

## FRASES

"Durante anos, se as pessoas pensassem em todos os vinhos portugueses, lembrar-se-iam do Mateus e do Lancer's, rosês baratos conhecidos por resultarem em ressacas monumentais."

"Ao longo da maior parte do século XX, os portugueses produziam e bebiam vinhos indiferenciados. Muito poucos foram para o resto do mundo, facto pelo qual podem estar gratos, porque [os vinhos] não eram muito bons."

"Mas depois de Portugal aderir à então Comunidade Europeia, em 1986, a indústria do vinho refundou-se, substituindo equipamento antiquado, modernizando os métodos de fabrico e melhorando as técnicas vitivinícolas."

"Hoje, Portugal é fonte de vinhos distintos que podem ser bons valores, e alguns dos melhores vinhos tintos portugueses [...] provêm do Douro, a região mais conhecida como o berço do [vinho do] Porto."

"Provámos 25 vinhos tintos do Douro. [...] Acima de tudo, estes vinhos pareceram-me honestos. Não tentaram imitar sabores e estilos que são populares noutras paragens."

"Em breve, recordaremos aquelas garrafas de 60 dólares [50 euros] com um vestígio de uma idade inocente."

ERIC ASIMOV,  
NEW YORK TIMES

### "Honestos" e fiéis às origens

A especificidade dos vinhos portugueses foi um dos aspectos mais elogiados por Eric Asimov, que se rendeu à qualidade das castas nacionais. Ao classificar os tintos provados como "honestos", Asimov realça o facto de não tentarem "imitar sabores e estilos que são populares noutras paragens", numa alusão a castas como cabernet, merlot ou syrah, disseminadas um pouco por todo o lado.

"Os portugueses ficaram, teimosamente, com as suas castas indígenas, que no Douro significam nomes como tinta roriz, touriga nacional, tinta barroca, tinto cão e touriga franca", explica Asimov. O travo próprio dos vinhos portugueses pode, assim, constituir a mais-valia necessária para enfrentar a concorrência chilena, australiana, sul-africana, neo-zelandesa, italiana, francesa ou espanhola.

Ainda assim, explica que os vinhos produzidos a partir de uma só casta são a excepção, louvando os excelentes resultados das combinações encontradas. Daí que países como a França, a Itália ou a Alemanha olhem já para Portugal como "a grande sensação". ■

## EUA e Reino Unido são as grandes apostas da ViniPortugal

Mais de metade do orçamento de sete milhões deste organismo são destinados àqueles dois mercados, considerados como prioritários

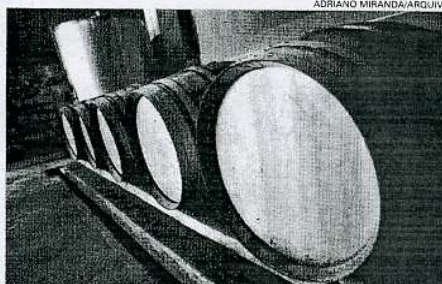
MÁRIO BARROS

Os Estados Unidos da América (EUA) e o Reino Unido são os dois mercados de baixo da mira dos promotores e das empresas vitivinícolas portuguesas. A ViniPortugal, organismo que promove os vinhos nacionais, considera-os uma prioridade "A" nas campanhas de publicidade para este ano. O motivo é simples: são os dois mercados onde a possibilidade de crescimento é maior e o poder de compra dos consumidores compensa o investimento na publicidade e na distribuição. Por isso, já nos próximos dias 18 e 19, Miami e Nova Iorque (EUA) e Manchester (Reino Unido), a 2 de Novembro, vão acolher provas de degustação.

A importância destes dois mercados é visível no montante destinado às campanhas publicitárias: do orçamento global de sete milhões de euros que gere, a ViniPortugal destina três milhões para o mercado norte-americano e 1,5 milhões para o britânico.

Estes sete milhões de euros resultam de uma parceria com o PRIME - Programa de Incentivos à Economia, que entra com dois milhões de euros, aos quais se juntam os cinco milhões de orçamento da ViniPortugal. A verba é obtida pela cobrança aos produtores de uma taxa no momento da certificação dos vinhos e dos vinagos. Os vinhos importados também pagam essa taxa.

Na opinião de Paulo Amorim, da ViniPortugal, a entrada de Portugal nestes mercados não dependerá tanto das verbas



Maior divulgação passa também pelo apuramento do que é bom

disponíveis para publicidade, mas sim da criação de massa crítica, de maior dimensão das empresas, de mais parcerias. "Quando queremos entrar nas grandes cadeias de distribuição, temos o problema de ficarmos perdidos em portifólios que são como as páginas amarelas. A nossa dimensão é muito reduzida", disse.

António Soares Franco, administrador da José Maria da Fonseca, tem uma visão idêntica da situação: "O que existe neste momento nos EUA está longe de ser satisfatório. São precisos mais vinhos que deem que falar, que haja mais jornalistas a vir a Portugal e não só ao Douro, para eles entenderem o nosso vinho."

Além disso, diz Soares Franco, falta algum profissionalismo na organização das provas de vinhos, e uma selecção rigorosa dos representantes nacionais nesses eventos. "Não podem ir todos. Será que todos têm capacidade para exportar? Será que estão adap-

tados ao gosto americano?", interrogou. E deu a resposta: "Eu acho que nem todos têm essas condições. É preciso ser selectivo nas provas colectivas, porque pagam todos por uma possível má imagem. E a imagem é fundamental."

Francisco Olazabal, enólogo e proprietário da Quinta de Vale Meão, cujo vinho foi distinguido num artigo do *The New York Times*, defende a tese "pouco, mas bom" no que toca a vendas. "A nossa estratégia é estarmos bem colocados. Interessamo-nos mais vender bem, do que muito. Caso contrário, estaríamos na Ásia, onde se vende tudo. Queremos é estar nos bons sítios."

Soares Franco alinha por uma orientação idêntica, aproveitando artigos como os do *The New York Times* para acrescentar mais-valias aos seus vinhos: "Fazemos clippings dos artigos e colocamos nas prateleiras, para que o consumidor saiba. É claro que se ganhar um prémio vou tirar o maior proveito possível disso." ■

## OS ESCOLHIDOS

### THE NEW YORK TIMES

#### Quinta do Vale Meão 2001

Preço: 55 dólares (459 euros)

Apreciação: Rico e complexo e ainda assim preciso; deve suavizar e evoluir com o tempo

#### Quinta do Fojo Vinha do Fojo 1998

Preço: 56 dólares (46,8 euros)

Apreciação: Polido e balanceado; sabores de ameixa, frutos secos e mentol com um firme final de taninos

#### Pintos Wine & Soul 2001

Preço: 60 dólares (50,1 euros)

Apreciação: Denso e balanceado, com sabores de terra e de fruta

#### Quinta da Gaiçosa 1997

Preço: 30 dólares (25 euros)

Apreciação: Suave e luxuriante com prolongado sabor a frutas e terra

#### Sogrape Reserva 2000

Preço: 12 dólares (10 euros)

Apreciação: Balanceado e com um sabor denso a fruta, alcaçuz e minerais

#### José Maria da Fonseca Domini 2000

Preço: 15 dólares (12,5 euros)

Apreciação: Uma verdadeira reunião de sabores, com aromas de bagas e de chocolate

#### Quinta da Manuela 2000

Preço: 60 dólares (50,1 euros)

Apreciação: Agradável e terroso, com sabores de frutas, minerais e mentol

#### Lavradores de Feitoria Quinta da Costa das Aguias 2001

Preço: 25 dólares (20,8 euros)

Apreciação: Tânico, doce, cheio de substância e aromas

#### Lavradores de Feitoria Três Bagos 2002

Preço: 17 dólares (14,2 euros)

Apreciação: Sabor frutado intenso, tânico e com um toque de carvalho, mas balanceado

#### Quinta dos Quatro Ventos 2000

Preço: 25 dólares (20,8 euros)

Apreciação: Sabor a frutos negros, balanceado com tanino e acidez para um bom final

### WINE & SPIRITS

#### Reguengo de Melgaço 2004 Vinho Verde Alvarinho

Pontuação: 92 em 100

Preço: 15 dólares (12,3 euros)

#### Quinta do Crasto 2001 Douro Reserva

Pontuação: 93

Preço: 35 dólares (28,7 euros)

#### Quinta do Ventozelo 2000 Douro

Pontuação: 93

Preço: 14 dólares (11,4 euros)

#### Taylor Fladgate 2000 Porto Quinta de Vargellas Vinha Velha

Pontuação: 95

Preço: 300 dólares (246,3 euros)



INSTITUTO SUPERIOR  
DE CIÊNCIAS DA SAÚDE



800 20 20 02

Informações e regulamentos em:

[www.cespu.pt](http://www.cespu.pt)

### Consulte os nossos Apoios para:

- Empreendimento Bancário: Disponibilização de uma linha de crédito;
- Projectos de Investigação.



CESPU  
CENTRO SUPERIOR DE ESTUDOS  
E INVESTIMENTOS DE PORTUGAL  
E UNIVERSITÁRIO, S.A.

### Gabinete de Ingresso:

Rua Central de Gandra, 1317 | 4458-116 Gandra  
Rua José António Vidal, 81 | 4760 V.N. Famalicão  
Tel.: 224 157 171 - Fax: 224 157 102

e-mail: [ingresso@cespu.pt](mailto:ingresso@cespu.pt)

## MESTRADOS

- CIRURGIA ORAL (15 vagas)
- OCLUSÃO CLÍNICA (15 vagas)
- ORTODONTIA (15 vagas)
- PERIODONTOLOGIA (15 vagas)

Poderão concorrer a estes Mestrados, licenciados em Medicina Dentária ou Medicina (esp. Estomatologia).

- PSICOLOGIA DA DOR (20 vagas)

Poderão concorrer a este Mestrado, licenciados em: Psicologia Clínica, Psicologia, Medicina, Medicina Dentária, Ciências Farmacéuticas, Educação Física, Enfermagem e Radioterapia.

- SAÚDE E CONTROLO AMBIENTAL (15 vagas)

Poderão concorrer a estes Mestrados, licenciados em: Ciências Farmacéuticas, Medicina, Medicina Dentária, Bioquímica, Biologia, Microbiologia, ou outras licenciaturas afins.

Candidaturas abertas até  
17 de Outubro de 2005