

VINHOS ■▶ A partir de 2006, restaurantes nacionais vão poder vender vinho a copo

Promoção custa 15 milhões

■ Helena Simão

Portugal aposta na multiplicidade das 350 castas de vinhos nacionais para conquistar o mercado externo. O objectivo do sector é atingir, em 2010, os mil milhões de euros de facturação. EUA, Reino Unido, Alemanha, países Nórdicos, Brasil e Canadá são considerados os mercados de oportunidade. À semelhança do que se verificou em 2005, Instituto do Comércio Externo de Portugal (ICEP) e a associação ViniPortugal voltam a unir esforços em 2006. No total, está previsto um investimento de 15,5 milhões de euros.

A campanha promocional, ontem apresentada aos agentes económicos, em Santarém, vai incidir na presença em feiras, em provas de vinhos e seminários. Só nos Estados Unidos serão gastos 1,8 milhões de euros numa intensa acção de divulgação do sector. O segundo mercado mais importante será o Reino Unido, onde a campanha deverá custar um milhão de euros.

A nível nacional, os números serão mais reduzidos – apontam para um investimento na ordem dos 800 mil euros –, destacando-se a promoção do consumo de vinho a copo. Nos restaurantes que aderirem a esta acção, será colocado um folheto, que



Variedade distingue vinho

indicará qual o vinho do dia. O cliente terá, assim, oportunidade de provar e beber um copo de determinada marca sem ter de comprar uma garrafa.

Pela primeira vez, sublinhou o presidente da ViniPortugal, Vasco d'Avillez, foi ontem apresentado um calendário com todas as acções previstas para 2006, o que simplifica o planeamento dos agentes económicos. O cluster do vinho existe e respira união em torno dos assuntos mais importantes, considerou.

Apesar do consumo interno estar a diminuir, as exportações registaram, em 2004, evoluções positivas, destacando-se uma subida de 30% na Alemanha.