

VINHOS DO DOURO E PORTO DADOS A CONHECER EM 12 PAÍSES DA EUROPA E AMÉRICA

2,1 ME na promoção externa

Cerca de dois milhões de euros é o montante que o Instituto dos Vinhos do Douro e Porto se prepara para investir numa campanha de promoção em 12 países europeus e americanos. Esta verba engloba a realização de acções de formação em restaurantes topo de gama.

O presidente do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP) disse ontem que vão ser investidos 2,1 milhões de euros numa campanha de promoção a realizar em 12 países europeus e americanos.

Segundo Jorge Monteiro, o plano de promoção dos vinhos do Porto e Douro no estrangeiro é financiado com recursos próprios do IVDP e o montante previsto para este ano é "ligeiramente" superior em relação ao ano passado (mais

destinam-se à promoção do vinho do Porto e 500 mil ao Douro, especificou.

Na campanha de 2006, O IVDP pretende assim formar o consumidor e os profissionais do sector em Espanha, França, Bélgica, Dinamarca, Reino Unido, Holanda, Finlândia, Noruega, Suécia, EUA, Brasil e Canadá. Em relação ao vinho do Porto, a campanha contemplará apenas a promoção de categorias especiais, com o objectivo de ganhar quota

de mercado nos países onde o produto é já comercializado. Relativamente ao Douro, o IVDP tentará "encostar" a campanha à

promoção dos vinhos do Porto no estrangeiro, mas incidirá sobretudo no mercado interno.

Entre as campanhas a promover durante o ano, Jorge Monteiro destacou

Vão ser desenvolvidas acções de formação e provas de vinho

300 mil euros).

Dos 2,1 milhões de euros aprovados pelo conselho interprofissional do IVDP na passada sexta-feira, 1,6 milhões

Arquivo



A campanha está vocacionada para a captação de novos países consumidores de vinho

as acções de formação em restaurantes topo de gama, em escolas de hotelaria francesas e em feiras sectoriais, bem como as já tradicionais provas de vinho que serão desenvolvidas tendo em vista a edu-

cação dos profissionais e dos consumidores. Complementarmente, acrescentou, o IVDP aguarda pela aprovação de duas candidaturas a programas comunitários, uma para a promoção no mercado inter-

no - no âmbito do Ministério da Economia - e outra dirigida ao mercado externo - no âmbito do Ministério da Agricultura - e vocacionada para a captação de novos países consumidores.