



NOTA DE IMPRENSA | Nº 01/2020  
04 de março de 2020

## **COMISSÃO VITIVINÍCOLA DO ALGARVE APRESENTA NOVA ESTRATÉGIA E NOVA IDENTIDADE PARA OS VINHOS DO ALGARVE**

No dia 27 de fevereiro de 2020, a Comissão Vitivinícola do Algarve apresentou uma nova identidade para os Vinhos do Algarve. O objetivo do reposicionamento da CVA é, segundo a respetiva presidente, Sara Silva, colocar os vinhos do Algarve no mapa, destacando a qualidade da região. E enfatizando a diversidade – de vinhos, de produtores e de castas.

A apresentação da nova identidade da CVA aconteceu, em Lisboa, num evento que reuniu vinhos do Algarve de 20 produtores e três chefs – Rui Silvestre, que ganhou uma estrela Michelin para o Vistas; Noélia Jerónimo, do restaurante homónimo, em Cabanas de Tavira; e Bertílio Gomes, da Taberna Albricoque, em Lisboa. As propostas gastronómicas foram harmonizadas com vinhos selecionados pelo escanção Nuno Pires, do Vistas.

Este evento teve o apoio da Região de Turismo do Algarve e dos Municípios de Lagoa, Lagos, S. Brás de Alportel, Albufeira e Silves.

### **ESTRATÉGIA**

A Região Vitivinícola do Algarve registou nos últimos anos uma evolução bastante positiva ao nível do aumento do número de produtores, área de vinha, produção e qualidade dos vinhos. Constata-se, hoje, uma tendência de regresso às origens, buscando o mais tradicional do Algarve tendo-se assistido a uma aposta forte nas castas Negra-Mole e Crato-Branco (Síria), de Vinhas Velhas, em linha com as novas tendências do consumidor que procura algo diferenciador e genuíno.

Para Sara Silva, presidente da CVA, “A focalização na qualidade será o caminho a seguir pela região uma vez que, dada a dimensão geográfica do Algarve, não será possível competir em escala. Por isso, a aposta no mercado nacional, e mais especificamente, regional é deveras importante.”

No que concerne a estratégia de promoção, passa, não só, pela nova identidade e comunicação dos Vinhos do Algarve, com vista à projeção e reconhecimento da qualidade dos vinhos, mas



também por ações dirigidas ao canal horeca. Ainda que a Região do Algarve seja a que apresenta maior crescimento no canal horeca, existe um mercado regional bastante alargado com um enorme potencial a ser explorado pelos Vinhos do Algarve.

A estratégia de promoção envolve também ações dirigidas ao mercado do turismo (nacional e internacional), de grande relevo na região, em parceria com a Região do Turismo do Algarve, nomeadamente em feiras, postos de turismo e aeroporto de Faro.

Os Vinhos do Algarve são já reconhecidos como vinhos de grande qualidade. A sua procura já é significativa quer ao nível da crescente procura por parte dos consumidores, na restauração e nas superfícies comerciais. Sendo, por isso, relevante continuar a reforçar esta aposta. É neste sentido que foi desenvolvida uma nova identidade para os vinhos da região.

“O posicionamento da marca, deve espelhar todo o esforço feito pelos produtores na aposta pela qualidade. A restauração e hotelaria do Algarve são parceiros incontornáveis dos Vinhos da região, que podem oferecer mais autenticidade com uma experiência gastronómica enriquecedora e única, aliando os excelentes vinhos da região à excelente gastronomia algarvia.”  
– afirma ainda Sara Silva

## NOVA IDENTIDADE

A nova identidade, desenvolvida pela empresa NUTS, é o resultado de um trabalho que visa reforçar, junto da restauração e do público final, a qualidade, diversidade e exclusividade dos Vinhos do Algarve.

O Algarve é uma região onde o sol e a serra se conjugam numa harmonia perfeita, onde residentes e turistas procuram experiências imersivas de sabores, momentos de lazer e de bem-estar. Nos vinhos do algarve misturam-se culturas, técnicas e sensibilidades assim como castas nacionais e internacionais trabalhadas num terroir único, pela diversidade dos solos, o aroma do campo e o clima mediterrânico e atlântico. O novo logotipo retrata assim os principais ícones e lifestyle do Algarve – sol, gastronomia, férias, património, tradições e praia.

Tudo isto coube numa garrafa de vinho e resultou na construção do novo logotipo, onde, para além dos ícones do Algarve, também as suas cores marcam presença com os azuis, os verdes e os amarelos.

### Comissão Vitivinícola do Algarve

Estrada Nacional 125, Bemparece  
8400-429 Lagoa | Algarve | Portugal

cva@vinhosdoalgarve.pt | +351 282 341 393  
www.vinhosdoalgarve.pt



## OS VINHOS DO ALGARVE EM NÚMEROS

Fruto do esforço conjunto de todos os agentes do setor, constatou-se que o volume vínico introduzido no mercado, tem aumentado consistentemente ao longo dos últimos anos (cerca de 80% do volume declarado anualmente é comercializado como “Vinho Regional Algarve”). Por sua vez, a comercialização tem apresentado uma evolução bastante positiva e consistente, situando-se na última campanha 2018/2019 em mais de 1.300.000 garrafas.

As expedições/exportações de “Vinhos do Algarve” representaram cerca de 10% do volume total comercializado. As expedições para o mercado Europeu continuam a dominar (48%), ainda que se destaque os volumes exportados para os EUA.

No que se refere aos hectares, verifica-se a existência de vários projetos de novas plantações, seja de produtores já inscritos na CVA ou de potenciais novos produtores (em 2019 foram pedidos cerca 150 hectares para novas plantações).

Regista-se ainda uma evolução importante no número de produtores, com um aumento de 15%, situando-se atualmente nos 45 produtores.

## EVENTO MUSEU DE PORTIMÃO – CANAL HORECA

Nesta última segunda-feira, dia 2 de março, a CVA apresentou regionalmente a nova estratégia e a nova identidade para os Vinhos do Algarve.

O evento dirigido à comunicação social e canal horeca teve lugar no Museu de Portimão. Estiveram presentes perto de 20 produtores dos Vinhos do Algarve que deram a provar os excelentes vinhos. Além de divulgar a nova identidade dos Vinhos do Algarve, este evento teve como objectivo promover uma maior presença dos vinhos algarvios nas cartas dos restaurantes e hotéis da região. A CVA irá desenvolver outras iniciativas para estimular a comercialização dos vinhos do Algarve no canal horeca, nomeadamente o Dia Aberto das Quintas, previsto para dia 23 de março, e que contará com 18 produtores. Serão ainda desenvolvidas ações de formação dirigidas a este público-alvo em parceria com a Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve.