


Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Especializada	
Título: Tesco substitui cortiça					Temática: Transportes/Logística/Distribuição	
2006/05/05	HIPER SUPER – PRINCIPAL	Pág.6	Imagem: 1/1		Periodicidade: Mensal	Inv.: 412.00

Tesco substitui cortiça

Numa altura em que a Associação Portuguesa de Cortiça (APCOR) lançou a Campanha Internacional da Cortiça II (CIC II), tendo como parceiro o ICEP Portugal, com um investimento total de 3,1 milhões de euros, a maior cadeia do retalho alimentar no Reino Unido veio anunciar o fim da cortiça nos seus lineares.

Se até ao final de 2005 a Tesco pretendia que 50 por cento dos vinhos em venda fossem comercializados com cápsula de alumínio, 2008 parece ser a meta para

substituir completamente a cortiça por sintéticos. Apesar de nas mais diversas revistas de vinhos internacionais a preferência dos consumidores ir para a cortiça, os ataques dos países produtores do Novo Mundo parecem estar a surtir efeito no retalho alimentar no Reino Unido, onde aliás a Austrália já lidera as vendas de vinho.

Em Portugal, a Montez Champalimaud (ver notícia na secção de vinhos) já aderiu a esta solução, anunciando que os vinhos do seu portfólio vão passar a ser engarrafados e comercializados com um vedante alternativo às rolhas de cortiça: a cápsula de alumínio com rosca, mais conhecida por screwcap.