (EUA). Foi também anunciada a abertura do "Center for Wine Origins", um centro de documentação e informação das denominações de Porto, Xeres e Champagne, que abrirá até final do ano em Washington DC e promoverá a informação e educação dos consumidores americanos sobre as regiões e sobre a correcta utilização dos nomes. Isto numa altura em que os principais produtores mundiais olham para este mercado como uma prioridade ao nível das exportações.

Portal com Champagne

A empresa produtora de vinhos do Douro e Porto Quinta do Portal, representante e distribuidor exclusivo para o mercado nacional da marca de champagne Joseph Perrier, apresentou recentemente as novas variedades da marca com a presença do seu responsável máximo, Jean Claude Fourmon. Assim, as variedades agora disponíveis no mercado português são: Cuvée Josephine 1995 Millesime, Blanc

de Blancs, Cuvée Royale Rosé e Cuvée Royale Brut NV.

De acordo com os responsáveis da Quinta do Portal, «já há algum tempo que era vontade da empresa aumentar a quota de mercado com novos produtos. O champagne Joseph Perrier é, sem dúvida, uma grande aposta, não só pela qualidade, mas também pela distinção, já que entendemos ser esse um mercado em expansão e nada melhor do que apostar num verdadeiro champagne».



Cavas em campanha

O Institut del Cava – associação profissional das empresas produtoras de Cava – encerrou recentemente as actividades referentes ao segundo ano da campanha "Os Cavas e o Aperitivo". Durante este segundo ano de campanha, iniciada em Julho de 2004, foram realizadas jornadas de apresentação em mais de 20 cidades – 15 espanholas, quatro alemãs e duas portuguesas –, contando igualmente com seis visitas de imprensa à região de produção destes vinhos espumosos e a realização de provas em diversas escolas de hotelaria.

Tendo como objectivo a promoção genérica do produto, posicionando o Cava como um vinho de qualidade destacando as características específicas que o convertem numa opção muito versátil para acompanhar os mais diferentes pratos gastronómicos, a campanha "Os Cavas e o Aperitivo" foi dirigida especialmente para profissionais da restauração e hotelaria e meios de comunicação. Pretendendo ampliar o nível de conhecimento do produto entre os seus principais públicos e promover o consumo do Cava em ligação à gastronomia em qualquer época do ano, María del Mar Torres, directora do Institut del Cava, afirmou que «mudar os hábitos do consumidor é uma tarefa complicada que leva muito tempo. No entanto, acreditamos que com esta campanha esta-



mos a criar as bases para que a percepção dos consumidores, relativamente ao produto, evolua e que passe a ser associado a outros momentos para além das celebrações».

As 21 jornadas de apresentação levadas a cabo em Espanha, Portugal e Alemanha no segundo ano de campanha, contaram com a participação de mais de 250 jornalistas, cerca de mil escanções e profissionais da restauração e 1.700 representantes do sector do vinho. «A resposta obtida tanto por parte dos meios de comunicação como dos profissionais foi muito positiva e consideramos que isso como uma grande passo para potenciar a mudança dos hábitos de consumo», concluiu María del Mar Torres.

No âmbito do segundo ano da Campanha foram realizadas jornadas de apresentação nas principais cidades espanholas (San Sebastián, Murcia, Las Palmas de Gran Canaria, Sevilha, Valência, Barcelona, Vigo, Santander, Bilbao, Madrid, entre outras), em Portugal – Lisboa e Porto – e na Alemanha (Frankfurt, Munique, Hamburgo e Berlim). Foram ainda realizadas seis visitas de imprensa à região dos Cavas que contaram com um total de 29 jornalistas, incluindo contactos directos com enólogos e produtores de Cava para um conhecimento mais aprofundado das qualidades e particularidades da elaboração destes néctares.