

Vinhos Norte em destaque

“O sucesso da Vinhos Norte passa pela produção própria”



Graciete Lima e Vera Lima (à frente) e Joaquim Lima e Guilherme Pereira (atrás)

Qualidade, prestígio e reconhecimento, estas são apenas algumas das características que preenchem a forma de estar e actuar da Vinhos Norte, marca representativa do bom gosto e do saber beber, impulsionada por um fabrico tradicional e próprio, que lhe aportam uma inquestionável qualidade, bem como a melhor selecção das massas vínicas disponíveis.

Atualmente com uma forte dimensão nacional e internacional, a Vinhos Norte tem no na região dos Vinhos Verdes o pilar da sua estratégia assente na produção própria e numa cultura distinta. Assim, munida de quintas com características fundamentais e especiais, a Vinhos Norte tem vindo a calcorrear um périplo longo e moroso, mas absolutamente vital, sendo hoje uma marca reconhecida pela qualidade aprimorada dos seus vinhos, verdadeiros néctares únicos, com assinatura própria. Já provou?

Num ano de aniversário, a Vinhos Norte comemora em 2011 quatro décadas de existência, a marca tem vindo a aprimorar o seu estatuto, apostando fortemente a nível interno, facto que tem marcado a diferença ao nível da sua postura no mercado internacional, a qual tem tido resultados extremamente positivos e que são para manter de futuro, se possível com maior envergadura e dimensão.

A Revista Pontos de Vista visitou a Vinhos Norte, marca «instalada» num resplandecente local, onde se produzem dos melhores vinhos verdes de Portugal, onde as principais «estrelas» são, entre outros, o Vinho Verde Cruzeiro, o Tapa-da dos Monges, o Espumante de Vinho Verde Miogo, entre outros e que perfazem as vasta panóplia de néctares aqui produzidos e seleccionados um pouco por todo o mundo.

Joaquim Lima, Vera Lima e Graciete Lima foram os nossos anfitriões e numa conversa animada ficamos a conhecer a fundo as mais-valias da marca Vinhos Norte, as razões que têm levado o néctar aqui produzido a diversos cantos do mundo, sem esquecer que o lema da marca, ou seja, «Descubra a cor, o aroma e o sabor para partilhar e celebrar a vida ...o Vinho é mesmo isso».

Empresa de cariz familiar, a Vinhos Norte conta com a terceira geração à frente dos destinos da marca, tendo como

principal desiderato continuar a consolidar as suas marcas no mercado nacional e internacional, inovando, gerindo sinergias e apostando sempre na qualidade e excelência dos seus produtos, dando a conhecer, além da qualidade dos produtos aqui «criados», a história por detrás dos mesmos e acima de tudo a história de uma região, porque beber vinho é também conhecer as raízes do mesmo, é sentir as emoções de um povo, é compreender a essência de um país.

Se a empresa Vinhos Norte outrora marcava a diferença no ramo da distribuição, onde comercializava vinhos e bebidas, soube adaptar-se e acompanhar a evolução do mercado, tendo apostado fortemente na produção própria, pois a exigência do mercado era notória e impunha produtos de qualidade superior, facto que leva a Vinhos Norte a estar no sector do vinho em duas vertentes: comercialização e produção. “Este projecto foi iniciado no mercado nacional

embora tenhamos apostado na internacionalização. Para que isso fosse uma realidade e marcássemos a diferença, tivemos de apostar fortemente na qualidade e na produção própria das uvas e fazer a vinificação para podermos apresentar produtos de excelência no mercado externo, pois só dessa forma, face ao nível da concorrência, poderemos singrar a nível internacional”, afirma Joaquim Lima, lembrando que os vinhos verdes da Vinhos Norte provêm de castas nobres da região dos Vinhos Verdes, logo bastante frutados, aromáticos e leves, que são ideais para qualquer ementa gastronómica, seja de carne ou peixe. “É um vinho que acompanha qualquer refeição”, assegura o nosso entrevistado. De referir ainda que a mais-valia da Vinhos Norte passa pela produção própria, onde o fluxo da cadeia é completamente controlado, tendo para isso um enólogo residente que permite controlar a vinificação, o loteamento, o estágio, o enchimento, entre outras premissas para que os vinhos da Vinhos Norte façam realmente a diferença.

Aposta forte além-fronteiras

Onde nenhum pormenor é esquecido e nenhum detalhe é descuidado. É esta a forma de estar da Vinhos Norte, que no sentido de acompanhar o desenvolvimento do mercado a todos os níveis, apostou forte em diversos projectos e processos da empresa. Assim, começando pela plantação de novas vinhas, à alteração da maquinaria de enchimentos, de novas linhas de enchimento e uma nova central de vinificação percebe-se o nível dos investimentos que têm sido realizados. “Tudo para fazer a diferença no mercado” revela Vera Lima.

A Vinhos Norte não se apresenta ao mercado externo como um player novato. Bem pelo contrário. Embora a metodologia tenha sido alterada, ou seja, se no passado a Vinhos Norte exportava os seus produtos por uma força directa da pessoa que procurava a marca, principalmente no mercado da «saúde», foi em 2007 que se deu uma alteração na forma de actuação da Vinhos Norte. Como? Através do desenvolvimento e aperfeiçoamento de um plano de internacionalização estratégica focado em mercados alvo. “Com o apoio do QREN estamos a seleccionar os mercado alvo e a fomentar estratégias nos mercados em que pretendemos apostar” revela Vera Lima, assegurando que este processo é realizado através de, por exemplo, a participação

Iniciamos contactos com países como o Japão e a China e este ano alcançamos o mercado do Canadá, que é onde pretendemos centralizar as nossas exportações, principalmente para o mercado dos EUA

da marca em feiras e certames do sector". França, Reino Unido, Suíça, Alemanha, entre outros, são alguns dos mercados europeus onde podemos encontrar vinhos com o rótulo da Vinhos Norte. No entanto, a expansão da marca não se fica por aqui, pois mercados emergentes como o Brasil fazem também parte das perspectivas dos nossos entrevistados. "Iniciamos contactos com países como o Japão e a China e este ano alcançamos o mercado do Canadá, que é onde pretendemos centralizar as nossas exportações, principalmente para o mercado dos EUA", explica Vera Lima. Mas porque os EUA? Segundo a nossa entrevistada, o consumo de vinho verde em terras do «Tio Sam», é hoje uma «moda» "e temos de aproveitar essas sinergias e vontades para conquistar esse mercado", revela convicta a nossa interlocutora.

Assim, depois de «conquistar» o mercado europeu, é no mercado americano que a Vinhos Norte pretende implantar com força, sendo esta uma aposta com motivos mais do que suficientes para singrar. "Queremos continuar a participar em mais feiras, eventos e provas nos EUA e promover visitas às nossas instalações, transmitindo a região e o vinho em si. O que temos aprendido neste mercado é que para singrar não conta apenas o produto. Este é escasso para termos sucesso além-fronteiras. Temos de apostar na história do produto e nas mais-valias da região de onde provém. Se tivermos essas dois vectores como principal preocupação então poderemos conquistar esses mercados e novos consumidores", assegura a nossa entrevistada.

A qualidade marca a distinção

Os denominados países do Novo Mundo assumem-se como os grandes concorrentes do vinho luso, até porque esses países apresentam algo que Portugal não pode ostentar, ou seja, hectares ao nível de vinhas, algo que é contraposto

pela diversidade nacional. Este facto provoca dificuldades quando os vinhos portugueses pretendem figurar na «mesma prateleira» ao nível do preço. Como contornar essa vicissitude? Apostando na autenticidade e na bandeira que é o produto único. Na região dos vinhos verdes Portugal apresenta castas autóctones que não são produzidas em mais nenhum ponto do planeta. "É por este vector que temos de marcar a diferença. Esta «bandeira» é fundamental para que as pessoas compreendam que estão a comprar um vinho com características únicas e que não encontram em nenhum outro país", esclarece Graciete Lima, sem no entanto deixar de referir que o preço é uma questão difícil de contornar para a Vinhos Norte.

Para encontrar soluções para combater este panorama, a Vinhos Norte tem vindo, paulatinamente, a estruturar-se, realidade iniciada em 2005, com a edificação de um centro de vinificação e em 2008 com a aposta em novas linhas de enchimento. "Destá forma fazemos todo o processo interno da produção do vinho, permitindo-nos apresentar no mercado produtos mais competitivos com a qualidade desejada", salienta. Apesar de tudo, existem ainda momentos em que a barreira do preço é um entrave significativo. Desta forma, a solução passa por enaltecer a originalidade do produto, as suas características ímpares, bem como a qualidade do mesmo. "Esse trabalho de promoção é realizado directamente nos países onde pretendemos conquistar quota de mercado, porque além do vinho, estamos também a promover a marca Portugal", explica a nossa entrevistada.

Beber «qualidade», mas com moderação

Embora reconhecendo que o mercado nacional aporta actualmente, fruto da crise económica sentida em todos os sectores, algumas dificuldades, para



Joaquim Lima o segredo para que a Vinhos Norte tenha vindo a ultrapassar esses obstáculos passa pela estratégia montada desde 2005 e que tem conhecido resultados positivos actualmente. "As crises servem para isso mesmo, ou seja, estamos perante um cenário actual de selecção onde são resistirão aqueles que souberam apetrechar-se convenientemente", assevera.

Sabendo que o futuro passa por manter a posição no mercado nacional, segundo os nossos entrevistados o grande projecto da Vinhos Norte é sem dúvida a contínua aposta no mercado internacional. No entanto, esse desiderato não significa que o mercado nacional seja esquecido. De forma alguma. Assim, numa tentativa de promover algo fundamental para o país e que inúmeras vezes não tem sido uma aposta concreta, a Vinhos Norte tem vindo a consolidar um projecto através do canal HORECA. "No mercado nacional pretendemos colocar os nossos produtos nos melhores hotéis e restaurantes do país. Felizmente esta-

mos presentes em alguns e com bons resultados. Além disso, pretendemos conquistar o Algarve já este ano, sendo um projecto que foi iniciado recentemente e que pretendemos ver resultados proximamente", refere Vera Lima, assegurando que a Vinhos Norte pretende ainda apostar ao nível de vinhas, mais concretamente na criação de novas plantações e na recuperação de outras que estavam em mau estado.

A terminar, desafiamos Joaquim Lima a explicar porque devemos provar os vinhos verdes da Vinhos Norte e principalmente os vinhos de génese portuguesa. A resposta fez-se rápida e num «trago» o nosso entrevistado deu a conhecer porque não podemos perder esta oportunidade. "O vinho é fruta, é um produto natural e faz parte da nossa história e cultura. Não devemos relegar o nosso passado. Temos vinhos absolutamente fantásticos e por isso devíamos beber com moderação os vinhos nacionais porque são realmente de qualidade", conclui Joaquim Lima. 🍷

Vinho Verde Tapada dos Monges

