

VINIVERDE - PROMOÇÃO E COMÉRCIO DE VINHOS VERDES SA

A Viniverde continua a crescer, dando novo ímpeto que entrou em 2017 com uma imagem total dos seus Vinhos Verdes.

A Viniverde é uma holding, sediada em Ponte da Barca cujos acionistas são várias empresas da Região dos Vinhos Verdes, entre as quais se destaca a Adega Cooperativa de Ponte da Barca, que pela sua dimensão, longo historial e mais de meio século de notoriedade, é o local onde se situa a sede administrativa como a de produção.

Constituída com o objectivo de produzir, promover e comercializar os vinhos e seus derivados mais conhecidos, dos seus accionistas e também os das marcas próprias, a sua criação incorpora a vontade em sedimentar a posição no mercado interno, assim como numa acção conjunta, aumentar o volume de negócio referente à exportação para mercados de grande potencial. Atualmente, após vários anos alcançando crescimento nas vendas, as exportações estão praticamente ao nível das vendas efetuadas para o mercado interno. Neste contexto, o foco da empresa passa por melhorar o desempenho das instituições accionistas no mercado externo, harmonizando a comunicação e imagem dos produtos com a qualidade reconhecida dos mesmos, fornecendo uma gama alargada de produtos, todos eles de acordo com as novas tendências de mercado, assegurando simultaneamente quantidades, com uma excelente relação qualidade / preço.

MP - Referia-nos, na última reportagem efectuada nesta empresa que “no prazo de um ou dois anos, pensavam estar nos 50% nas vendas no mercado nacional e 50% na exportação”. O objetivo foi conseguido?

José Antas de Oliveira – O objectivo ainda não foi alcançado nessa proporção, mas continuamos a crescer nas vendas e as exportações estão quase ao nível das vendas para

o mercado interno. A exportação continua a alavancar o nosso negócio e um dos motivos para que a Viniverde tenha vindo a crescer. Também crescemos, numa proporção inferior, no mercado interno. Estamos próximos dessa meta! O projeto da Viniverde está mais que afirmado e consolidado. O mercado externo representa cada vez mais, em termos de vendas, com crescimento e grande potencial de crescimento, mas o mercado nacional continua a ser a “nossa base”.

MP- A inovação em termos de novas marcas, ou produtos fez-se sentir neste último ano

JAO- Procuramos todos os anos ter novos produtos para apresentar aos mercados. Em 2016 a novidade, foi um Espumante Tinto da casta Vinhão, Bruto, lançado como produto de cariz gastronómico, fazendo harmonizações surpreendentes com as mais variadas culturas gastronómicas. Para além desse produto que é completamente novo, lançamos uma imagem completamente renovada em toda a gama de produtos da marca Adega Ponte da Barca, marca da principal accionista da Viniverde e que representa maior peso no volume de negócios da instituição.

MP - O que distingue os produtos da Viniverde?

JAO - A consistência da qualidade que os

seus vinhos apresentam em cada nova colheita. Independentemente da colheita, o consumidor pode desfrutar de vinhos frescos e aromáticos, que se adequam aos mais distintos momentos e se tornam cada vez mais presentes nas escolhas do consumidor. Recentemente, a nível nacional, os seus vinhos têm-se distinguido em concursos importantes, reforçando sobretudo a qualidade dos seus vinhos brancos e sedimentando a sua posição entre os melhores produtores de Vinhos Verdes.

MP- Uma marca que leva o nome da terra o nome da Ponte da Barca!

JAO – Exactamente e esta nova imagem transmite para o consumidor aquilo que é a qualidade dos nossos produtos e isso foi um passo para a afirmação da continuidade da marca, não só em Portugal como nos mercados internacionais. Assim temos uma imagem mais moderna, sem esquecer os valores e tradições, a história da empresa e da região. O que pretendemos é que o consumidor olhe para o rótulo e sinta vontade de experimentar... sabemos que após essa etapa, com a qualidade dos nossos vinhos, conseguiremos a fidelização à marca.

MP - Voltando ao espumante fale-nos do mesmo?

JAO - Lançamos dois espumantes 100% da casta Loureiro em 2016, um Bruto e um Meio Seco. Ambos tiveram enorme sucesso que esgotaram no mercado, o que nos levou nesta última campanha a produzir o dobro da quantidade produzida no primeiro ano. A nova colheita já está em comercialização com um feedback muito positivo, com muito boa procura. Para além de duplicarmos as quantidades produzidas dos espumantes brancos, em 2017 lançamos o espumante tinto da casta Vinhão, diferente das características do vinho verde tinto, um espumante muito macio, boa estrutura e bom fim de boca, que pelo seu forte cariz gastronómico acreditamos que se pode tornar uma referência entre os espumantes tintos das várias regiões.

MP - E que certamente vai ao encontro da gastronomia regional, desta região!

JAO - Sim é um facto, mas deixe que lhe



João Pires da área comercial e marketing e o enólogo e um d

digão é um produto muito polivalente, e que vai ao encontro de variada gastronomia internacional mas que se adequa perfeitamente aos pratos mais tradicionais.

MP - No global vinificam quanto milhões de litros? A área de vinha tem crescido bem como o numero de sócios? É tudo vinificado aqui em Ponte da Barca?

JAO - No plano estratégico, o que define a nossa atuação a médio e longo prazo, passa por intensificarmos o constante melhoramento de todo o processo produtivo, garantindo desde a plantação, crescimento e maturação da uva até à vinificação, um controlo rigoroso que permita obter vinhos cada vez mais estruturados, frutados e aromáticos, que vão ao encontro das exigências dos mercados. No que respeita à qualidade dos vinhos, quantidades produzidas e controle de custos, assumimos o desafio da renovação da paisagem vinícola. A região dos vinhos verdes caracteriza-se por uma paisagem com produções fragmentadas, uma realidade que aumenta a dificuldade em controlar todo o processo desde o crescimento até à entrega da uva e



Impulso à marca Adega Ponte da Barca, atualmente renovada, transmitindo a qualidade



dos membros do conselho de administração executivo da Viniverde SA

(...) A exportação representa mais de 45% das vendas da Viniverde e, como referimos, está a crescer. Temos novos mercados como a Rússia, Ucrânia, Japão, Polónia, onde os produtos surgem na distribuição moderna, tal como já acontecia nos mercados dos EUA e Brasil (...)

inflaciona o custo de produção. Com o impulso à plantação e reconversão de vinhas, a instituição ambiciona um crescimento sustentável e melhor desempenho produtivo, proporcionando maior produtividade e melhor qualidade dos vinhos. Atualmente contamos com cerca de 420 hectares de vinha reconvertidos, verifica-se um incremento do número de associados. Assistimos a um rejuvenescimento da média de idades dos associados, cada vez temos associados mais jovens nas adegas associadas. Mais novos, com outra visão, outro profissionalismo e formação, que vêm aportar para a região um modelo de negócio distinto e, com futuro! Cada adega cooperativa é um polo de receção e recebe as uvas dos seus associados, este impulso fortalece a relação entre a adega e os seus associados. No global, em anos de boa produção, vinificamos 5 milhões de litros, com esta recon-



versão das vinhas e adopção de novos métodos produtivos, em poucos anos acreditamos que atingiremos esses valores em produções normais.

MP - No mercado nacional os vossos vinhos estão à disposição em qualquer ponto de venda e no mercado internacional?

JAO - A exportação representa mais de 45% das vendas da Viniverde e, como referimos, está a crescer. Temos novos mercados como a Rússia, Ucrânia, Japão, Polónia, onde os produtos surgem na distribuição moderna, tal como já acontecia nos mercados dos EUA e Brasil. Em alguns países, casos da Suíça, França, Canadá e Brasil, o mercado da saudade continua a ter bastante peso nas nossas vendas, pelo qual temos o maior respeito e consideração, no entanto uma das razões para o sucesso no mercado externo é o trabalho desenvolvido com importadores cujo foco de mercado não é o das comunidades portuguesas, como é o caso dos EUA, Japão, Colômbia, Suécia, Noruega, Alemanha, entre outros. Isso é o futuro dos nossos vinhos. Num país que tem uma oferta tão vasta de vinhos, as nossas castas autóctones tem chamado a atenção dos líderes de opinião e isso reflete-se numa procura e num conhecimento dos nossos vinhos. Sentimos isso nas diversas feiras internacionais onde marcamos presença. No mercado mundial dos vinhos, a maioria dos vinhos reflecte-se nas castas francesas que estão disseminadas por todo o mundo e aqui em Portugal temos coisas únicas, não só nos Vinhos Verdes, mas também nas outras regiões e isso diferencia-nos e chama a atenção dos consumidores mundiais. As vendas não param de crescer e o Vinho Verde a seguir ao vinho do Porto é o vinho que mais se exporta, tendo um grande potencial de crescimento. Os vinhos que mais vendemos são brancos e temos registado um aumento de vendas anual superior a 40%, com taxas de crescimento ano após ano.

João Pires- A estratégia para o mercado externo, uma vez abertos determinados mercados, foi começarmos a trabalhar com mais enfoque nos importadores locais. Aí o crescimento é mais lento, mas permite um trabalho de consolidação da marca, que a médio/longo prazo é o mais importante

MP - A terminar além de ser o enólogo administra a empresa?

JAO - Para além de enólogo, sou um dos membros do Conselho de administração executivo da Viniverde S.A.. Tenho o pelouro comercial, produção e enologia. Antes da criação da Viniverde já estava na Adega Ponte da Barca desde 1996. Contamos com uma equipa dedicada de colaboradores como o João Pires na área comercial e marketing. A Viniverde vai

estar no próximo SISAB PORTUGAL onde esperamos novos clientes em mercados para onde já exportamos e de novos mercados. Vamos continuar a apostar no SISAB PORTUGAL.

PUB

Fumeiros da Guarda
www.fumeirosdaguarda.pt

SINTA AQUELE SABOR ÚNICO!

PRESUNTO CARNE SALGADA BACON

Morada:
Fumeiros da Guarda, Lda.
Estrada Nacional 16
6300-250 Vila Cortês do Mondego PT

Tlf: +351 271 926 538 / 9
Fax: +351 271 926 540
Email: geral@fumeirosdaguarda.pt

SISAB2017 PORTUGAL
LISBOA - LISBON
6-7-8 MARÇO/MARCH

Venha visitar o nosso STAND!