

EUA, Reino Unido e Alemanha são mercados prioritários

## ViniPortugal promove com oito milhões de euros

**Gabriela Raposo**

A ViniPortugal conta com um orçamento na ordem dos oito milhões de euros para a promoção dos vinhos nacionais nos mercados externo e interno, em 2006, avançou à "Vida Económica" o presidente da instituição, Vasco d'Aviliez. Da dotação total, dois milhões são oriundos do Icep, que, através da rede de delegações no estrangeiro, apoia a ViniPortugal na promoção externa dos vinhos portugueses.

Durante o próximo ano, os Estados Unidos da América, o Reino Unido e a Alemanha são os três mercados prioritários das acções promocionais, que visam o aumento das quotas dos vinhos portugueses.

Os dois primeiros países serão o destino de metade do orçamento disponível, referiu o responsável. A definição deste público-alvo tem como base o estudo elabora-



Vasco d'Aviliez, presidente da ViniPortugal.

do por Michael Porter. Numa segunda linha de acção, a estratégia da instituição passa pela promoção dos vinhos nacionais no Brasil, um mercado importante, nomeadamente para os produtores alentejanos, explicou. Na hierarquia da importância estratégica, seguem-se os países nórdicos como a Suécia, a Finlândia e a Noruega. Um bloco de mercados que re-

presenta um peso elevado para a ViniPortugal, acrescentou o especialista.

No mercado internacional, as acções de promoção irão passar pela publicidade em meios de comunicação, distribuição de brochuras e panfletos informativos, bem como pela visita de jornalistas estrangeiros às regiões vinícolas portuguesas. No mercado nacional, as provas de vinhos em vários espaços públicos e na Sala Ogival, nas instalações da ViniPortugal, em Lisboa, são algumas das acções previstas.

A ViniPortugal e o Icep reuniram-se esta terça-feira, em Santarém, com 400 produtores de vinhos nacionais. Durante o encontro foram debatidos alguns dos temas que afectam o sector. Vasco d'Aviliez recomendou aos empresários para não aumentarem o preços, pois a imagem que habitualmente passa ao consumidor final é que os vinhos são bastante caros.