

Clipping para VINHOS DE LISBOA semana de 22 de Fevereiro a 01 de Março de 2013

NOTÍCIAS DIRECTAS

01-01-2013- Casa Santos Lima considerada adega com melhor relação qualidade-preço – Revista Enovitis

A revista *Wine Spectator* divulgou a lista de 2012 das adegas com melhor desempenho qualidade-preço em Portugal, na qual a Casa Santos Lima, da região de Lisboa, figura em primeiro lugar.

A revista norte-americana considerou esta adega a "Best Value Winery". A Casa Santos Lima é um dos maiores produtores de "Vinho Regional de Lisboa" e um dos produtores portugueses mais premiados a nível internacional. Cerca de 90% da sua produção total é exportada para 40 países.

Recentemente, o especialista em vinhos norte-americano, Doug Frost, tinha considerado o vinho CSL Sousão Tinto 2009 da Casa Santos Lima com um dos 10 "Best Values".

Casa Santos Lima considerada adega com melhor relação qualidade-preço

A revista *Wine Spectator* divulgou a lista de 2012 das adegas com melhor desempenho qualidade-preço em Portugal, na qual a Casa Santos Lima, da região de Lisboa, figura em primeiro lugar.

A revista norte-americana considerou esta adega a "Best Value Winery". A Casa Santos Lima é um dos maiores produtores de "Vinho Regional de Lisboa"

e um dos produtores portugueses mais premiados a nível internacional. Cerca de 90% da sua produção total é exportada para 40 países.

Recentemente, o especialista em vinhos norte-americano, Doug Frost, tinha considerado o vinho CSL Sousão Tinto 2009 da Casa Santos Lima com um dos 10 "Best Values".

01-01-2013-Mercado chinês é negócio da China?

O crescimento económico da China e a descoberta do prazer do vinho está a cativar a atenção dos produtores portugueses. A concorrência é grande, mas as oportunidades são muitas. Mas não é chegar, ver e vencer. Vender na China tem as suas especificidades e poucos são os que conhecem Portugal.

João Barbosa

A China, com uma classe média em ascensão e uma elite bilionária, parece ser o Eldorado para os produtores de vinho, europeus e mundiais. A começarem a render-se à cultura vinícola, o grande sucesso é o vinho francês, que atinge preços mais elevados que a concorrência e é o mais consumido. Todavia,

outros países estão a conseguir surfar a oportunidade. É o caso de Portugal.

Na revista norte-americana Decanter escreveu-se, em abril de 2012, que os chineses já vêm para além de França e que a tendência é para diversificar a procura. A revista cita dados oficiais chineses, que revelam um negócio de 1,27 mil milhões de dólares, em 2011, um aumento de 94% face a 2010. Mas será sempre assim?

Para Filipa Anunciação, gestora deste mercado na ViniPortugal, "o mercado Chinês está a revelar uma forte performance, quando comparado com a média global. Em 2011, Portugal exportou 8,2 milhões de euros, representando 61,1 hl. Comparando os dados disponíveis de 2012 (janeiro a setembro) com o período homólogo, as exportações crescem 39% em valor, para 6,4 milhões de euros, e 31,9% em volume, para 26,9 hl".

Como a atração é grande, há quem tema que o negócio tenha pés de barro e que um dia a China possa ser uma dor de cabeça. Longe de considerar que seja um Eldorado, Vasco d'Avillez, presidente da Comissão Vitivinícola Regional de Lisboa (CVRL), não crê numa má performance neste destino. "A China tem sido um bom mercado e em crescimento, e não deu até agora nenhum sinal de estar a ser ou de poder ser um 'flop'. É um mercado que tem as suas especificidades e claro que não é um Eldorado".

Para Olga Martins, CEO da empresa Lavradores de Feitoria, "a China, a curto prazo, não é o 'oásis' que se diz". Porém, "acho que com um trabalho regular pode a médio e longo prazo ser um bom mercado".

Filipa Anunciação afirma que "a China parece ser efetivamente uma oportunidade. Trata-se de um país de grande dimensão e com um enorme potencial de consumo. A sua economia cresce consistentemente nos últimos anos, havendo uma abertura cada vez maior ao Ocidente. Para além disso, os investimentos feitos nos últimos anos têm revelado bons resultados".

"Este é sem dúvida um mercado muito importante. Apesar de não ser ainda um dos principais mercados em termos de exportação, estamos a investir para semear o nosso futuro, para que possa vir a tornar-se um dos principais mercados em termos de exportação de vinho português" - adianta Filipa Anunciação.

Manuel Oliveira Pinto, diretor de distribuição internacional da Sogrape, diz que a China "'tornar-se um flop, ou não, dependerá sobretudo das expectativas criadas pelas empresas na abordagem ao mercado". Este responsável da maior empresa portuguesa do setor afirma: "provavelmente o crescimento médio dos últimos cinco ou dez anos poderá não ser projetado de forma linear para o futuro, mas acreditamos que as boas oportunidades de negócio continuarão a existir para quem definir estratégias claras de médio/longo prazo".

Uma boa experiência do mercado da China tem a Adega de Borba, que vende nesse país há mais de 40 anos. Manuel Rocha, CEO desta empresa alentejana, salienta que, "sem dúvida, a China é e será sempre uma oportunidade pelo seu potencial de crescimento económico, ainda que abaixo das expectativas mais otimistas do passado. No entanto, a sua cultura, completamente diferente da ocidental, não permitirá que qualquer projeto no setor dos vinhos tenha sucesso. As oportunidades surgirão pois apenas para aqueles

que tiverem escala e relação preço/qualidade".

A Adega de Borba vende para a China "algumas centenas de milhares de euros", correspondentes a perto de 10% do total das vendas no exterior. A perspetiva é de continuar a crescer "a dois dígitos", afirma Manuel Rocha.

"Dado o contexto económico do mercado e a continuidade do investimento da Vini- Portugal, e dos produtores de vinho nacional

no mercado, estimamos que a tendência de crescimento se mantenha, ainda que a um ritmo mais lento", salienta a mesma responsável da ViniPortugal.

A Sogrape não revela quanto exporta para a China, nem quanto representam, em percentagem, as vendas no exterior: "é ainda muito pequena". No entanto, a empresa de Avintes revela a previsão de que para os próximos cinco anos as exportações registem um crescimento de 30%. Tiago Alves de Sousa, da empresa Alves de Sousa (Quinta da Gaivosa, Quinta do Vale da Raposa, entre outras), afirma que a China "é ainda um mercado bastante imaturo, mas que, até por questões culturais e sociais, tem tudo para evoluir muito rapidamente".

Este produtor afirma: "Temos exemplos semelhantes; o Japão começou por beber apenas rótulos para ser hoje um mercado extremamente evoluído e com alguns dos melhores profissionais do setor. À velocidade com que hoje tudo ocorre, a informação circula e a China poderá fazer esse mesmo trajeto num terço do tempo. Temos assim que nos posicionar como um país com vinhos de carácter único, exclusivos (não apenas pela qualidade mas até pela nossa escala de produção em comparação com os nossos concorrentes). Temos que nos direccionar para os nichos onde a qualidade é e será cada vez mais valorizada".

Para Luís Serrano Mira, proprietário da Herdade das Servas, "a China é um mercado muito difícil, devido à sua dimensão e à fraca imagem de Portugal como produtor de bons vinhos". Contudo, este produtor alentejano acredita que o trabalho que tem sido efetuado irá dar frutos a longo prazo.

António Soares Franco, presidente da José Maria da Fonseca, a China é "um mercado de oportunidade", onde há uma clara aposta da empresa. As vendas da José Maria da Fonseca ascendem a 100 000 garrafas. Porém, espera um aumento de três vezes este ano. Sem adiantar o valor, o presidente desta empresa de Azeitão diz que a China representa 1% das exportações da empresa.

Para o enólogo e produtor alentejano Paulo Laureano, "a China é uma oportunidade, mas que deve ser encarada com cuidado e enorme profissionalismo. E sem dúvida um grande mercado, encerrando por isso um potencial apetecível, mas o vinho é algo de novo para os chineses e os vinhos portugueses, como nos restantes mercados, não são os mais conhecidos".

Com uma pequena quinta no Douro, a Maritávora, situada em Freixo de Espada à Cinta, Manuel Gomes Mota pensa também que o gigante chinês "é uma grande oportunidade, não necessariamente

convenientemente explorada por todos".

Serrano Mira adianta que o peso da exportação para a China é ainda pouco, rondando os 65 000 euros (24 000 garrafas). Porém, é "um mercado estratégico". Para o futuro prevê continuação do crescimento, mas de forma lenta.

"A China é um mercado peculiar. Para além das diferenças culturais e barreira linguística, é um mercado num estado de desenvolvimento muito inicial. Exige investimento, tempo, paciência e uma adaptação da abordagem à realidade local. Implementar estratégias adotadas em mercados mais maduros na China, pode ditar o insucesso. Há que visitar o mercado e perceber a sua dinâmica. Dominar a língua local e investir na construção de uma relação com os contactos locais é essencial" diz responsável da ViniPortugal.

Porém, enquanto há deslumbre há também experiências menos positivas. Paolo Nigra, enólogo e produtor com a empresa alentejana PLC, diz que a China "é um mercado caro para se ir, pois os stands são caros, a deslocação é cara e nem sempre resulta, pois nas feiras está muita gente interessada, mas depois

o sumo às vezes é pouco". E adianta ainda: "Também existem intermediários que se conhecem nas feiras e depois vamos a falar com eles e nem o telemóvel existe. Em resumo, é um mercado caro que nem sempre resulta".

A relação entre custo e benefício

A China não fica já ali. Assim, será que está acessível aos produtores portugueses'? Enviar produtos ou pessoas não é coisa que deva preocupar muito os portugueses, considera Vasco d'Avillez. "Quer num caso, quer noutro, não é longe de mais sobretudo se pensarmos que os vinhos de Portugal estão habituados a vencer grandes distâncias e alfândegas difíceis, como podem ser os casos do Brasil e de Angola. Os mercados da China estão muito bem organizados e, em alguns casos, souberam dar os passos necessários para atrair os exportadores de vinho, como é o caso de Hong Kong, onde os vinhos não pagam praticamente impostos diretos".

"Existe, neste momento, alguma dificuldade no transporte, pois a crise na Europa diminuiu o fluxo de navios, mas ainda assim conseguimos que os nossos vinhos sejam concorrenciais" - diz Manuel Rocha.

Uma maior distância significa maiores custos. No caso em apreço também rendimento. Mas quanto pode uma garrafa de vinho português custar mais do que no mercado nacional? Os valores não batem certo. Cada produtor tem a sua realidade. Seja como for, os números são extraordinários.

Preços inflacionados

Quanto a diferença de preços, entre Portugal e a China, é assunto complicado. "É difícil estabelecer comparações porque o retalho lá não é comparável com o nosso", explica Vasco d'Avillez.

"Os nossos preços de exportação são muito semelhantes aos praticados para distribuidores no mercado nacional. Ao chegar lá, o impacto dos custos de importação no PVP vai depender do preço do vinho. Não há regras. Até porque muitos produtores exportam a preços muito mais baixos" - diz Alves de Sousa.

A China representa 5% das exportações da Maritávora, que pretende chegar aos 30%. Um objetivo que se compreende, pois consegue vender vinho 50% mais caro do que em Portugal. Já o produtor alentejano Paulo Laureano refere uma valorização entre os 30% e os 40%.

Obviamente que "os preços variam, mas, quando aplicável, o preço de venda ao público de um vinho na China poderá ser superior em 90% face ao preço do mesmo produto em Portugal", esclarece Manuel Oliveira Pinto. Madalena Biancard, responsável pelo mercado da China da Bacalhôa Vinhos, avança com um número impressionante para a diferença de preços entre Portugal e a China. Valores que só incentivam a exportar: "Na ordem dos 150%. devido a taxas aplicadas aos produtos importados, custos de transporte e margens".

Alves de Sousa não se queixa muito dos custos. Há complicações que não estão relacionadas com dinheiro. "A burocracia de importação é complexa, mas geralmente, trabalhando com condições 'ex-works' ou 'free on board', esses custos são suportados pelo comprador, tal como sucede em todos os outros mercados. Claro que esses custos se irão refletir no preço final, as condições são iguais para todos", diz Alves de Sousa. "Garantir a entrega de produto no mercado chinês não é rápido, simples nem barato, mas não é impossível. Garantindo planeamento e o cumprimento dos regulamentos locais, consegue-se colocar o produto no mercado. Neste caso, contratar um transitário experiente pode ajudar a garantir que o processo decorre sem surpresas" -explica Filipa Anunciação.

"Os custos de transporte para a China até são relativamente razoáveis. Nesse sentido Portugal tem uma vantagem competitiva face a outros países europeus que para exportar para a China têm custos de transporte mais elevados", considera o responsável da José Maria da Fonseca.

Para o patrão da Maritávora, que se situa num patamar de topo, o fator distância pode pesar na carteira dos que exportam vinhos de menor valor de preço. Embora de pequena dimensão, a empresa Maritávora criou uma empresa em Hong Kong, no Final de 2012, para atuar em diversos mercados. Porém é ainda muito cedo para fazer balanço de resultados, reconhece Gomes Mota.

"Se a questão colocada está relacionada com custos logísticos, a resposta é não. Na realidade, o transporte para o mercado chinês, diretamente ou via Hong Kong, é hoje relativamente fácil. Se a questão está, por outro lado, relacionada com a presença sistemática ou permanente de representantes de empresas portuguesas, a China também não apresenta neste cenário custos superiores a outros mercados de dimensão relevante. Os

custos de adaptação a uma cultura diferente e a uma distinta abordagem de negociação é que podem, sim, ser elevados, caso não sejam tomadas as devidas precauções", explica o dirigente da Sogrape.

Mas há quem esteja menos otimista e critique o posicionamento doutros produtores portugueses. Tiago

Alves de Sousa diz que "os 'grandes negócios', de que se fala em termos de vinhos portugueses, têm sido sempre baseados em grandes volumes, mas de preços muito baixos. Portugal começa a surgir (uma vez mais...) como fonte de vinhos baratos".

Para Alves de Sousa esse é um "erro crasso", até porque a China não tardará, ela própria, "a inundar o mundo de vinhos de baixo preço e tecnicamente correios, com os quais nenhum país do mundo irá conseguir competir".

O que se prefere nessa terra distante

Vender na China não é, propriamente, chegar e faturar. É preciso ter muita atenção às especificidades. considera o presidente da CVRL. "Era frequente pensar que os chineses que comprem vinho bebiam qualquer coisa desde que fosse doce e não sabiam distinguir a qualidade do trivial. Nada mais errado! Como em tudo, eles têm técnicos que sabem mais dos vinhos, portugueses neste caso, do que a maioria dos nossos técnicos, como é exemplo o Sr. Simon Tam".

Jenny Li, analista na Wine Intelligence, afirma que o mercado chinês deverá continuar a crescer a bom ritmo e... a preferir vinhos do Novo Mundo. Esta especialista, citada pela Decanter, diz haver uma confusão entre o que os chineses bebem e o que verdadeiramente gostam.

"Durante muito tempo, a Cabernet Sauvignon era a única casta disponível no mercado. Mas isso não reflete o facto de muitos consumidores chineses preferirem vinhos mais frutados e menos tânicos". Esta analista refere vinhos como Asti, Muscat, Riesling e Ice Wine como as preferências.

Ainda que a preferência do mercado não seja só para vinhos doces, o facto é que existe apetência. O que pode ser um trunfo para os produtores de Vinho do Porto. Na Sogrape esse facto é reconhecido.

Como uma visão global, Filipa Anunciação refere que o "vinho preferido é, sem dúvida, o vinho tranquilo, representando 96,3% do consumo, e, dentro deste, o vinho tinto com 90% do consumo".

"O tinto lidera as preferências nesta altura, até porque se lhe associa um status mais diferenciado, mas os brancos começam a ganhar algum espaço, a gastronomia asiática tem muitos pontos de ligação com este género de vinhos" - diz Paulo Laureano.

As notícias vão dando conta que França já não reina sozinha nesta parte do Extremo Oriente, com os consumidores a quererem descobrir diferenças e a ter novas experiências. Como estão a reagir aos vinhos portugueses? Vasco d'Aviliez afirma que a aceitação é "muito boa, por serem vinhos variados: temos desde o Vinho Leve aos mais encorpados, temos várias castas e temos uma relação entre qualidade e preço única".

Para o CEO da Adega de Borba, a China, "como em todos os mercados pouco esclarecidos, e onde o consumo de vinho é ainda proveniente de minoria em ascensão económica e social, a França é ainda, e erradamente, reconhecida como o que produz vinhos de maior qualidade. Obviamente que, para este

facto, ajuda o posicionamento de preço, imagem e reconhecimento de alguns châteaux de elevada notoriedade e mediatismo, bem como todo o investimento francês efetuado na promoção dos seus vinhos".

De acordo com Madalena Biancard, "as grandes marcas, associadas aos grandes vinhos franceses e italianos, investem na China há mais de 15 anos. Este investimento reflete-se agora através de um reconhecimento por parte do consumidor chinês, como vinhos de qualidade superior e únicos, associados a um status social de riqueza".

Serrano Mira compreende a preferência dos chineses para vinhos de França, Itália ou dos Estados Unidos: "tem lógica, porque todos preferimos o que conhecemos e reconhecemos, contudo, na minha opinião, poderemos ser (vir a ser) uma alternativa de grande qualidade aos países que refere".

Manuel Oliveira Pinto salienta que "o conhecimento dos chineses relativamente aos vinhos portugueses é ainda muito limitado. Não obstante, quando têm oportunidade de os degustar, a reação é positiva, estranhando, contudo, a sua complexidade (nomeadamente os taninos fortes nos vinhos tintos e a elevada acidez nos Vinhos Verdes). De notar que as preferências do consumidor chinês centram-se essencialmente em vinhos monovarietais frutados, redondos e ligeiramente doces. Assumindo que esta c, para eles,

ainda uma fase inicial de contacto com o vinho, são as propostas mais simples e fáceis de beber que mais os cativam".

"É difícil responder à questão porque 'os chineses' são muitos povos. Temos mais experiência na região de Cantão (que se estende a Hong Kong, Macau) e a reação tem sido positiva" - diz o responsável da Maritávora. "Os nossos vinhos são, regra geral, bem aceites e reconhecidos na qualidade, mas, em primeiro lugar, há que disponibiliza-los para o consumo e promove-los, de modo a que sejamos uma opção válida para o consumidor", afirma Serrano Mira.

Segundo Paulo Laureano, o vinho português está em processo de descoberta. "Aquilo que estamos a fazer é tentar mostrar-lhes a nossa filosofia, o nosso conceito de terroir e de castas portuguesas, a diferença, a personalidade e a diversidade dos vinhos portugueses".

Além da experiência acumulada, a Adega de Borba tem dados palpáveis acerca do mercado e das preferências dos chineses. "Apesar da reduzida cultura enófila dos chineses, temos tido grandes louvores aos nossos vinhos nos jantares vínicos que vamos fazendo, nas feiras onde vamos participando e claro no dia a dia. através da equipa de vendas dos nossos distribuidores. Mas de grande importância e reconhecimento foram as oito medalhas conquistadas este ano em Xangai, no China Sommeliers Wine Challenge 2012, onde obtivemos duas Medalhas de Ouro, quatro Medalhas de Prata duas Medalhas de Bronze" - sublinha Manuel Rocha.

Diz-me como me devo apresentar

Alguns garantem que para se vencer na China há que juntar dourado ao encarnado. Mas não é assim tão

simples. Doutra forma não haveria diferenciação. O que todos reconhecem é que o consumidor chinês dá muita importância à embalagem. "A apresentação tem que ser rica, bonita, grandiosa e sedutora", diz o presidente da CVRL.

Em todo o mundo há empresas que adotam uma linguagem específica, na cor, nas letras, no conceito do rótulo. Há quem os faça especificamente a pensar neste mercado. Os produtores portugueses consultados têm diferentes opiniões sobre o que fazer. Quanto a imagem, a Herdade das Servas não tem rótulos ou imagem feitas especificamente para o mercado chinês. "Não fazemos para este mercado nem para nenhum outro, está fora da nossa génese". A José Maria da Fonseca também não elabora rótulos específicos.

A Adega de Borba não faz rótulos específicos para o mercado chinês. Manuel Rocha afirma: "entendemos que as marcas devem ser globais, pelo que apenas incluímos as menções legais obrigatórias".

Já ação diferente pretende realizar a breve prazo a Maritávora. Alves de Sousa ainda não tem rótulos exclusivos para o mercado chinês, mas tem já estudos para o fazer. Paolo Nigra revela que faz "rótulos especiais para quantidades maiores", mas os contrarrótulos são sempre em chinês.

"Sempre que possível e necessário, fazemos algumas adaptações nos nossos rótulos, sem que eles percam a sua identidade, mas conferindo-lhes maior apetência ao gosto do consumidor chinês" - diz Paulo Laureano.

A ajuda aos produtores

Onde há um português é habitual haver críticas às instituições públicas. No entanto, o desempenho dos responsáveis portugueses parece favorável aos produtores portugueses consultados.

Um produtor, nomeadamente da dimensão portuguesa, precisa de apoio. Ao certo, marca-se presença nas grandes feiras. As grandes empresas portuguesas já se instalaram. A questão-chave é o estabelecimento de confiança mútua, refere Vasco d'Avillez. "Para a CVRL é importante, mas não temos nesses territórios ações específicas".

'Wines of Portugal'. Esta entidade tem "vindo a investir na educação, como visitas a Portugal e workshops para profissionais de on e off trade e sommeliers; comunicação, como relações públicas, comunicação digital e artigos de profundidade com base em visitas de jornalistas aos produtores em Portugal e feiras de trade. Com estas ações pretendemos dar a conhecer os vinhos por

tugueses junto dos profissionais de trade e consumidores finais das regiões de Pequim, Xangai, Cantão, Hong Kong e Macau" afirma Filipa Anunciação.

Acerca do trabalho desenvolvido pelos responsáveis portugueses, da ViniPortugal à diplomacia. Serrano Mira tem alguns reparos a fazer. "A ViniPortugal deveria levantar primeiro as necessidades do setor para poder fazer uma abordagem, mais coerente, com os poucos recursos que tem. Quanto à diplomacia, nota-

se que existe vontade política para uma mudança, contudo ela ainda não chegou à Herdade das Servas".

"Todos os esforços são importantes mas, infelizmente, se compararmos o investimento em promoção de outros países nossos concorrentes na China, concluiríamos que ficamos aquém do desejável", sublinha o responsável da Adega de Borba.

O trabalho da ViniPortugal e da diplomacia não recebe muitas críticas por parte do líder da Maritávora, considerando-o "moderadamente" eficiente. "É preciso ter em consideração as restrições orçamentais a que a ViniPortugal e as missões diplomáticas estão sujeitas".

"A ViniPortugal ajuda sempre alguma coisa, até pelas ações que têm organizado. A diplomacia menos. A AICEP fornece informação, mas nada mais", diz Alves de Sousa. O responsável da Sogrape considera que, no posicionamento e diferenciação do vinho português face a outros, "a ViniPortugal poderia fazer uma maior aposta no mercado chinês (assim como em outros mercados asiáticos). Por outro lado o AICEP, apesar dos meios muito reduzidos, tem desenvolvido esforços importantes no sentido de dar a conhecer os produtores portugueses e de promover a aproximação entre estes e empresas chinesas de referência".

Devido à sua grande dimensão, a empresa de Avintes tem recursos que as empresas mais pequenas não dispõem. "O grupo Sogrape tem uma empresa de distribuição própria na Ásia (a Sogrape Asia-Pacífico, sediada em Hong Kong) e um escritório de representação em Xangai. Através das suas estruturas (que dão apoio aos clientes e operadores locais), obtemos uma informação quantitativa e qualitativa de excelente nível, que nos permite tomar as opções estratégicas mais adequadas" - afirma Oliveira Pinto.

Suficientes, ou não, para dar a conhecer o vinho português, as instituições batem-se contra os argumentos de países maiores e outros trunfos mediáticos. A China tem um sétimo da população mundial e mostrar-lhes o produto português é tarefa complicada. Mas este país do Extremo Oriente até nem está sozinho nessa situação.

Mercado chinês é negócio da China?

O crescimento económico da China e a descoberta do prazer do vinho está a cativar a atenção dos produtores portugueses. A concorrência é grande, mas as oportunidades são muitas. Mas não é chegar, ver e vender. Vender na China tem as suas especificidades e poucos são os que conhecem Portugal.

Julia Barbosa

A China, com uma classe média em ascensão e uma elite bilionária, parece ser o Eldorado para os produtores de vinho, europeus e mundiais. A começar a render-se à cultura vinícola, o grande sucesso é o vinho francês, que atinge preços mais elevados que a concorrência e é o mais consumido. Todavia, outros países estão a conseguir surfar a oportunidade. É o caso de Portugal. Na revista norte-americana *Decanter* escreveu-se, em abril de 2012, que os chineses já vêm para além de França e que a tendência é para diversificar a procura. A revista cita dados oficiais chineses, que revelam um registo de 1,27 mil milhões de dólares, em 2011, um aumento de 94% face a 2010. Mas será sempre assim? Para Filipa Amenciação, gestora deste mercado na ViniPortugal, "o mercado Chinês está a revelar uma forte performance, quando comparado com a média global. Em 2011, Portugal exportou 8,2 milhões de euros, representando 46,1 M. Comparando os dados disponíveis de 2012 (janeiro a setembro) com o período homólogo, as exportações cresceram 39% em valor, para 6,4 milhões de euros, e 31,9% em volume, para 26,9 hl". Como a atenção é grande, há quem tema que o registo tenha pês de barro e que um dia a China possa ser uma dor de cabeça. Longe



de considerar que seja um Eldorado. Vinco d'Ávila, presidente da Comissão Vitivinícola Regional de Lisboa (CVRL), não crê numa má performance neste destino. "A China tem sido um bom mercado e em crescimento, e não deu até agora nenhum sinal de estar a ser ou de poder ser um 'flop'. É um mercado que tem as suas especificidades e claro que não é um Eldorado". Para Olga Martins, CEO da empresa Lavaredos de Fátima, "a China, a curto prazo, não é o 'vazio' que se diz". Porém, "acho que com um trabalho regular pode a médio e longo prazo ser um bom mercado".

Filipa Amenciação afirma que "a China parece ser claramente uma oportunidade. Trata-se de um país de grande dimensão e com um enorme potencial de consumo. A sua economia cresce consistentemente nos últimos anos, havendo uma abertura cada vez maior ao Ocidente. Para além disso, os investimentos feitos nos últimos anos têm revelado bons resultados". "Este é sem dúvida um mercado muito importante. Apesar de não ser ainda um dos principais mercados em termos de exportação, estamos a investir para senar os nossos futuros, para que possa vir a tornar-se

01-02-2013- Vinhos Biológicos- Site The Avenue (edição digital)

http://issuu.com/theavenuemagazine/docs/the_avenue_n_1

VINHO CEPA PURA - RESERVA TINTO 2009

Vinificação

Desengace, esmagamento e fermentação em cuba de inox com contacto pelicular. Fermentação longa com remontagens frequentes. Estágio em barricas de carvalho americano e francês usadas durante 12 meses.

Castas

Aragonez.

Prova

Cor rubi fechado. Notas vegetais e frutos pretos, ligeira madeira. Complexidade de frutos silvestres. Boa estrutura, com ligeira adstringência.

Consumo

Beber com moderação entre os 16 e 18°C com pratos de caça, carnes vermelhas ou queijos curados.

Grau: 14%

CEPA PURA - FERNÃO PIRES 2010

Vinificação

Fermentação em bica aberta. Defecação de 24 horas. Fermentação em barricas de carvalho francês e americano. Estágio sur lie e batonage durante 9 meses.

Castas

Fernão Pires.

Prova

Cor palha com laivos esverdeados. Aroma de fruta madura e especiarias. Ligeira madeira. Sabor em linha com os aromas. Untuoso e ainda assim fresco, com excelente estrutura. Final médio.

Consumo

Beber com moderação a 12°C com peixes gordos, ou carnes brancas simples.

Grau: 13,5% vol.





VINHOS BIOLÓGICOS

Evito de pesticidas e fertilizantes sintéticos, o vinho biológico é feito da uva dita "pura". Se nos campos de produção o processo é aparentemente simples, no campo político e legislativo o reconhecimento da espécie sofreu contrariedades e batalhas.

Vencidas as guerras, no ano passado a Comissão Europeia finalmente regulamentou o setor da "uva pura", que deve agora obedecer a condições de produção severas.

Para já...

Os produtores de vinho biológico poderão insinuar a menção vinho biológico nos rótulos. Deve figurar o logótipo biológico da UE e o código numérico da entidade de acreditação.

Por cá, o vinho biológico sofre de fraca aceitação no mercado, contrariamente às tendências internacionais. De facto o maior volume de consumo verifica-se no estrangeiro, onde os consumidores têm maior poder de compra.

Nos mercados internacionais, os segmentos biológico e natural têm-se afirmado como os mais dinâmicos, registando marcações crescentes e conseguindo assim muita atenção e interesse, o que revela a exigência face à qualidade daquilo que é consumido.

O reconhecimento internacional é uma realidade: durante o "Biofach 2012" (uma das mais prestigiadas feiras de produtos alimentares biológicos europeus) os produtos portugueses venceram três prémios do concurso internacional de vinhos biológicos "Mundus Biofach 2012".

Casos de Sucesso

A Quinta do Montale

Convertidos à Agricultura Biológica, com investimento em novos castos, a família real instalou-se sobre a quantidade e qualidade do plantio e repanto da vinha. A agricultura biológica é assim uma agricultura criativa, científica e avançada que permite solucionar graves problemas ambientais, sanitários e sociais.

Vinhos: Cepa Pura

Quinta do Romeu

Vinhos intensos e encorpados como os do Douro, com uma frescura demandada da altitude e das noites frescas durante o período de maturação, oferecem a Quinta do Romeu. As vinhas são todas de agricultura biológica. Ainda, toda a Quinta do Romeu (com cerca de 5.000ha) e que também produz o Azule DOP ROMEU e Cortiça) é integralmente biológica, certificada. Assim é porque se acredita no poder da natureza.

Vinhos: Doc Douro



44

COMISSÃO VITIVINÍCOLA DA REGIÃO DE LISBOA CASA SANTOS LIMA

A revista norte-americana Wine Spectator considerou a Casa Santos Lima, da Região de Lisboa, como a adega do país com melhor desempenho no que diz respeito à relação qualidade-preço - "Best Value Winery".

A Casa Santos Lima é o maior produtor de "Vinho Regional Lisboa" e DOC Alenquer e um dos produtores portugueses mais premiados em concursos internacionais. Cerca de 90 por cento da sua produção total é exportada para 40 países, nos cinco continentes, devido à excelente competitividade e qualidade dos seus vinhos.

A distinção da Wine Spectator vem reforçar a excelência deste produtor e o reconhecimento dos seus vinhos no mercado norte-americano, posicionando a Casa Santos Lima com uma média de preços inferior à do mercado americano, onde é difícil comprar vinhos de qualidade por menos de 20 dólares.

De referir que, recentemente, o especialista em vinhos norte-americano Doug Frost destacou o vinho CSL Sousão Tinto 2008, da Casa Santos Lima, como um dos dez "Best Value".

Rua Cândido dos Reis, 1

Torres Vedras

Tel. 261 313 541

www.vinhosdelisboa.com



APP PASSBOOK PARA APPLE

A Apple lançou no início deste ano o aplicativo Passbook para o iPhone e o iPad. O Passbook é uma aplicação que permite armazenar e gerir os seus bilhetes, cartões de visita, cartões de fidelidade e outros documentos digitais. O Passbook é uma aplicação que permite armazenar e gerir os seus bilhetes, cartões de visita, cartões de fidelidade e outros documentos digitais. O Passbook é uma aplicação que permite armazenar e gerir os seus bilhetes, cartões de visita, cartões de fidelidade e outros documentos digitais.

COMISSÃO VITIVINÍCOLA DA REGIÃO DE LISBOA CASA SANTOS LIMA

A Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa (CVRL) é a entidade responsável pela defesa e promoção dos vinhos da Região de Lisboa. A CVRL é uma entidade pública, criada em 1976, com o objetivo de promover a produção, a distribuição e a comercialização dos vinhos da Região de Lisboa. A CVRL é uma entidade pública, criada em 1976, com o objetivo de promover a produção, a distribuição e a comercialização dos vinhos da Região de Lisboa.

PROJETO TRAVESSA DA ENXADA "PENSAR É DESTRUIR"

O Projeto TraveSSa da Enxada é um projeto de intervenção social e cultural que visa promover a reflexão e a discussão sobre a realidade social e cultural da comunidade. O projeto é uma iniciativa da Associação TraveSSa da Enxada, que tem como objetivo promover a reflexão e a discussão sobre a realidade social e cultural da comunidade. O projeto é uma iniciativa da Associação TraveSSa da Enxada, que tem como objetivo promover a reflexão e a discussão sobre a realidade social e cultural da comunidade.



24-02-2013-LISBOA: Oito vinhos distinguidos por revista especializada- Site Oeste Global

http://www.oesteglobal.com/BREVES_Pais_57

A Revista de Vinhos distinguiu oito vinhos da região da Comissão Vitivinícola de Lisboa, que figuram entre os "Melhores Vinho" lançados em Portugal em 2012.

O vinho Regional Lisboa Tinto 2009 da Quinta da Chocapalha foi distinguido com um Prémio de Excelência entre 30 vinhos.

Durante um ano, o júri efetuou provas e visitas às adegas e vinhas para selecionar os melhores vinhos do ano.

Entretanto, o vinho regional Lisboa HUMUS, da Encosta da Quinta, foi distinguido com uma Medalha de Ouro no Concurso Internacional dos Vinhos Biológicos Challenge Millésime Bio 2013. Este concurso destina-se a dar a conhecer a qualidade dos vinhos biológicos junto dos profissionais e dos consumidores.

Nesta edição de 2013, foram a concurso cerca de 700 produtores da África do Sul, Alemanha, Áustria, Chile, Egito, Espanha, França, Itália, Portugal, Suíça, Estados Unidos.

25-02-2013- “Revista de Vinhos” voltou a fazer do Porto a capital do vinho em Portugal- Site IOL Online

<http://www.ionline.pt/igastronomia/revista-vinhos-voltou-fazer-porto-capital-vinho-portugal>

Em Fevereiro, e com uma semana de intervalo, o Porto foi o centro das atenções do mundo do vinho em Portugal. Há duas semanas com a realização do mega evento Essência do Vinho, no Palácio da Bolsa, como demos conta faz hoje oito dias, e no dia 15 (há pouco mais de uma semana) com a entrega de prémios, pela “Revista de Vinhos” aos melhores vinhos portugueses, bem como a personalidades, empresas e instituições ligadas à área de vinhos e gastronomia que mais se distinguiram durante o ano 2012. Este ano, a cerimónia teve lugar no Centro de Congressos e Exposições da Alfândega do Porto, tendo reunido praticamente toda a fileira do vinho, incluindo os mais importantes produtores, enólogos, empresários, distribuidores, retalhistas, restaurantes e compradores de todo o país num total de mais de 850 pessoas.

O jantar, que esteve a cargo do Chefe Vítor Sobral e da sua equipa decorreu como em anos anteriores, a um ritmo impecável e sem falhas, o que não é fácil quando se cozinha para tanta gente.

De todos os vinhos provados durante um ano o júri a “Revista de Vinhos” distinguiu 131 vinhos como os melhores, cobrindo os vários tipos de vinho e as várias regiões: Destes, foram escolhidos os 30 prémios de Excelência, ou seja, os melhores entre os melhores e cuja listagem se publica abaixo.

Para além dos vinhos, foram também premiadas personalidades e instituições na área de vinhos e gastronomia que tiveram uma acção relevante em 2012.

Prémios de Excelência – Os 30 vinhos que conquistaram o galardão de melhores entre os melhores lançados em 2012 foram: Anselmo Mendes Curtimenta Vinho Verde Alvarinho branco 2011 (Anselmo Mendes Vinhos), Barca Velha Douro tinto 2004 (Sogrape Vinhos); Quinta do Vale Meão Douro tinto 2010 (Quinta do Vale Meão); Poeira Douro tinto 2010 (Jorge Nobre Moreira); Quinta da Touriga-Chã Douro tinto 2009 (Jorge Rosas – Vinhos); Ulteira Douro tinto 2008 (Niepoort); NIEPOORT (Vinhos); Quinta do Noval Douro tinto 2009; Quinta da Leda Douro tinto 2009 (Sogrape Vinhos); Legado Douro tinto 2008 (Sogrape Vinhos); Quinta da Manoella Vinhas Velhas Douro tinto 2010 (Wine & Soul); Quinta do Vallado Douro Reserva tinto 2010; Quinta da Pellada Dão tinto 2008 (Álvaro Castro); Quinta dos Carvalhais Único Dão Tinto 2009 (Sogrape Vinhos); Principal Bairrada Grande Reserva tinto 2008 (Colinas de São Lourenço);

Kompassus Private Collection Bairrada tinto 2009 (Kompassus Vinhos); Quinta do Ribeirinho Pé Franco Bairrada tinto 2009 (Adega Luís Pato); Quinta das Bageiras Pai Abel Bairrada branco 2009 (Mário Sérgio Alves Nuno); CH by Chocapalha Reg. Lisboa tinto 2009 (Quinta de Chocapalha); Cinquenta A.S. Reg. Península de Setúbal tinto 2009 (António Saramago); Esporão Private Selection Alentejo Garrafeira tinto 2009 (Esporão); Torre do Esporão Alentejo Garrafeira tinto 2007 (Esporão); Pêra-Manca Alentejo tinto 2008 (Fundação Eugénio de Almeida); Grande Rocim Reg. Alentejano Reserva tinto 2009 (Rocim); Warre's Porto Vintage 2009 (Symington Family Estates); Taylor's Porto Vintage 2009 (The Fladgate Partnership); Graham's Vinho do Porto 30 anos (Symington Family Estates); Graham's Vinho do Porto Colheita 1969 (Symington Family Estates); José Maria da Fonseca Setúbal Moscatel Roxo 20 Anos; Blandy's Madeira 20 anos Terrantez (Madeira Wine Company); Bastardinho de Azeitão Vinho Licoroso 30 anos (José Maria da Fonseca).

25-02-2013- Revista polaca Magazyn Wino Visita a Portugal- Site IVV

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/5361.html>

Por iniciativa da KrossLink (<http://www.kross-link.com>), empresa portuguesa da área de comunicação e marketing, o editor chefe de uma das mais importantes e prestigiadas revistas de vinhos da Polónia, Magazyn Wino, realizou uma viagem a Portugal visitando alguns pequenos viticultores e provando os seus grandes vinhos.

O fruto dessa deslocação foi a edição nas páginas da revista de uma reportagem, dividida em duas partes, sobre as várias regiões vitivinícolas visitadas como Minho, Douro, Dão, Beira Interior, Lisboa, Setúbal e Alentejo e respectivos produtores, dando a conhecer aos leitores as características e as potencialidades dos vinhos portugueses. Esta iniciativa enquadra-se no plano de acções promocionais de vinhos portugueses no mercado polaco empreendido pela KrossLink, dando particular destaque à oferta única e de excelência existente ao nível dos vinhos, gastronomia e turismo.

Entre os produtores visitados encontraram-se os seguintes:

Quinta de Catralvos / Malo Tojo, <http://www.quintadecatralvos.com> , <http://www.malotojo.com>

Os vinhos que despertaram mais interesse do jornalista: Malo Platinum Branco Reserva 2011, NRP Sagres Tinto Reserva 2009, Malo Moscatel de Setúbal 2009.

Para além da actividade produtiva de vinhos, a empresa possui um hotel *boutique* e pequeno centro de congressos em que já receberam grupos da Polónia.

Casa Agrícola Assis Lobo, <http://www.assislobowines.com>

Os vinhos destacados neste produtor: Lobo Mau Reserva e Lobo Roxo Moscatel. Uma curiosidade é o tribox de vinhos monovarietais (Syrah, Cabernet Sauvignon e Castelão) em TriBag-in-Box de 1,5 litros que disponibiliza todo o universo de vinhos. O consumidor pode degustar cada uma das castas individualmente, ou pode ser ousado e fazer o seu próprio *blend*, misturando-as a seu gosto.

Casa da Urra, <http://www.casadaurra.com>

Os vinhos que especialmente agradaram ao paladar do jornalista: Casa da Urra Branco, Tinto Casa da Urra 2009 e Urra Tinto 2011 in bag-in-box. A empresa está em fase de investimento num *apart-hotel* de charme para enoturistas.

Quinta dos Currais, <http://www.quintadoscurrais.com>

Os vinhos em destaque deste produtor: Colheita Seleccionada Branco e Quinta dos Currais Tinto Reserva.

Júlia Kemper, <http://juliakemper.blogspot.com>

Os vinhos apresentados no artigo: Branco 2011, Tinto 2009 e Touriga Nacional 2009.

PV Vinhos Quinta do Sagrado, <http://www.quintadosagrado.pt>

Os vinhos cujo sabor agradou ao jornalista: VT'07 e Vinho do Porto PV Collections - 10 anos (tinto).

Quinta de Cottas, <http://www.quintadecottas.pt>

Os vinhos em destaque nesta paragem: Cottas Branco, Cottas Reserva Branco, Cottas Tinto e Cottas Reserva Tinto.

Quinta do Gradil, <http://quintadogradil.pt>

Os vinhos em relevo neste produtor: Espumante Bruto 2009 produzido com método clássico e Reserva Branco 2010

Casca Wines, <http://www.cascawines.pt>

O vinho mais destacado proveniente da pequena região de Colares: ICON Malvasia de Colares

25-02-2013- Oito vinhos distinguidos por revista- Jornal da Madeira página 14

A Revista de Vinhos distinguiu oito vinhos da região da Comissão Vitivinícola de Lisboa, que figuram entre os "Melhores Vinho" lançados em Portugal em 2012.

O vinho Regional Lisboa Tinto 2009 da Quinta da Chocapalha foi distinguido com um Prémio de Excelência entre 30 vinhos.

Durante um ano, o júri efetuou provas e visitas às adegas e vinhas para seleccionar os melhores vinhos do ano.

Entretanto, o vinho regional Lisboa HUMUS, da Encosta da Quinta, foi distinguido com uma Medalha de Ouro no Concurso Internacional dos Vinhos Biológicos Challenge Millésime Bio 2013. Este concurso destina-se a dar a conhecer a qualidade dos vinhos biológicos junto dos profissionais e dos consumidores.

Nesta edição de 2013, foram a concurso cerca de 700 produtores da África do Sul, Alemanha, Áustria, Chile, Egito, Espanha, França, Itália, Portugal, Suíça, Estados Unidos.

Oito vinhos distinguidos por revista

A Revista de Vinhos distinguiu oito vinhos da região da Comissão Vitivinícola de Lisboa, que figuram entre os "Melhores Vinho" lançados em Portugal em 2012.

O vinho Regional Lisboa Tinto 2009 da Quinta da Chocalpa foi distinguido com um Prémio de Excelência entre 30 vinhos.

Durante um ano, o júri efetuou provas e visitas às adegas e vinhas para selecionar os melhores vinhos do ano.

Entretanto, o vinho regional Lisboa HUMUS, da Encosta da Quinta, foi distinguido com uma Medalha de Ouro no Concurso Internacional dos Vinhos Biológicos Challenge Millésime Bio

2013. Este concurso destina-se a dar a conhecer a qualidade dos vinhos biológicos junto dos profissionais e dos consumidores.

Nesta edição de 2013, foram a concurso cerca de 700 produtores da África do Sul, Alemanha, Áustria, Chile, Egito, Espanha, França, Itália, Portugal, Suíça, Estados Unidos.



27-02-2013-Vinhos de Lisboa no SISAB 2013- Site Infovini

<http://www.infovini.com/pagina.php?codNode=117692>

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal.

Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o actual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido

como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.



27-02-2013-Vinhos de Lisboa no SISAB 2013- Site Expresso do Oriente

<http://expressodoorientes.com/?p=8813>

O SISAB 2013 conta com a maior participação de sempre dos Vinhos de Lisboa. No evento estão presentes os 17 produtores da região de Lisboa.

A maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal termina hoje, dia 27 de Fevereiro, e durante os últimos dois dias contou com a presença de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países.

Com a participação no SISAB, a Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa pretende destacar a qualidade e volume dos vinhos da região.

Durante o evento, os consumidores podem provar alguns dos vinhos representativos das denominações de origem da Região de Lisboa, nomeadamente: Alenquer, Arruda, Bucelas, Carcavelos, Colares, Encostas

d'Aire, Lourinhã, Óbidos e Torres Vedras e ainda a Indicação Geográfica homónima ("Vinho Regional de Lisboa").



[Início](#) » [Local](#) » Vinhos de Lisboa no SISAB 2013

Vinhos de Lisboa no SISAB 2013

Colocado por redacção em Fevereiro 27, 2013

0 Comentários



O SISAB 2013 conta com a maior participação de sempre dos Vinhos de Lisboa. No evento estão presentes os 17 produtores da região de Lisboa.

A maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal termina hoje, dia 27 de Fevereiro, e durante os últimos dois dias contou com a presença de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países.

Com a participação no SISAB, a Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa pretende destacar a qualidade e volume dos vinhos da região.

Durante o evento, os consumidores podem provar alguns dos vinhos representativos das denominações de origem da Região de Lisboa, nomeadamente: Alenquer, Arruda, Bucelas, Carcavelos, Colares, Encostas d'Aire, Lourinhã, Óbidos e Torres Vedras e ainda a Indicação Geográfica homónima ("Vinho Regional de Lisboa").

27-02-2013-Maior Participação de Sempre dos Vinhos de Lisboa no SISAB 2013- Site IVV

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/5366.html>

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal.

Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Está bem patente a dinâmica da CVR e dos seus agentes económicos, a vontade de fazer cada vez mais e melhor.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o actual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado, o que demonstra bem a preferência cada vez mais acentuada dos consumidores, por estes vinhos.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

Com a participação no SISAB, a CVR Lisboa destaca uma vez mais a qualidade e volume dos vinhos da Região, capaz de satisfazer os vários mercados.



Maior Participação de Sempre dos Vinhos de Lisboa no SISAB 2013

27 Feb 2013 < Início < Destaques

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal.

Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Está bem patente a dinâmica da CVR e dos seus agentes económicos, a vontade de fazer cada vez mais e melhor.

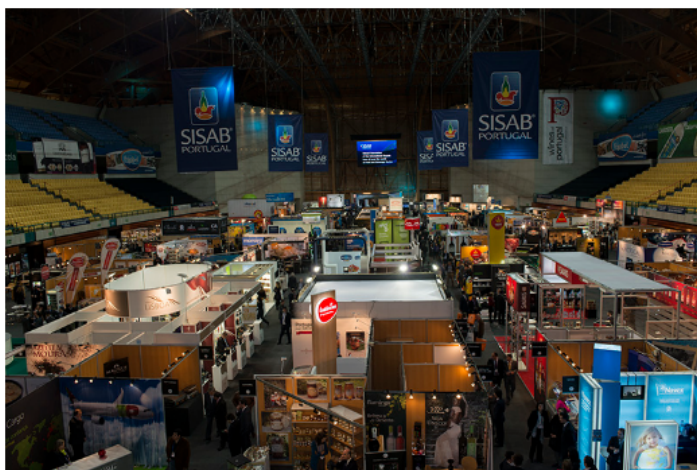
Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o actual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado, o que demonstra bem a preferência cada vez mais acentuada dos consumidores, por estes vinhos.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

Com a participação no SISAB, a CVR Lisboa destaca uma vez mais a qualidade e volume dos vinhos da Região, capaz de satisfazer os vários mercados.



Fonte: Sopexa

27-02-2013- LISBOA: Vinhos em promoção no salão de negócios para exportação- Site Oeste Global

http://www.oesteglobal.com/BREVES_Pais_59

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal, que termina hoje no Parque das Nações, em Lisboa.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão, numa altura em que os vinhos estão a contrariar o contexto de crise, registando aumentos no volume de vendas.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

LISBOA: Vinhos em promoção no salão de negócios para exportação

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos setores alimentar e bebidas de Portugal, que termina hoje no Parque das Nações, em Lisboa.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão, numa altura em que os vinhos estão a contrariar o contexto de crise, registando aumentos no volume de vendas.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

EC/DYA/FYC // ZO

Lusa/Fim

27-02-2013- VINHOS DE LISBOA REGISTAM MAIOR PARTICIPAÇÃO DE SEMPRE EM CONCURSO INTERNACIONAL- Blog Auren

<http://auren.blogs.sapo.pt/>

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal. Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Está bem patente a dinâmica da CVR e dos seus agentes económicos, a vontade de fazer cada vez mais e melhor.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o atual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado, o que demonstra bem a preferência cada vez mais acentuada dos consumidores, por estes vinhos.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

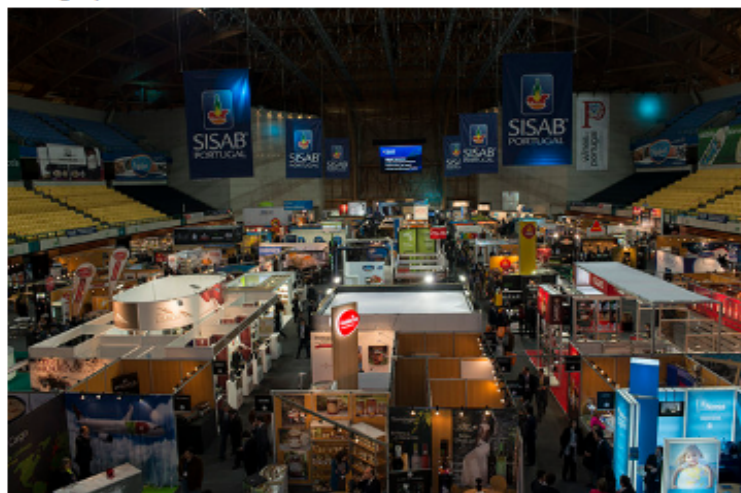
A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

Com a participação no SISAB, a CVR Lisboa destaca uma vez mais a qualidade e volume dos vinhos da Região, capaz de satisfazer os vários mercados.

VINHOS DE LISBOA REGISTAM MAIOR PARTICIPAÇÃO DE SEMPRE EM CONCURSO INTERNACIONAL

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal. Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.



São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Está bem patente a dinâmica da CVR e dos seus agentes económicos, a vontade de fazer cada vez mais e melhor.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o atual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado, o que demonstra bem a preferência cada vez mais acentuada dos consumidores, por estes vinhos.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

Com a participação no SISAB, a CVR Lisboa destaca uma vez mais a qualidade e volume dos vinhos da Região, capaz de satisfazer os vários mercados.

28-02-2013-Maior participação de sempre dos Vinhos de Lisboa no SISAB- Site Agroportal

<http://www.agroportal.pt/x/agronoticias/2013/02/28.htm#.US9VSHK00ct>

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal.

Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Está bem patente a dinâmica da CVR e dos seus agentes económicos, a vontade de fazer cada vez mais e melhor.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o actual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado, o que demonstra bem a preferência cada vez mais acentuada dos consumidores, por estes vinhos.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

Com a participação no SISAB, a CVR Lisboa destaca uma vez mais a qualidade e volume dos vinhos da Região, capaz de satisfazer os vários mercados.



Sacos de Papel e Plástico

www.aguedpack.com

Sacos com promoções todos os meses. Parceiros no seu negócio!



AdChoices

[[Página inicial](#)] [[Directório](#)] [[AgroNotícias](#)] [[Pesquisar](#)] [[Opinião](#)] [[Dossiers](#)] [[Info](#)] [[Adicionar URL](#)] [[Novi](#)

AgroNotícias

- 28-02-2013

[[Écran anterior](#)] [[Outras notícias](#)



Maior participação de sempre dos Vinhos de Lisboa no SISAB

Os Vinhos de Lisboa estão no SISAB PORTUGAL - a maior plataforma de negócios para a exportação dos sectores alimentar e bebidas de Portugal.

Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociaram o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Está bem patente a dinâmica da CVR e dos seus agentes económicos, a vontade de fazer cada vez mais e melhor.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o actual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado, o que demonstra bem a preferência cada vez mais acentuada dos consumidores, por estes vinhos.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

As vendas dos vinhos da Região Lisboa têm vindo a crescer. A maior parte deste aumento verifica-se na exportação mas o mercado interno também se valorizou.

Com a participação no SISAB, a CVR Lisboa destaca uma vez mais a qualidade e volume dos vinhos da Região, capaz de satisfazer os vários mercados.

01-03-2013-Vinhos de Lisboa no SISAB 2013- Blog Vinho Blogtok

<http://vinho.blogtok.com/menu/6/41044//>

Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o actual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

Fonte: CVR Lisboa

Vinhos de Lisboa no SISAB 2013 - 01Mar2013 20:44:26

Entre 25 e 27 de Fevereiro, produtores nacionais de cerca de 600 empresas e 2000 compradores internacionais de 110 países negociam o que de melhor Portugal produz nestes sectores de excelência.

São 17 os produtores da região de Lisboa que estão presentes, sendo a maior participação de sempre neste Salão.

Os Vinhos de Lisboa têm contrariado o actual contexto de crise, registando um sucessivo aumento no volume comercializado.

A Região de Vinhos de Lisboa abarca uma área de vinha de 28 mil hectares, a segunda maior do país, produzindo no total, 100 milhões de litros de vinho dos quais 20% são certificados e o restante é vendido como vinho de mesa. O vinho certificado cifra-se em 18 milhões de litros o que equivale a mais de 22 milhões de garrafas.

A Região produz ainda: aguardente, espumante e vinhos generosos.

Fonte: CVR Lisboa

Fonte: <http://www.infovini.com/pagina.php?codPagina=22&codNoticia=2590>

NOTÍCIAS GERAL

22-02-2013- Nova lei do álcool com novas medidas para cortar abusos- Site Anibal Coutinho

<http://w-anibal.com/noticias/v/643/nova-lei-do-alcool-com-novas-medidas-para-cortar-abusos>

Condutores recém-encartados e condutores de veículos de socorro ou de serviço urgente, de transporte colectivo de crianças e jovens até 16 anos, táxis, veículos pesados de passageiros e mercadorias, ou veículos de transporte de mercadorias perigosas: é este o grupo que vê a taxa máxima de gramas por litro de sangue ser reduzida de 0,5 para 0,2.

Foi ainda intenção do diploma cortar o mais possível no abuso de álcool, sobretudo por parte dos jovens. O consumo das bebidas mais alcoólicas – chamadas de bebidas brancas – vodka, whisky, aguardente – está agora reservado a maiores de 18 anos. Ainda assim, manteve-se nos 16 anos a idade mínima legal para a compra e consumo de vinho e cerveja. Recorde-se que países como o Reino Unido e a Bélgica permitem o consumo de algumas bebidas aos 16 anos. Outros, como a Espanha, França, Irlanda ou Finlândia têm esse limite nos 18 anos.

Mas as medias não acabam aqui: as penalizações aos estabelecimentos que infrinjam estas regras são agora mais pesadas: o encerramento imediato do estabelecimento durante um período máximo de 12 horas. Depois, além de uma multa que pode ir dos 2.500 aos 30 mil euros, o estabelecimento pode ser encerrado durante um período de até dois anos. Por outro lado, o Governo decidiu também proibir a venda de bebidas entre a meia-noite e as 8h00 fora dos estabelecimentos de restauração, bares e discotecas, assim como portos e aeroportos. Ou seja, as lojas de conveniência, os postos de combustíveis nas auto-estradas e fora das localidades não poderão vender álcool durante a noite.

25-02-2013- Produtor italiano planta vinhas em altitude devido a mudanças climáticas

http://mariajoaodealmeida.clix.pt/catalogo_noticias.php?ID=3604&ID_ORG=3

Um produtor italiano de vinhos espumantes, Ferrari Fratelli, na região de Trentino, está a plantar vinhas de maior altitude para fugir às mudanças climáticas e a incentivar outros produtores a fazer o mesmo. Além de produzir, ele costuma comprar uvas a 500 outros produtores, sendo que nos últimos tempos já deixou de comprar uvas plantadas a menos de 300 metros. «Nós pagamos mais caro por maior qualidade e vemos que, na maior parte das vezes, mais qualidade equivale a maior altitude», revelou o enólogo da empresa, Marcello Lunelli, que ainda explicou que devido ao aumento de 1°C na temperatura nos últimos 30 anos a Fratelli teve de mover as vinhas 150 metros acima.

De acordo com Lunelli, essa mudança garante temperaturas mais frias, o que ajuda a preservar a acidez necessária para manter o nosso padrão de qualidade. «Temos sorte porque Trentino é uma região montanhosa, por isso temos altitude e espaço», disse o enólogo. «Iremos plantar mais vinhas nos próximos 10 anos, todas com altitudes entre os 600 e os 750 metros», rematou.

26-02-2013- Os Vinhos de Portugal estão de regresso ao Brasil- Site Essência do Vinho

<http://www.essenciadovinho.com/pt/revista-wine/read/397-os-vinhos-de-portugal-estao-de-regresso-ao-brasil>

A ViniPortugal está de regresso ao Brasil para realizar mais um conjunto de ações de formação sobre vinhos portugueses, exclusivamente dedicadas ao trade e formadores de opinião.

Até setembro de 2013, prevê-se a organização de várias sessões, de nível 2 e 3, em 13 cidades do Brasil: Rio de Janeiro, São Paulo, Campinas, Ribeirão Preto, Santos, Recife, Belém, João Pessoa, Salvador da Bahia, Brasília, Curitiba, Belo Horizonte e Florianópolis. Uma vez mais será o reputado crítico de vinhos Rui Falcão a conduzir as sessões, dando a conhecer as principais regiões vitivinícolas de Portugal e a história, clima, castas e estilos dos vinhos portugueses. Haverá também a degustação de vários rótulos de Portugal e a aplicação de um teste de avaliação, que habilita os participantes com melhores resultados a ganharem uma viagem a Portugal (para um tour e degustações por vinícolas portuguesas).

Esta campanha, que conta novamente com a produção da Essência do Vinho Brasil, prevê ainda a realização de jantares de harmonização, dedicados exclusivamente a jornalistas convidados, bem como workshops para membros das Associações Brasileiras de Sommeliers e para alunos do SENAC.

As inscrições nestas ações são totalmente gratuitas mas obrigatórias porque sujeitas a lugares limitados. Os interessados só têm de consultar o calendário das ações e seguir as instruções nele indicadas para inscrição. De notar que as inscrições só são válidas para uma ação/um dia, sendo o nível 2 para quem não participou nos cursos Vinhos de Portugal realizados em 2012 e o nível 3 para quem já participou nestes cursos.

27-02-2013- “Wines of Portugal Annual Tasting” dia 5 de março, em Londres- Site Essencia do Vinho

<http://www.essenciadovinho.com/pt/revista-wine/read/402-wines-of-portugal-annual-tasting-dia-5-de-marco-em-londres>

Será já no próximo dia 5, terça-feira, que 130 produtores portugueses participam na “Wines of Portugal Annual Tasting”, que se realizará na RHS The Lindley Hall, em Londres.

A iniciativa, que vai acontecer das 10h às 18h, dirige-se a profissionais, muito em particular aos distribuidores britânicos. “Os vinhos portugueses apresentam uma excelente relação qualidade/preço, crucial num mercado tão competitivo como o do Reino Unido. Muito embora se trate de um mercado maduro, existem ainda muitas oportunidades a explorar e o Reino Unido continua a ser uma referência a nível internacional”, considera o presidente da ViniPortugal, Jorge Monteiro.

Esta prova de vinhos portugueses em Londres surge na antecâmara de nova edição da “London International Wine Fair”, que será realizada em maio.

27-02-2013- Apoios comunitários alavancam investimentos em promoção de vinhos portugueses fora da União Europeia- Site IVV

<http://www.ivv.min-agricultura.pt/np4/5363.html>

A carteira de projetos gerida pelo Instituto da Vinha e do Vinho (IVV) já permitiu realizar investimentos de 41,6 milhões € para promover os vinhos portugueses em mercados fora da U.E.

O balanço mais recente do IVV revela que entre 2009 e 2012 os investimentos em diversos mercados, com destaque para Estados Unidos, Angola, Brasil, Canadá, China, Suíça e Rússia, atingiram o valor de 41,6 milhões €, cofinanciados em 50% por fundos comunitários.

Os investimentos foram realizados por empresas privadas e organizações do sector do vinho, e a análise do IVV conclui que a carteira de projetos é maioritariamente constituída por empresas (86% do total de 186 projetos aprovados) que também representam a maior fatia do investimento aprovado (68%).

Destinado a promover a qualidade dos vinhos nacionais e aumentar a competitividade do sector do vinho, o IVV realça que 1 em cada 3 projetos apresentados pelas empresas refere-se a investimentos até 100 mil euros, configurando assim a crescente dinâmica exportadora das PME do setor do vinho.

Em 2008 as exportações portuguesas de vinho atingiram 597 milhões € e volvidos 3 anos chegaram a 675 milhões € em 2011. Até Outubro de 2012 as exportações portuguesas de vinho aumentaram 7,3% situando o valor em 562 milhões €.

Para Frederico Falcão, presidente do IVV, "estes apoios têm sido vitais para aumentar a exportação de vinho e internacionalizar as empresas do sector, focando a atividade exportadora para os mercados fora da Comunidade que, de acordo com os dados até Outubro 2012, já representam 43% do valor das exportações totais de vinho, quando no mesmo período de 2011 era de 41,1%".

Para o futuro, Frederico Falcão assinala que "o IVV ambiciona mais atividade exportadora das empresas do sector e maior utilização dos apoios à promoção, sendo desejável que esta carteira de projetos permita que em 2013 e 2014 o investimento seja de 30 milhões de euros".

27-02-2013- Reino Unido cria organismo para proteger investimentos vitivinícolas- Site Maria João de Almeida

http://mariajoaodealmeida.clix.pt/catalogo_noticias.php?ID=3609&ID_ORG=3

O Reino Unido tem agora um novo organismo oficial dedicado ao vinho. O Wine Investment Association funciona deste Novembro do ano passado e estabelece regras e padrões para o investimento em vinhos. Os membros esperam criar um código de conduta que restringe algumas práticas como a alta pressão de vendas.

As empresas também serão objecto de uma auditoria para garantir que cumprem ordens. Um dos membros fundadores, Peter Shakeshaft da Vin-X Fine Wine Brokers, disse que uma regulamentação era uma necessidade urgente, desde que o número de empresas de investimento de vinhos que estão a falir e que têm problemas com os clientes tem vindo a subir.

O presidente e fundador da Associação, Hugo Rose MW, disse que o investimento em vinhos no Reino Unido é de 200 milhões de libras por ano e que deve ser seguro. E condena as respostas comerciais anteriores às fraudes de investimentos de vinhos, afirmando que a Associação é um passo importante para erradicar questões desta natureza, assim como a má gestão das empresas.

01-03-2013- Invenção portuguesa permite que pessoas alérgicas ao vinho possam beber- Site ANibal COutino

<http://w-anibal.com/noticias/v/648/invencao-portuguesa-permite-que-pessoas-alergicas-ao-vinho-possam-beber>

Um grupo de investigadores da Universidade de Aveiro desenvolveu um método inovador que põe fim às reacções alérgicas relacionadas com o vinho branco. Os investigadores criaram um revestimento inteligente constituído por nano-contentores que permite que os alérgicos possam saborear o vinho sem que o gosto seja alterado. O projeto foi financiado pela fundação para a Ciência e Tecnologia e o fabricante da Airbus já está interessado no projecto.

01-03-2013- Projecto europeu reduz tratamento nas vinhas- Site Maria João de Almeida

http://mariajoaodealmeida.clix.pt/catalogo_noticias.php?ID=3613&ID_ORG=3

Um projecto europeu de informática denominado «Viñas Atlánticas» reduziu em 20% o número de tratamento nas vinhas. Ele utiliza informações sobre o tempo, humidade e temperatura para assim mapear os possíveis riscos a que as vinhas estarão susceptíveis.

O projecto consiste numa rede de sensores meteorológicos e outros instalados nas proximidades das vinhas da D.O espanhola de Rías Baixas, um modelo matemático que integra a documentação específica sobre a praga do mofo, e uma plataforma de Internet onde a informação é postada.

«Há um antes e um depois da plataforma criada para o projecto. Com ela, os viticultores têm perdas menores na produção, mais controle sobre o futuro, liderança no sector, reafirmação do compromisso com o ambiente e ainda uma redução significativa de custos operacionais e de produção», conta o presidente da província, Rafael Louzán.

01-03-2013- Estado poupou dois ME em 2012 com novo sistema de Seguro Vitícola de Colheitas- Site Agrotec

<http://agrotec.pt/?cat=20>

Quinze mil agricultores foram em 2012 abrangidos pelo Seguro Vitícola de Colheitas (SVC), o que representou uma poupança para o Estado superior a dois milhões de euros, segundo dados do Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas (IFAP).

Ao intervir ontem, em Viseu, num colóquio sobre “Seguros Agrícolas”, Joaquim Sampaio, do IFAP, disse que, no seu primeiro ano, o SVC abrangeu “um número de agricultores já muito expressivo (15.200)” e que se traduziu “numa poupança de 38% relativamente ao que era o custo com os seguros de vinhas quando ele era exclusivamente integrado no SIPAC (Sistema Integrado de Protecção Contra Aleatoriedades Climáticas)”.

Em 2012, os agricultores podiam ter as suas vinhas seguras através do SVC ou do SIPAC, mas a partir deste ano só podem usar o novo sistema.

No SIPAC, o Estado bonificava os prémios dos seguros dos viticultores (e continua a bonificar ainda para outras culturas que não a da vinha).

O SVC – que é financiado a cem por cento pelo Fundo Europeu Agrícola de Garantia (FEAGA) – surgiu da necessidade de tornar mais simples, mais célere e mais racional, do ponto de vista económico, o sistema existente.

Joaquim Sampaio afirmou à agência Lusa que, em 2012, no que respeita ao SVC, “o capital seguro foi de praticamente 40 milhões de euros e as bonificações correspondentes a 2.389 mil euros”, tendo este dinheiro sido poupado pelo Estado.

“Ao se ter criado um novo modelo de seguro no âmbito da OCM (Organização Comum do Mercado) da vinha, isso permite que o financiamento da bonificação dos prémios, sendo a 100%, é 100% cofinanciado. Portanto, o Estado português não tem encargo com o pagamento destas bonificações”, explicou.

Desta forma, se o Estado “teve uma poupança muito significativa já no primeiro ano do SVC, em 2013, no que diz respeito à vinha, terá uma poupança total”, frisou.

O responsável do IFAP disse que o objectivo é que todos os viticultores, “não só aqueles que já habitualmente faziam o seguro, mas também outros, passem a fazer o seguro através deste novo sistema”.

Segundo Joaquim Sampaio, o novo sistema “está assente numa operacionalização completamente diferente, muito mais simples e muito mais célere”.

“Muitas das fases podem ser feitas “online”, designadamente a questão da consulta prévia, a candidatura e os contratos das seguradoras”, explicou, acrescentando que “o sistema está montado para que as respostas e os pagamentos sejam muito rápidos”.

NOTÍCIAS CONCORRÊNCIA

25-02-2013- Roquevale apresenta Tinto da Talha 2010- Site Distribuição Hoje

<http://www.distribuicao hoje.com/news.aspx?menuid=52&eid=8999&bl=1>

A Roquevale lançou o Vinho Regional Alentejano, Tinto da Talha 2010, produzido na Herdade da Madeira.

A marca diz que este vinho das castas Trincadeira, Castelão e Aragonez é encorpado e macio e acompanha bem as ocasiões especiais.

25-02-2013- Real Companhia Velha com novas colheitas de Sauvignon Blanc e Touriga Nacional- Site Gazeta Rural

http://www.gazetarural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2623:real-companhia-velha-com-novas-colheitas-de-sauvignon-blanc-e-touriga-nacional-&catid=60:vinhos&Itemid=66

Dois monocastas da Quinta de Cidrô

A Real Companhia Velha tem novidades no que toca a dois dos seus vinhos estremos. Se, por um lado, estamos perante um branco feito a partir de uma casta internacional, no pólo oposto está um tinto

originário daquela que é considerada a casta bandeira do nosso país. Falamos, respectivamente, do ‘Quinta de Cidrô Sauvignon Blanc 2012’ e do ‘Quinta de Cidrô Touriga Nacional 2010’, ambos monocastas provenientes das vinhas da Quinta de Cidrô, propriedade situada em São João da Pesqueira e considerada como um modelo de experimentação vitivinícola para toda a região.

O ‘Quinta de Cidrô Sauvignon Blanc 2012’ é um vinho fresco e desinibido, que alia o melhor de dois mundos: a concentração e a potência do Douro com a elegância e carácter desta reconhecida variedade de casta francesa. Num casamento perfeito com ostras, é contudo um vinho extremamente versátil e que, por isso mesmo, funciona bem tanto como aperitivo, como para acompanhar qualquer prato de peixe, marisco, carnes brancas, pastas ou saladas.

Produzido a partir de parcelas de vinhas seleccionadas, o ‘Quinta de Cidrô Touriga Nacional tinto 2010’ é um vinho complexo e com grande carácter varietal, aromas a frutos vermelhos e acentuadas notas florais. Embora intenso e expressivo, revela-se um vinho fresco e elegante, que dá imensa satisfação enquanto jovem e vibrante, sem contudo deixar de surpreender quem opte por aguardar a evolução em garrafa.

26-02-2013- Novas colheitas José Maria da Fonseca- Site Infovini

<http://www.infovini.com/article117691>

A José Maria da Fonseca acaba de lançar a colheita de 2012 de três dos seus vinhos brancos de maior relevância da Península de Setúbal: o Periquita Branco, o BSE ? Branco Seco Especial e o Quinta de Camarate Branco Seco.

Nesta nova colheita de Periquita Branco 2012 mantém-se o blend das castas Moscatel de Setúbal e Verdelho, que lhe conferem alguma complexidade aromática, com Viognier, para a lhe dar estrutura, e Viosinho para a acidez.

O Periquita é hoje em dia a mais antiga marca de vinho de mesa Portuguesa tendo adquirido, ao longo do tempo, uma crescente popularidade em Portugal e uma considerável notoriedade em mercados sofisticados tais como: Suécia, Brasil, Reino Unido, Estados Unidos da América, Canadá, Dinamarca e Noruega. O Periquita Branco foi lançado pela primeira vez na colheita de 2004.

Produzido desde 1947, “BSE” significa “Branco Seco Especial” e é uma das marcas mais emblemáticas da José Maria da Fonseca. Também proveniente da Península de Setúbal, o BSE caracteriza-se pela sua frescura e acidez equilibradas, aliadas a delicados aromas frutados. O seu lote resulta de três castas brancas tradicionais do nosso país: Antão Vaz, Arinto e Fernão Pires.

Os vinhos Quinta de Camarate são produzidos na Quinta com o mesmo nome, propriedade da Família Soares Franco desde 1914. Nesta propriedade está plantada a colecção ampelográfica da José Maria da Fonseca, actualmente com mais de 560 diferentes castas de todo o mundo.

O Quinta de Camarate Branco Seco produzido desde 1986, era inicialmente resultado das castas Moscatel de Setúbal, Riesling e Gewurztraminer. Na década de 90 decidiu-se substituir as duas castas estrangeiras por duas oriundas da Região dos Vinhos Verdes, Loureiro e Alvarinho.

Em 2007 o Loureiro foi substituído pelo Verdelho, com o objectivo de dar mais complexidade ao vinho. A casta Moscatel foi diminuindo gradualmente para dar espaço aromático às outras duas castas, vindo a sair do lote a partir da colheita de 2009. Actualmente o vinho resulta de um lote de Alvarinho e Verdelho.

27-02-2013- Adega de Borba lança vinho de homenagem a Eusébio- Site Jornal de Vinhos
<http://www.jornaldevinhos.com/artigo.php?id=752&cat=1>

A Adega de Borba apresentou hoje o novíssimo DOC Alentejo 2008 'Eusébio', um vinho produzido especialmente para homenagear o melhor marcador de sempre do Sport Lisboa e Benfica. Esta é uma edição limitada, de apenas 1000 garrafas numeradas.

O vinho 'Eusébio', da Adega de Borba, vem celebrar uma figura ímpar do futebol benfiquista, considerado um dos melhores jogadores de todos os tempos. Eusébio da Silva Ferreira jogou pelo Benfica 15 dos seus 22 anos como jogador de futebol, sendo o melhor marcador de sempre da equipa, com 638 golos em 614 jogos oficiais.

Manuel Rocha, CEO da Adega de Borba, refere que "Eusébio é mais do que um futebolista, é um homem ímpar e uma referência nacional. É uma grande honra para a Adega de Borba associar-se a quem tanto deu ao país e ao seu clube de sempre. Uma personalidade que levou sempre longe e aos pontos mais altos o nome de Portugal. Uma personalidade especial merece também um vinho especial, por isso, fizemos uma edição especial a que demos o nome do goleador. Trata-se de um vinho para marcar grandes momentos e saudar Eusébio da Silva Ferreira."

Já o Vice-Presidente do Benfica, Rui Gomes da Silva, comenta esta parceria afirmando que "Eusébio é o símbolo maior do Sport Lisboa e Benfica. Com ele e outros grandes atletas expandimos o nome do Clube pelos quatro cantos do Mundo e, desde então, nunca deixou de manifestar o seu carinho e dedicação a esta instituição centenária. Quer no Benfica quer ao serviço da Seleção, Eusébio soube sempre elevar a bandeira nacional. Por isso, quisemos brindá-lo com um vinho que espelhasse todo o respeito e gratidão que temos pela sua pessoa. Associámo-nos à Adega de Borba, produtora de vinhos de grande qualidade, para fazer mais esta homenagem a Eusébio".

Recorde-se que este é o segundo vinho da Adega de Borba dedicado à história do Benfica. Em 2011, foi lançado um vinho tinto para celebrar os 50 anos da conquista da primeira Taça dos Campeões Europeus, pelo Sport Lisboa e Benfica, em 1960/61.

Um vinho tinto premium da colheita de 2008

A edição limitada de 1000 garrafas numeradas do vinho 'Eusébio' é um DOC Alentejo 2008 elaborado a partir das castas Trincadeira, Alicante Bouschet e Cabernet Sauvignon, com uvas selecionadas em vinhas velhas de solos xistosos. A fermentação maloláctica ocorreu em barricas de primeira utilização de carvalho francês, americano e castanho, à qual se seguiu um estágio de 12 meses nas mesmas barricas.

27-02-2013- 4º Concurso de Iguarias e Vinhos do Tejo- Site CVR Tejo
<http://www.cvrtejo.pt/cgi-bin/getfromdb.pl?nid=EFVAuyFEplANFcdWB&lang=pt>

O Concurso de Iguarias e Vinhos do Tejo, de periodicidade anual, tem como objetivo a divulgação dos Vinhos do Tejo certificados e sua harmonização com diferentes propostas gastronómicas. O Concurso de Iguarias nos dois primeiros anos, decorreu na região do Ribatejo e concelho de Azambuja, sendo que o ano passado alargou-se as inscrições à área da Grande Lisboa. Este ano, além destas zonas vai estender-se pelos concelhos periféricos ao Ribatejo, num total de 19 concelhos de 6 distritos: Lisboa, Leiria, Castelo Branco, Portalegre, Évora e Setúbal.

O 4º Concurso de Iguarias e Vinhos do Tejo conta este ano com o nosso Patrocinador Oficial Verallia (Saint-Gobain) e mais 5 Patrocinadores: Riedel, Azeites Juncal, Vinagres Comtemp, Encherim e com o Entrepasto Auto (Marca Volkswagen), 6 Parceiros: Cnema, Turismo de Lisboa e Vale do Tejo, Aproder, Confraria da Gastronomia do Ribatejo, Rota dos Vinhos do Tejo e Caminhos do Ribatejo e conta ainda com 4 Media Partners: os já habituais Correio do Ribatejo e Revista de Vinhos e este ano, pela primeira vez, a AHRESP e a Rádio Sim do Grupo Renascença.

Os Menus a concurso são compostos por Entrada, Prato Principal e Sobremesa, acompanhados pela respectiva selecção de vinhos certificados do Tejo e serão avaliados, por um júri composto de reputados profissionais com capacidades técnicas para a apreciação dos pratos e da sua relação com os vinhos.

Fica aqui o desafio à restauração e hotelaria de inovar, criar e mostrar ao público em geral a diversidade e qualidade da nossa cozinha tradicional e dos Vinhos do Tejo.