



## EVENTOS

# A essência do brinde

Nasceu para organizar um evento vínico no Porto. Treze anos depois, a **Essência do Vinho** marca presença em 11 países, colocou outros produtos no seu radar e está a avançar para o enoturismo / Texto **Margarida Cardoso** / Foto **Rui Duarte Silva**

Do outro lado do Atlântico, o Peru começou a destacar-se no mundo da gastronomia. O país investiu na promoção dos seus sabores, os chefes locais foram conquistando um lugar entre os melhores do mundo e o negócio dos restaurantes, garrafeiras e lojas *gourmet* entrou em ebulição. Foi o suficiente para as campanhas de alerta ativarem o radar da Essência do Vinho (EV) e levarem a empresa a estrear-se em Lima, em 2015, com uma ação de prospeção que procura abrir mais uma porta aos vinhos portugueses.

“Grande parte do nosso trabalho no estrangeiro é de formação. Trabalhamos com importadores, donos de restaurantes, *sommeliers*, para os aproximar dos vinhos portugueses. Depois, organizamos eventos com os vinhos nacionais nesses mercados, com o objetivo de mostrar e explicar ao mundo os nossos vinhos e as suas regiões, agarrando negócio para as marcas”, explica Nuno Pires, sócio e fundador da EV, ao lado de Nuno Botelho.

É um negócio que aproveita o salto das exportações de vinhos lusos de 614 milhões de euros para 730 milhões nos últimos cinco anos, mas também procura dar-lhes gás em velhos e novos mercados, alicerçado na ideia de que os vinhos de Portugal ainda têm “muito trabalho pela frente” até atingirem o ponto de notoriedade internacional a que têm direito.

Em 2015, a líder nacional na organização de eventos para a promoção de vinho e

gastronomia faturou quatro milhões, mais 15% do que no ano anterior, e garantiu 20% deste valor fora do país. Em 2016, se tudo correr como planeado, espera crescer mais 25% com novas ações em Portugal e no exterior, entre a Europa, América do Norte, América do Sul e Ásia. No plano já desenhado para este ano, as ações no Canadá, China e EUA vão ser reforçadas, de forma a acompanhar o crescimento das exportações das marcas de vinho portuguesas para estes destinos.

## Do Brasil à Coreia

No balanço do ano, a EV apresenta um saldo de 30 eventos em 20 cidades de Portugal e 70 ações realizadas em 36 cidades de 11 países, a que se juntam visitas a mais alguns mercados. No seu campo de ação estão já o Brasil, onde criou uma empresa irmã, EUA, Canadá, Japão, Coreia do Sul, França, Alemanha, Suíça, Dinamarca, Holanda e Reino Unido.

A maior ação continua a ser o evento que deu origem à empresa, o Essência do Vinho - Porto. Na edição deste ano, no final de fevereiro, juntou 350 produtores e apresentou três mil vinhos em prova, atraindo a visita de especialistas internacionais vindos de Espanha à Coreia do Sul. A ideia é cada vez mais usar esta iniciativa “como uma âncora para fazer negócios e

**Inovar** Nuno Pires e Nuno Botelho gerem a empresa, apostados em criar “momentos únicos” à volta do vinho e da gastronomia





### B.I.

## Essência do Vinho

#### Fundação 2013

**Atividade** Organização de eventos de vinho e gastronomia

#### Trabalhadores 22

**Volume de negócios** 4 milhões de euros

**Ações** Em 2015 a empresa organizou 70 ações em 36 cidades de 11 países. Nos conteúdos, a revista *Wine - A Essência do Vinho* tem 120 mil seguidores no Facebook e é, a nível mundial, a terceira publicação especializada em vinhos com maior número de seguidores

apresentar Portugal aos visitantes estrangeiros através de um programa paralelo e complementar”, explica Nuno Botelho, que, aos 42 anos, acumula a gestão da EV com a presidência da Associação Comercial do Porto, onde substituiu Rui Moreira em 2013, quando este assumiu a presidência da Câmara do Porto.

### O momento certo

A ideia nasceu da experiência dos dois na organização da Expovinis, em Portugal e depois no Brasil, onde o certame se impôs como a maior feira de vinhos da América Latina. “Era uma feira para profissionais, que comecei a organizar quando trabalhava na Exponor – Feira Internacional do Porto, e que nos levou a acreditar que fazia sentido organizar um evento dedicado a consumidores, no Porto, mas de cariz nacional, onde os produtores pudessem ter contacto direto com o mercado. Foi assim que a Essência arrancou, em 2004, com 40 produtores de vinho, num projeto pioneiro que foi evoluindo como empresa”, recorda Nuno Botelho, consciente de que “tudo começou no momento certo e provavelmente três anos antes o projeto teria falhado”.

“Mas estávamos atentos ao mercado. Detetámos uma oportunidade. Observámos o que se passava noutros países e vimos em Portugal uma nova geração de enólogos, da nossa idade, que queria fazer vinho cada vez com mais qualidade. Era preciso investir em imagem, chegar ao consumidor, trabalhar a restauração, desmistificar o consumo do vinho”, acrescenta Nuno Pires, de 43 anos.

Em 2016, a EV cruza o trabalho junto de câmaras de todo o país na organização de eventos, com clientes como o Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira, Instituto dos Vinhos do Porto e Douro e Comissão Vitivinícola Regional Alentejana. No terreno, a ação traduz-se no desenvolvimento de eventos e conceitos inovadores com soluções tipo chave na mão e é visível em iniciativas como o Peixe em Lisboa, da Associação de Turismo de Lisboa, ou o Gin Tasting, dedicado ao mundo do gin desde 2013.

Com a Unicer, a EV trabalha há três anos na organização de encontros da cerveja artesanal da empresa com gastronomia. Aqui, o conceito foi construído para combinar a cerveja com um produto

gastronómico de referência em diferentes concelhos e traduz-se em eventos como o Tascas no Cais, em Lisboa, o Marisco no Largo, em Setúbal, ou a Francesinha na Baixa, no Porto. Este ano o calendário deve ser alargado ao Peixe em Matosinhos.

A par desta atividade, a EV trabalha conteúdos. Em 2006 lançou a revista *Wine - A Essência do Vinho*, com uma tiragem de 30 mil exemplares, e agora também com versão digital. No currículo, a revista apresenta 120 mil seguidores no Facebook, o que a coloca em terceiro lugar no ranking das publicações especializadas em vinho com mais seguidores à escala global, atrás da *Wine Spectator*, nos EUA, e da *Prazeres da Mesa*, no Brasil

Na Internet há a Essência do Vinho TV e na televisão, desde dezembro último, a *Essência* marca presença semanal na RTP3 e na RTP Internacional com 15 minutos dedicados ao vinho e à gastronomia, para percorrer o país dando boleia a protagonistas do sector. A isto junta-se a organização da Festa do Alvarinho e do Fumeiro, com a Câmara de Melgaço, e do evento Vinhos no Pátio, com a Comissão Vitivinícola da Região de Lisboa, a que poderá juntar-se este ano mais uma iniciativa de promoção dos vinhos da região. Há ainda um novo projeto no enoturismo que já levou a EV a criar a Travel Essence.

### A atração agroalimentar

“Há um nicho de mercado interessante ligado ao vinho e ao enoturismo. Por isso criámos um pacote destinado a atrair turistas às diferentes regiões do país para visitas que são sempre acompanhadas por especialistas no sector do vinho”, explica Nuno Pires, confiante no sucesso do novo projeto. Um dos motores deste negócio está no Brasil, mas há também “boas expectativas” em mercados como a Coreia do Sul, Hong Kong, EUA, Dinamarca, Suíça e Canadá.

Fiel ao objetivo de modernizar o sector com novos conceitos e de “momentos únicos”, como a oferta de vinho rosé num tubo de ensaio na Noite Mágica do Dão, ou de um menu acompanhado por uma narrativa multimédia para a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte promover os seus produtos, a EV está pronta a alargar o portefólio a novos nichos na fileira agroalimentar. **E**