



Iberwine

Ana Garcia Martins entrevistou
Jesus M. Guirau, Director da
Iberwine



Espanha e Portugal mais unidos que nunca

Um estreitar de relações entre os vinhos portugueses e espanhóis de forma a que cada um consolide a sua posição no mercado internacional é o grande objectivo da Iberwine - Salão Internacional do Vinho 2005, a conceituada feira de vinhos madrilena que teve lugar nos dias 29, 30 de Novembro e 1 de Dezembro.

Os vinhos portugueses e espanhóis estiveram em destaque no Salão Internacional do Vinho, em Madrid, desta feita sob a designação de Iberwine. Ao longo de três dias, as mais conceituadas produções hispano-portuguesas foram postas à prova num evento que juntou representantes dos quatro cantos do mundo.

Distinguir os vinhos lusos e espanhóis e colocar os dois países ao mesmo nível que outros grandes produtores, como a França ou a Itália, são dois dos objectivos desta feira internacional, a mais reconhecida em Espanha no que respeita a este tema. Depois de cinco edições bem sucedidas, o Salão do Vinho assume-se agora como uma feira ibérica sem, no entanto, perder o seu caráter mundial. Assim, Alemanha, Reino Unido, Suécia, Bélgica, Estados Unidos, Holanda, República Checa, Polónia, Rússia, México ou Porto Rico são apenas



**O Rei D. Juan Carlos,
Presidente de Honra
da Iberwine**

(foto cedida pela organização)

alguns dos países que, a par com Espanha e Portugal, marcaram presença na feira com as suas melhores produções.

Tendo como Presidente de Honra Sua Majestade, o Rei D. Juan Carlos, a Iberwine pretende reunir expositores e compradores da forma mais eficaz possível, facilitando as relações comerciais entre ambos. Segundo a organização, o trabalho passará por contactar directamente os compradores internacionais, facultando-lhes todas as informações necessárias para que possam rentabilizar ao máximo a sua viagem. Por outro lado, também os expositores serão consultados, comunicando as suas preferências quanto a potenciais mercados. No final, toda a informação será organizada de modo a maximizar as oportunidades de negócio.

Este ano, a Feira foi visitada por 30 mil profissionais, entre os quais 200 compradores

Publicações:

Data:

Secção:

Dossier::

Página:



**Jesus
M. Guirau**
Director da IberWine 2005

iberWine
Selår International del Vinu
2005

internacionais. Números que ultrapassam os obtidos na edição anterior, que contou com 25 mil visitantes e cerca de 150 compradores. Não só figuraram importadores dos mais relevantes mercados (como a Alemanha, Reino Unido, ou Estados Unidos), como estiveram igualmente presentes representantes de praticamente todos os países da Europa ocidental e de mercados emergentes tão atractivos como a República Checa, a Polónia ou a Rússia. De terras mais distantes, como Singapura, México ou Porto Rico, chegaram profissionais interessados em conhecer em primeira mão os vinhos mais conotados da Península Ibérica. Também o Japão, um dos mercados com maior projecção, esteve bastante bem representado. A iberWine foi igualmente

visitada por um painel de jornalistas especializados em matérias de vinhos, que não só percorreram os diversos stands como participaram em debates.

O estreitar de relações entre Portugal e Espanha no que toca ao mercado vinícola é a base desta iberWine que, partindo do pressuposto de que os dois países juntos representam uma maior produção que qualquer outro país do mundo, se concentrará em revestir o mercado peninsular de um cariz verdadeiramente global em que a oferta e a procura se possam, comodamente, encontrar e gerar oportunidades comerciais.

Para além da exposição de vinhos, propriamente dita, a iberWine contou com outras actividades em torno do tema, entre as quais mesas redondas, programas

radiofónicos em directo, apresentação de novidades, a eleição do "top 150" ou os concursos de melhor vinho, melhor stand e melhor página web subordinada ao mundo vinícola. De destacar também a entrega de prémios aos vencedores da II Cata dos Douros, um "banco de provas" que reuniu 30 dos melhores vinhos produzidos nas terras banhadas pelo Douro. Quinze produções espanholas e quinze portuguesas foram submetidos à apreciação de dez especialistas, no passado mês de Setembro, em Pinhão, saindo vencedores o espanhol Quinta Sardonía 2003, o português Pintas 2003 e o também espanhol Aalto P.S. 2001, em primeiro, segundo e terceiro lugares, respectivamente. z

Publicações:

Data:

Secção:

Dossier::

Página:



Pela primeira vez, o Salão Internacional do Vinho transforma-se em IberWine. Porquê esta mudança e no que é que se irá traduzir?

Esta é uma mudança que estava a ser planeada desde o ano passado e o que se pretende é unir Espanha e Portugal no que respeita à produção de vinhos. Somos a elite do vinho, estamos à mesma altura que França ou Itália. Neste tipo de feiras, onde estão presentes os países produtores, não se pode estar num segundo nível, temos que estar no primeiro. Tendo em conta a qualidade dos vinhos, penso que Espanha e Portugal já estiveram, em algumas ocasiões, no primeiro lugar entre os diversos produtores.

Será uma feira completamente diferente ou o conceito é o mesmo, mas mais alargado?

É uma remodelação da feira. Esta é já a sexta edição do Salão do Vinho e conta com uma equipa experiente. Não estamos a dar início a uma nova experiência. Esta edição tem por base uma experiência com cinco anos, a única coisa que faremos será reconduzir a feira a um novo horizonte, que é o de Espanha e Portugal.

Como define o papel dos vinhos hispano-portugueses no panorama vinícola internacional?

Em primeiro lugar, penso que a vantagem de Espanha e Portugal, no que respeita aos vinhos, é que estamos nos mesmos mercados. Quando falamos de vinhos como o Jerez ou o Porto falamos do mesmo mercado, que é o inglês. Quando falamos de vinhos do Douro/Douro, falamos de um mercado de qualidade. Temos os mesmos compradores, que são, sobretudo, a Alemanha, a Inglaterra e os Estados Unidos. Temos uma mensagem muito parecida. Por outro lado, tanto Portugal como Espanha estão a fazer uma verdadeira revolução na criação de vinhos, tanto na qualidade, no seu sentido absoluto, como na relação qualidade/preço. Sabemos competir com os

Somos a elite do vinho, estamos à mesma altura que França ou Itália.

Neste tipo de feiras, onde estão presentes os países produtores, não se pode estar num segundo nível, temos que estar no primeiro

Publicações:

Data:

Secção:

Dossier::

Página:

...tanto Portugal como Espanha estão a fazer uma verdadeira revolução na criação de vinhos, tanto na qualidade, no seu sentido absoluto, como na relação qualidade/preço

países, digamos, emergentes. Estamos a fazer vinhos de qualidade na ordem dos cinco euros que são muito competitivos.

Então o que é que falta para atingirmos o tal primeiro nível?

Acredito que estamos nesse primeiro nível. O que falta tanto a Espanha como a Portugal é uma comercialização inteligente dos vinhos. É verdade que temos apoios do ICEP, em Portugal, e do ICEX, em Espanha, o que pressupõe uma expansão comercial. Mas não posso deixar de sentir alguma inveja em ver como funcionam os países emergentes, como o Chile, a Argentina ou a África do Sul. Têm uma unidade de mercado e competem no mercado internacional com uma unidade de conceito. Do ponto de vista exterior isso é muito importante.

Como é que acha que o mundo está a assistir ao desenvolvimento dos vinhos portugueses e espanhóis?

Os grandes gurus do vinho, como o Robert Parker, referem a grande qualidade e defendem que tanto Portugal como a Espanha devem incidir nas cepas originais. Estamos a incluir cepas fundamentalmente francesas, e com elas conseguimos vinhos extraordinários, sem a menor dúvida, mas o próprio Parker afirma que deveríamos especializar-nos nas cepas autóctones, porque fazem-se vinhos magníficos com elas.

As adegas portuguesas têm que pensar que quando vêm à iberWine não vêm vender a Espanha, isso não faz muito sentido. O que tanto os portugueses como os espanhóis têm que tentar fazer é vender fora. É para isso que estão presentes os compradores internacionais.

Penso que tanto Portugal como Espanha são um exemplo dos vinhos extraordinários que se estão a fazer.

Acredita que o estreitar de relações entre Portugal e Espanha é a forma mais eficiente da cada um poder consolidar a sua posição internacional?

É uma boa maneira. A única solução para conseguir aumentar, por um lado, o consumo interno de vinhos, que tem vindo a baixar cada vez mais e, por outro, exportar para os países que habitualmente compram vinhos a Portugal e Espanha, é uma política comum. Não podem prejudicar-se, pelo contrário.

Como foi a adesão das adegas portuguesas à iberWine?
Houve algumas mudanças. De início pensaram ser uma boa ideia, depois houve uma certa dúvida quanto a fazer a feira em Madrid ou em Lisboa. Finalmente, acho que estão a apostar na iberWine. Estiveram presentes cerca de 15. Foi uma presença interessante.

Quais são os pontos fortes desta exposição, não só para quem a visita como para quem expõe?

Uma feira faz-se perante duas partes: por um lado o expositor e, por outro, o comprador. Uma feira é um centro de negócios e nada mais. Quanto ao expositor, penso que já se falou o suficiente. Da outra parte estão os compradores e a imprensa. Convidámos directamente cerca de 100 compradores internacionais de países onde, realmente, se vendem os vinhos portugueses e espanhóis. Vêm também cerca de 40 jornalistas internacionais. E depois há os outros, os convidados indirectos. As adegas portuguesas têm que pensar que quando vêm à iberWine não vêm vender a Espanha, isso não faz muito sentido. O que tanto os portugueses como os espanhóis têm que tentar fazer é vender fora. É para isso que estão presentes os compradores internacionais.

A última edição do Salão do Vinho teve 25 mil visitantes, 500 expositores e mais de 120 compradores internacionais. Quais são as expectativas para este ano?
Normalmente há um quadro de crescimento que abarca os expositores, os visitantes, os compradores e a imprensa. Para este ano temos um número que se deverá fixar nos 30 mil visitantes profissionais e, dentro deles, 200 compradores internacionais, o que significa um aumento de 30 por cento em relação ao ano passado.

Há alguma estratégia de comercialização específica para aumentar o volume de negócios?

Sim, há uma estratégia que passa pelo Centro de Negócios, ou seja, salas reservadas para se fazer o negócio. Muitas vezes o expositor não quer encontrar-se com o comprador no seu stand. Assim, este ano pusemos à disposição de todos os expositores uma série de salas para que as reuniões se levem a cabo num lugar mais

privado. O volume de negócios de uma feira é difícil de definir. Se pergunto a um expositor qual foi o valor que obteve, se fez negócio vai-me dizer menos do que fez na realidade, porque não quer que se saiba que fez muito dinheiro. E se não fez negócio nenhum, vai dizer-me que fez mais porque, diante dos outros, quer dizer que fez dinheiro. Por isso é muito complicado.

Para quando uma iberWine em Portugal?

Talvez em 2008.

Acha que Portugal está preparado para receber uma feira como a iberWine?

Creio que sim. Em Portugal somos capazes de transmitir às adegas espanholas e ibero-americanas que não vão a Portugal só para vender vinhos a Portugal, mas sim a todos os países que normalmente compram. Vamos concentrar-nos em levar a Lisboa os mesmos compradores que vêm a Madrid.