

Início > Marketing > Vinhos em família

## Vinhos em família

terça, 15 julho 2014 12:05

tamanho da fonte - + | Imprimir | E-mail



Três produtores da região vitivinícola de Lisboa juntaram-se para lançar ações de promoção dos seus vinhos. James Frost, Andrea Tavares da Silva e Francisco Bento dos Santos (na foto) explicam ao Briefing quais os planos de ação para os próximos meses e cuja divulgação passará muito pelas redes sociais e pelo contacto direto com publicações especializadas. Não está excluída a possibilidade de iniciativas no estrangeiro.

**Briefing** | Porque é que nasce a Lisbon Family Vineyards?

**James Frost, Andrea Tavares da Silva e Francisco Bento dos Santos** | A união dos três produtores Quinta de Chocopalha, Quinta de Sant'Ana e Quinta do Monte d'Oiro nasce de uma já longa amizade das três famílias, todas a desenvolver um trabalho de qualidade na região de Lisboa (antigamente chamada Estremadura). Na altura ainda sem nome, este projeto de união de forças, era muitas vezes abordado quando nos encontrávamos em "aerportos" a caminho de feiras ou de provas. "Temos de nos juntar", era a frase. Em 2013, decidimos avançar com este projeto, que no fundo pretende canalizar as sinergias conjuntas em prol da promoção e valorização dos seus vinhos, todos oriundos da região de Lisboa, e dar a conhecer a diversidade e a qualidade dos vinhos produzidos na nossa região.

**Briefing** | Que ações concretas de promoção e comunicação é que estão previstas?

**JF, ATS, FBS** | No passado domingo, 6 de julho, os Lisbon Family Vineyards juntaram-se para o seu primeiro evento oficial. Foi a celebração do Verão e a apresentação do grupo e das suas famílias quebrando um pouco com a tradição. Em vez de uma apresentação formal num local externo ao grupo, quisemos convidar pessoas de várias áreas do sector do vinho, todas complementares, a se juntarem numa das três quintas (neste caso na Quinta de Sant'Ana, no Gradil/Mafra) num evento informal que juntou gastronomia, música e todos nossos vinhos incluindo provas temáticas dirigidas aos profissionais (alguns mais raros de colheitas mais antigas e que já não estão disponíveis no mercado). Os convidados tanto foram sommeliers, donos de restaurantes ou chefes, hotéis, distribuidores, donos de garrafeiras como jornalistas, bloggers e consumidores finais. O objetivo era mesmo poder conviver com as três famílias nesse dia, sem qualquer barreira. Em Portugal já tínhamos participado juntos nalguns eventos para profissionais ou consumidores (Encontro com Vinhos, Adegga Wine Market, Peixe em Lisboa, Mercado da Ribeira, provas na CVRL, etc...) tendo o resultado sido positivo, o que nos deu ainda mais força e vontade de avançar para a criação oficial do grupo e começar a pensar em participar em ações também a nível internacional. Este ano, estivemos juntos na Prova Anual de Londres e na feira internacional Prowein, na Alemanha. Estes eventos continuam a constar do plano de ações do grupo. Estamos de momento a trabalhar no plano de ações para os próximos meses e ele deverá com certeza incluir: uma ação mais específica para os críticos em Portugal, participação conjunta em ações de promoção internacional e um evento em Lisboa para os consumidores finais!

**Briefing** | Quais os canais de comunicação que serão usados?

**JF, ATS, FBS** | Por questões de custos, mas também porque queremos conseguir um contacto direto com os consumidores, as redes sociais serão muito usadas. Já criámos a nossa página no Facebook esta semana a seguir ao evento de domingo e iremos continuar a falar com o nosso público. Todos os meios de vinho serão também usados (bloggers, imprensa escrita, críticos).

**Briefing** | Essas ações abrangem Portugal e mercados estrangeiros? Quais?

**JF, ATS, FBS** | Todos os mercados onde as nossas marcas estejam presentes e onde haja interesses comuns por parte dos três produtores e claro onde haja ações organizadas por terceiros como a ViniPortugal ou a CVR Lisboa. Não excluímos a possibilidade de vir a organizar eventos só nossos lá fora, mas ainda não tivemos a ideia ou o conceito que achamos irá ser uma mais-valia e um sucesso! Mas havemos de encontrar e aí poderemos concretizar.

**Briefing** | Há também a intenção de abrir as três quintas a turistas que visitem a região?

**JF, ATS, FBS** | As nossas três quintas já podem ser visitadas de momento. Temos o projeto de criar um roteiro próprio para

### PUB

Melhorámos os preços  
Cresce a tua inspiração

OS MEUS FICHEIROS CONTROLADOS GRATUITAMENTE

ADICIONA-ME AOS TEUS FAVORITOS

DEIXA VOAR A TUA IMAGINAÇÃO

QUÃO ESTES PREÇOS!

EXAPRINT  
Três e profissionais

**dreamMedia**<sup>®</sup>  
publicidade

A marca da publicidade exterior

tel. 227 846 164 | geral@dreamMedia.pt



### ASSINA

Assinar a edição impressa >>>  
(toda a informação por apenas 85 euros)

Assinar gratuitamente newsletter diária >>>

**BRIEFING**<sup>®</sup> AO  
Jornal das Marcas e Negócios

### FACEBRIEF

Encontra-nos no Facebook



25.776 pessoas gostam de briefing.



Divulga-nos no Facebook

**Briefing** | Há também a intenção de abrir as três quintas a turistas que visitem a região?

**JF, ATS, FBS** | As nossas três quintas já podem ser visitadas de momento. Temos o projeto de criar um roteiro próprio para os LfV' friends que permita alavancar mais visitas e portanto beneficiar as três quintas. A Quinta de Sant'Ana, para além de oferecer a parte de visita da adega e prova de vinhos (bem como compra) também organiza eventos e tem dormidas - é a única das nossas três. A Quinta do Monte d'Oiro e a Quinta de Chocapalha podem ser visitadas com o sistema de rota usual, ou seja com marcação prévia.

**Briefing** | Quais as potencialidades dos vinhos da região de Lisboa?

**JF, ATS, FBS** | As potencialidades são enormes! Pelas características dos vinhos que são frescos e minerais tudo isso graças à influência atlântica que caracteriza a região e da qual as nossas 3 quintas beneficiam, aliado a um cuidado extremo com as vinhas, com o processo de vinificação e estágio. Com grandes amplitudes térmicas e com uma humidade matinal que os ventos suaves do mar secam, os vinhos acabam por ter maturações lentas e guardarem a fruta que os caracteriza. Para além dessas características intrínsecas dos produtos que produzimos, em termos de comunicação acreditamos que deveríamos tentar fazer com que quem consome vinho em Lisboa possa consumir 'local', consumir vinhos da região. É este eixo que queremos seguir e defender no que diz respeito ao nosso plano de comunicação numa primeira fase.

[hs@briefing.pt](mailto:hs@briefing.pt)



Publicado em [Marketing](#)

Tagged em [james frost](#) [andrea tavares da silva](#) [francisco bento dos santos](#) [quinta da chocapalha](#) [quinta de sant'ana](#) [quinta do monte d'oiro](#) [Lisboa](#)

## Itens relacionados

[Big Apps Lisboa já tem vencedores](#)

[Uma "família" para promover vinho](#)

[Cinco minutos por um condutor](#)

[IBM abre centro mundial de cloud em Lisboa](#)

[Champions: "Tudo tem de bater certo"](#)

Mais nesta categoria: [« Um manifesto sobre a fotografia](#)

[voltar ao topo](#)

## EDIÇÃO IMPRESSA



[Ver Edição Impressa >>>](#)

## CANAIS BRIEFING



**BRIEFING**  
Os Negócios do Marketing

**advocatus**

**FIBRA**

**welcome**

**STOP**

PLM] lança guia de investimento para italianos

[Advocatus](#)

Universidade do Minho lança curso sobre mediação

[Advocatus](#)