

Apresentada oficialmente a primeira campanha de promoção do vinho Alvarinho de Monção e Melgaço

Officially introduced the first promotional campaign of Alvarinho wine from Monção and Melgaço



**A Voz de MELGAÇO**

"A VOZ DE MELGAÇO"

1 | NOVEMBRO | 2016

17  
PÁGINA

## Apresentada oficialmente a primeira campanha de promoção do vinho Alvarinho de Monção e Melgaço Estratégia prevê acções a nível nacional e internacional

A Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV) apresentou, a 21 de Outubro, no Convento dos Capuchos (Monção), a nova campanha de promoção da sub-região de Monção e Melgaço.

Nesta sessão, onde foi oficialmente apresentada pela primeira vez no território minhoto a campanha e estratégia de promoção dos vinhos da sub-região – “a primeira sub-região portuguesa a ascender a um estatuto próprio”, destacou Miguel Queimado, presidente da APA – foram também dadas a conhecer aquelas que serão as linhas (e palavras) de força da acção.

A assinatura “A Origem do Alvarinho” irá explorar os temas “Origem e Destino”, “Origem e Carácter” e “Origem e Descoberta” e a campanha de promoção destaca o carácter próprio do Vinho Verde Alvarinho e sublinha a origem de colheitas de excepção produzidas a partir daquela casta num território repleto de História e de Tradição.

O Plano de Promoção da sub-Região de Monção e Melgaço vai ser liderado pela Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV) e conta com três milhões de euros para um período de seis anos, durante os quais “a origem do Alvarinho” será sublinhada com um selo de garantia exclusivo, entre outras acções.

Fruto do “Acordo Alvarinho”, o Plano de Promoção efectiva a certificação da autenticidade, origem e qualidade dos vinhos de Monção e Melgaço através da aposição de um selo de garantia novo e exclusivo atribuído pela CVRVV, sublinhando um segmento de maior valorização dentro do universo “Vinho Verde”.

Paralelamente, um projecto específico de promoção vai desde a certificação até campanhas publicitárias, programas de formação, apresentações à comunicação social e ao trade ou provas técnicas que potenciem as características diferenciadoras dos produtos vínicos de Monção e Melgaço.

Em declarações aos jornalistas, Manuel Pinheiro, presidente da CVRVV, assinalou o momento como “o começo de uma nova era para Monção e Melgaço” e diz que até as discussões em torno do acordo do Alvarinho (ou o alargamento ou não da D.O. Alvarinho) foram francamente positivas para o volume de vendas registado no mesmo período. “O fenómeno mais incrível para todos nós é que ao longo dos dois anos em que fizemos o debate, as vendas de Alvarinho subiram sempre, e portanto essa polémica teve um bom efeito comercial”, congratulou.

“Portugal tem mais de vinte regiões demarcadas e a partir de hoje passa a ter uma região mais pequena, mas com vinhos de maior qualidade e é precisamente disso que se trata”, observou ainda o representante.

Com os cerca de 3 milhões de euros orçamentados, a aplicar em acções de promoção em Portugal e nos principais mercados de exportação, Manuel Pinheiro assegura que a aplicação dessa verba será discutida periodicamente com os produtores.

“Trata-se de valorizar uma sub-região como produtora de vinhos de excelência. Já não o paradigma anterior, que era promover o Alvarinho, mas promover Monção e Melgaço enquanto produtores de vinhos excepcionais” indicou.

Sobre a resistência da empresa Quintas de Melgaço na aceitação das condições negociadas pelos representantes do território, em 2015, Manuel Pinheiro desvaloriza o impacto deste ‘braço-de-ferro’ e apela à participação da empresa neste momento da campanha. “A região tem 62 engarrafadores e há um que não está de acordo. Temos vindo a trabalhar com a Quintas de Melgaço no sentido de podermos encontrar uma situação que a conforte para estar de acordo. Deixamos o desafio para que não só concordem e, mais do que isso, participem activamente”.

Em 2017, a campanha começará a firmar-se nos mercados



nacionais. Os grandes centros de afluência como o Porto, Lisboa ou Algarve, serão numa primeira fase o alvo da campanha, mas já se pensa no mercado externo, nomeadamente na Alemanha e nos Estados Unidos da América, para citar os principais mercados de exportação onde o volume é mais significativo.

**Monção e Melgaço: a sub-região continuará a ter “um estatuto próprio” na qualidade dos vinhos**

Lançada que está a primeira pedra para o “futuro” que a entidade gestora da campanha quer ver implementada, Manuel Pinheiro refere que as eventuais pretensões em anular o processo em curso é uma causa que já não surtirá efeito. “Esta legislação foi publicada há mais de um ano, o acordo foi feito em Janeiro de 2015, portanto já não nos preocupa isso para trás, a nossa preocupação é construir (a marca) Monção e Melgaço no produto português como noção de produto de valor e de excelência”.

“Pela primeira vez em Portugal, uma sub-Região é destacada como sendo válida só por si. É necessário reconhecer a exclusividade dos vinhos de Monção e Melgaço e reforçar aquela sub-região como território de origem da casta

Alvarinho no universo dos Vinhos Verdes. Já acontece noutros países como França há largos anos e, olhando para a nossa Região, urge que se distinga aquele território como único”, salientou Manuel Pinheiro.

Armando Fontainhas, presidente da Adega Cooperativa Regional de Monção, realçou as mudanças operadas na paisagem ao longo dos últimos 25 anos, “abandonando as vinhas de bordadura nos campos de agricultura” para dar lugar aos mais recentes campos de produção de Alvarinho de monocultura.

“É a primeira vez em Portugal que se promove um pequeno território”, ressaltou ainda o presidente da Adega Cooperativa, entidade que se perfila para ser uma das primeiras empresas a utilizar o selo de qualidade que constará das garrafas já em 2017.

Miguel Queimado, presidente da APA, enaltece pela mesma particularidade a campanha promocional montada em torno dos vinhos de Monção e Melgaço, sendo assim “a primeira sub-região portuguesa a ascender a um estatuto próprio. Isto é inédito e podemos orgulhar-nos de ser essa primeira região”.

“Quando nós vamos promover o território e a região é porque queremos ir mais longe do que ser apenas um produtor de casta. Se formos um produtor de casta, daqui a pouco estamos frente a frente com o país inteiro, que está a plantar a casta, e vamos estar a discutir apenas preços. E nos não queremos discutir só preços, queremos discutir valor e gerar valor para a sub-região”, considerou ainda Manuel Pinheiro, nesta apresentação, perante um auditório essencialmente composto por produtores de Monção e Melgaço e representantes de entidades locais.

João Martinho

