

Clipping para VINHOS DE LISBOA semana de 27 de Julho a 3 de Agosto

NOTÍCIAS DIRECTAS

30-07-2012- Vinhos de Alcobça iniciam novo ciclo- Site Tinta Fresca

<http://www.tintafresca.net/News/newsdetail.aspx?news=7b624334-554c-4b90-829c-cd2587f1996e>

O colóquio “Vinhos de Cister - dos Coutos de Alcobça ao século XXI”, realizado no dia 28 de julho, no Parque de Negócios, foi claro nas conclusões: a região tem condições para produzir bons vinhos, sobretudo, vinhos brancos, devido à proximidade do mar, mas tem de apostar no conhecimento, na tecnologia e no marketing. Os oradores reconheceram ser injusta a má fama criada pelos vinhos de Alcobça nas últimas décadas, dado que os solos e o clima são os mesmos do tempo dos monges de Cister, quando se produzia vinho de qualidade, embora admitam ser necessário profissionalizar todo o ciclo do vinho, da produção à comercialização. A Quinta dos Capuchos é uma das primeiras empresas do concelho a atingir a excelência neste setor.

O engenheiro Gomes Freire, da Quinta dos Capuchos, deu o mote no início do colóquio, lembrando que durante seis séculos (XIII-XIX) os monges da Ordem de Cister plantaram vinhas e produziram vinhos de qualidade, mas que após a sua saída do Mosteiro de Alcobça, em 1833, os métodos de produção perderam-se e a qualidade dos vinhos diminuiu significativamente. O empresário apelou ao regresso às origens, mas alertou que o caminho não é fácil: produzir vinhos de qualidade é caro, as vinhas são afetadas regularmente por pragas e a legislação do setor é muitas vezes contraditória. Contudo, garante que a felicidade de um vitivinicultor existe e consegue-se associando agricultura e comércio, juntando quem produz e quem vende.

Por sua vez, António Maduro traçou uma perspetiva histórica da produção de vinho nos Coutos de Alcobça. As vinhas repartiam-se então pela Quinta da Gafa, em Alcobça, pelas terras ladeirosas de Aljubarrota (o melhor vinho da região), Maiorga, Évora de Alcobça e ainda a planície de Valado dos Frades.

A política da autossustentabilidade dos Coutos, defendida pela Ordem de Cister, levou a que se plantasse vinha em solos nobres e menos nobres, estando esta muitas vezes junta com outras espécies vegetais. Os cistercienses vedavam as vinhas, para que o gado não entrasse nos terrenos, e não os adubavam, de forma a não perderem grau. As castas principais eram a Castelã e a Galega, embora pontificassem outras castas menos relevantes, como a Mourisca e a Arinta.

Segundo António Maduro, predominavam os vinhos claros - brancos, rosés e palhetos - pois os monges não queriam nem sujar os paramentos, nem que a associação popular entre o vinho tinto e o sangue de Cristo perturbasse a concentração dos fiéis nas cerimónias litúrgicas. Contudo, na Idade Média, os vinhos eram diferentes, tinham pouco grau e eram adocicados.

O historiador, doutorado pela Universidade de Coimbra, sublinhou ainda a grandiosidade da adega do Mosteiro, que possuía capacidade para 700 pipas de vinho. O Mosteiro era então o grande cobrador de impostos em todas as atividades agrícolas, cobrando pelo arrendamento das terras, pela utilização do moinho, do lagar, etc.. Aos camponeses estava reservado apenas um período muito restrito, de 24 horas, para a produção de vinho, nada mais lhes restando senão fazer vinho de “bica aberta”.

O declínio da vinha em Alcobaça começou no século XIX, com a chegada do oídio e da filoxera. Esta foi a grande responsável pela morte da vinha europeia, tendo a doença alastrado progressivamente a toda a Península Ibérica, chegando a Alcobaça em 1857. A recuperação da vinha chegou apenas no pós-filoxera, na década de 90 do século XIX, alcançando também alguma pujança na década de 20, do século XX.

Coube depois ao engenheiro Luís Carvalho, consultor com larga experiência na vitivinicultura nacional, dar uma aula sobre o cultivo da vinha, começando por explicar que as castas são o fator determinante no vinho, havendo mesmo autores que lhe atribuem uma importância de 80% na qualidade do vinho. Outro fator muito importante é a aptidão particular e única da ecologia local- o terroir. Relativamente às alterações climáticas anuais, o enólogo garante que para produzir um vinho excepcional, as alterações importantes são as que ocorrem entre julho e setembro. Folhas bem expostas ao sol, um bardo estreito e paliçada alta foram alguns dos conselhos deixados aos vitivinicultores presentes pelo proprietário da Quinta do Lagar Novo, em Alenquer.

Já Tiago Carvalho sublinhou que o mercado atualmente prefere vinhos mais claros, possuindo Alcobaça as condições necessárias para produzir também vinhos claros, dada a sua proximidade ao mar e as elevadas amplitudes térmicas a que está sujeita. Numa terra que possui um Museu Nacional do Vinho fechado e dezenas de autocarros com turistas a chegarem diariamente, o enólogo de Alenquer deixou também alguns conselhos aos responsáveis pelo turismo local: “Os turistas não podem ir de Alcobaça de mãos a abanar e de memórias vazias”, devendo o bom vinho da região ser assim prova obrigatória para os visitantes.

Por seu turno, Rodrigo Martins, que tem trabalhado nos últimos anos as vinhas de Alcobaça, admitiu que, até há pouco tempo, as vinhas do concelho eram de má qualidade e a produção de vinho deficiente. O enólogo sublinhou que, sendo uma zona de minifúndio, Alcobaça não tem capacidade para realizar grandes produções, pelo que deverá centrar-se na diferenciação dos vinhos. O consultor da Quinta dos Capuchos e da Adegas Cooperativas de Alcobaça garante que o mercado prefere vinhos rosé bem corados, que a região pode produzir, mas que ainda falta imagem, marca e comunicação aos vinhos de Alcobaça.

Daniel Pinto, diretor da Escola de Turismo do Oeste e professor da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar de Peniche, explicou aos presentes que a integração do Turismo do Oeste no Turismo de Lisboa tem prós e contras: por um lado, pode potenciar o turismo na região por via da maior capacidade de atração da marca Lisboa no estrangeiro, mas também pode colocar a região na penumbra, por via da capacidade polarizadora da Capital sobre os fluxos turísticos. O orador considerou que o marketing deve ser trabalhado de forma profissional, de forma a que se conheçam os mercados e os gostos dos turistas, para que o produto turístico seja ajustado à procura.

Luís Castelhana, presidente da direção da Cooperativa Agrícola de Alcobaça, que moderou o colóquio, aproveitou para esclarecer que, nos últimos anos, a Adegas Cooperativas de Alcobaça deu um salto muito grande em termos da qualidade dos seus vinhos, devido à colaboração do engenheiro Rodrigo Martins, mas admitiu que a instituição tem tido dificuldade em escoá-los, devido à degradação da marca Alcobaça, a partir dos anos 70, havendo, portanto, ainda um longo caminho a percorrer para reconquistar o prestígio junto dos consumidores.

A encerrar o colóquio, o presidente da Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa lembrou que a região de Lisboa é a única do País a produzir vinho leve (com grau alcoólico inferior a 9º), tendo Alcobaça também condições para o produzir (atualmente, restringe-se à região do Cadaval) e substituir assim a cerveja, já que o vinho é a bebida portuguesa com forte tradição popular.

Vasco d’Avillez garantiu que os vinhos da Argentina, Chile e Austrália são repetitivos, enquanto os vinhos portugueses são muito diferentes entre si, nunca cansando quem os bebe. A variedade de castas resulta da predominância do minifúndio em Portugal, não tendo a maior parte das vinhas nacionais um tamanho superior a 5 hectares. A Herdade do Esporão, com os seus 400 hectares, é uma exceção à regra. A existência de mais de 360 castas e um terroir único fazem de Portugal um dos melhores países do mundo para produzir vinho.

O presidente da Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa, que deliciou os presentes, com histórias do vinho e da gastronomia na História de Portugal, lembrou que o vinho foi outrora uma das três formas de pagamento de salário, a par do sal, para a conservação dos alimentos, e as moedas de soldo, contribuindo mesmo para eliminar o escorbuto, doença que dizimou muitos navegadores portugueses durante os Descobrimentos. Vasco d’Avillez explicou ainda que a organização a que preside atribuiu classificações aos vinhos de Denominação Regional ou de Denominação de Origem Demarcada (DOC), podendo os agricultores candidatar-se a receber estes selos de garantia.

Na sessão de encerramento, que contou com a presença do presidente da Câmara Municipal de Alcobaça, o autarca recordou que o Parque de Negócios foi construído para servir a comunidade e congratulou-se este por estar a cumprir o seu papel. Paulo Inácio recordou também que Alcobaça tem tradição agrícola, defendendo que o concelho reúne todas as condições para se constituir como um cluster no setor do vinho.

Relativamente ao Museu Nacional do Vinho, que deverá transitar brevemente da tutela do Estado para a tutela municipal, o edil anunciou que não será o município a gerir o espaço, por falta de vocação, devendo o mesmo ser concessionado a uma associação local ou a uma empresa, estando esta possibilidade já assegurada pela Direção Geral do Tesouro.

Paulo Inácio anunciou ainda que o parque de estacionamento junto ao Mercado Municipal e aos Paços do Concelho irá ser requalificado no âmbito do projeto de regeneração urbana da cidade, estando previsto o funcionamento do mesmo como mercado tradicional de produtos locais, às segundas e quintas-feiras, em estruturas amovíveis. A instalação de um ponto de venda de Ginja de Alcobaça é uma das propostas em cima da mesa, para que a oferta de um dos ícones da gastronomia local passe a estar acessível a todos.

31-07-2012- Parras – Seleção de Enólogos dá a provar Quinta do Gradil e Montaria em Lisboa e Cascais- Site Marketing vinhos

http://www.marketingvinhos.com/2012_07_01_archive.html

A Parras – Seleção de Enólogos, empresa especializada na produção e seleção de vinhos de qualidade em diversas regiões do país, vai estar durante duas semanas com duas das suas marcas - Quinta do Gradil e Montaria - em algumas unidades hoteleiras e de restauração de luxo e, naquela que será a terceira edição da iniciativa Wine Tour, primeira na zona de Lisboa. Relembre-se que anteriormente a Wine Tour já tinha passado duas vezes pelo Algarve, região do país que passou a ser uma aposta para o Grupo Parras. Dar a conhecer, de forma organizada e em locais estratégicos, as duas marcas bandeira do projeto Parras é o objetivo principal desta ação.

“Parte do nosso target abrange o canal Horeca médio/alto, resorts e hotéis nesta categoria. Como tal, a melhor forma de testar os nossos produtos e de os apresentar a futuros clientes é dá-los a provar nos locais”, explica Luís Vieira, Administrador do Grupo. E acrescenta, “promover os vinhos da Região de

Lisboa, onde normalmente há mais o hábito de pedir vinhos do Douro ou do Alentejo, é prioridade desta iniciativa. No entanto, o Alentejo, ainda que com algumas quebras, continua a ser a região que maior procura tem no mercado, e nós pretendemos ter sempre oferta desta região no nosso portfólio”.

Entre as 18:30 e as 22:30, o Hotel Real Palácio, o Restaurante Casa da Dizima, a Pousada de Portugal Pestana Cascais, o Hotel da Lapa, o Restaurante Aura e o Altis Belém Hotel&Spa, vão receber representantes da Parras – Seleção de Enólogos, para partilhar com os seus clientes a arte de degustar e apreciar um vinho.

Numa altura em que a taxa de ocupação dos hotéis e restaurantes alcança os 90%, com muitos turistas estrangeiros, principalmente ingleses e alemães, a optar por Lisboa para fazer férias, a Parras, com o apoio da empresa Wine Man de Bruno Antunes – vencedor do XIII Concurso Nacional de Escanção, e do prémio Escanção do Ano de 2009 pela Revista de Vinhos -, decidiu apostar na capital para dar a conhecer o que se produz nesta zona do país. O Alentejo está também aqui representado porque continua a ser a região, que mais procura tem em Portugal.

NOTÍCIAS GERAL

27-07-2012- IVBAM promove vinho madeira com gelo- Site Anibal Coutinho

<http://w-anibal.com/noticias/v/510/ivbam-promove-vinho-madeira-com-gelo>

O Instituto do Vinho Madeira, Artesanato e Bordado (IVBAM) acaba de lançar uma campanha, para este verão, para promoção do Vinho Madeira com gelo. Provas de vinhos no aeroporto, painéis publicitários, um lounge na Avenida Arriaga e informação nas redes sociais são as ações previstas no âmbito desta campanha, orçada em €7000, 85% dos quais co-financiados pelo programa INTERVIR.

Para Paula Cabaço, presidente do IVBAM, "esta campanha pretende realçar que o Vinho Madeira é versátil e existem novas formas de o consumir”.

Precisamente para promover a diversidade de opções de consumo de Vinho Madeira, o IVBAM lançou, junto da restauração, um concurso de Vinho Madeira com entradas. A dirigente daquele Instituto explica que “os restaurante que aderirem ao concurso vão ter na ementa, até 15 de setembro, uma proposta de entrada que será acompanhada por um determinado tipo de Vinho Madeira”.

30-07-2012- ViniPortugal arranca com ações de formação no Brasil- Site Essência do Vinho

<http://www.essenciadovinho.com/pt/revista-wine/read/158-viniportugal-arranca-com-acoes-de-formacao-no-brasil>

A ViniPortugal deu início, esta segunda-feira, na cidade do Rio de Janeiro, a um conjunto de ações que visa promover o vinho português pelas principais cidades brasileiras.

Num total de cinco horas, o reputado crítico de vinhos português Rui Falcão dá a conhecer as principais regiões vitivinícolas, o clima, as castas e os estilos de vinho nacionais, sem faltar a degustação comentada de variados rótulos de Portugal. As ações são particularmente dirigidas ao trade (restaurantes, bares,

hotéis, supermercados e lojas), jornalistas e líderes de opinião e dão, no final, acesso a um certificado e a possibilidade de ganhar uma viagem a Portugal.

Ainda esta semana a iniciativa, que conta com a produção da Essência do Vinho Brasil, passará por Niterói, seguindo-se São Paulo, Ribeirão Preto, Campinas, Curitiba, Florianópolis, Londrina, Brasília, Belo Horizonte, Salvador e Fortaleza.

Prevê-se ainda a realização de seis jantares de harmonização com vinhos portugueses, em conceituados restaurantes brasileiros, com o objetivo de comprovar a versatilidade de acompanhamento gastronómico que a generalidade dos vinhos portugueses possui.

31-07-2012-Exposição “O Vinho de Colares” reabre em agosto- Site Notícias Grande Lisboa

<http://www.noticiasgrandelisboa.com/2012/07/31/exposicao-o-vinho-de-colares-reabre-em-agosto/>

A exposição “O Vinho de Colares”, vai voltar à Adega Visconde de Salreu, em Colares, concelho de Sintra. A reabertura está marcada para dia 4 de agosto às 18h, informa a autarquia em comunicado.

Até 30 de setembro os visitantes podem fazer aos sábados e domingos passeios de bicicletas, que se encontram na entrada da Adega Caves Visconde Salreu, gratuitamente, para fazerem a Rota dos Vinhos de Colares. Pretende-se recordar o papel de excelência dos vinhos da centenária Região Demarcada de Colares como motor de desenvolvimento económico-social da região, assim como a importância deste legado cultural e patrimonial na promoção do concelho de Sintra.

A inauguração é ainda assinalada por uma palestra pela Confraria dos Sabores de Sintra, seguida de um Colares de Honra.

01-08-2012- Prestigiado produtor de vinho australiano regressa à rolha de cortiça- Site IVV

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/4804.html>

O prestigiado produtor de vinhos australiano Rusden anunciou recentemente, após cinco anos de utilização dos vedantes de rosca (screwcap), a sua decisão de abandonar o vedante artificial e de voltar a utilizar rolhas de cortiça nos seus vinhos. Esta alteração surge como resultado dos problemas contínuos de qualidade associados ao vedante de alumínio.

Para Carlos Jesus, director de marketing e comunicação da Corticeira Amorim, "é muito animador constatar que vários produtores, nos diferentes mercados, decidem regressar à cortiça, após más experiências com vedantes artificiais. Neste caso particular da Austrália, estas opções são particularmente significativas, dado que não se trata apenas de um prestigiado vinho, mas de um dos primeiros mercados dinamizadores dos vedantes artificiais."

Num artigo da edição de Julho da revista australiana Wine Business Magazine, Christian Canute, enólogo da Rusden, sustentou que a cave de Barossa Valley foi confrontada pelo mercado com uma série de problemas contínuos de qualidade do vinho relacionados com o vedante artificial e que a decisão de voltar à rolha cortiça se fundamenta pelo excelente desempenho técnico deste vedante natural.

"Depois de uma experiência de cinco anos com screwcaps tornou-se claro que a cortiça é o melhor para os nossos vinhos", **afirmou Christian Canute**. "Do ponto de vista técnico, de sustentabilidade, ou do ponto de vista aspiracional por parte do consumidor, a cortiça é o melhor aliado do vinho", **acrescentou o enólogo**

Rusden é reconhecida pela produção de vinhos de grande qualidade, com preços entre os 25 e os 85 dólares, muito consagrados a nível nacional e internacional. Na última década, Robert Parker foi um dos críticos que avaliou de forma consistente a qualidade destes vinhos, com pontuações que ultrapassam os 95 pontos neste período de tempo.

Nos últimos anos, a Corticeira Amorim tem constatado e apoiado estes movimentos de retorno à rolha de cortiça em vários mercados-chave, assim como no Reino Unido ao nível do grande retalho.

Ainda recentemente, a icónica cave Sul-Africana Klein Constantia anunciou um retorno à rolha de cortiça no seu vinho branco premium, o Perdeblokke sauvignan blanc, devido a problemas de redução com a screwcap, e a cave Rutherford, sediada em Napa Valley, abdicou da utilização de vedantes de plástico devido a problemas técnicos e de sustentabilidade.

02-08-2012-Beber moderadamente durante a gravidez? Afinal sim...- Site IVV

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/4808.html>

De acordo com a Wine Spectator, foi realizada uma investigação dinamarquesa em mães que beberam até seis copos por semana durante a gravidez e que tiveram filhos tão inteligentes e bem desenvolvidos como os de mães que se abstiveram durante todo o período pré-natal.

Foram realizados cinco estudos coordenados pela Universidade de Aarhus, na Dinamarca, e não foi encontrada nenhuma evidência de efeitos adversos no consumo moderado de álcool de baixo teor por mulheres grávidas. A pesquisa, relatada no British Journal of Obstetrics & Gynecology, concluiu que crianças cujas mães beberam moderadamente durante a gravidez se saíram tão bem como outras crianças em testes emocionais e de inteligência.

Apesar das constatações, os autores foram rápidos em alertar que mesmo assim ainda recomendam às mulheres evitar o álcool durante a gravidez. Os autores deste estudo afirmam que esta é a primeira vez que pesquisadores da área médica realizam uma análise de forma coordenada e variada sobre o impacto do consumo de álcool no período pré-natal. Os resultados são baseados em testes de inteligência de 1.628 crianças dinamarquesas.

Num dos estudos, as crianças foram examinadas clinicamente e, em seguida, participaram de cinco testes verbais e cinco testes de desempenho. No outro estudo, os ensaios foram focados no comportamento da criança sozinha e entre os seus pares.

03-08-2012- Vinho evita enfraquecimento ósseo pós-menopausa- Site Boas Notícias

http://www.boasnoticias.pt/noticias_Vinho-evita-enfraquecimento-%C3%B3sseo-p%C3%B3s-menopausa_12093.html

A ingestão de um ou dois copos de vinho diariamente tem um efeito tão benéfico como a toma de medicamentos na prevenção do enfraquecimento dos ossos das mulheres mais velhas. A conclusão é de um grupo de investigadores do International Scientific Forum on Alcohol Research.

A equipa em questão constatou que o consumo regular e moderado de álcool após a menopausa ajuda a manter os ossos fortes. Os especialistas, que analisaram um estudo realizado pela Universidade de Oregon, nos EUA, observaram que a abstinência conduzia, por outro lado, a um maior risco de desenvolver osteoporose.

O estudo em questão analisou 40 mulheres saudáveis com idades que rondam os 56 anos e constataram que aquelas que bebiam dois pequenos copos de vinho por dia - o equivalente a 19 gramas de álcool - tinham menos tendência a perder massa óssea.

Quando as voluntárias pararam de ingerir a bebida com esta regularidade durante duas semanas, os cientistas notaram que os ossos se tornaram mais frágeis. E, para surpresa da equipa, no primeiro dia em que voltaram a beber vinho, os ossos recuperaram a força, alcançando as taxas de densidade anteriores.

"O resultado sugere um efeito do consumo moderado de álcool que é idêntico ao efeito proporcionado pelos bisfosfonatos", fármacos destinados a combater o enfraquecimento ósseo que são, muitas vezes, a solução das mulheres com o avanço da idade, explicou um dos investigadores.

O processo natural de envelhecimento é o principal causador da perda de massa óssea mas, nas mulheres, a menopausa pode desencadear e agravar o problema. Uma vez que, durante aquela fase da vida, a produção de estrogénio diminui, os ossos ficam mais frágeis e vulneráveis a fraturas.

Consequentemente, os especialistas consideram que esta é uma descoberta muito relevante e que poderá não ser útil apenas para o sexo feminino, uma vez que sugere um mecanismo celular para o aumento da densidade óssea. Os investigadores alertam, no entanto, para a importância da moderação, determinante para que os benefícios sejam obtidos em pleno.

NOTÍCIAS CONCORRÊNCIA

30-07-2012- Vinho Verde: Produtores e comerciantes já podem negociar através de uma bolsa exclusiva- Site Infovini

<http://www.infovini.com/article117484>

Produtores e comerciantes de vinho verde dispõem agora de uma bolsa "on line" criada pela Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV) que tem como objetivo "potenciar negócios diretos" entre as duas partes.

"O conceito é simples: os produtores colocam no sistema os vinhos disponíveis para venda e os comerciantes consultam a ferramenta desenvolvida pela CVRVV para comprar o que procuram", explica a comissão, numa nota enviada à Agência Lusa.

A Bolsa do Vinho Verde funciona desde hoje, já tem "cerca de 20 produtores inscritos" e, segundo o presidente da CVRVV, Manuel Pinheiro, destina-se a "trazer maior liquidez ao mercado e a criar mais mercado", procurando acrescentar-lhe valor.

30-07-2012- Aldeia Velha rejuvenesce - Site Briefing

<http://briefing.pt/marketing/17577-aldeia-velha-rejuvenesce.htm>

A marca Aldeia Velha acaba de se apresentar ao mercado com uma imagem rejuvenescida, concebida para demonstrar que “o património nacional também se renova” e assim conquistar novos públicos. Marca do portefólio da Casa Macieira, comercializada pela Pernod Ricard, Aldeia Velha surge agora com uma garrafa mais pequena e de formato arredondado, em que pontua um novo rótulo simbolizando um casco, com cor e textura de madeira.

O novo packaging foi concebido para dar uma maior modernidade e sofisticação à marca, reforçando simultaneamente a “forte personalidade” do produto – guardando o melhor do passado mas renovando-se para responder às exigências do consumidor atual.

30-07-2012- Geleia de uva com benefícios do vinho- Site Maria João de Almeida

http://mariajoaodealmeida.clix.pt/catalogo_noticias.php?ID=3168&ID_ORG=3

Um grupo de pesquisadores da Universidade de Cádiz criou uma geleia de uva com restos da produção de vinho e com os mesmos efeitos benéficos da bebida para saúde. Segundo os cientistas, trata-se de um projecto desenvolvido pelo Centro Andaluz de Investigação Vitivinícola, para aproveitar o que resta das colheitas. Os pesquisadores levaram o projecto adiante e criaram produtos ricos em antioxidantes, assim como o vinho.

O próximo passo é conseguir colocar o produto à venda em mercados e lojas. Ángel Olachea, um dos responsáveis pelos resultados da pesquisa, disse que «não será difícil introduzir o produto no mercado, por causa da nova tendência de produtos super saudáveis». Quanto ao sabor, ele reconheceu que «não é tão parecido com vinhos, mas tem o gosto da uva com um toque especial», resultado da vinificação. Olachea explicou ainda que a geleia é feita com as cascas, a polpa e as sementes de grãos da uva, «por isso tem uma nota tânica e a textura da semente».

O produto espera aprovação para começar a ser vendido, e serão realizados mais testes para provar os benefícios que ele traz para a saúde.

30-07-2012- Jazz e vinho só no Defesa Jazz Festival- Site Briefing

<http://briefing.pt/marketing/17508-jazz-e-vinho-so-no-defesa-jazz-festival.html>

O desafio foi lançado pelo Clube Ferroviário e a Herdade do Esporão não se negou. O primeiro festival de Jazz a quem o Vinho da Defesa deu nome foi há um ano. Agora, torna a servir-se mais um copo deste evento, que decorre no Clube Ferroviário, aos domingos, até 26 de agosto.

O facto de ter sido o Defesa a dar nome ao festival e não outro vinho da Herdade do Esporão tem um significado: “Tem que ver com o ADN desta marca. O Defesa alia autenticidade e criatividade ao sabor, com a ambição de criar novas culturas de vinho. É por este motivo que os vinhos Defesa estão próximos de eventos ligados à arte, cultura ou música. Este é um dos habitats naturais dos três vinhos da gama. É, portanto, normal que seja o Defesa a dar o nome a este festival”, explica ao Briefing o diretor de marketing

A promessa de "Um dia bem passado"

Para cumprir a promessa de oferecer "um dia bem passado" aos visitantes, será disponibilizada uma oferta distinta, pensada para criar uma maior proximidade com os visitantes, no contexto da cultura do vinho.

Para além das "obrigatórias" visitas às vinhas, adegas e caves, que dão a conhecer os detalhes sobre a produção dos vinhos e azeites da Herdade do Esporão, a nova oferta inclui diversos passeios pela Herdade (a pé, de bicicleta ou de jipe), tornando agora possível a observação da fauna e flora da Herdade, passeios e, também, pic-nics na vinha, desfrutando do património natural da Herdade do Esporão, estando patente o compromisso do Esporão com a preservação da natureza e o desenvolvimento sustentável.

Os visitantes poderão também visitar e conhecer o património histórico-cultural da Herdade do Esporão, datado dos séculos XV e XVI, através de visitas à Torre do Esporão, à Capela de Nossa Senhora dos Remédios, (ambos classificados como Imóveis de Interesse Público) e Arco do Esporão. A ermida, de arquitectura religiosa medieval, foi recentemente restaurada tornando possível dar a conhecer os magníficos frescos da sua capela-mor.

Durante o período de escavações, os visitantes poderão conhecer o Complexo Arqueológico do Povoados dos Perdigões, povoação pré-histórica situada a 5 Km da Herdade do Esporão, que o Esporão tem promovido desde que foram descobertos os primeiros vestígios de presença humana, em 1995. Durante todo o ano é possível visitar o Museu na Torre do Esporão e admirar os artefactos provenientes das escavações.

A nova abordagem ao Enoturismo surge enquadrada nos valores da marca Esporão, nos quais se incluem o respeito pelos valores regionais, ligação à terra e às origens. Partindo da vontade de tornar o Esporão mais transparente, oferecendo "melhores condições aos clientes, mostrando-lhes como fazemos e 'vivemos' os nossos produtos, acreditamos que esta reformulação poderá dinamizar o Enoturismo em Portugal e, em particular, na Herdade", realça o CEO do Esporão, João Roquette.

O projecto exigiu um investimento de 3 milhões de euros - contando com o apoio do programa "Compete", coordenado pelo Turismo de Portugal - e decorre, sobretudo, da necessidade de reforçar o alinhamento do Enoturismo com a estratégia do Esporão

03-08-2012- V Concurso de Vinhos do Algarve- Site IVV

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/4809.html>

Vai realizar-se no próximo dia **18 de Agosto**, o **"V Concurso de Vinhos do Algarve"**, promovido pela Direcção Regional da Agricultura e Pescas do Algarve (DRAP Algarve).

Este Concurso está aberto à participação dos vinhos brancos, tintos e rosados DOP e IGP (vinhos regionais) produzidos no Algarve, devendo para tal cumprir com os requisitos estabelecidos no seu regulamento.

Pretendendo contribuir para a valorização dos vinhos desta Região, através de avaliação em "prova cega", realizada por um júri constituído por provadores com experiência e capacidade reconhecidas, este concurso visa ainda, incentivar a produção de vinhos de qualidade na região e a sua divulgação no país e no estrangeiro e estimular o seu consumo a nível interno e externo, para além da valorização deste produto como parte relevante do património cultural da região.

BEST CASES**30-07-2012- A nova aplicação para promoção de vinho português- Site Infovini**

<http://www.infovini.com/article117485>

A PWC (Portuguese Wine Cellar) é a primeira aplicação para plataformas móveis exclusivamente dedicada à divulgação e promoção dos vinhos portugueses em Portugal e no estrangeiro.

Com mais de 500 vinhos analisados e classificados pelo escanção Manuel Moreira e informação detalhada sobre a arte e a geografia dos melhores vinhos nacionais, a PWC permite-lhe escolher os critérios de pesquisa que verdadeiramente lhe interessam e criar uma garrafeira personalizada.

Já disponível para iPad e iPhone, a PWC estará brevemente disponível também para tablets e telemóveis com sistema Android. Prevêem-se, ainda, actualizações regulares e a inserção de centenas de novas referências.

A PWC está também disponível numa versão grátis, com apenas 50 referências e funcionalidades limitadas.

02-08-2012- Lançado vinho fortificado para misturar com outras bebidas- Site Distribuição Hoje

<http://www.distribuicao hoje.com/news.aspx?menuid=52&eid=7990&bl=1>

A produtora de vinhos norte-americana, Brotherhood, criou um vinho fortificado que pode ser misturado com outras bebidas - o Spodee - uma espécie de concentrado.

O Spodee pode ser misturado “com quase tudo” explica Steven Grasse da Brotherhood. “Combinou com tudo o que eu misturei até agora. Desde outras bebidas alcoólicas até à Coca-Cola ou águas tónicas”, sublinha.

A ideia de misturar vinho com outras bebidas parece estar a criar uma “tendência”, com a produtora a lançar recentemente o Accolade, um vinho espumante misturado com essências de amoras e pêssego.