

Liliana Maria Soares Miranda

A Promoção da Rota dos Vinhos do Dão:  
Planeamento e Organização de Eventos

Comissão Vitivinícola Regional do Dão

**Relatório de Estágio de Mestrado**  
Mestrado de Marketing

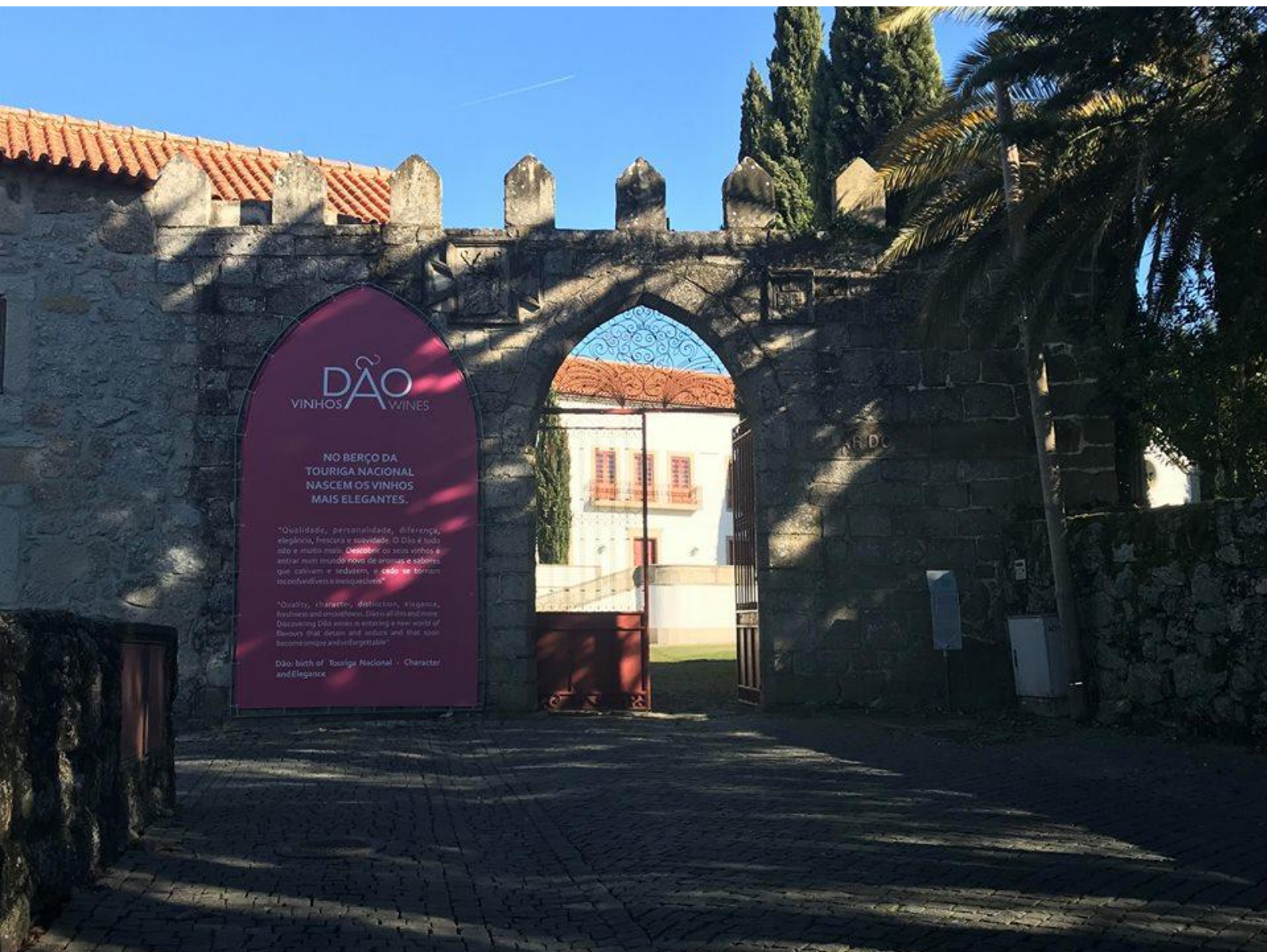
Professora Doutora Suzanne Amaro



Julho de 2019

*“ Às vezes as coisas demoram... mas acontecem! O importante é saber esperar e nunca perder a esperança.”*

**Liliana Miranda**





## RESUMO

O estágio é uma aprendizagem profissional que um estudante realiza para pôr em prática os conhecimentos e as competências adquiridas durante o percurso académico. O objetivo é proporcionar experiência ao estagiário e prepará-lo para que se possa desenvolver no setor de atividade associado à sua futura profissão.

O presente relatório é produto final não apenas do estágio que foi desenvolvido na Comissão Vitivinícola Regional do Dão, como também de todas as aprendizagens que foram efetuadas ao longo do meu percurso académico na Escola Superior de tecnologia e Gestão de Viseu e de todo o meu percurso inicial de inserção no mercado profissional.

Neste documento podemos encontrar o resultado de um trabalho realizado durante seis meses na entidade que me acolheu. Durante o estágio, e para a elaboração deste relatório, foi feito um conhecimento da mesma, a participação e organização de eventos em que a entidade é parceira tendo como objetivo a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão, a receção de comitivas de vários mercados, atendimento ao público, gestão de stock e logística operacional do dispensador de vinhos. Além destas funções desenvolveu-se uma proposta de melhoria à página de internet, criação de bases de dados e de imagens.

Em qualquer estágio, a intervenção do estagiário passa por uma transversalidade em termos de funções. Todas as tarefas desenvolvidas promovem uma aprendizagem constante, têm um carácter formativo, de construção de um profissional completo e com todas as competências fundamentais para o mercado de trabalho, Saber-Ser e Saber-Fazer.



## ABSTRACT

Na internship is a professional learning experience that a student performs to apply their knowledge and skills obtained during their academic path. The main goal is to provide the intern with the experience and prepare them for a career in the marketing field.

This report is not only the final result of the internship developed at Comissão Vitivinícola dos Vinhos do Dão (Dão Regional Wine Commission), but also the result of the knowledge and skills acquired during my years of studying Marketing at Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu and all of my previous professional experience.

This document is the result of a six month intership at Dão Regional Wine Commission. During the internship and in order to elaborate this report, I participated and organized events with the main goal of promoting Rota dos Vinhos do Dão (Dão Wines Route). I also received international committees, worked on customer service, did stock management and operated at a logistical level for the wine dispensers. I also developed a proposal to improve the webpage, created a database and enhanced the images.

In any internship, the intern's intervention must be transversal to all functions. All the tasks developed promote constant learning while educating and building a complete professional with all the fundamental skills to prosper in the work market. Knowing how to be and Knowing how to do.



## **PALAVRAS-CHAVES**

Rota dos Vinhos do Dão

Marketing de Eventos

Eventos

Vinhos

Marketing de Vinhos

Enoturismo



## **KEY-WORDS**

Dao Wine Route

Events Marketing

Events

Wines

Wine Marketing

Wine Tourism



## AGRADECIMENTOS

A realização deste relatório contou com importantes apoios e incentivos sem os quais, a sua redação não teria sido possível, estando por isso eternamente grata.

Ao Diretor Executivo, Doutor Pedro Mendonça e à Doutora Graça Silva pela oportunidade de realizar o meu estágio na Comissão Vitivinícola Regional do Dão e por todo o tempo que disponibilizaram para me ajudar desde o início até ao fim do estágio.

À colaboradora Isabel Duarte pelo auxílio que me facultou e apoiou em todos os momentos deste percurso.

À Professora Doutora Suzanne Amaro, orientadora de estágio, por toda a preocupação e disponibilidade demonstrada na procura do estágio e pelo esclarecimento de todas as dúvidas que foram ocorrendo.

Em especial, à minha mãe e irmã, por todo o apoio, dedicação e empenho, sem o qual não me teria sido possível a continuidade dos estudos até à chegada a este mestrado.



## ÍNDICE GERAL

RESUMO .....	iv
ABSTRACT .....	vi
AGRADECIMENTOS.....	xii
ÍNDICE GERAL .....	xiv
1. Introdução.....	1
1.1 Apresentação do Tema do Estágio .....	1
1.2 Objetivos do Estágio .....	2
1.3 Estrutura do Relatório de Estágio .....	2
2. Comissão Vitivinícola Regional Do Dão.....	4
2.1 História.....	4
2.2 Missão e Organização .....	7
2.3 Localização.....	8
2.4 Principais Competências .....	9
3. Revisão da Literatura .....	12
3.1 Organização de Eventos.....	12
3.2 Marketing de Vinhos.....	16
3.2.1 Marca.....	17
3.2.2 Embalagem e Rótulos.....	19
3.3 Enoturismo .....	24
3.3.1 Perfil do Enoturista.....	28
3.3.2 Rota dos Vinhos .....	30
3.3.3 Estratégias de Marketing para o Enoturismo .....	35
4. Atividades Desenvolvidas .....	45
4.1. Atendimento .....	45
4.2. Participação e Apoio a Eventos.....	46
4.2.1. Mercado de Vinhos- Campo Pequeno.....	48
4.2.2. Evento Grandes Escolhas  Vinhos & Sabores .....	49
4.2.3. Evento Encontro com o Vinho & Encontro com os Sabores.....	50
4.2.4. Evento Dão Capital .....	52
4.2.5. Vinhos de Inverno .....	54

4.2.6.	8. <sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo .....	54
4.2.7.	Essência do Vinho .....	55
4.2.8.	Bolsa Turismo Lisboa (BTL).....	56
4.2.9.	Dão Primores .....	56
4.3.	Receção de Comitivas .....	58
4.3.1.	Comitiva de Produtores Russos .....	59
4.3.2.	Comitiva de Importadores e Compradores .....	59
4.3.3.	Comitiva de Jornalistas.....	59
4.3.4.	Comitiva de Sommeliers Japoneses .....	60
4.3.5.	Comitiva de Master of Wine Internacionais .....	60
4.3.6.	Comitiva de Sommeliers dos EUA .....	61
4.3.7.	Comitiva de Retalho dos EUA.....	61
4.4.	Receção de Alunos de Masterclass .....	61
4.5.	Visitas a Novos Aderentes da Rota dos Vinhos do Dão .....	62
4.6.	Criação de Bases de Dados e Documentos .....	62
4.7.	Criação de Página de Internet.....	64
4.8.	Criação de Placas de Identificação dos Produtores .....	82
4.9.	Criação de Imagens no Illustrator.....	84
4.10.	Criação de Link Online .....	86
4.11.	Outras Atividades .....	88
5.	Reflexão Crítica .....	94
5.1	Análise Crítica das Atividades Desenvolvidas .....	94
5.2	Recomendações de Melhoria.....	96
6.	Conclusão .....	98
7.	Bibliografia.....	99
8.	Anexos .....	104
	<b>Anexo I</b> – Mercado de Vinhos  Campo Pequeno.....	104
	<b>Anexo II</b> – Evento Grandes Escolhas .....	105
	<b>Anexo III</b> – Passatempo Rota dos Vinhos do Dão .....	105
	<b>Anexo IV</b> – Checklist do Material para o Dão Capital .....	107
	<b>Anexo V</b> – Imagens do Evento .....	108
	<b>Anexo VI</b> – Programa das 8. <sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo .....	109
	<b>Anexo VII</b> – Fotos das 8 <sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo.....	110
	<b>Anexo VIII</b> – Fotos do Evento Essência do Vinho .....	110
	<b>Anexo IX</b> – Dão Primores   Organização do Espaço .....	111

<b>Anexo X</b> – Sala de Provas  Comitiva de Produtores Russos .....	111
<b>Anexo XI</b> – Programa  Trade EUA e Brasil .....	112
<b>Anexo XII</b> – Fotos da Comitiva nas Visitas.....	113
<b>Anexo XIII</b> – Prova de Vinhos  Trade EUA e Brasil com os produtores .....	113
<b>Anexo XIV</b> – Programação da Comitiva de Jornalistas.....	115
<b>Anexo XV</b> – Fotos da Visita da Comitiva.....	116
<b>Anexo XVI</b> – Fotos da Comitiva de Master of Wine Internacionais.....	117
<b>Anexo XVII</b> – Fotos da Organização do Espaço.....	117
<b>Anexo XVIII</b> – Fotos da Comitiva de Retalho dos EUA .....	117
<b>Anexo XIX</b> – Alunos de Masterclass.....	118
<b>Anexo XX</b> – Organização das Mesas.....	118
<b>Anexo XXI</b> – Base de Dados   Datas Eventos.....	119
<b>Anexo XXII</b> – Documento   Revista de Vinhos .....	120
<b>Anexo XXIII</b> – Documento   Vinhos Medalhados do Dão.....	123
<b>Anexo XXIV</b> – Base de Dados   Cartões Visitas.....	138
<b>Anexo XXV</b> – Base de Dados   Contactos de Viseu.....	138
<b>Anexo XXVI</b> – Base de Dados   Taxas e Impostos .....	140
<b>Anexo XXVII</b> – Base de Dados   Marcas de Vinhos.....	140
<b>Anexo XXVIII</b> – Website CVR do Dão e Website Rota dos Vinhos do Dão .....	155
<b>Anexo XXIX</b> – Ficha de Inscrição Dão Invicto .....	156

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-</b> Estrutura do Relatório .....	2
<b>Figura 2-</b> Região Demarcada Dão .....	4
<b>Figura 3-</b> Organigrama CVR do Dão.....	7
<b>Figura 4-</b> Solar do Vinho do Dão .....	9
<b>Figura 5-</b> Rota dos Vinhos do Dão. ....	10
<b>Figura 6-</b> Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão.....	11
<b>Figura 7-</b> Indicação Obrigatória Rótulo .....	20
<b>Figura 8-</b> Componentes do Enoturismo .....	27
<b>Figura 9-</b> Tipos de Rotas de Vinho .....	33
<b>Figura 10-</b> O Processo de Planeamento Estratégico .....	36
<b>Figura 11-</b> Elaboração Estratégia de Marketing .....	37
<b>Figura 12-</b> Plano de Desenvolvimento do Enoturismo .....	40
<b>Figura 13-</b> Encerramento Welcome Center.....	49
<b>Figura 14-</b> Encerramento do Welcome Center .....	50
<b>Figura 15-</b> Copo Inteligente .....	52
<b>Figura 16-</b> Convite Dão Primores.....	57
<b>Figura 17-</b> Menu Website.....	69
<b>Figura 18-</b> Submenu do Website .....	69
<b>Figura 19-</b> Página Website  Página Inicial .....	71
<b>Figura 20-</b> Página Website   Comissão Vitivinícola Regional do Dão .....	72
<b>Figura 21-</b> Página Website   História .....	72
<b>Figura 22-</b> Página Website   Solar do Vinho do Dão.....	73
<b>Figura 23-</b> Página Website   Agentes Económicos.....	73
<b>Figura 24-</b> Página Website   Laboratório   Documentos   Estatísticas .....	75
<b>Figura 25-</b> Página Website   Vinhos   Região   Castas .....	76
<b>Figura 26-</b> Página Website   Rota dos Vinhos do Dão.....	77
<b>Figura 27-</b> Página Website   Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão .....	78
<b>Figura 28-</b> Página Website   Roteiro .....	79
<b>Figura 29-</b> Página Website   Produtores.....	80
<b>Figura 30 -</b> Página Website   Galeria .....	80
<b>Figura 31-</b> Página Website   Notícias.....	81
<b>Figura 32-</b> Página Website   Contactos .....	82
<b>Figura 33-</b> Placas de Identificação   8 Propostas .....	83
<b>Figura 34-</b> Placa de Preços .....	84
<b>Figura 35-</b> Placa de Preços no Welcome Center .....	84
<b>Figura 36-</b> Base de Copos .....	84
<b>Figura 37-</b> Proposta Selos Recomendação .....	85
<b>Figura 38-</b> Assinatura Digital E-mail.....	85
<b>Figura 39-</b> Página Inicial do Link .....	86
<b>Figura 40-</b> Inscrição Jantar Gala.....	87
<b>Figura 41-</b> Agradecimento Inscrição .....	87

## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 1-</b> Benefícios do Enoturismo numa Região Vitivinícola .....	26
<b>Tabela 2-</b> Rotas dos Vinhos.....	33
<b>Tabela 3-</b> Planeamento do Website.....	66
<b>Tabela 4-</b> Resumo das Principais Atividades Desenvolvidas.....	89



**ABREVIATURAS E SIGLAS**

**BTL-** Bolsa Turismo Lisboa

**CVR** - Comissão Vitivinícola Regional

**DOP** – Denominação de Origem Protegida

**FIL** - Feira Internacional de Lisboa

**FVD** – Federação dos Vinicultores do Dão

**IGP** – Indicação Geográfica Protegida

**JNV** – Junta Nacional de Vinho

**WI** – Wine Interested

**WL** - Wine Lovers



## **1. Introdução**

Um estágio tem como principal objetivo complementar a formação académica na medida em que proporciona ao estudante universitário a oportunidade de um primeiro contacto com o mundo empresarial, assim como a oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos no percurso da licenciatura e do mestrado.

A escolha da realização do estágio centrou-se na vontade em aprender a prática, no contexto de ambiente de trabalho. Enquanto estudante universitária, acredito que um estágio é muito importante tanto para o contacto do mercado de trabalho, como para a aquisição e desenvolvimento de competências profissionais que dificilmente seriam adquiridas apenas ao longo do percurso académico. A opção que fiz pela escolha do estágio está relacionada, fundamentalmente, por motivos pessoais, uma vez que o meu objetivo se prendia com a aprendizagem em contexto de trabalho, pretendendo crescer a nível profissional e pessoal.

O relatório de estágio efetuado como parte integrante e conclusivo do Mestrado em Marketing, ministrado no Instituto Politécnico de Viseu na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, pretende especificar todas as atividades desenvolvidas no decorrer do estágio realizado na Comissão Vitivinícola Regional do Dão (CVR do Dão), situado no Solar do Vinho do Dão.

Estas atividades decorreram sobre a supervisão da Diretora de Marketing Dra. Graça Silva e do Diretor Executivo Dr. Pedro Mendonça.

O estágio decorreu durante o período compreendido entre 17 de outubro de 2018 e 31 de Maio de 2019.

### **1.1 Apresentação do Tema do Estágio**

Portugal é um país rico em regiões vitivinícolas situadas na sua maioria nas regiões do interior. Os produtores vitivinícolas dessas regiões organizaram-se e criaram as Rotas de Vinhos. Através destas, praticou-se o enoturismo que representa um veículo para as pessoas que visitam essas regiões possam descobrir, através do vinho, todos os aspetos culturais das mesmas e o melhor contacto com o mundo rural.

A CVR do Dão pretende, através de eventos, fazer a divulgação dos roteiros com o objetivo de atrair mais visitantes. O conceito de rota do vinho pode ser interpretado como uma rota cultural que desempenha um papel importante na estratégia global do turismo regional. A rota do vinho deve conter um design dinâmico e juntar todos os

recursos das regiões envolvidas. Os visitantes devem ter a liberdade de construir o seu próprio itinerário e selecionar os que consideram mais atraentes. A implementação de uma rota do vinho pode gerar uma economia flexível capaz de oferecer uma variada gama de produtos (Brás, Costa, & Buhalis, 2010).

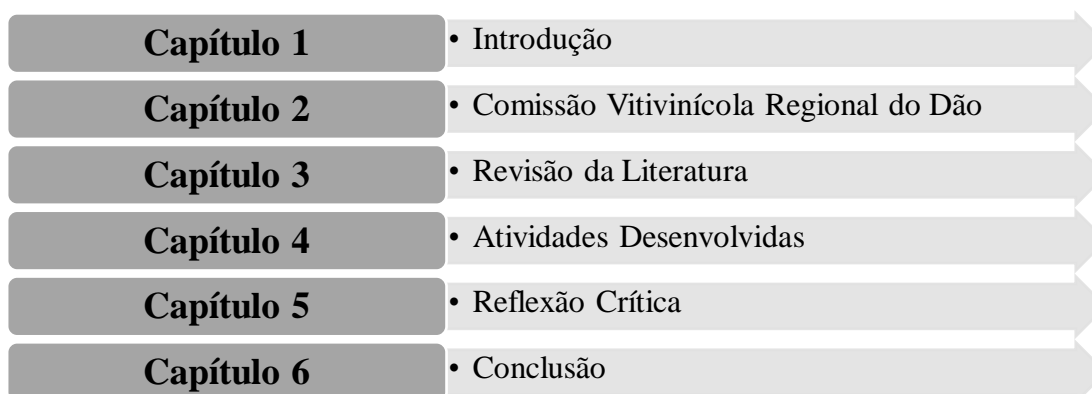
## 1.2 Objetivos do Estágio

Os principais objetivos do estágio centram-se no apoio aos diversos tipos de eventos e no desenvolvimento de novas estratégias para divulgação da Rota dos Vinhos do Dão. Deste modo, pretende-se como objetivos gerais:

- Organizar eventos (Principais: Dão Primores, Dão Invicto, Dão Capital | Secundários: colaborar em eventos em que a entidade é parceira);
- Receção de Comitivas de Jornalistas e Importadores dos principais mercados prioritários para os Vinhos do Dão;
- Organização de Masterclass e provas de vinhos comentadas;
- Gestão das redes sociais (sites institucionais, Instagram e Facebook);
- Rota dos Vinhos do Dão (Atendimento ao público visitante, gestão de stocks e logística de vendas, faturação no programa de software PHC e logística operacional do dispensador de vinhos);

## 1.3 Estrutura do Relatório de Estágio

Para atingir os objetivos propostos no relatório de estágio, apresenta-se uma metodologia dividida em seis capítulos, como podemos observar na figura 1.



*Figura 1- Estrutura do Relatório*

No capítulo um é apresentada uma introdução que está subdividida em três subtemas: apresentação do tema, objetivos e a sua estrutura.

De seguida, o segundo capítulo tem como finalidade apresentar uma breve identificação da entidade CVR do Dão, referindo a história, a missão e organização, as principais competências e a localização.

A revisão da literatura é explanada no terceiro capítulo tendo como base a contextualização teórica sobre os conceitos: organização de eventos, marketing de vinhos e enoturismo.

No quarto capítulo descrevem-se as atividades realizadas no decorrer do estágio, nomeadamente, a participação na organização de eventos, receção das comitivas e atendimento ao público na Rota dos Vinhos do Dão, gestão de stocks e logística operacional do dispensador de vinhos.

No quinto capítulo faz-se uma reflexão crítica sobre as atividades realizadas, de modo a analisar os pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades (Análise SWOT), limitações do estágio e sugestões de melhoria.

As conclusões, e último capítulo, pretendem dar resposta aos objetivos propostos para o estágio.

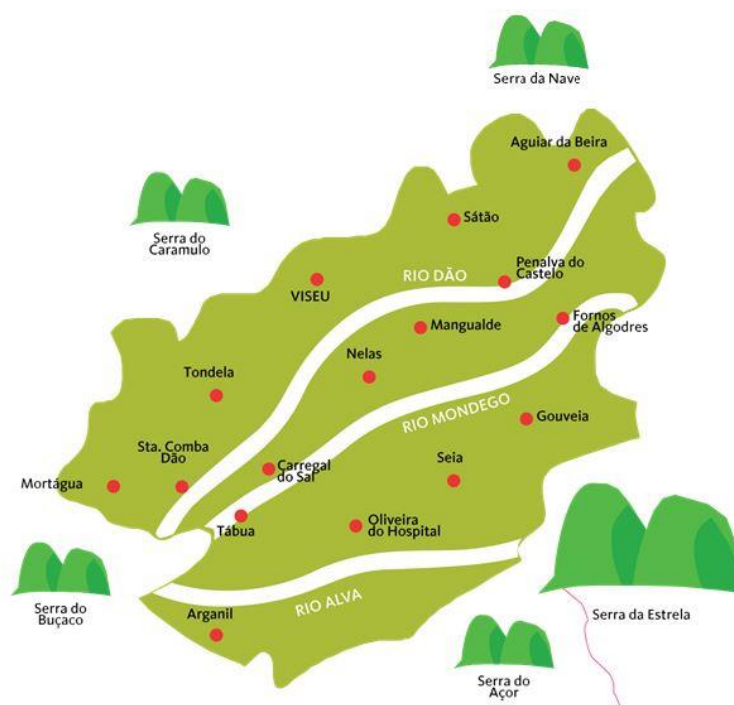
No final da dissertação, encontram-se os anexos com as fotografias, programas, convites dos eventos, bases de dados e documentos criados.

## 2. Comissão Vitivinícola Regional Do Dão

Este capítulo tem como principal objetivo descrever a CVR do Dão, instituição onde foi realizado o estágio. Será apresentada toda a Região Demarcada dos Vinhos do Dão inserida no contexto da área geográfica que abrange e uma breve história, assim como, a caracterização da organização e principais competências da CVR do Dão. Além disso, consta uma breve síntese histórica do Solar do Vinho do Dão e a importância do Welcome Center da Rota dos vinhos do Dão.

### 2.1 História

A Região Demarcada do Dão foi estabelecida oficialmente em 1908, como podemos observar na Figura 2, tendo sido a primeira região demarcada e regulamentada do nosso país a produzir vinhos não licorosos. A região demarcada tem uma extensão territorial de 388.000 hectares e cerca de 20.000 hectares de vinha.



*Figura 2- Região Demarcada Dão*

*Fonte: CVR do Dão*

Em 1934, aconteceu o Surgimento da Região Vinícola do Dão, também conhecida por Adega do Dão, o primeiro organismo corporativo a comandar os destinos da região. Só em 1947, a Denominação de Origem “Dão” é registada em Portugal.

No ano 1985 surgiu a Lei n.º 8/85, de 4 de Junho, no Diário da República, que impulsionou a criação de novas regiões demarcadas do Dão. Segundo o Capítulo 1, no Artigo 2.º - Delimitação da região e sub-regiões de produção:

- a) *Do distrito de Coimbra, os municípios de Arganil, Oliveira do Hospital e Tábua;*
- b) *Do distrito da Guarda, os municípios de Aguiar da Beira, Fornos de Algodres, Gouveia e Seia;*
- c) *Do distrito de Viseu, os municípios de Carregal do Sal, Mangualde, Mortágua, Nelas, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, Sátão, Tondela e, do município de Viseu, as freguesias de Abraveses, Barreiros, Boaldeia, Cavernães, Cepões, Coração de Jesus, Côta, Couto de Baixo, Couto de Cima, Fail, Farminhão, Fragosela, Mundão, Orgens, Povolide, Ranhados, Repeses, Rio de Loba, Santa Maria de Viseu, Santos Evos, São Cipriano, São João de Lourosa, São José, São Pedro de France, São Salvador, Silgueiros, Torredeita, Vil de Soito e Vila Chã de Sá.*

*Ainda na Região Demarcada do Dão são individualizadas as seguintes sub-regiões:*

- a) *Sub-Região do Alva, constituída pelos municípios de Oliveira do Hospital e Tábua;*
- b) *Sub-Região de Besteiros, constituída pelos municípios de Mortágua, Santa Comba Dão e, do município de Tondela, as freguesias de Barreiro de Besteiros, Campo de Besteiros, Canas de Santa Maria, Caparrosa, Castelões, Dardavaz, Ferreirós do Dão, Lageosa do Dão, Lobão da Beira, Molelos, Mosteiro de Fráguas, Mouraz, Nandufe, Parada de Gonta, Sabugosa, Santiago de Besteiros, São Miguel do Outeiro, Tonda, Tondela, Tourigo, Vila Nova da Rainha e Vilar de Besteiros;*
- c) *Sub-Região de Castendo, constituída pelo município de Penalva do Castelo e pelas freguesias de Rio de Moinhos e Silvã de Cima, do município de Sátão;*
- d) *Sub-Região da Serra da Estrela, constituída pelas freguesias de Arcozelo da Serra, Cativelos, Figueiró da Serra, Freixo da Serra, Lagarinhos, Melo, Moimenta da Serra, Nabais, Nespereira, Paços da Serra, Ribamondego, Rio Torto, São Julião, São Paio, São Pedro, Vila Cortez da Serra, Vila Franca da Serra, Vila Nova de Tazem e Vinhó, do município de Gouveia, e pelas freguesias de Carragosela, Folhadosa, Girabolhos, Lages, Paranhos da*

*Beira, Pinhanços, São Martinho, São Romão, Sameice, Sandomil, Santa Comba de Seia, Santa Eulália, Santa Marinha, Santiago, Seia, Torrozel, Tourais, Travancinha e Várzea de Meruge, do município de Seia;*

- e) Sub-Região de Silgueiros, constituída pelas freguesias de Fragosela, Povolide, São João de Lourosa, Santos Evos e Silgueiros, do município de Viseu;*
- f) Sub-Região de Terras de Azurara, constituída pelo município de Mangualde;*
- g) Sub-Região de Terras de Senhorim, constituída pelos municípios de Carregal do Sal e Nelas.”*

Em 1993 saiu no Diário da República o Decreto-Lei nº 376/93 que estabelece o Estatuto da Região Vitivinícola do Dão. Mais tarde, em 2004, surgiu o Decreto-Lei nº 212/2004 que revoga a Lei nº 8/85 conferindo uma maior autonomia às regiões relativamente ao Estado. Segundo o artigo 2.º do Decreto-Lei nº 212/2014, e nos termos das alíneas a) e c) do n.º 1 do artigo 201.º da Constituição, o Governo decreta o seguinte:

- 1- “Compete à Comissão Vitivinícola Regional do Dão (CVRD) disciplinar a produção dos vinhos com direito à denominação a que se refere o Estatuto mencionado no artigo 1.º, a aplicação da respetiva regulamentação, a vigilância pela cumprimento da mesma, bem como o fomento da qualidade e a promoção dos vinhos que beneficiem daquela denominação;*
- 2- Compete à CVRD realizar vistorias e proceder a colheita de amostras em armazéns ou instalações de vinificação e selagem dos produtos, podendo ainda ter acesso a toda a documentação que permita verificar a obediência aos preceitos comunitários e nacionais relativos aos produtos víquicos da região com direito a denominação de origem «Dão»;*
- 3- Em caso de infração ao disposto no Estatuto anexo, pode a CVRD proceder disciplinarmente em relação aos agentes económicos nela inscritos, de acordo com o estatuto no seu regulamento interno, sem prejuízo de a infração poder ser configurada como crime ou contraordenação”;*

No mesmo ano (2004) aconteceu a inauguração do Solar do Vinho do Dão onde se instalaram todos os serviços da Comissão Vitivinícola Regional do Dão.

Em 2008, celebrou-se o 1º centenário da Comissão Vitivinícola Regional do Dão (100 anos).

## 2.2 Missão e Organização

A CVR do Dão é a entidade certificadora dos vinhos de Denominação de Origem Protegida (DOP) Dão e Indicação Geográfica Protegida (IGP) Terras do Dão. Representa os interesses dos 142 agentes económicos que produzem e comercializam os vinhos, sendo também responsável pela sua promoção.

Tem como missão exercer funções de controlo da produção e de certificação dos produtos vitivinícolas com direito à DOP, bem como a promoção dos produtos vitivinícolas. Compete a este organismo garantir a genuinidade e qualidade dos vinhos produzidos na Região Demarcada do Dão, pelo que os submete a uma rigorosa coordenação e controlo. Estas atividades abarcam todo o circuito de produção e comercialização de vinhos. Simultaneamente, a CVR do Dão apresenta funções de certificação e autenticação dos vinhos e outros produtos vitivinícolas através da atribuição de selos de Garantia, sendo responsável pela sua promoção.

A CVR do Dão é formada por um Conselho Geral que tem como presidente o Eng.º Fernando Figueiredo, uma Direção presidida pelo Dr. Arlindo Cunha, um Diretor Executivo, Dr. Pedro Mendonça, e uma Comissão de Partes Interessadas, que são os órgãos máximos que elegem as decisões tomadas, e o seu funcionamento e competências assegurados pelos departamentos de:

- ✓ Serviços Administrativos e Financeiros (Dra. Sara Soares);
- ✓ Marketing e Relações Públicas (Dra. Graça Silva);
- ✓ Laboratório (Dra. Linda Sá Almeida);
- ✓ Controlo e Certificação (Eng.º Luís Fialho) (Figura 3).



**Figura 3-** Organigrama CVR do Dão

**Fonte:** CVR do Dão

O estágio foi elaborado no Gabinete de Marketing e Relações Públicas, com a coadjuvação da Dra. Graça Silva (Diretora de Marketing), o Dr. Pedro Mendonça (Diretor Executivo da CVR do Dão), e a Dra. Isabel Duarte (Responsável pela Rota dos Vinhos do Dão).

Este gabinete é responsável pelo planeamento da comunicação, desenvolve-se e coordena-se as campanhas promocionais dos vinhos do Dão, organiza-se diversos tipos de eventos (por exemplo, Dão Primores, Dão Invicto, Dão Capital, entre outros), organiza-se Masterclass e provas de vinhos comentadas, faz-se a gestão das redes sociais (sites institucionais, Instagram e Facebook) e explora-se a Rota dos vinhos do Dão.

### **2.3 Localização**

Desde 2004, a Comissão Vitivinícola Regional do Dão localiza-se no Solar do Vinho do Dão, no Fontelo.

Segundo os registos históricos deste espaço, a história do Solar do Vinho do Dão, anteriormente denominado de Paço Episcopal do Fontelo, remonta ao século XII (ano de 1122) quando o Bispo D. Odório recebe como doação a herdade do Fontelo por parte de D<sup>a</sup>. Maria Sesequiz. O Paço começou a ser edificado em 1399, pelo Bispo D. João Homem e em 1426 iniciou-se a construção da Capela de Santa Marta.

No século XVI (de 1526 a 1547), o Bispo D. Miguel da Silva, que vivia em Itália, regressou a Portugal. O Rei D. João V, que por não gostar que os seus Bispos levassem uma vida extravagante, ordenou que o Bispo D. Miguel da Silva regressasse a Viseu. Este regressou a Viseu, acompanhado pelo arquiteto italiano, Francesco Cremona, iniciou importantes reedificações no Paço Episcopal. Remodelou a Capela de Santa Marta para o estilo renascentista, visível através da sua cobertura em forma de cúpula e pelas marcas de granito. A Capela de Santa Marta foi decorada com retábulos, entre os quais “Cristo em Casa de Marta”, elaborado pelo pintor contemporâneo Vasco Fernandes, que atualmente está presente no Museu Grão Vasco.

Até ao século XIX, o Paço Episcopal do Fontelo era utilizado como casa de férias e repouso dos Bispos, pois a sua residência oficial localizava-se no atual Museu Grão Vasco de Viseu. Com as invasões francesas, o General Massena ordenou a saída dos Bispos da sua residência oficial e transforma o Museu Grão Vasco no seu quartel e hospital militar. Desta forma, o episcopado instala-se definitivamente no Paço Episcopal do Fontelo.

Em 1910 instaura-se a implantação da República e o Estado Português retira todos os edifícios pertencentes à Igreja, passando o Paço do Fontelo a pertencer ao Ministério da Defesa e da Guerra, que posteriormente transforma o Paço em prisão militar. Aquilino Ribeiro, um famoso escritor romancista da cidade, esteve preso nestas instalações em 1907 e passado um ano conseguiu fugir desta prisão, tendo reportado toda a história num dos seus livros.

Com o 25 de Abril, uma revolução que terminou com o regime democrático português, e com o regresso das famílias de ex-colónias, o Paço Episcopal do Fontelo foi escolhido como o lugar de acolhimento para estas famílias.

A recuperação deste edifício foi feita em conjunto com a Câmara Municipal de Viseu e com a Comissão Vitivinícola do Dão, tendo por objetivo ser a sua sede. Em 2004 foi inaugurado e foi designado de Solar do Vinho do Dão (Figura 4).



*Figura 4- Solar do Vinho do Dão*

*Fonte: Elaboração Própria*

## **2.4 Principais Competências**

Uma das principais competências da CVR do Dão é a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão. A Rota dos Vinhos do Dão foi constituída em 2015 e é apresentada por quarenta e cinco aderentes situados todos na região demarcada. A rota é composta por cinco roteiros diferentes, que se caracterizam pelos próprios aderentes que lhe estão associados (ver figura 5).

- **Roteiro 1 – Terras de Viseu, Silgueiros e Senhorim** (Caminhos Cruzados, Quinta do Sobral, Vinícola de Nelas, Udaca, Solar do Vinho do Dão, Quinta Vale de Escadinhas, Quinta dos Penassais, Quinta do Perdigão, Quinta do Medronheiro, Quinta de Reis, Quinta de Lemos, Quinta das Camélias, Pedra Cancela, Paço dos Cunhas de Santar, Quinta de S. Francisco, Casa de Santar e Quinta da Boiça).
- **Roteiro 2 – Terras de Azurara e Castendo** (Quinta do Roques, Quinta dos Cedros, Quinta da Vegia, Quinta da Boavista, Lusovini, Julia Kemper Wines, Casa da Ínsua, Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, Adega Cooperativa de Mangualde, Quinta da Fata e Quinta dos Monteirinhos).
- **Roteiro 3 – Terras de Besteiros** (Sociedade Agrícola Boas Quintas, Quintas de Sirlyn, Quinta Mendes Pereira, Quinta do Cerrado, Quinta de Cabriz, Quinta das Marias, Quinta Penedo dos Mouros e Magnum Wines).
- **Roteiro 4 – Terras de Alva** (Ladeira da Santa).
- **Roteiro 5 - Terras de Serra da Estrela** (Madre de Água, Fonte de Gonçalvino, Casa da Passarella, Seacampo, Quinta da Bica, Quinta da Nespereira).

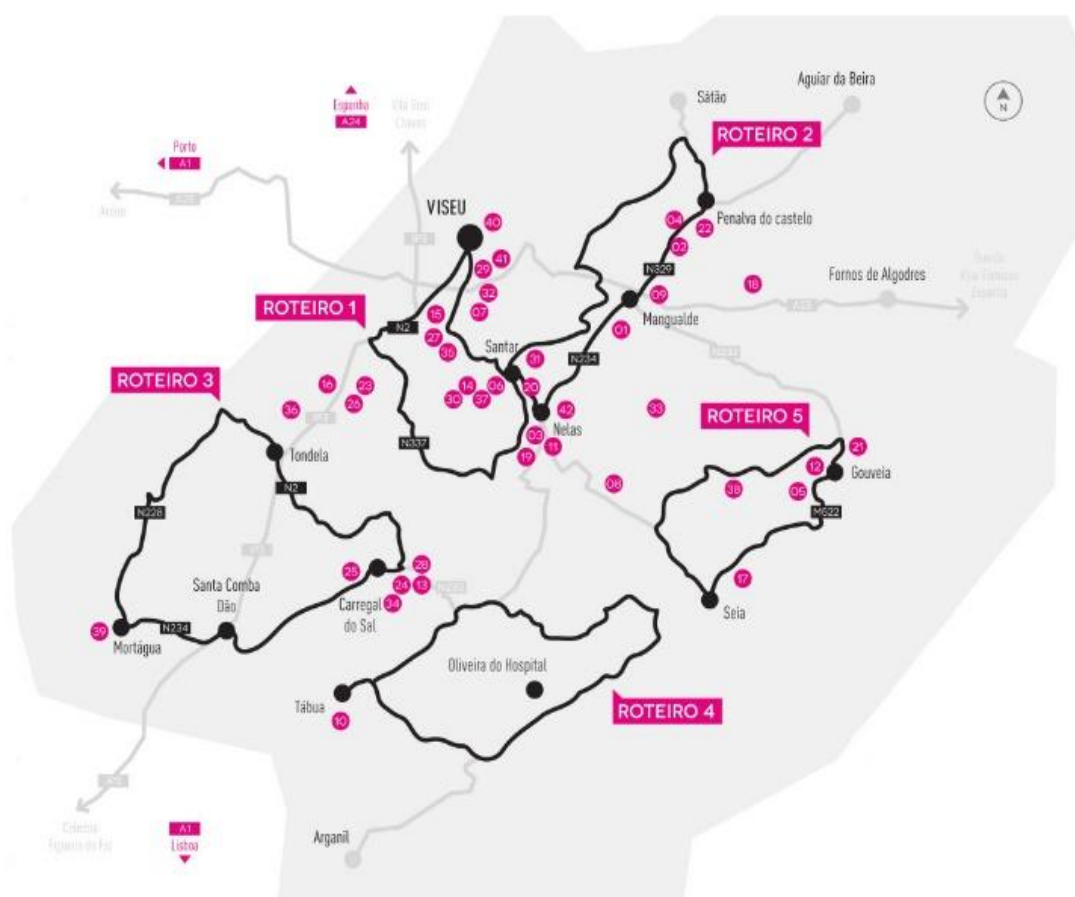


Figura 5- Rota dos Vinhos do Dão.

Fonte: <http://rotavinhosdao.pt/os-roteiros>

A principal forma de divulgação da Rota dos Vinhos do Dão é realizada através do Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão, que se situa no Solar do Vinho do Dão. O Welcome Center pretende receber todos os turistas que o visitam, dar-lhes a conhecer a missão da CVR Dão e o intuito principal da Rota dos Vinhos do Dão: ser o ponto de partida para conhecer a Região Demarcada e todos os aderentes da Rota (ver figura 6).

No Welcome Center podem encontrar três salas principais: a sala de exposições, a mediateca e a loja de vinhos. A sala de exposições possui diferentes quadros pintados pela artista Vanessa Perdigão, esposa do Arquiteto Perdigão, onde se baseia no objetivo que a Quinta do Perdigão quer transmitir e cujas obras são adaptadas para os rótulos dos vinhos desta quinta. Na mediateca estão expostos alguns dos vinhos mais antigos da Região do Dão, sendo o mais antigo datado de 1964 (Udaca, Reserva Tinto 1964). Está exposto também algum do espólio fotográfico e administrativo (mais antigo 1939). Na loja de vinhos estão disponíveis todos os vinhos dos produtores pertencentes à Rota dos Vinhos do Dão. Possui, ainda, um dispensador em que semanalmente estão em prova vinhos de oito produtores, totalizando oito referências (vinho tinto, vinho branco e vinho rosé). Para as provas de vinho terá de ser adquirido um EnoCard, com o custo mínimo de três euros podendo ser recarregado com o valor pretendido, posterior ao primeiro carregamento.



**Figura 6-** Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão

**Fonte:** Elaboração Própria

### 3. Revisão da Literatura

Este capítulo tem como objetivo criar um enquadramento teórico das funções que foram desempenhadas na CVR do Dão: *Organização de Eventos* – Foram vários os eventos de vinhos em que participei e apoiei na organização e onde estive presente para divulgar os tão apreciados vinhos do Dão: o Dão Capital, Dão Primores, as 8<sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo, entre outros; *Marketing dos Vinhos* com o intuito de perceber as estratégias de diferenciação das marcas e as regras da criação das embalagens e dos rótulos; *Enoturismo* tendo como objetivo conhecer mais sobre este conceito e elaborar estratégias para a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão através da organização de eventos e no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão. Muitos turistas procuram produtores de vinhos da região do Dão para poderem visitar e conhecerem a cultura e tradições das localidades.

#### 3.1 Organização de Eventos

O evento é um acontecimento muito bem planeado que tem lugar numa determinada data, num local pré-definido e numa hora previamente anunciada por parte de quem o organiza. Organizar um evento na prática é uma atividade bastante complexa, com uma diversidade de variáveis que se não forem bem apresentadas podem contribuir para que o evento seja um fracasso. Um evento é mais lembrado pelo que corre mal do que pelo sucesso que obteve. É, por isso, fundamental evitar falhas e improvisos. Deste modo, deve ser apresentado um serviço de qualidade para garantir a absoluta satisfação dos seus clientes (Isidoro, Simões, Saldanha & Caetano, 2014).

Para a organização de um evento é necessário planear, liderar, apoiar e acompanhar todos os processos do evento, quer ao nível administrativo, de recursos financeiros, humanos, entre outros. Todos os pormenores são importantes, nenhum deve ser esquecido, por isso devem ser acompanhados até ao final da desmontagem de todo o equipamento (Isidoro, et al. 2014).

Existem inúmeros tipos de eventos capazes de atender a cada um dos objetivos mais específicos e complexos de qualquer empresa, independentemente do orçamento disponível, produto/serviço, estrutura de marketing e outras características (Giacaglia, 2004).

Giacaglia (2004) defende, ainda, que os diversos tipos de eventos que uma empresa organiza, patrocina ou participa podem ser classificados de acordo com vários critérios, que são os seguintes:

- Critério **quanto à finalidade** é desenvolver, manter ou aperfeiçoar a imagem da empresa, tornando-a simpática ao mercado como um todo ou ao seu público-alvo, são considerados eventos institucionais (por exemplo: convite a clientes para passarem um fim de semana num hotel, com atividades de entretenimento e lazer). Quando a finalidade do evento for primordialmente comercial, o principal objetivo é aumentar as vendas (por exemplo: Feiras).
- Critério **quanto à periodicidade** pode ser dividido em esporádicos, periódicos ou de oportunidade. Os eventos esporádicos são realizados sem periodicidade predefinida e fixa, ou seja, são executados de acordo com um interesse ou momento específico determinado pela empresa, por exemplo, o lançamento de um produto. Quando o evento é classificado em periódico, significa que é desenvolvido com periodicidade definida e, geralmente, fixa, como por exemplo as feiras anuais. Os eventos de oportunidade, também não possuem de periodicidade predeterminada, diferem por serem desenvolvidos de acordo com oportunidades externas de mercado e não surgem a partir de uma ação interna da empresa.
- Critério **quanto à área de abrangência**, significa que a empresa pode realizar eventos em mais de uma área de abrangência.
- Critério **quanto ao âmbito** significa que a empresa organiza os eventos fora da sua sede, optando por realizar em outros sítios mais apropriados para o evento.
- No critério **quanto ao público-alvo** a empresa deve sempre definir qual é o público-alvo do evento. Dependendo do perfil do público-alvo o evento pode ser classificado em corporativo (público de empresas) ou para o consumidor final.
- O critério **quanto ao nível de participação** são empresas que trabalham com produtos e serviços voltados para o mercado consumidor, costumam organizar os seus próprios eventos. Por outro lado, existem empresas que apenas

preferem participar em eventos organizados e outras empresas, por meio de patrocínio. Nesses casos pagam uma taxa para terem as suas marcas ou os seus nomes associados ao evento.

O processo de planeamento e organização passam por quatro fases (Matias, 2010), que são as seguintes: conceção- incorporação da ideia, pré-evento- planeamento e organização, per ou transevento- realização e, por último, o pós-evento- avaliação e encerramento.

Na *conceção do evento* é necessário fazer o levantamento do maior número possível de informação sobre o reconhecimento das necessidades do evento, elaboração de alternativas para suprir as necessidades, identificação dos objetivos específicos, levantamento de informações sobre os participantes, patrocinadores, entidades e outras instituições em potencial, fazer uma listagem dos resultados desejados, fazer uma estimativa de exequibilidade económica e técnica, fazer uma estimativa de tempo e recursos necessários, estabelecer diretrizes e elaboração dos contornos do projeto (Matias, 2010).

O planeamento é a peça fundamental no processo de organização de evento. É a *fase pré-evento* decisiva, na qual estão inseridos a coordenação executiva e o controlo financeiro, técnico-administrativo e social. Nesta fase, são definidas e realizadas atividades relacionadas com serviços iniciais, serviços de secretaria e detalhamento do projeto. Nos serviços iniciais são as providências imediatas após a decisão de realizar o evento, como a identificação de órgãos governamentais, entidades e empresas com interesses voltados à sua execução para fornecer patrocínios e doações, levantamento de nomes e confirmação de convidados, conferencistas e autoridades, definição de responsabilidades de todos os profissionais e prestadores de serviços envolvidos nas fases do pré-evento, per ou transevento e pós-evento e por último, a abertura de conta bancária especial (receita e despesa) sob a inteira responsabilidade da empresa organizadora. Os serviços de secretaria tem a responsabilidade de executar antecipadamente alguns serviços e atividades, para compor a estrutura administrativa e institucional do mesmo. Por exemplo, a preparação da correspondência preliminar, a expedição da correspondência preliminar para as entidades governamentais, empresas e pessoas que possam colaborar, levantamento de preços para a confecção de material administrativo (papel de carta, envelopes, impressos em geral e outros), controlo e arquivo da

correspondência recebida e envio de circulares e cartas informativas para os participantes. No detalhamento do projeto é onde são apresentadas, em linhas gerais, a ideia do que se pretende realizar. Para a concretização da ideia é necessário que o pré-projeto seja detalhado, transformando-se no projeto do evento (Matias, 2010).

Os principais itens que devem ser o foco na organização de um evento são: a definição do produto, a escolha do local, a definição da data, elaboração do tema e calendário, identificação e análise dos participantes, estratégia de comunicação e marketing, infra-estrutura de recursos audiovisuais, materiais e serviços, serviço de transportes para participantes e convidados, hospedagem dos participantes e convidados, criação da programação social, cultural e turística, recursos financeiros e cronograma básico (Matias, 2010).

Na *fase per ou transevento* é a fase decisiva do evento, em que estão inseridos a coordenação executiva, o controlo financeiro, técnico-administrativo e social. É no decorrer deste que são aplicadas as tarefas previstas no pré-evento, na qual todas as etapas são acompanhadas mediante a aplicação do checklist por área. Os rececionistas, sob a orientação de um coordenador, terão como atribuições: rececionar os participantes, convidados e autoridades, atender os participantes, preparar com antecedência os impressos e outros materiais necessários ao evento, supervisionar os serviços oferecidos aos participantes, efetuar novas inscrições, entregar materiais aos participantes, prestar informações em geral, entregar certificados, elaborar controlo das tarefas e providenciar materiais para os palestrantes (Matias, 2010).

Na última *fase pós-evento*, o autor referencia, que após a realização do evento, inicia-se o processo de encerramento, que consiste na avaliação técnica, administrativa e dos participantes. Para a efetivação dessa fase, são necessários alguns instrumentos de controlo, que foram utilizados durante a organização do evento, tais como: formulários de procedimentos formais, check list, relatórios periódicos das atividades, atas das reuniões periódicas e questionários de avaliação dos participantes (Matias, 2010).

Para Isidoro et al. (2014) os eventos passam pelas seguintes fases de organização e gestão: o planeamento, as diferentes etapas do evento, a logística, gestão dos recursos, o briefing dos eventos e, por último, o licenciamento dos eventos.

O planeamento é realizado através dos seguintes passos: elaborar um questionário sobre o evento, estabelecer os objetivos, fazer um estudo de viabilidade, elaborar um

cronograma com ações de planeamento e implementação de ações, garantir o financiamento, estabelecer um sistema de controlo, garantir um bom sistema de comunicação interno e externo, promover publicamente, fazer uma check list, seguir o plano estabelecido, analisar e avaliar, fazer um relatório final para reflexão e correção de eventuais falhas (Isidoro et al., 2014).

As diferentes etapas passam por definir o tipo de evento, objetivos, tema, data e hora, público-alvo, divulgação, orçamento, programa e avaliação (Isidoro et al., 2014).

A logística faz parte do planeamento global de um evento e está ligada a todas as áreas. Nos eventos de grande dimensão deve nomear-se um diretor de logística, que coordene as equipas de montagem, controlo e desmontagem (Isidoro et al., 2014).

O briefing é a informação básica e essencial para a elaboração de uma estratégia de atuação, fornece as pistas para atingir, num tempo razoável, os objetivos definidos pela equipa de trabalho (Isidoro et al., 2014).

O seu licenciamento diz respeito às licenças e autorizações necessárias para a realização dos mesmos. O promotor do evento deve informar-se, com a maior antecedência possível, acerca dos prazos para pedir autorizações às entidades oficiais. O organizador/promotor deve cumprir e/ou fazer cumprir todas as leis e regulamentos. O número de licenças a serem emitidas e os valores de taxas a pagar dependem da tipologia do evento, do seu impacto no ambiente envolvente e, claramente, da complexidade logística. As licenças mais comuns para eventos que se realizam são: licença de publicidade, licença especial de ruído, licença de instalação e de funcionamento de recintos improvisados e licença para serviços ocasionais e ou esporádicos (Isidoro et al., 2014).

### **3.2 Marketing de Vinhos**

Existe no mercado dos vinhos uma necessidade efetiva de diferenciação da marca. Devido à existência de uma grande variedade de marcas de vinho no mercado, estas sentem dificuldade em fidelizar os clientes. Estudos levados a cabo acerca do efeito das marcas no consumidor revelam que este tende a valorizar um leque de marcas, sendo poucos os indivíduos realmente fieis a uma só marca de vinho. A atividade relacionada com o vinho foi ao longo dos tempos caracterizada pelo foco na produção e não no

marketing. As adegas focalizaram-se em produzir vinhos de qualidade, como forma de atrair os consumidores e, conseqüentemente, trazer-lhes um aumento nas vendas (Wagner, Olsen & Thach, 2007).

O marketing de vinhos é agora uma ciência mais dinâmica, que evoluiu e criou metodologias ao longo das últimas duas décadas para ser indispensável à atividade e trazer o retorno esperado pelas empresas do setor (Resnick, 2008).

Existe uma necessidade latente em que as empresas produtoras de vinho se focalizem no marketing, em vez de estarem apenas focadas na produção e na qualidade dos seus produtos pois, com a grande concorrência atual, a qualidade por si só já não é suficiente para atrair os consumidores para os seus vinhos (Beverland, Lindgreen, & Bretherton, 2003).

O Marketing de vinhos abrange vários níveis do marketing tradicional, tais como produto, preço, comunicação e distribuição, assim como os conceitos de branding e desenvolvimento de novos produtos. No entanto, o vinho e outros produtos consumíveis têm uma restrição única que os distingue dos produtos não-consumíveis, principalmente devido ao facto de a qualidade do produto não poder ser avaliada até ser consumida. A experiência de consumo de vinho é vista como um processo complexo, resultante das diferentes fontes de informação consultadas e do seu conhecimento e experiência de consumo de vinho precedentes (Lockshin, 2003).

### **3.2.1 Marca**

A marca é um fator essencial na seleção de um vinho, pois diminui o risco associado e atua como um sinal de qualidade. A marca faculta ao consumidor uma indicação da qualidade do produto antes do consumo ou auxilia os consumidores a recordarem-se da qualidade associada a um produto anteriormente consumido (Viot & Passebois-Ducros, 2010).

A marca é crucial em qualquer setor, empresa e produto e é cada vez mais importante no crescimento da indústria do vinho. Para uma marca de vinhos ganhar participação no mercado global e manter sua posição ao longo do tempo, deve ter qualidade e sabor consistentes. No entanto, as uvas constituem o ingrediente-chave na produção de vinho, e têm um sabor diferente, dependendo da área em que são cultivadas. Adegas com uma presença demarcada têm marcas fortes, que continuam a disfrutar de

um crescimento robusto. A construção de uma marca é fundamental no mercado dos vinhos, uma vez que o consumidor pode ficar confuso com a quantidade de escolhas existentes. Ao possuir uma marca forte, a empresa terá campanhas de comunicação economicamente viáveis, maior desenvolvimento comercial, margens superiores, maior facilidade de expansão, maior competitividade e maior flexibilidade de preços. Uma marca de sucesso tem também o potencial de gerar lealdade no consumidor, enquanto lhe proporciona um alto nível de qualidade e confiança (Vrontis, Thrassou & Czinkota, 2011).

O processo de decisão do consumidor de vinho é bastante complexo, envolvendo a avaliação de vários atributos do produto, como a marca, a cor do vinho, o tipo de castas, o paladar, a região de origem, o preço, os prêmios e a embalagem. Um estudo conduzido na Sérvia com o objetivo de compreender as atitudes e preferência dos consumidores, conclui que a qualidade é um fator importante na escolha de um vinho e que, quanto maior o rendimento do consumidor, maior a propensão para a compra de vinhos Premium (Vlahović, Potrebić, & Jeločnik, 2012).

A marca regional é o próximo passo lógico na evolução da marca de vinhos para os consumidores e reflete os estágios de maturidade do mercado na indústria vinícola (Bruwer & House, 2003).

O uso de uma marca regional tem algumas vantagens em comparação com a introdução de uma nova marca. A criação de associação de valor para uma nova marca é frequentemente um processo longo e dispendioso. Com uma região essas associações não precisam ser criadas, muitos consumidores já terão certas associações com a região. Conhecer os fatores da imagem regional têm uma maior influência na preferência do produto final, dando a possibilidade de promover o produto de uma forma mais eficaz (Ittersum, Candel & Meulenberg, 2003)

Ittersum et al. (2003) concluem que os consumidores pesquisam informações no processo de pesquisa de pré-compra de um produto. Embora o mercado do vinho seja amplamente considerado complexo para a tomada de decisões pelos consumidores, não escapou à crescente importância da diferenciação de produtos como resultado da globalização. A região de origem ou marketing baseado no local é uma das estratégias dessa diferenciação.

### **3.2.2 Embalagem e Rótulos**

Para um produto vitivinícola, a embalagem é constituída por um conjunto de componentes, alguns dos quais são históricos e tradicionais, como a forma e cor da garrafa e a apresentação do design, logótipo e informações importantes fornecidas, que indicam ao consumidor onde o vinho é produzido (Bloch, Brunel & Arnold, 2003).

Os produtores de vinho, além de criarem rótulos únicos e atraentes, usam formas de garrafas, cores e tampas incomuns para distinguir os seus produtos dos concorrentes. No entanto, o design da embalagem do vinho melhora a aparência do produto e a maioria dos consumidores considera a embalagem como reflexo direto da qualidade do produto (Reidick, 2003).

A forma da garrafa, a cor do vidro, os tipos e padrões de desenho no rótulo devem atrair a atenção e ajudar potenciais compradores a distinguir vinhos específicos de vários concorrentes (Rocchi, 2006).

Em Portugal, são as comissões vitivinícolas que regulam e fiscalizam os conteúdos dos rótulos. Os elementos a conter no rótulo variam de acordo com o tipo de vinho, contudo existem elementos em comum, pois as regras de rotulagem derivam da legislação da União Europeia (Infovini, 2009).

Segundo o Manual de Rotulagem dos produtos vitivinícolas sem Denominação de Origem ou Indicação Geográfica, disponibilizado pelo Instituto da Vinha e do Vinho, têm de contar as seguintes indicações obrigatórias (ver figura 7) (Instituto da Vinha e do Vinho, 2017):

1. Marca
2. Designação do Produto
3. Indicação de Proveniência
4. Referência do Engarrafador
5. Volume Nominal
6. Teor Alcoólico
7. Indicação de alergénios
8. Indicação do Lote de engarrafamento na rotulagem



**Figura 7- Indicação Obrigatória Rótulo**

*Fonte: Instituto da Vinha e do Vinho*

No Diário da República, 1.<sup>a</sup> série, N.º 154 criado no dia 9 de agosto de 2012, encontra-se o Regulamento (CE) n.º 1234/2007, do Conselho de 22 de outubro, onde estabelece as regras relativamente à designação, apresentação e rotulagem dos seguintes produtos do setor vitivinícola previstos com direito ou não a denominação de origem (DO) ou indicação geográfica (IG). No capítulo II, artigo 6.º, podemos encontrar todas as indicações obrigatórias a conter no rótulo e são as seguintes (Ministério da Agricultura e do Mar, 2014):

*a) A expressão «engarrafador» ou «engarrafado por» que precede a indicação do nome ou a denominação social do engarrafador pode ser substituído por «preparador» ou «preparado por» ou outra expressão análoga no caso dos vinhos espumantes e dos vinhos espumantes gaseificados, sem prejuízo do disposto no artigo 12.º da presente portaria;*

*b) A indicação do nome ou denominação social do engarrafador pode ser feita através de um código correspondente ao número de engarrafador atribuído pelo IVV, I. P., precedida da expressão «Eng. n.º», desde que figure por extenso o nome de uma entidade que, além do engarrafador, intervenha no circuito comercial do vinho, bem como do município ou parte do município em que tal entidade tem a sua sede social, sem prejuízo de disposições específicas de cada entidade certificadora;*

*c) Sempre que a referência ao município ou parte do município onde se localiza a sede de uma entidade que intervenha no circuito comercial do vinho contenha a indicação, no todo ou em parte, de uma DO ou de uma IG, não tendo direito a tal designação, esta deve ser substituída pelo respetivo código postal completo;*

*d) Sempre que o nome de uma entidade que intervenha no circuito comercial do produto constituir ou contiver uma DO ou uma IG, esse nome deve figurar no rótulo em caracteres de tamanho não superior a metade do tamanho dos caracteres utilizados para a DO ou IG ou para designar a categoria de produto vitivinícola em causa;*

*e) Sempre que se trate de um enchimento de outros recipientes que não garrafas, os termos «engarrafador» e «engarrafado por» são substituídos pelos termos «acondicionador ou embalador» e «acondicionado por» ou «embalado por» respetivamente;*

*f) A indicação do volume nominal deve ser efetuada em litros, centilitros ou mililitros e expressa em algarismos, acompanhados da unidade de medida utilizada, ou do símbolo desta unidade legalmente prevista;*

*g) A referência ao lote deve ser precedida da letra maiúscula «L», seguida da identificação do lote e de modo a ser facilmente visível, claramente legível e indelével;*

A CVR do Dão, sendo uma entidade certificadora dos vinhos DOP e IGP Terras do Dão, também estabelece algumas regras de rotulagem (Regulamento Interno).

As indicações obrigatórias, a constar da rotulagem dos recipientes dos vinhos, devem figurar no mesmo campo visual, no recipiente, de modo a poderem ser lidas simultaneamente, sem necessidade de o rodar (“Rotulagem CVR do Dão,” 2012):

- 1- Nome da Denominação de Origem;
- 2- Denominação de Origem Protegida: Denominação de Origem (D.O.), Denominação de Origem Controlada (D.O.C.) e Denominação de Origem Protegida (D.O.P.);
- 3- Volume Nominal: Indicação do volume nominal pode ser feita em litros, centilitros ou mililitros e inscrita em algarismos acompanhados da unidade de medida utilizada ou do símbolo desta unidade. O símbolo da unidade de capacidade deverá ser inscrito sempre em letras minúsculas;
- 4- Título Alcoométrico Volúmico Adquirido: O título alcoométrico deve ser indicado por unidade ou meia unidade de percentagem de volume, através da inscrição do número do título alcoométrico seguido do símbolo "% vol." e pode

ser precedido das expressões "título alcoométrico adquirido", "álcool adquirido" ou "alc.";

- 5- Nome ou firma do engarrafador: município e estado membro da sede do engarrafador; município e estado membro onde se efetuou o engarrafamento, quando este se realiza em local diferente da sede principal do engarrafador e não se situa em município vizinho daquele:
  - a. A identificação do engarrafador (nome ou firma, bem como a morada e indicação do país onde tem a sede) pode ser antecedida pelos termos "engarrafador", "engarrafado por" ou, no caso de se tratar de outros recipientes para além de garrafa, "acondicionador" ou "acondicionado por";
  - b. Quando se tratar de engarrafamento por encomenda, devem ser usados os termos "engarrafado para... por...", ou "acondicionado para... por...", para além da identificação obrigatória de quem procedeu ao engarrafamento por encomenda;
  - c. As expressões referidas, nas alíneas anteriores, são dispensadas nos casos em que possam ser usadas as menções "engarrafado na origem", "engarrafado na propriedade", "engarrafado pelo viticultor", "engarrafado pelo produtor", "engarrafado na cooperativa", "engarrafado na adega cooperativa" ou, ainda, "engarrafado na quinta", "engarrafado no palácio", "engarrafado no solar", "engarrafado na casa";
  - d. Poderá ser utilizado um código para o nome ou denominação social do engarrafador, desde que figure no rótulo, por extenso, o nome, município ou parte do município correspondente à sede de uma entidade que, além do engarrafador, intervenha no circuito comercial do vinho. Esse código corresponde ao número de engarrafador atribuído pelo IVV, precedido pela indicação "Eng. n.º";
  - e. A indicação do Estado-membro deverá ser efetuada em caracteres do mesmo tipo e dimensão dos utilizados na identificação do engarrafador (nome ou firma, endereço), incluindo as expressões que a completam,

podendo ser efetuada por extenso (“Portugal”), após a indicação do município ou pela abreviatura postal (“PT”).

6- Número do Lote: Esta indicação deverá ser precedida da letra “L”, devendo sempre figurar na rotulagem de modo a ser facilmente visível, claramente legível e indelével. O número de lote (apesar de tratar-se de uma indicação obrigatória), pode figurar fora do campo visual de que constam as restantes indicações obrigatórias;

7- Marca Comercial:

- a. No rótulo, deverá constar uma marca, registada nos termos do Código da Propriedade Industrial. A marca deverá obedecer à legislação nacional vigente e ainda às regras previstas na regulamentação comunitária;
- b. As marcas não podem conter palavras, partes de palavras, sinais ou ilustrações, que sejam suscetíveis de, no espírito das pessoas a que se destinam, ser confundidas com a totalidade ou parte da designação de um vinho de mesa ou de um vinho com DOP ou IGP;
- c. As marcas não podem conter palavras, partes de palavras, sinais ou ilustrações, que sejam suscetíveis de dar origem a confusão ou de induzir em erro as pessoas a que se destinam, no que diz respeito à origem ou proveniência do produto;
- d. O engarrafador deve ter a titularidade da marca (propriedade ou licença de exploração);
- e. Para efeito de pedido de apreciação e aprovação de uma rotulagem na CVR do Dão, o engarrafador deve apresentar cópia do documento comprovativo do registo da marca junto do Organismo competente ou cópia do pedido de registo da marca;
- f. Quando a marca não for propriedade do engarrafador, este deverá apresentar uma declaração do respetivo titular, declarando que concorda que a sua marca seja utilizada para identificar o vinho em questão. A responsabilidade pelo produto continua a ser, para todos os efeitos, do engarrafador.

- 8- Indicação da Proveniência – Portugal: Esta indicação pode ser antecedida das expressões “Vinho de (...)”, “Produzido em (...)”, “Produto de (...)” ou equivalente ou das respetivas versões em outras línguas oficiais da União Europeia e deve ser impressa na rotulagem com caracteres cuja altura seja igual ou superior a 1,2 mm.

Os rótulos podem, ainda, conter indicações facultativas, tais como, indicações relativas ao nome, endereço e qualidade de uma ou das pessoas que tenham participado na comercialização, para além do engarrafador, indicações do tipo de produto ( termo seco, termo meio seco ou adamado, termo mais doce e termo doce), o ano de colheita, indicações das castas de videira, distinções de medalhas (desde que tenham sido concedidas ao lote de vinhos premiados em questão, no âmbito de concursos permitidos pelos Estados-Membros ou países terceiros), indicações relativas à cor (vinho tinto, vinho rosado ou rosé e vinho branco), menções tradicionais (“colheita tardia”, “colheita selecionada”, “escolha”, “garrafeira”, “novo”, “reserva” e “premium”), referência ao nome da empresa (“casa”, “paço”, “palácio”, “solar” e “quinta”), utilização de uma menção que indique o engarrafamento (“engarrafado na casa”, “engarrafado no paço”, “engarrafado no palácio”, “engarrafado no solar” e “engarrafado na quinta”), menções “engarrafado na região de produção” ou “engarrafado na região Dão”, indicações de uma unidade geográfica mais pequena que a região determinada (denominações das sub-regiões) e, por último, línguas a utilizar (devem ser feitas em uma ou várias línguas oficiais da comunidade).

### **3.3 Enoturismo**

O Enoturismo em Portugal é um acontecimento muito recente e embrionário. A sua reminiscência institucional reporta aos roteiros temáticos referenciados no Estado Novo. As práticas enoturísticas tiveram início nos anos cinquenta do século XX e integravam-se em visitas a caves e adegas do vinho do Porto. Em meados dos anos noventa assistiu-se a uma alteração lógica de desenvolvimento da atividade, nomeadamente devido à sua institucionalização, significando em alguns casos a atribuição de fundos comunitários. O Enoturismo destaca-se pela diversidade de práticas e de regiões vitivinícolas que constituem a oferta, mas também a coordenação entre os agentes económicos que a constituem (Vrontis et al., 2011).

Segundo Antunes e Barroco o Enoturismo é *“um tipo de turismo que se situa fora das áreas metropolitanas assumindo um papel importante no desenvolvimento regional e no combate às assimetrias regionais, criando postos de trabalho em regiões mais desfavorecidas e captando novos investimentos. Permite, ainda, combater a sazonalidade e diversificar os produtos turísticos oferecidos por cada região”* (p. 6).

Hall (2012) classificou o enoturismo como as visitas às vinhas, adegas, festivais e exposições vnicas, onde a prova de vinhos e a experimentação dos atributos de uma região vitivinícola, sejam o principal fator de motivação para os visitantes. A experiência de enoturismo pode ser, portanto, providenciada de várias maneiras, tendo sempre o vinho como principal incentivo.

A vertente do turismo englobando três componentes interligadas (Getz & Brown, 2006):

- (1) turismo baseado na atratividade de uma região vinícola e dos seus produtos;
- (2) forma de marketing e desenvolvimento de um destino ou região;
- (3) oportunidade de marketing e vendas diretas por parte dos produtores de vinho.

Para a indústria vitivinícola, a atividade enoturística permite não só atrair novos consumidores (através das provas de vinho), como também reforçar a imagem da marca, do vinho e da região, ao mesmo tempo que se assume como um canal de vendas e um meio para educar o consumidor. Permite também aumentar as vendas de vinho, educar os consumidores, promover o conhecimento e a fidelização da marca, atrair novos segmentos de mercado, aumentar os lucros da venda direta de vinhos, melhorar os vínculos com o comércio do vinho, criar novas parcerias e testar novos produtos (Marketing intelligence on products), criar uma base de dados de clientes de forma a segmentá-los e informá-los (Marketing intelligence on customer) (Getz & Brown, 2006).

No entanto, também a região, a comunidade local e o visitante beneficiam da atividade enoturística. Para a região, o Enoturismo promove um aumento do número de visitantes e da despesa do visitante, atrai novos visitantes e repete visitantes; desenvolve uma imagem única e positiva do destino; supera os períodos de baixa procura; diversifica a oferta turística além de manter e valorizar a paisagem vinícola. Para a comunidade local, o Enoturismo permite atrair novos investimentos, desenvolver novas facilidades e comodidades, criar eventos para residentes e visitantes, aumentar a empregabilidade e promove o orgulho local. Para o visitante, o Enoturismo representa o enriquecimento cultural, pessoal e oportunidades de convívio com outros ou em família e com amigos (Hall, Sharples, Cambourne & Macionis, 2000).

Um destino de Enoturismo só é possível numa Região Demarcada com uma grande área de vinha, um grande número de produtores e um grande volume de produção que permita uma presença constante e alargada nos locais de distribuição (Costa & Kastenholz, 2009).

A maioria dos destinos enoturísticos são rurais, incluem pequenas cidades e aldeias de baixa densidade demográfica, ainda que possa existir em contexto urbano, ou até mesmo rural, na medida em que algumas caves, adegas, feiras e festas ou eventos do vinho se situam em centros urbanos. Nestes espaços podem desenvolver-se diferentes formas de Enoturismo: Rotas do Vinho, Aldeias Vinhateiras, visitas guiadas ao campo vitivinícola e a Quintas de Agro-turismo e às Caves e Adegas, Centros e Interpretação e Centros de Visitantes, Museus do Vinho e da Vinha, festivais e eventos enoturísticos, cruzeiros ou passeios de helicóptero e Spas Vitivinícolas (Cavaco & Inácio, 2010).

Os benefícios gerados pelo enoturismo numa região vitivinícola, dividem-se em três categorias diferentes: no setor vitivinícola, na região ou destino, e na comunidade local, como podemos observar na tabela 1 (Getz, 2002):

**Tabela 1- Benefícios do Enoturismo numa Região Vitivinícola**

No setor Vitivinícola	Na região/destino	Na comunidade local
Aumento das vendas de Vinho	Aumento do número de visitantes	Atração de novos investimentos
Aumento das margens de lucro	Incremento do valor das despesas dos visitantes	Desenvolvimento de novos equipamentos e estruturas
Educação dos visitantes e estímulo da lealdade à marca	Fidelização dos visitantes	Promoção do orgulho regional
Atração de novos segmentos de mercado	Desenvolvimento de uma imagem única conjunta	Criação de eventos para residentes e visitantes
Melhorar ligação aos distribuidores	Contrariar e gerir a sazonalidade	
Criação de novas parcerias		
Teste de novos produtos		

Fonte: Adaptado de Getz (2002)

Por outro lado, temos as componentes do Enoturismo, ou seja, o que procuram os turistas, quais os deveres das organizações responsáveis pelo destino e o que devem disponibilizar os fornecedores (ver figura 8) (Getz, 2002).

<b>Consumidores /Turista</b>	<b>Organizações Responsáveis pelo destino</b>	<b>Fornecedores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provas de Vinhos;</li> <li>• Refeições;</li> <li>• Visitas Guiadas;</li> <li>• Compras;</li> <li>• Aprendizagem;</li> <li>• Lazer/Recreio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservação Recursos;</li> <li>• Planeamento;</li> <li>• Informação;</li> <li>• Rotas de Vinho;</li> <li>• Acolhimento de Turistas;</li> <li>• Marketing;</li> <li>• Eventos Especiais;</li> <li>• Educar os Visitantes;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportes;</li> <li>• Alojamentos;</li> <li>• Catering;</li> <li>• Adegas/Quintas;</li> <li>• Visitas Guiadas;</li> <li>• Eventos</li> </ul>

*Figura 8- Componentes do Enoturismo*

*Fonte: Adaptado de Getz (2002)*

Num trabalho relacionado com as experiências dos enoturistas na realização das suas visitas, concluíram que as expectativas mais altas dos visitantes das adegas centravam-se no serviço e no atendimento, mais do que na qualidade do vinho (Griffin & Loersch, 2006).

O trabalho de investigação sobre as motivações dos visitantes das regiões vitivinícolas efetuado por Getz e Brown (2006), podem sintetizar-se no gosto do vinho, adquirir conhecimento sobre o vinho, vivenciar e experienciar a produção do vinho, desfrutar da beleza do cenário rural (vinhas), combinar a gastronomia com o vinho, divertirem-se em eventos ou festivais de vinhos, desfrutar da cultura do vinho, apreciar a arquitetura e a arte das adegas, das vilas e aldeias das regiões, aprender sobre os aspetos ecológicos do vinho e os benefícios do vinho para a saúde.

A satisfação do turista é importante na escolha e decisão de um destino ou produto turístico. Um turista satisfeito não só estará mais tendente a repetir a experiência, como também irá promovê-la junto a outras pessoas através do passa-palavra (Costa & Kastenholz, 2009).

### 3.3.1 Perfil do Enoturista

Os enoturistas representam um grupo diversificado de idades, ocupações, formação e contexto socioeconómico. Conhecer o tipo de turista, as suas necessidades, desejos, gostos e preferências é crucial para desenvolver estratégias de Marketing adequadas ao seu perfil. A recolha de informação e o desenvolvimento de relações de longo termo com os visitantes permitem que os gestores das caves e adegas possam aprender mais sobre quem são os seus clientes, estabelecer contactos futuros, com o objetivo de desenvolver relações e obter a opinião dos visitantes sobre os seus produtos e serviços (Hall et al., 2000; Castray & Francis, 2003).

Os seguintes autores realizaram um estudo tendo identificado cinco tipos de enoturistas, com base no seu interesse e conhecimento sobre o vinho (Charters & Ali-Knight, 2002):

- *Wine Lovers*: Este segmento apresenta um *background* abrangente em termos de educação para o vinho. O *lifestyle package* completo, é particularmente importante para os *Wine Lovers* (WL), mais do que para qualquer um dos outros segmentos. A gastronomia e a aquisição de conhecimento sobre vinhos são componentes chave da sua motivação em realizar a visita de enoturismo.
- *Connoisseurs*: É um subsegmento dos WL, que pode ser identificado de forma útil, na base dos respondentes com elevado conhecimento sobre vinhos. Estes demonstram suficientes características distintivas, para serem segmentados desta forma. Estes partilham as mesmas características em termos de estilo de vida, que os WL, demonstrando, contudo, uma sede por conhecimento ainda maior. Ocupam frequentemente posições de gestão nas empresas, e são por isso considerados turistas de elevado nível de rendimento.
- *Wine Interested*: Os *Wine Interested* (WI) estão tão interessados em aprender sobre a história e o envelhecimento dos vinhos como os WL, estando, porém, bastante menos preocupados com a gastronomia e a sua ligação ao vinho. De facto, estes estão menos interessados em visitar a adega para usufruir do restaurante, que os WL ou os *Wine Novices*. Pelo contrário, os WI parecem particularmente entusiasmados em aprender como provar, mais do que o segmento dos WL.
- *Wine Novices*: A motivação dos WL para visitar a adega é menos focada. Pouco mais de metade pensa, que as provas são importantes ou muito importantes. Estar

simplesmente na adega a provar, é menos apelativo para estes, do que realizar uma visita mais ativa. Apesar destes afirmarem terem um interesse limitado no processo de consumo de vinho, é claro que os *Wine Novices* apreciam o processo de enoturismo no seu todo. Este é um segmento de transição, com os seus membros a tornarem-se gradualmente mais envolvidos no consumo de vinho, e assim evoluindo posteriormente para o grupo dos WI.

- *Common Threads*: Este segmento corresponde àqueles que visitam as caves e adegas, sem um interesse aparente pelo vinho. Fazem-no porque estão inseridos num grupo, que decidiu visitar este género de atrações, realizando deste modo, a visita “à pendura”.

Num estudo do Turismo de Portugal (Mateus, 2006) identifica o perfil geral dos enoturistas mais habituais que se pode encontrar na Europa e são os seguintes:

- *O profissional*: Uma pessoa perita em vinhos e na cultura do vinho, tem entre 30 a 45 anos de idade, com capacidade para analisar com o responsável da adega ou o enólogo as virtudes ou defeitos do vinho. É uma pessoa curiosa e interessada em coisas novas e mostra-se disposto a dedicar o seu tempo para as descobrir e desfrutar.
- *O apreciador do vinho*: Tem entre 25 e 35 anos de idade, boa situação socioeconómica, aprecia o vinho e identifica-o como um meio social para estabelecer amizades, apreciar a comida e explorar o território e gosta de viajar com os amigos.
- *O narcista*: Tem uma boa posição social, entre os 40 e 50 anos de idade. É interessado pela cultura do vinho, pelo estatuto social que lhe é inerente e com a intenção de obter conhecimentos de viticultura e assim poder distinguir-se. Fica satisfeito com um grau de conhecimento básico, mas imprescindível para impressionar, e sente uma especial atração pelas adegas mais conhecidas/famosas e os vinhos de renome.
- *O consumidor regular*: Esta pessoa tem um perfil que está entre os 50 e 60 anos de idade. Visita a adega em grupo, aos domingos, como se fosse um bar. Aprecia o vinho mas também não é muito exigente.

Carvalho, Barroco e Antunes (2017) realizaram um estudo, na Região Vitivinícola Regional do Dão, com o objetivo de analisar o perfil e as principais motivações do

enoturista e chegaram à conclusão que é jovem, com ligeira preferência do sexo feminino, são maioritariamente casados ou em união de facto, e têm formação de nível superior. São pessoas que por norma fazem uma viagem por ano relacionada com o enoturismo, ficam instalados em casa de amigos ou familiares ou em hotéis de quatro estrelas e a visita é realizada pelo agregado familiar com a companhia das crianças. As principais motivações do enoturista são o relaxamento, interesse em saber mais sobre vinhos e apreciar a gastronomia local de um lugar autêntico.

Segundo os dados fornecidos pelo departamento de Marketing e Relações Públicas da CVR do Dão, os enoturistas que mais visitam o Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão, são maioritariamente da nacionalidade canadiana, brasileira, americana, inglesa e espanhola, com idades compreendidas entre os 30 e 40 anos e dos 50 aos 60 anos do sexo masculino e as principais motivações são o conhecimento do espaço, fazer prova de vinho e organização de roteiros para visitar determinados produtores. Também, há um número significativo de pessoas que vem unicamente com o objetivo de comprar vinho.

Outros estudos efetuados noutros países também constataram que os enoturistas são maioritariamente do sexo masculino e de faixas etárias acima dos 35 anos (e.g. Torre & Pérez, 2014; Gatti & Maroni, 2004), embora Byrd, Canziani, Hsieh, Debbage & Sonmez (2016) tenham verificado que na Carolina do Norte, nos EUA, a maioria era do sexo feminino. De forma geral verifica-se que os enoturistas têm níveis de habilitações superiores (Torre & Pérez, 2014; Gatti & Maroni, 2004; Byrd et al., 2016) e viajam em família (Torre & Pérez, 2014; Gatti & Maroni, 2004).

Os enoturistas gostam de visitar as adegas e as vinícolas, apreciar a beleza das vinhas rurais, aprender mais sobre vinhos, conhecer o produtor, degustar os vinhos e participar em eventos de vinhos (Torre & Pérez, 2014; Gatti & Maroni, 2004; Byrd et al., 2016).

### **3.3.2 Rota dos Vinhos**

Em Portugal, o projeto das rotas do vinho nasceu em 1993, com a participação do nosso país no programa de cooperação inter-regional Dyonisios, promovido pela União Europeia. Este programa é delineado para fomentar trocas entre oito regiões vitivinícolas englobadas no seu território, através da transferência de conhecimento nas áreas do

comércio, formação e turismo. Neste contexto, as regiões vitivinícolas são incentivadas a regulamentar e definir critérios de qualidade, bem como a selecionar os aderentes às rotas através da publicação do Despacho Normativo nº669/94, uma norma do governo português de 1994, através da qual são criadas as condições e apoios financeiros para o nascimento das primeiras rotas do vinho em Portugal. Dinamizadas sobretudo pelas comissões vitivinícolas regionais e pelas regiões de turismo, a maioria das rotas de vinho entraram em funcionamento entre 1996 e 1998, com o intuito de estimular o potencial turístico de cada uma das regiões em causa (Simões, 2008).

Uma rota do vinho é constituída por um conjunto de locais/ entidades organizadas em rede, devidamente sinalizados, dentro de uma região produtora de vinhos, abertos ao público, e que possam suscitar um efetivo interesse turístico (Brás et al., 2010).

A rota do vinho trata-se de um produto turístico constituído por percursos sinalizados e publicitados, organizados em rede, envolvendo explorações agrícolas e outros estabelecimentos abertos ao público, através dos quais os territórios agrícolas e as suas produções, podem ser divulgados e comercializados, estruturando-se sob a forma de oferta turística (Simões, 2008).

No regulamento interno das rotas existentes podemos encontrar uma definição de Rota do Vinho. Assim, no artº 1º do Regulamento Interno da Rota do Vinho do Dão encontramos a seguinte informação:

- 1. A Rota do Vinho do Dão, apenas designada por Rota, tem por objetivo estimular o desenvolvimento do potencial turístico da Região Demarcada do Dão nas diversas vertentes da cultura vitivinícola e da produção de vinhos de qualidade.*
- 2. A Rota do Vinho do Dão deverá integrar um conjunto de locais dentro da Região Demarcada do Dão, associados à vinha e ao vinho, organizados em rede e devidamente sinalizados, que possam suscitar um reconhecido interesse por parte do turista, através de uma oferta rigorosamente selecionada e caracterizada.*
- 3. Poderão ainda ser abrangidos na Rota outros locais situados em freguesias limítrofes à Região Demarcada do Dão, desde que não abrangidos por Rotas de outros vinhos.*
- 4. Devem, também, ser associados à Rota, todos os elementos que a possam valorizar, como: Turismo cultural, artesanal, folclórico, paisagístico, monumental, etnográfico e gastronómico.*

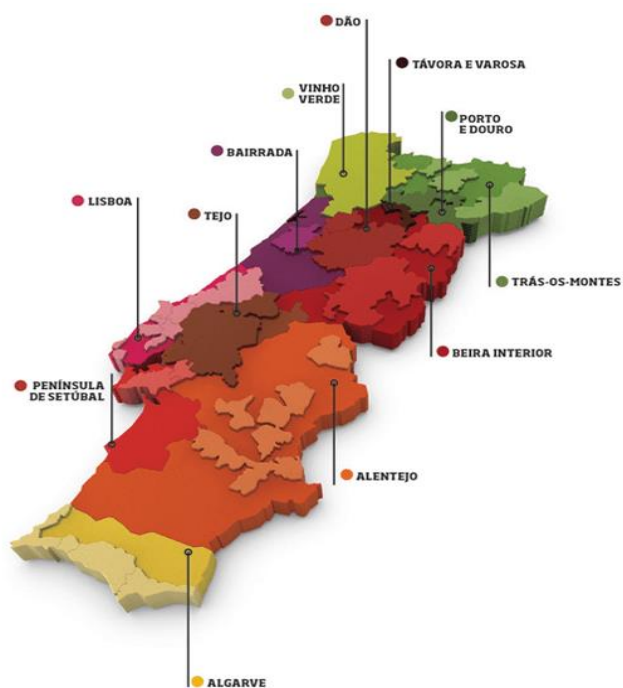
Para avaliar as várias vertentes de implementação, manutenção e utilização das Rotas do Vinho, devem ter em conta os seguintes princípios (Getz, 2000):

1. A rota do vinho deve ser fácil de percorrer;
2. Fornecer mapas e guias e colocar sinalização ao longo da rota;
3. Associar atividades (alojamento, restauração, animação, etc.) e recursos à rota para melhorar a satisfação dos visitantes;
4. Facilitar a utilização da rota por parte de todos, isto é, visitantes e residentes;
5. Estabelecer ligações com outras rotas ou circuitos locais, regionais e nacionais;
6. Integrar no planeamento da rota as estratégias das atividades, equipamentos e serviços que pertencem à rota;
7. Envolver parceiros e investidores públicos e privados;
8. Os circuitos devem facilitar a gestão do fluxo de visitantes, evitando elevadas concentrações de visitantes num determinado local e fomentando a preservação de áreas mais sensíveis ou frágeis;
9. Definir a capacidade de receção de visitantes na rota e na região;
10. Elaborar estratégias de marketing desde a implementação da rota de modo a identificar e a captar os segmentos de mercado mais indicados;
11. Estabelecer uma monitorização permanente e manutenção da estratégia pré-definida, incluindo a recolha da opinião dos visitantes e dos agentes que se inserem na rota;

As Rotas dos Vinhos em Portugal são essencialmente dinamizadas pelas Comissões Vitivinícolas e pelas Regiões de Turismo, as quais muitas das vezes têm interesses antagónicos. Atualmente existem doze Rotas do Vinho, ver figura 9, cada uma com a sua organização e em diferentes processos de desenvolvimento, e são as seguintes:

- Rota dos Vinhos Verdes
- Rota do Vinho do Porto
- Rota do Vinho de Cister
- Rota do Vinho do Dão
- Rota do Vinho da Beira Interior
- Rota do Vinho da Bairrada
- Rota da Vinha e do Vinho do Ribatejo
- Rota da Vinha e do Vinho do Oeste
- Rota do Vinho da Costa Azul
- Rota dos Vinhos de Bucelas, Colares e Carcavelos

- Rota do Vinho do Alentejo
- Rota do Vinho do Algarve



*Figura 9- Tipos de Rotas de Vinho*

*Fonte: Infovini*

De acordo com as informações obtidas nos websites de cada Rota do Vinho, podemos encontrar rotas diferentes e específicas de cada região, como podemos observar na tabela 2.

**Tabela 2- Rotas dos Vinhos**

<b>Rotas dos Vinhos</b>	<b>Sede</b>	<b>Tipos de Rotas dos Vinhos</b>
<b>Rota dos Vinhos Verdes</b>	Porto	Rota do Vinho Verde Alvarinho
<b>Rota do Vinho do Porto</b>	Peso da Régua	Baixo Corgo Cima Corgo Douro Superior
<b>Rota das Vinhas de Cister</b>	Moimenta da Beira	O Caminho dos Mosteiros Entre Vinhas e Castanheiras
<b>Rota do Vinho do Dão</b>	Viseu	Terras de Viseu, Silgueiros e Senhorim Terras de Azurara e Castendo Terras de Besteiros Terras de Alva Terras de Serra da Estrela

<b>Rotas dos Vinhos</b>	<b>Sede</b>	<b>Tipos de Rotas dos Vinhos</b>
<b>Rota dos Vinhos da Beira Interior</b>	Guarda	Rota Turística
<b>Rota do Vinho da Bairrada</b>	Anadia	Roteiro Azul Roteiro Roxo Roteiro Castanho Roteiro Amarelo Roteiro Vermelho Roteiro Rosa Roteiro Verde Roteiro Laranja
<b>Rota dos Vinhos do Tejo</b>	Santarém	Tesouro Gótico Touros e Cavalos Beira Tejo Tesouros Manuelino
<b>Rota dos Vinhos de Lisboa</b>	Óbidos	Percurso Quintas de Alenquer Percurso Óbidos Percurso Linhas de Torres
<b>Rota dos Vinhos da Península de Setúbal</b>	Palmela	Rota de Vinhos
<b>Rota dos Vinhos de Bucelas, Colares e Carcavelos</b>	Bucelas	Percurso do Vinho
<b>Rota dos Vinhos do Alentejo</b>	Évora	Rota do Vinho
<b>Rota do Vinho do Algarve</b>	Lagoa	Roteiro Gil Eanes Roteiro do Arade Roteiro Mourisco Roteiro das Falésias

**Fonte:** Elaboração Própria

As entidades responsáveis pela gestão das respetivas rotas do vinho, devem organizar atividades e eventos relacionados com a temática, tais como feiras de vinhos, apanha de uvas, desenvolvendo ao mesmo tempo planos de comunicação e investigação de modo a criar pacotes combinados com outras atrações complementares. Estas parcerias são vitais para o desenvolvimento do enoturismo, dado que o vinho em si mesmo não conseguirá sustentar o interesse dos turistas (Getz & Brown, 2006).

As rotas do vinho permitem que os visitantes contactem mais facilmente com o mundo rural, contribuindo para a preservação da autenticidade de cada região através da divulgação do seu artesanato, do património paisagístico, arquitetónico, museológico e da gastronomia. São também uma forma de dinamizar as regiões demarcadas, com todas as entidades associadas à mesma (Costa & Kastenholz, 2009).

As rotas do vinho poderão ser um instrumento privilegiado para a obtenção de dados que permitam desenvolver uma base de dados de visitantes e criar uma relação de maior proximidade com o cliente para obter o seu feedback (Getz & Brown, 2006).

O tipo de aderentes da Rota dos Vinhos é diversificado, ou seja, podem ser associações de vitivinicultores-engarrafadores, associações de viticultores, uniões de adegas cooperativas, adegas cooperativas, armazenistas, enotecas, quintas produtoras, empreendimentos de turismo em espaço rural, restaurantes, lojas especializadas, museus e outros centros de interesse vitivinícola (Antunes & Barroco, 2009).

### **3.3.3 Estratégias de Marketing para o Enoturismo**

A estratégia é um conjunto de meios de ação utilizados para atingir certos objetivos. A função do marketing estratégico é orientar a empresa para as oportunidades existentes ou criar oportunidades atrativas (Lambin, 2000). Assim, elaborar uma estratégia de marketing é responder de forma relevante às seguintes questões (Lindon, Lendrevie, Lévy, Dionísio & Rodrigues, 2004):

- Quais são os objetivos de marketing?
- Quais são os concorrentes atuais?
- Quais os segmentos de mercado a atacar e, nestes segmentos, quais os alvos de marketing (público-alvo)?
- Qual o posicionamento a reter, ou seja, que posição ocupar na mente dos clientes?
- Qual o marketing-mix, ou seja, quais os meios a utilizar: produto, preço, distribuição e comunicação?

A estratégia de marketing é estabelecida pela direção geral da empresa sob proposta do diretor de marketing. A escolha prévia dos objetivos é importante por três razões: permite assegurar a coerência dessa estratégia com a política geral da empresa, permite que todos os que nela participam estejam de acordo quanto aos objetivos que visam e possibilita a construção de indicadores de performance da estratégia escolhida e

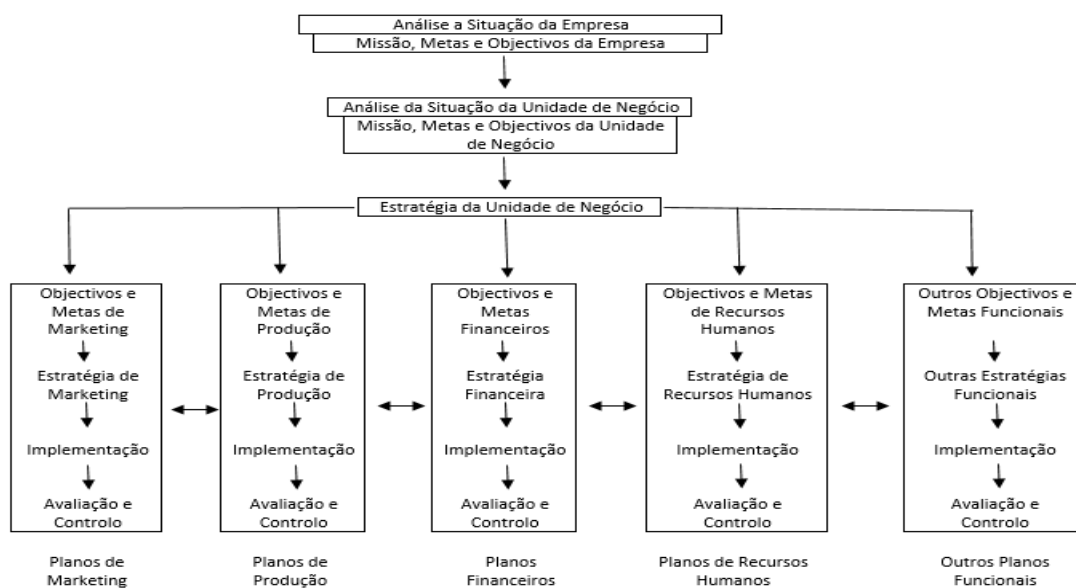
clarifica os critérios de avaliação a observar. E tem como principais objetivos: rentabilidade e retorno do investimento, aumento do volume e quota de mercado, criar a imagem de marca junto dos consumidores, prescritores ou distribuidores e satisfazer as necessidades dos clientes (Lindon et al., 2004).

Os objetivos de marketing geralmente são entendidos como compromissos quantitativos, em geral, expressos em padrões de desempenho para um dado período operacional, ou condições a alcançar em determinadas datas (McDonald, 2004).

As organizações projetam estratégias funcionais de modo a fornecer a integração total de esforços que se focam no alcance dos objetivos estabelecidos para a área. Na estratégia de marketing, o processo foca-se na seleção de um ou mais mercados-alvo e no desenvolvimento de um programa de marketing que satisfaça as necessidades e desejos dos membros daquele mercado-alvo (Ferrel & Hartline, 2008).

As decisões da estratégia funcional não se desenvolvem no vácuo. A estratégia deve (1) atender as necessidades e propósitos da área funcional com o objetivo de ir ao encontro das suas metas e objetivos, (2) ser realista dado os recursos e o ambiente disponíveis na organização e (3) ser consistente com a missão, metas e objetivos da organização. Dentro do contexto geral do processo de planeamento estratégico, cada estratégia funcional deve ser avaliada para determinar os seus efeitos nas vendas, custos, imagem e rentabilidade da organização (Ferrel & Hartline, 2008).

Seja na empresa, unidade de negócio ou a nível funcional, o processo de planeamento começa com uma análise profunda do ambiente interno e externo da organização, como podemos observar na figura 10 (Ferrel & Hartline, 2008):



**Figura 10-** O Processo de Planeamento Estratégico

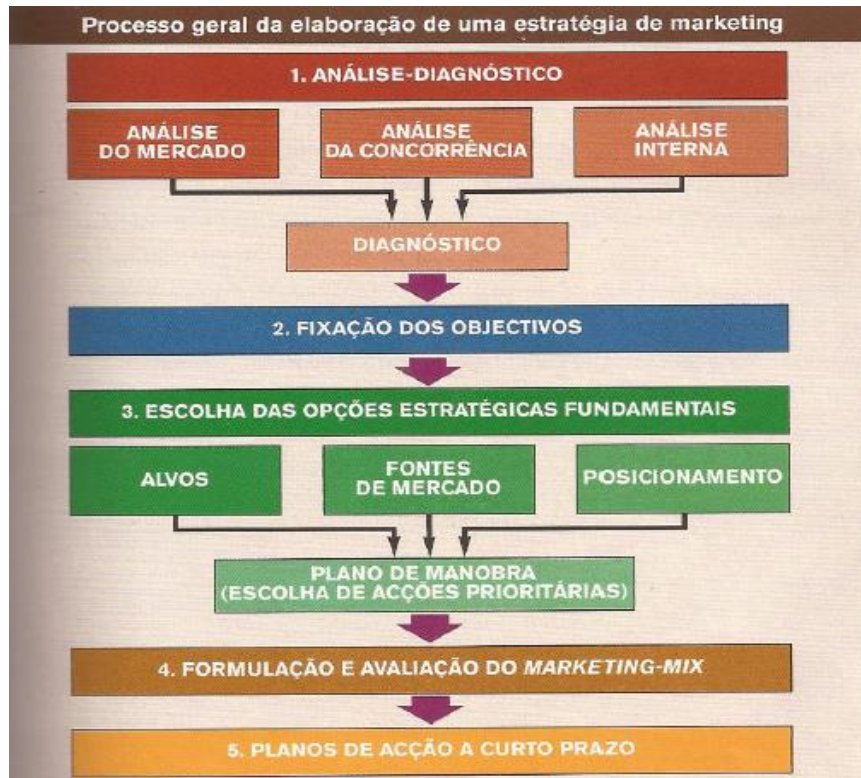
*Fonte:* Ferrel & Hartline (2008)

Os esforços de planeamento dentro de cada área funcional irão resultar na criação de um plano estratégico para cada área. Apesar de realçarmos as questões e processos que dizem respeito ao desenvolvimento de uma estratégia e planos de marketing orientados para o cliente, devemos sublinhar que as organizações desenvolvem estratégias e planos de marketing efetivos em concertação com a missão e metas da organização, bem como os planos de outras áreas funcionais (Ferrel & Hartline, 2008).

A estratégia global deve preceder e orientar a formulação detalhada das políticas de produto, preço, distribuição e comunicação. Para ser elaborada, é necessário ser seguida de planos de ação operacionais e detalhados, que incluem calendários, orçamentos, responsáveis de execução, entre outros (Lindon et al., 2004).

O primeiro passo no desenvolvimento de uma estratégia de marketing direcionada é definir para onde a organização quer ir. Este é o papel dos objetivos. Os objetivos estabelecem um ou vários “lugares” onde o gerente de marketing deseja estar no final do período de planeamento estratégico, muitas vezes chamado de “horizonte de planeamento” (Kotler & Andreasen, 1998) .

O processo de elaboração da estratégia de marketing divide-se em cinco etapas esquematizadas na figura 11 (Lindon et al., 2004):



**Figura 11-** Elaboração Estratégia de Marketing

*Fonte: Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing*

Para que uma estratégia funcional seja implementada com sucesso, a organização deve confiar no compromisso e conhecimentos dos seus funcionários – o seu mercado-alvo interno. Afinal, os funcionários têm a responsabilidade de executar as atividades que irão implementar a estratégia. Por esta razão, por vezes as organizações executam atividades de marketing internas desenhadas para ganhar o compromisso e a motivação dos funcionários para a implementação dos planos funcionais (Ferrel & Hartline, 2008).

Para o departamento de marketing, o plano de marketing dá uma formulação detalhada das ações necessárias para realizar esse mesmo plano estratégico. Um plano de marketing é um documento escrito que fornece a planta ou o esboço das atividades de marketing de uma organização, incluindo a implementação, avaliação e controlo dessas atividades. Este plano serve um número de propósitos. Por um lado, o plano de marketing explica claramente como a organização irá atingir as suas metas e objetivos. Neste sentido, serve como “mapa da estrada” para a implementação da estratégia de marketing. Instrui os funcionários quanto aos seus papéis e funções no cumprimento do plano. Por outro lado, dá especificações no que concerne a alocação de recursos e inclui as tarefas de marketing específicas, responsabilidades dos indivíduos e o *timing* para todas as atividades de marketing (Ferrel & Hartline, 2008).

À medida que os negócios se tornam cada vez mais complexos e que a concorrência aumenta, um plano de marketing é essencial. Os benefícios são: melhor coordenação de atividades, identifica desenvolvimentos esperados, aumenta a preparação organizacional para a mudança, minimiza respostas inesperadas, reduz conflitos sobre o rumo que a empresa deve seguir, melhora as comunicações, a administração é obrigada a pensar adiante sistematicamente, os recursos disponíveis e as oportunidades podem ser melhor compatibilizadas, o plano proporciona uma estrutura para a revisão contínua de operações, e por último, uma abordagem sistemática de formulação de estratégia leva a retornos mais altos sobre o investimento (McDonald, 2004).

O plano de marketing segue as seguintes etapas (McDonald, 2004):

- **Etapa 1-** Declaração da missão
- **Etapa 2-** Determinar objetivos corporativos
- **Etapa 3-** Realizar auditoria de marketing
- **Etapa 4-** Realizar análise SWOT
- **Etapa 5-** Fazer premissas
- **Etapa 6-** Determinar objetivos e estratégia de marketing

- **Etapa 7-** Estimar resultados esperados
- **Etapa 8-** Identificar planos e mixes alternativos
- **Etapa 9-** Definir o orçamento
- **Etapa 10-** Estabelecer programas de implementação para o primeiro ano.

O Enoturismo em Portugal tem de apresentar uma imagem distinta e diferenciadora, traduzida num conjunto de valores que distingam o país e as especificidades das suas regiões vinícolas. Essa diferenciação terá de passar pela mudança da imagem atual do Enoturismo nacional e da ideia de como devem ser geridas as Rotas de Vinhos (Pina, 2010).

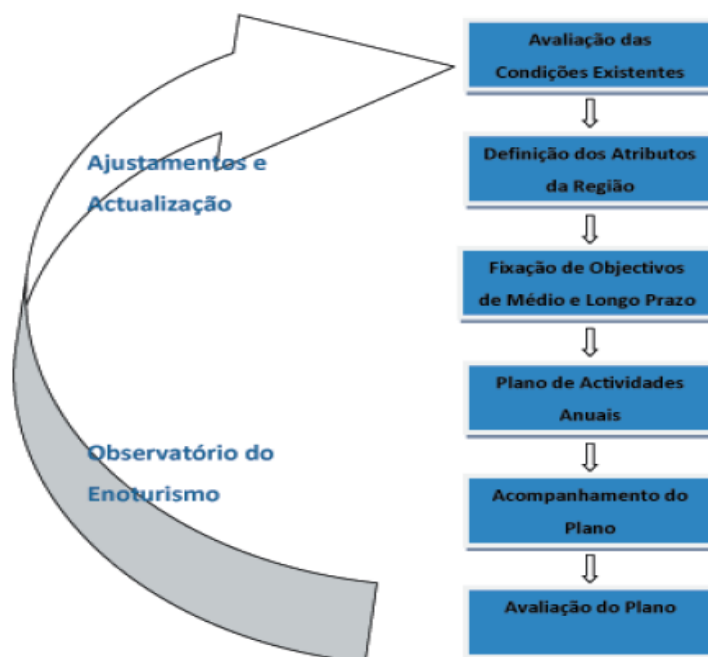
Um plano de desenvolvimento do enoturismo deverá iniciar-se com um levantamento das condições existentes e proceder-se à qualificação da oferta da região repartindo-a por níveis: superior, intermédio e inferior. Esta avaliação deverá conter os seguintes elementos (Pina, 2010):

- Levantamento do número de adegas que tenham potencial para atrair visitantes;
- Levantamento do número de eventos de vinhos que já se realizaram na região;
- Definição da entidade coordenadora do enoturismo da região;
- Determinação das distâncias às principais infraestruturas de acolhimento de visitantes;
- Levantamento dos hotéis e serviços de restauração da região;
- Avaliação das acessibilidades à região incluindo as condições dos eixos rodoviários existentes e respetiva sinalética;
- Avaliação das estruturas complementares existentes (centros de saúde, hospitais e clínicas médicas);
- Criação de um código que regule o Enoturismo e as condições de adesão;

O passo seguinte passa pela criação de uma visão e missão dos atributos diferenciadores da região e a fixação de objetivos a médio e longo prazo com as respetivas linhas de orientação estratégica e calendarização de prioridades. Nos objetivos deve-se incluir as metas económicas e financeiras que se pretendem alcançar. Para o desenvolvimento do enoturismo é importante ter objetivos fixos, como o perfil dos visitantes e o tipo de serviço por estes desejados, marketing da rota dos vinhos, o

posicionamento da marca, o plano de publicidade e recursos humanos, materiais e financeiros necessários (Pina, 2010).

O último passo tem como finalidade a avaliação do plano. Esta avaliação passa pela criação de um observatório permanente que determina o número de visitantes, o tipo e a origem dos visitantes, o volume de vendas, custos, críticas/opiniões dos visitantes, motivações, entre outros, como podemos observar na seguinte figura 12 (Pina, 2010):



*Figura 12- Plano de Desenvolvimento do Enoturismo*

*Fonte: Pina (2010)*

O sucesso de um destino enoturístico passa pela descoberta de estratégias de forma a criar a repetição de visitas e encorajar a recomendação da região aos amigos e familiares (Pina, 2010).

Após a avaliação e a observação dos websites das regiões podemos concluir que a maior parte destes destinos utilizam brochuras, websites da região, itinerários de vinhos, eventos de vinhos, parceria com operadores turísticos especializados em enoturismo e em programas de desconto e fidelização para a divulgação e promoção das rotas dos vinhos e da região (Pina, 2010). A CVR do Dão utiliza brochuras e mapas dos roteiros para a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão, website, eventos de vinhos nacionais e internacionais e parceria com operadores turísticos especializados em enoturismo, nomeadamente a Santa Casta e a Vistuk.

Na criação de estratégias pode estar o desenvolvimento de aplicações de Vinhos ou Rota dos Vinhos. Recentemente tem-se assistido ao grande crescimento de aplicações

móveis que correm em smartphones ou outros dispositivos móveis, muitas delas relacionadas com os sistemas de informação geográfica (web mapping como o Google Maps, Google Earth, Microsoft Virtual Earth, Map Quest, entre outros) ou que, de alguma forma, utilizam os sistemas de informação geográfica. As aplicações relacionadas com o vinho não são exceção, existindo várias aplicações que promovem territórios vinhateiros, combinando web maps, elementos multimédia, texto, entre outros.

Um estudo realizado na Califórnia mostra que 20% da amostra usa regularmente aplicações relacionadas com vinhos nos telefones ou tablets para obter informações. Os usuários da aplicação são mais propensos a serem considerados um “entusiasta” do vinho ou um conhecedor e que gosta de vinho. Os aplicativos que mais interessam são os que permitem comprar vinho instantaneamente (Higgins, McGarry Wolf & Wolf, 2014).

Em Espanha, a Ruta del Vino de Lleida– Costers del Segre também disponibiliza uma app IOS e Android. Após a análise da app Android existem quatro separadores distintos: o primeiro, Início, permite aos utilizadores consultarem notícias sobre a rota e o vinho de um modo geral; o segundo, Adeias, apresenta as adeias com a informação básica (breve descrição, morada, horário de abertura, contactos e localização), a partir deste separador é possível aceder à localização da adeia em particular assim como a um mapa mais geral das adeias, restaurantes e hotéis existentes na rota, no Google Maps. Este mapa interativo contém as adeias, hotéis e restaurantes, mas os “pins” de localização não fazem a distinção entre as várias categorias, tendo todos o mesmo formato e cor. É necessário clicar em cada um deles para saber que tipo de elemento é. Os outros dois separadores apresentam basicamente a mesma informação e funcionalidades do separador Adeias, possibilitando a sua localização no Google Maps (“Ruta del Vino de Lleida– Costers del Segre,” s.d.).

Em Portugal, algumas Rotas de Vinhos já têm aplicações, como por exemplo, a Rota dos Vinhos de Bucelas, Carcavelos e Colares para smartphones e tablets, cujo acesso pode ser realizado através das tecnologias de QR code Quick Response) e NFC (Near Field Communication).

A CVR do Dão também criou a App da Rota dos Vinhos do Dão. Na App encontra-se toda a informação necessária sobre a região e os vinhos do Dão. Pode, ainda, aceder-se a contactos, localização das adeias e a um mapa com todos os pontos de interesse.

Para definir as estratégias, o departamento de Marketing da CVR do Dão, trabalha neste momento com uma assessoria de comunicação, a YoungNetwork Group, e é um

grupo de comunicação global, que possui uma presença nacional e internacional forte: Lisboa, Porto, Madrid, Londres, Dubai, Luanda, Maputo, Bogotá, Praia, Zagreb, Belgrado e Skopje. Oferece um conjunto alargado de competências, tais como: Consultoria de comunicação, Assessoria de Imprensa, Criatividade, Digital, Relações Públicas, Eventos e Produção. Esta assessoria tem como principais funções: estabelecer uma ligação entre a CVR do Dão e o público através da captação de informações e transformando-as em conteúdos (notícias) de interesse para o público e planear e dinamizar as Redes Sociais da CVR do Dão (Facebook, Twitter, Instagram e LinkedIn).

Para realização de campanha de publicidade, anúncios e organização de eventos, a CVR do Dão, trabalha com uma agência de comunicação, a Opal. A Opal tem como principais funções: contribuir para o aumento do valor das exportações dos vinhos com Denominação de Origem produzidos na Região Demarcada do Dão nos mercados tradicionais, potenciais e emergentes definidos pelo Conselho Geral e apoiar a internacionalização dos agentes económicos do setor com vista à sua valorização económica e da DOP Dão, articulação de parcerias com a marca “Wines of Portugal” (ViniPortugal), de modo a dar-se continuidade à aproximação de estratégias e ações, complementares na promoção dos vinhos do Dão.

Até 2012, Portugal seguiu uma estratégia mais focada no aumento das quantidades exportadas, em vez de aumentar a qualidade do vinho. De 2010 a 2012, as exportações portuguesas de vinho apresentaram uma taxa de crescimento médio anual de 7,31%, de 614 milhões de euros para 707 milhões de euros. Com a estratégia da ViniPortugal conseguiu adaptar-se ao novo mundo, aumentando o valor do vinho, enquanto comunica a relação preço-qualidade em relação aos outros produtores. A reputação do vinho de Portugal aumentou em todo o mundo, originando um aumento de investidores estrangeiros (Proença, 2018). A CVR do Dão estabelece uma parceria com a ViniPortugal nos eventos internacionais e na receção de comitivas de diversos países.

Deste modo, a CVR do Dão, tem os seguintes valores de estratégia de marketing:

- ✓ **Valor** – Contribuir para o acréscimo de valor aos vinhos do Dão através da sua promoção junto dos públicos que melhor contribuirão para o aumento da sua notoriedade. Aumentar a notoriedade internacional dos vinhos Dão e da Região Demarcada dos Vinhos do Dão.
- ✓ **Proximidade** – Manter o contacto com os agentes económicos da Região do Dão e das suas marcas como motores da promoção dos vinhos junto dos públicos-alvo.

- ✓ **Independência** – Dar continuidade a uma estratégia de imparcialidade relativamente aos agentes económicos, tendo como base de trabalho a qualidade dos produtos e objetivos a perseguir.
- ✓ **Qualidade** – Incrementar o espírito crítico das atividades efetuadas com o intuito de melhorar a sua performance encontrando novas formas de comunicação que atinjam os objetivos desta estratégia promocional.
- ✓ **Disponibilidade** – Agir como agente facilitador do contacto entre os agentes da região e os atores dos diversos setores do mercado mundial de vinhos, bebidas, distribuição, restauração e turismo.

A CVR do Dão ao definir uma estratégia de marketing para a Rota dos Vinhos do Dão deve, numa primeira fase, fazer uma Análise SWOT (Análise Interna: Pontos Fortes e Pontos Fracos e Análise Externa: Ameaças e Oportunidades):

- **Pontos Fortes:**

- Qualidade, diversidade e notoriedade de Produtores e de vinhos da região;
- A heterogeneidade das Quintas Produtoras na região do Dão;
- A simpatia e hospitalidade dos produtores;
- Diversidade da oferta de alojamento;
- Gastronomia regional única;
- Diversidade da oferta de restaurantes;
- Prémios internacionais de vinhos- Aumento da visibilidade dos vinhos regionais;
- Paisagens diversificadas e “únicas”; Forte sinalética indicativa e interpretativa das Quintas/Adegas;
- A App da Rota dos Vinhos do Dão com todas as informações sobre os roteiros;

- **Pontos Fracos:**

- A indisponibilidade pontual por parte de algumas Quintas aderentes na aceitação de marcações feitas através do Welcome Center da Rota para visitas de turistas estrangeiros no próprio dia;
- Horários de funcionamento dos produtores (Maior parte deles encontram-se encerrados ao fim-de-semana);

- **Ameaças:**
  - Campanhas Promocionais de Rotas de Vinho de outras regiões;
  - A maturidade, experiência, trabalho em rede, quantidade e diversidade da oferta Enoturística na Região do Douro;
  - Aumento da concorrência tanto em termos de vinhos de qualidade como de destinos de enoturismo nas outras regiões;
  
- **Oportunidades:**
  - Certificação de produtos locais, garantindo a qualidade e autenticidade regional;
  - Aumento do Enoturismo na região do Dão;
  - Utilização das novas tecnologias como instrumento promocional e de divulgação;

## **4. Atividades Desenvolvidas**

Nesta secção, são descritas e caracterizadas todas as atividades desenvolvidas durante os seis meses de estágio na CVR do Dão, referindo as vivências e conhecimentos adquiridos durante a execução das tarefas.

A realização destas tarefas estiveram sob a coordenação da Dra. Graça Silva e do Diretor Executivo Dr. Pedro Mendonça e, também, com as indicações da Dra. Isabel Duarte que se encontra no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão e presta apoio ao departamento de Marketing.

No dia 12 de outubro de 2018, pelas 14 horas, realizou-se uma reunião onde estiveram presentes o Dr. Pedro Mendonça, a Dra. Graça Silva, a Dra. Isabel Duarte, a Professora Doutora Suzanne Amaro e a estagiária Liliana Miranda. Feita uma breve apresentação de todos os elementos passou-se à explicação de todas as funções a cumprir no período de estágio na CVR do Dão, pela Dra. Graça Silva. As funções previstas seriam o planeamento da comunicação, desenvolver e coordenar as campanhas promocionais dos vinhos do Dão, organizar eventos (por exemplo, Dão Primores, Dão Invicto, Dão Capital, entre outros), organização de Masterclass e provas de vinhos comentadas, gestão das redes sociais (sites institucionais, Instagram e Facebook) e explorar/developar as rotas dos vinhos do Dão.

O primeiro dia de estágio foi a 17 de outubro de 2018 na CVR do Dão. Tive a possibilidade de conhecer as instalações, os colaboradores e o Solar do Vinho do Dão. A Dra. Isabel Duarte realizou uma visita guiada pelo local onde foi mostrada, na CVR, a sala de reuniões do conselho geral, os gabinetes de trabalho, a câmara oficial de produtores e a receção de amostras e venda de selos de certificação. No Solar foi mostrada a garrafeira do bispo, o armazém dos vinhos, sala de arranjos do merchandising, a cozinha velha, o Welcome Center (mediateca, sala de exposições e sala de provas) e, ainda, algumas salas onde são realizados alguns eventos e conferências.

### **4.1. Atendimento**

Uma das tarefas realizadas durante o período de estágio foi o atendimento no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão. De facto, turistas de várias nacionalidades visitaram o Solar do Vinho do Dão neste período.

Numa fase inicial, prestei todo o apoio necessário e acompanhei com interesse a explanação inerente à história do Solar, à região do Dão, às principais castas e à maneira como se faz a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão, usando um vídeo promocional para o efeito e a forma como se realiza a prova dos vinhos. Posteriormente, prestei apoio à Dra. Isabel Duarte no atendimento aos turistas.

## **4.2. Participação e Apoio a Eventos**

Uma das principais atividades realizadas ao longo do estágio foi a participação em eventos. A CVR do Dão, ao longo do ano, organiza vários tipos de eventos, desde eventos do Dão (Dão Invicto, Dão Primores e Dão Capital), em feiras nacionais (por exemplo: Mercado de Vinhos, Essência de Vinhos, Encontro com o Vinho&Encontro com os Sabores e Grandes Escolhas), feiras internacionais ( Por exemplo, Prowein e Vinexpo), workshops, masterclass, recepção de comitivas, entre outros. No total foram quatro eventos organizados e seis eventos participados pela CVR do Dão em feiras.

Num dos eventos em que a CVR do Dão participa, (Giacaglia, 2004) devem constar os principais passos para a sua realização:

- Definir os objetivos da feira;
- Verificar e analisar o orçamento disponível;
- Definir estratégias para a participação na feira e apresentar o plano à diretora da empresa;
- Fechar o espaço com a organizadora oficial;
- Solicitar e preencher o manual do expositor;
- Ampliar a participação na feira, solicitar crachás e convites;
- Enviar os convites;
- Definir o projeto do stand;
- Reunir os envolvidos;
- Fazer o levantamento dos equipamentos;
- Contratar serviços de terceiros;

- Definir mecanismos para a divulgação da participação da empresa na feira;
- Verificar o stock de material promocional;
- Fazer o levantamento do stock de produtos;
- Definir mecanismos para a divulgação da empresa nas feiras;
- Definir regras gerais e de despesa de alimentação, transportes, estacionamento dos funcionários da empresa;
- Levar o investimento total previsto para a feira;
- Elaborar o manual de atuação da feira;
- Preparar os formulários de controlo;
- Preparar formulários e questionários de avaliação.

Os eventos organizados pela CVR do Dão como o Dão Capital, Dão Primores e Dão Invicto basearam-se em todos os passos do processo de organização e gestão de um evento, supracitados.

A CVR do Dão participa em muitos eventos organizados pela ViniPortugal. A ViniPortugal é a Organização Interprofissional do Vinho de Portugal, reconhecida por Despacho do Ministério da Agricultura, sendo a entidade gestora da Marca Wines of Portugal. A marca Wines of Portugal está presente de forma consistente em 4 continentes e 14 mercados estratégicos. Devido a um investimento anual entre 6 a 7 milhões de euros, realiza anualmente mais de 100 ações de promoção dos vinhos portugueses, envolvendo mais de 370 agentes económicos nacionais.

A ViniPortugal dedica uma participação relevante dos seus esforços a eventos promovidos internamente ou a gerir a participação em eventos internacionais com o objetivo de promover os vinhos portugueses. Os dois maiores eventos de vinhos em que a ViniPortugal participa são a Prowein e a Vinexpo (Proença, 2018).

Durante o estágio, a CVR do Dão participou em ambos os eventos com alguns produtores dos Vinhos do Dão e foram várias as comitivas de diversos países que visitaram a região do Dão, dando a possibilidade de conhecerem os produtores, os vinhos e as adegas.

Nos eventos organizados pela ViniPortugal a primeira fase é a inscrição da CVR do Dão como anfitriã nos eventos, e de seguida, é enviada aos agentes económicos uma circular com toda a informação sobre o mesmo, dando a possibilidade de inscrição caso estejam interessados. A segunda fase, é fazer levantamento de todos os agentes económicos inscritos para começar a organizar o evento. Por exemplo, organizar a sala onde se vai realizar a prova, preparar todo o material e se forem visitas às adegas é necessário a criação do programa. A terceira fase realiza-se no dia do evento, que consiste em acompanhar as comitivas nas provas e prestar todo o apoio necessário aos produtores e às comitivas.

Nos pontos seguintes serão identificados e explicados todos os eventos, diretamente ou indiretamente, organizados pela CVR do Dão.

#### **4.2.1. Mercado de Vinhos- Campo Pequeno**

O Mercado de Vinhos no Campo Pequeno foi o primeiro evento em que participei no estágio. De 19 a 21 de outubro de 2018 realizou-se a 7ª Edição do Mercado de Vinhos no Campo Pequeno, com o tema *Pequenos Produtores, Grandes Descobertas* (ver anexo I). No evento estiveram mais de 160 produtores portugueses, mas o grande destaque foi para a região convidada do Dão, no ano em que celebrou 110 anos de região demarcada. Os produtores da região do Dão que estiveram presentes foram Soito Wines, Chão de São Francisco, Madre de Água, Quinta do Covão, Allgo, Quinta do Perdigão, Ladeira da Santa, Fonte do Gonçalvinho, Quinta do Medronheiro, Quinta Mendes Pereira, Quinta da Espinhosa, Quinta dos Monteirinhos e Lusovini.

O principal foco do evento foi dar visibilidade exclusiva aos pequenos e médios produtores, onde durante os três dias, os visitantes puderam provar e comprar uma vasta seleção dos melhores vinhos portugueses e assistiram a um programa com produtores, enólogos e técnicos que explicaram o seu trabalho.

Nos dias anteriores ao evento, a Dra. Graça Silva, informou em que consistia o evento e como seria realizado. Tive a oportunidade de criar uma imagem para colocar na página oficial da CVR do Dão a informar que o Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão iria estar encerrado nos dias 19 e 20 de outubro, como podemos observar na figura 13. Ainda em relação ao evento, e com o apoio da Dra. Isabel, selecionou-se todo o

material a transportar para o evento (frapés, cuspideiras, taça das bolachas, bolachas, guardanapos e águas).



*Figura 13- Encerramento Welcome Center*

No dia 21 de outubro de 2018, único dia em que participei no evento, tive a oportunidade de perceber como tudo funciona e conhecer alguns produtores do vinho do Dão. No fim do evento tive a tarefa de recolher o material pertencente à CVR do Dão.

#### **4.2.2. Evento Grandes Escolhas| Vinhos & Sabores**

Outro evento em que a CVR do Dão participou foi o evento Grandes Escolhas que decorreu em Lisboa. É considerado uma grande feira de referência do setor em Portugal e aconteceu nos dias 26 a 29 de outubro, no Pavilhão 1 da FIL- Feira Internacional de Lisboa, no Parque das Nações. O evento contou com com mais de 230 stands de vinhos, mais de 400 expositores e mais de 15 000 visitantes e um programa preenchido por conversas sobre vinhos, pequenas provas e masterclass. Tive a oportunidade de participar todos os dias no evento e vivenciar novas situações. Os produtores do Dão que marcaram presença foram Madre de Água, Quinta do Perdigão, Casa da Passarella, Soito Wines, Julia Kemper Wines, Quinta Mendes Pereira, Adega de Penalva, Amora Brava, Quinta de Lemos, Dom Vicente Vinhos, Quinta dos Monteirinhos e Quinta da Ponte Pedrinha.

Na semana anterior ao evento, acompanhei o departamento de marketing na organização do evento Grandes Escolhas, assisti ao sorteio dos stands para o evento e

preparei todo o material para distribuir no dia pelos distribuidores (frapés, cuspeiras, taça das bolachas, bolachas, guardanapos e águas).

Como o Welcome Center encerrou devido ao evento, foi-me solicitado a realização de uma imagem para colocar no website para informar as pessoas, como podemos visualizar na figura 14.



*Figura 14- Encerramento do Welcome Center*

Antes do evento começar foi colocado o material (frapés, cuspeiras, taça das bolachas, bolachas, guardanapos, águas e gelo) nos stands (ver Anexo II). Durante o evento, prestei auxílio aos produtores na distribuição de águas, bolachas e guardanapos. Também participei em algumas reuniões em que o tema se baseava nos vinhos e tive a oportunidade de provar alguns. Neste evento, a Dra. Isabel Duarte ensinou a melhor forma de os provar. No último dia, distribuí os inquéritos de satisfação e fiz a recolha de todo o material. Os inquéritos servem para os produtores fazerem uma avaliação geral ao evento e darem sugestões de melhorias.

#### **4.2.3. Evento Encontro com o Vinho & Encontro com os Sabores**

A agenda de eventos da CVR do Dão era extensa, por isso, o próximo evento realizado foi de 3 a 6 de novembro, no Centro Congressos de Lisboa, na Junqueira, realizou-se a 19ª Edição do evento Encontro com o Vinho & Encontro com os Sabores, com um intenso programa de quatro dias, dois dedicados ao público em geral (3 e 4 novembro) e dois dedicados aos profissionais do sector (5 e 6 novembro).

No evento estiveram presentes em prova mais de 3 mil garrafas de vinho de 12 países, mais de 300 marcas e 21 provas originais de vinhos comentadas por especialistas. Durante o evento foram realizadas 16 conversas com Sommeliers, oito sessões de Restaurant Bootcamp, aos quais se juntaram uma comitiva internacional que incluiu a reconhecidíssima crítica de vinhos Sarah Ahmed para uma masterclass onde apresentou aqueles que são para si os 10 vinhos portugueses mais marcantes.

No stand dos vinhos do Dão marcaram presença sete produtores: Quinta da Falorca, Soito Wines, Quinta da Ponte Pedrinha, Quinta das Camélias, Quinta da Fata, Casa da Passarella, Julia Kemper Wines e ainda a Rota dos Vinhos do Dão.

Na semana anterior, acompanhei o departamento de marketing na organização do evento. Fez-se a realização do sorteio dos stands e enviou-se os resultados para os produtores. Neste evento, a Rota dos Vinhos do Dão, teve direito a um stand e arranjaram-se estratégias para a divulgação da mesma. A ideia foi a realização de um passatempo e preparámos todo o merchandising (voucher rota, voucher Boas Quintas, Voucher Caminhos Cruzados, aventais de cintura, dropstops, aventais, fitas da rota, termómetros, blocos de notas preto, mangas, saca rolhas e canetas) para poder oferecer aos participantes. O passatempo consistia em uma pessoa tirar uma rolha, se tivesse um número ganhava um brinde e para o receber tinha de dar os seus dados, com o objetivo de criar uma base de dados para envio de newsletters. Todos os dias alteraram-se os brindes, por isso, antes do evento tinha de confirmar sempre o número das rolhas e retirar aquelas que não pertenciam (ver Anexo III). Ainda no stand de divulgação da Rota dos Vinhos do Dão constava uma televisão que passava os vídeos promocionais de alguns produtores pertencentes à rota e flyers para distribuir. Para além disto, preparou-se todo o material para distribuir pelos produtores (frapés, cuspideiras, taça das bolachas, bolachas, guardanapos, águas e gelo) e fiz um levantamento dos vinhos recebidos para a prova Grandes Vinhos do Dão | Alexandre Lalas e Luís Costa realizado no dia 3 de novembro pelas 18h. Os vinhos utilizados foram:

- Dão Quinta Ponte Pedrinha, tinto, reserva, 2014
- Dão Quinta Vale das Escadinhas, tinto, garrafeira, 2011
- Dão Soito Wines, tinto, 2015
- Dão Casa da Passarella, tinto, 2015

- Dão Julia Kemper, tinto, reserva, 2011
- Dão Quinta das Camélias, tinto, 2012

Nos dias em que decorreu o evento, distribuí pelos produtores água, bolachas, guardanapos e prestei-lhes todo o apoio necessário. No final, foram distribuídos os inquéritos de satisfação aos produtores que participaram no evento e recolha de todo o material.

#### 4.2.4. Evento Dão Capital

Um dos principais eventos organizados pela CVR do Dão é o Dão Capital. Este evento conta já com a 5ª Edição e foi realizado nos dias 23 e 24 de novembro de 2018



*Figura 15- Copo Inteligente*

*Fonte: Beamian*

(ver anexo IV – Imagens do Evento), nos Estúdios Time Out, em Lisboa. O evento contou com produtores da região do Dão, iguarias da Casa da Ínsua, do Fumeiro Flor de Sal e da Queijaria Vale da Estrela.

Pela primeira vez, o evento contou com um copo de vinho inteligente, com um custo de 3 euros, que permitiu ao enófilo saber, no final do evento, que vinhos provou, as respetivas características e os pontos de

venda.

O copo inteligente tem um chip incorporado, como podemos observar na figura 15, com a funcionalidade de memória portátil capaz de registar os vinhos preferidos dos visitantes, para isso, é preciso aproximar o copo do dispositivo que está na mesa de exposição de cada produtor. Esta aplicação beneficia os provadores de vinhos que recebem, após o evento, um e-mail com a sua “lista de favoritos”, informações sobre os vinhos e o respetivo nome dos produtores, ultrapassando o incómodo de tirar notas em papel ou tentar memorizar o nome dos vinhos.

O evento levou ao Time Out Market Lisboa 32 pequenos e grandes produtores da região, que se uniram para dar a conhecer o carácter e elegância dos seus vinhos e que não deixaram os apreciadores indiferentes à qualidade dos tintos, brancos, rosés e

espumantes. Os produtores que estiveram presentes foram: Boas Quintas, Quinta dos Três Maninhos/Palwines, Quinta das Estréguas, Quinta do Carvalhão Torto, Quinta do Medronheiro, Casa de Mouraz, Chão da Quinta, ValeDiVino, Cabriz, Casa de Santar, Quinta da Ponte Pedrinha, Quinta da Bica, Quinta Madre de Água, Quinta do Escudial, Allgo, Quinta da Carvalha, Quinta de Reis, Quinta do Paúl, Adega de Penalva, Casa da Passarella, Soito Wines, Quinta de Santo António, Lusovini/Pedra Cancela, Quinta de Lemos, Quinta dos Carvalhais, Casa da Ínsua, Quinta Mendes Pereira, Ladeira da Santa, Quinta dos Monteirinhos, Quinta da Espinhosa e Quinta da Fata.

Nos dias do evento, os participantes poderiam participar, de forma gratuita, nas provas comentadas que acontecem nos dois dias. No dia 23, sábado, ocorreram quatro provas sob o mote “A Frescura do Encruzado”, “O Renascido Jaen”, a “Arte do Lote” e o “Dão com idade”. No dia seguinte, domingo, foi a vez das provas “O Perfume da Malvasia Fina”, “A Sublime Touriga Nacional”, “Dão de Platina” e “Estórias que a Vinha Antiga Conta”.

Uma das tarefas na organização do evento foi a elaboração do sorteio dos stands para o evento Dão Capital. Para o sorteio era necessário a planta do evento, a folha para apontar o número de stands de cada produtor e a folha de presenças. Depois do sorteio, enviou-se a informação toda para os produtores que participaram no evento. Fiz, ainda, a checklist do material para o evento Dão Capital (ver anexo V). Telefonei a alguns produtores para confirmar se levavam os vinhos para as provas do Dão Capital (Adega de Penalva, Quinta de Lemos, Quinta da Ponta Pedrinha e Pedra Cancela/Lusovini). Preparei as fichas técnicas dos vinhos que foram para as provas no dia do evento. Por último, preparei o material da *checklist* para colocar no carro.

Durante o evento estive no espaço destinado à Rota dos Vinhos do Dão, onde as pessoas poderiam obter informações e onde lhes era fornecido o livro e o mapa da Rota dos Vinhos do Dão. Distribuí as águas, bolachas e guardanapos pelos produtores, fui passando e questionando se tudo estava a decorrer bem e se necessitavam de alguma ajuda. Foi me solicitado para estar na receção a fazer as inscrições das pessoas para o copo inteligente, ou seja, tinha um aparelho onde tinha de passar o código que estava no copo e quando assumisse o código tinha de colocar os dados do consumidor.

No fim do evento, distribuí e recolhi os inquéritos de satisfação dos produtores. Também recolhi o material que tinha sido distribuído.

#### **4.2.5. Vinhos de Inverno**

Durante o período de estágio, a Câmara Municipal de Viseu, organizou o evento Vinhos de Inverno no Solar do Vinho do Dão. O evento acontece sempre no segundo fim de semana de dezembro. O evento enoturístico “Vinhos de Inverno” teve como seu parceiro de eleição: o Festival Literário de Viseu, o “Tinto no Branco”. A programação contou com nomes da literatura combinadas com provas dos néctares do Dão, concertos, performances, sabores e atividades para todas as idades.

No evento estiveram presentes vinte produtores dos Vinhos do Dão: UDACA, Quinta dos Monteirinhos, Quinta Dom Vicente, Quinta do Ribeiro Santo e Quinta da Alameda, Quinta de São Francisco, Quinta de Lemos, Quinta da Falorca, Casa da Ínsua, Adega de Penalva, Adega da Corga, Ladeira da Santa, Quinta das Camélias, Quinta de Reis, Lusovini- Pedra Cancela, Quinta do Perdigão, Soito Wines, Quinta do Medronheiro, Anselmo Mendes Vinhos (Quinta de Silvaes), Quinta de Sirlyn e Quinta dos Penassais.

As minhas funções neste evento foram: prestar apoio no Welcome Center e aos produtores através da distribuição de águas, guardanapos e do gelo.

#### **4.2.6. 8.ªs Jornadas de Enoturismo**

No estágio tive o privilégio de participar na organização das 8.ªs Jornadas de Enoturismo. Todos os anos, as jornadas de enoturismo decorrem na semana do Enoturismo e são realizadas em zonas diferentes. Neste ano foram organizadas pela Comissão Vitivinícola Regional do Dão, em parceria com a Escola de Hotelaria e Turismo de Coimbra, o Turismo Centro de Portugal, a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro e a Associação da Rota da Bairrada.

O evento começou no dia 12 de dezembro (ver anexo VI), com um jantar na Casa da Ínsua em Penalva do Castelo, apenas para convidados.

No dia seguinte, o evento realizou-se no Solar do Vinho do Dão, com a receção e acreditação dos participantes pelas 9:30h. Durante o dia foi marcado pelo painel de oradores. No primeiro painel fizeram parte os oradores Nuno Fazenda, Elisabeth Kastenzholz, António fontes, Ryan Opaz, e no segundo painel estiveram presentes Ana Paula Pais, José Matias e João Carvalho. Depois do almoço, houve visitas às empresas Caminhos Cruzados e Paço dos Cunhas de Santar.

O último dia do evento realizou-se no Centro Cultural de Vila Nova de Tazem, em Gouveia, com início às 10:00h e com o seguinte painel de oradores: Tânia Cardoso, Miguel Ribeiro e Luísa Amorim. A sessão foi encerrada com o discurso do Dr. Arlindo Cunha. O período da tarde ficou marcada com as visitas às empresas Hotel Rural Madre de Água e Casa da Passarella. Durante o evento, prestei apoio sempre que foi necessário (ver anexo VII).

As tarefas que desempenhei, antes do evento, foram: levar o vinho da CVR do Dão, CVR Bairrada e CVR Tejo para o Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão para posteriormente ser servido no jantar do dia 12 de dezembro, preparar os brindes para oferecer aos oradores e moderadores e as salas onde iria decorrer o evento e decorar as mesas para o *coffee break* que se realizou no Welcome Center, na sala das exposições e na sala da mediateca.

#### **4.2.7. Essência do Vinho**

Durante o período de estágio, a CVR do Dão, participou em mais um evento que se realizou no Porto. O evento foi organizado pelo grupo Essência do Vinho e é líder na produção de eventos de vinho e gastronomia em Portugal. Mensalmente edita a Revista de Vinhos - A Essência do Vinho, publicação especializada em vinho, gastronomia e enoturismo, disponível em Portugal, no Brasil, em Angola e Moçambique.

No dia 21 a 24 de fevereiro de 2019 realizou-se a 15.<sup>a</sup> Edição do evento Essência do Vinho no Palácio da Bolsa. O evento contou com a presença de mais de 20.000 pessoas, cerca de 35% eram estrangeiras, 400 produtores de todo o país, sendo 12 produtores pertencentes à região do Dão. Neste evento, a Rota dos Vinhos do Dão teve direito a um stand. No stand dos vinhos do Dão marcaram presença a Quinta do Medronheiro, Quinta dos Monteirinhos, Quinta das Camélias, Soito Wines, Casa da Passarella, Casa Américo, Quinta do Mondego, Madre de Água, Adega de Mangualde, Dom Vicente Vinhos, Quinta da Fata, Rota dos Vinhos do Dão.

O programa do evento apresentou novos lançamentos e rótulos icónicos, tendo ainda registado um invejável programa de provas comentadas, que incluiu a abertura de garrafas de vinhos portugueses raros (incluindo vinhos do Porto do século XIX) e de vinhos franceses, italianos, australianos e brasileiros absolutamente exclusivos – alguns dos quais de produções limitadas, inferiores a um milhar de unidades.

Antes do evento, realizou-se o sorteio para a distribuição dos stands aos respetivos produtores. Durante a semana, foi preparado o material para o stand da Rota dos Vinhos do Dão, selecionados os folhetos dos produtores e da rota e, por último, preparado todo o merchandising para a realização do passatempo (voucher rota, dropstops, aventais, fitas da rota, termómetros, blocos de notas preto, mangas, saca rolhas e canetas).

No primeiro dia do evento, levou-se todo o material para a sala dourada (sala da região demarcada do Dão e fez-se o levantamento das credenciais. Nesta sala foi preparado o stand da Rota dos Vinhos do Dão (ver anexo VIII). Durante o evento, várias pessoas participaram no passatempo e levaram flyers dos produtores que tinham mais interesse.

#### **4.2.8. Bolsa Turismo Lisboa (BTL)**

Outro evento em que participei, durante o estágio, foi a Bolsa Turismo de Lisboa. Realizou-se na Fil, em Lisboa, entre 13 e 17 de março. É considerado o evento mais importante na área de turismo em Portugal e é um ponto de encontro de profissionais. O evento contou com cerca de 1 150 expositores, 70.322 visitantes, 34.389 visitantes profissionais e 35.933 visitantes público.

No dia 15 de março, juntamente com a Dra Graça Silva e Dra Isabel Duarte, tive o privilégio de conhecer a BTL e realizei uma prova de vinhos em parceria com a CIM Viseu Dão Lafões, que integra a sua participação no stand da Turismo Centro de Portugal. No dia anterior, organizei todo o material para a realização da prova, como por exemplo, coloquei num saco um frapé, saca-rolhas e dropstops e o vinho a utilizar na prova foi colocado em caixas.

#### **4.2.9. Dão Primores**

O evento Dão Primores foi o último evento em que participei e organizei.

A Comissão Vitivinícola Regional do Dão realizou, no dia 20 de maio, o nono ano consecutivo, o evento Dão Primores que integrou a cerimónia de entrega de prémios do Concurso “Os Melhores Vinhos do Dão no Produtor – Dão Primores” - colheita 2018.

O Dão Primores é um evento promocional dos Vinhos do Dão e que tem por objetivo principal dar a conhecer aos líderes de opinião, designadamente à imprensa especializada e aos profissionais do setor, os vinhos da colheita do ano anterior. A entrega de prémios do Concurso “Os Melhores Vinhos do Dão no Produtor – Dão Primores” integra o evento Dão Primores. Este concurso é aberto a todos os produtores de vinho da Região do Dão: vinicultores individuais, vinificadores engarrafadores e as adegas cooperativas. São condições necessárias para a inscrição dos concorrentes à apresentação de vinhos da colheita anterior, e a declaração de colheita e produção. Só serão admitidos a concurso os vinhos elaborados a partir de castas recomendadas.

Participaram no Concurso 40 produtores com um total de 167 amostras de vinhos brancos, rosados e tintos (Categoria I-22 amostras, Categoria II-40 amostras, Categoria III-14 amostras e Categoria IV-Vinhos Brancos 32 amostras e Vinhos Tintos 59 amostras). Os vinhos a concurso foram avaliados por um júri composto pelo plenário da Câmara de Provedores da CVR do Dão.

Numa fase inicial elaborei várias propostas para o convite Dão Primores para, posteriormente, ser enviado a todos os agentes económicos e a convidados. Podemos observar a proposta aprovada na figura 16.



**CONVITE**

A Comissão Vitivinícola Regional do Dão convida V.Ex.<sup>a</sup> a participar no evento **Dão Primores- Declaração de Colheita 2018**, destinado a apresentar os vinhos da última vindima.

**PROGRAMA DO EVENTO**

**9:30** Sessão de boas vindas, pelo Presidente da CVR Dão, Professor Doutor Arlindo Cunha, seguida da conferência inaugural do Dão Primores - Colheita de 2018 pela Dra. Dora Simões, Diretora Geral da Empresa Luis Duarte Vinhos, LDA: "Mercados Internacionais - Atualidade e Perspetivas".

**10:15** Assinatura da Carta do Aderente à Rota dos Vinhos do Dão de novos aderentes.

**10:30** Abertura oficial, com a proclamação da Declaração de Vindima 2018, pelo Presidente da CVR Dão, seguida das intervenções dos especialistas convidados, Eng. Bruno Simões (Viticultor) e Eng. Pedro Pereira (Enólogo), apresentando, respectivamente, o ano vitícola e o perfil geral dos vinhos da colheita de 2018.

**11:00** Cerimónia de entrega de prémios do 57º Concurso "Os Melhores Vinhos do Dão no Produtor - Dão Primores", colheita de 2018.

**12:00** Mostra de vinhos, com prova livre das amostras de vinhos da colheita de 2018.

**13:00** Abertura do buffet. Os convidados podem circular livremente entre a mostra de vinhos e o buffet.

**16:00** Encerramento do evento.

<b>DATA:</b> 20 de Maio de 2019	<b>LOCAL:</b> Solar do Vinho do Dão Fontelo   Viseu	<b>RSFF 6 DE MAIO</b> Graça Silva   graca.silva@cvrdao.pt Convite válido para uma pessoa
------------------------------------	---	--

*Figura 16- Convite Dão Primores*

Após o envio do convite Dão Primores, elaborei em Excel o Protocolo da CVR do Dão, que teve como objetivo colocar todos os convidados e os respetivos dados pessoais para a confirmação da presença no evento.

Uma das minhas responsabilidades foi organizar os selos, os rótulos e as cápsulas para as futuras garrafas Dão Primores Colheita 2018.

A outra tarefa foi verificar, juntamente com a Dra. Graça Silva, todos os diplomas ameadados e confirmar se estava tudo correto. Caso contrário, tínhamos de enviar para a gráfica para fazerem as devidas correções. No dia em que os diplomas chegaram tivemos de colocar pela ordem do guião da entrega dos prémios no dia do evento e entregar ao presidente Dr. Arlindo Cunha para assinar.

Dei apoio à Dra. Graça Silva na criação do guião para o evento Dão Primores. Estivemos a selecionar as pessoas que iriam entregar os diplomas aos produtores e a confirmar a sua presença.

Antes do evento, uma das principais responsabilidades era a organização do espaço, por este motivo, realizei uma planta do espaço do evento, onde incluí a zona do palco, onde as cadeiras iam ser colocadas e estabelecer a zona dos produtores para a realização da prova. Após a realização da planta começámos a organizar o espaço, a colocar os respetivos materiais no sítio, como podemos observar no anexo IX.

Durante o evento, prestei todo o apoio necessário e, no fim, entreguei as garrafas Dão Primores Colheita 2018 aos participantes.

### **4.3. Receção de Comitivas**

Para além dos eventos referidos anteriormente, durante o estágio, também receceionei comitivas de vários países. Estas ações foram organizadas pela ViniPortugal. A CVR do Dão recebe diversos tipos de comitivas para visitar a região do Dão e conhecer os produtores, com a possibilidade de provar os vinhos Dão. Para a receção da mesma, a CVR do Dão inscreve-se no website ViniPortugal como anfitriã. De seguida, é enviada uma circular a todos os agentes económicos a dar a informação e quem estiver interessado pode inscrever-se para receber a comitiva. Consoante as inscrições efetuadas, é criado um programa de visitas às instalações do Solar do Vinho do Dão para a realização de provas ou aos agentes económicos.

### **4.3.1. Comitativa de Produtores Russos**

No primeiro dia de estágio, fui solicitada para a preparação de uma das salas do Solar (ver anexo X) para receber vários produtores que iriam fazer uma amostra de prova de vinhos a uma Comitativa de produtores Russos. Os Produtores que marcaram presença foram: Caminhos Cruzados, Casa de Mouraz, Quinta do Covão, Quinta da Pellada e Vinoking.

### **4.3.2. Comitativa de Importadores e Compradores**

Na semana de 12 a 16 de novembro, recebemos uma Comitativa de importadores e compradores dos EUA e Brasil que veio até à região do Dão com o objetivo de conhecer os produtores e possibilitar a criação de negócios (ver anexo XI). Eram 6 brasileiros (Jones Valduga, Maria Araújo, Fernanda Teixeira, Sabrina Zamboni, Alfredo Teixeira da Silva Filho e Carlos Negrão Marolla) e 4 americanos (Alaina Dyne, Sarah Horvitz, Sarah knoefler Potash e Andrew Booth) (ver anexo XII).

No dia 13 de novembro, eu e a Dra. Isabel Duarte, ficámos na CVR do Dão, devido a uma visita marcada no Solar do Vinho do Dão. No mesmo dia, organizámos a sala de provas, para receber a comitativa e os produtores, com o objetivo dos mesmos darem a conhecer os seus vinhos.

No dia 15 de novembro, após as visitas da manhã, regressei à CVR do Dão para organizar a sala para mais uma prova de vinhos, com outros produtores (ver anexo XIII).

No dia seguinte, depois do almoço, despedi-me da comitativa e fui para a CVR do Dão. Aqui, separei e fiz o levantamento dos vinhos para enviar para a ViniPortugal do Porto e Viniportugal de Lisboa.

### **4.3.3. Comitativa de Jornalistas**

Na semana de 26 a 30 de novembro, recebemos uma Comitativa de Jornalistas do Brasil, EUA e Canadá (ver anexo XIV) e fizemos, diariamente, visitas pelos produtores (ver anexo XV). Do Brasil eram 5 Jornalistas: Maria Cecilia Mariz Padilha, Daniel Perches, Cristina Manuchakian, Silvestre Tavares Gonçalves e Walter Tommasi, dos EUA eram 3 jornalistas: Allison Levine, Amy Sherman e Sandra Crittenden, e do Canadá eram 4 jornalistas: Charles Byers, Darlene Byers, Michael Pinkus e Robert Stephen.

#### **4.3.4. Comitativa de Sommeliers Japoneses**

No dia 20 de fevereiro, a CVR do Dão foi anfitriã de uma comitativa dos 5 melhores Sommeliers Japoneses, promovida pela ViniPortugal. A receção foi feita no Solar do Vinho do Dão, tendo contado com a presença dos produtores da Região para a realização de uma prova: Julia Kemper Wines, Caves Arcos Rei e Global Wines Santar. Esta ação pretende reforçar o posicionamento competitivo dos vinhos do Dão na restauração de topo japonesa.

Antes da receção da comitativa, foi organizada a sala do Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão. Colocámos 3 mesas com os respetivos materiais necessários para a realização da prova, como por exemplo, toalhas vermelhas, frapés, guardanapos, copos, águas, taças das bolachas, bolachas e cuspideira. Por último, prestei apoio aos produtores de vinho.

#### **4.3.5. Comitativa de Master of Wine Internacionais**

A ViniPortugal, em parceria com o Instituto of Masters of Wine, recebeu 16 Masters of Wines Internacionais para uma viagem exclusiva de reforço de conhecimento de Portugal, suas castas, regiões e produtores que oferecem o melhor em matéria de Vinhos. A data da realização foi de 24 a 29 de março. O tema do programa era “Descubra as regiões do Alentejo, Dão e Bairrada”. No dia 27 de março, pelas 17:30h, recebi os 16 Masters of Wines e um membro da equipa da ViniPortugal, no Solar do Vinho do Dão. Das 17:30h às 19:30h realizou-se uma prova genérica com 20 produtores do Dão (ver anexo XVI). Os Produtores presentes foram a Casa da Passarella, Global Wines – Casa de Santar e Cabriz, Julia Kemper Wines, Quinta da Fata e Sociedade Agrícola Boas Quintas. Estiveram em prova dois vinhos.

Antes da receção da comitativa, foi preparado o salão Nobre. Colocámos 12 mesas com os respetivos materiais necessários para a realização da prova, como por exemplo, toalhas pretas e brancas, frapés, guardanapos, copos, águas, taças das bolachas, bolachas e cuspideira.

#### **4.3.6. Comitiva de Sommeliers dos EUA**

No dia 28 de março, a CVR do Dão foi anfitriã de uma comitiva de Sommeliers dos EUA, promovida pela ViniPortugal.

A receção foi feita no Solar do Vinho do Dão, tendo contado com a presença dos produtores da Região para a realização de uma prova: Julia Kemper Wines, Quinta de Lemos, Quinta do Medronheiro e Casa de Mouraz.

Na preparação da sala foram colocadas 4 mesas com os respetivos materiais para a realização da prova, como podemos observar no anexo XVII.

#### **4.3.7. Comitiva de Retalho dos EUA**

Ao longo do estágio, a CVR do Dão recebeu algumas comitivas de modo a promover e a dar a conhecer a região. No dia 17 de maio a CVR do Dão, mais uma vez, foi anfitriã de uma comitiva de retalho dos EUA (ver anexo XVIII).

A receção foi feita no Solar do Vinho do Dão e tiveram a oportunidade de conhecer alguns produtores da região: Vinha Paz, MOB - Moreira, Olazabal e Borges e Quinta de Lemos.

No dia anterior preparei a sala, onde coloquei 3 mesas com os respetivos materiais para a realização da prova.

#### **4.4. Receção de Alunos de Masterclass**

Além de comitivas, realizaram-se outras atividades nomeadamente a receção de alunos de Masterclass.

Assim, no dia 6 de fevereiro, no Solar do Vinho do Dão, foram acolhidos os alunos do mestrado “Master of Science in Wine Management” (observar o anexo XIX). Eram oriundos de França, EUA, Suíça, China e Rússia e assistiram a uma apresentação da região realizada pela Dra Isabel Duarte. Posteriormente participaram numa prova de vinho da Casa de Santar, Cabriz, Sociedade Agrícola Boas Quintas e Julia Kemper Wines.

Antes da receção dos mesmos, e em simultâneo com a Dra Isabel Duarte e a Dra Graça Silva, organizámos o espaço Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão (ver anexo XX). Colocámos 3 mesas com os respetivos materiais necessários para a realização da prova (toalhas vermelhas, frapés, guardanapos, copos, águas, taças das bolachas,

bolachas e cuspideira). Na sala da mediateca foram colocadas 19 cadeiras para a apresentação da região do Dão. Por último, prestei apoio aos produtores de vinho.

#### **4.5. Visitas a Novos Aderentes da Rota dos Vinhos do Dão**

São vários os agentes económicos interessados em pertencer à Rota dos Vinhos do Dão. Durante o período de estágio, realizei algumas visitas a possíveis novos aderentes.

No dia 30 de outubro, foi a primeira vez que fiz parte do processo de avaliação dos novos produtores candidatos a aderentes da Rota dos Vinhos do Dão. Tive a oportunidade de visitar, juntamente com o Dr. Pedro Mendonça, a Dra. Graça Silva e Dra. Isabel Duarte, dois produtores de vinho: a Adega da Corga e a Quinta Vale do Cesto. O objetivo desta visita consistia em conhecer as quintas e avaliar se tinham os requisitos necessários e obrigatórios para pertencerem à Rota dos Vinhos do Dão.

No local, junto dos proprietários ou responsáveis, foi preenchido um inquérito de avaliação onde estavam estabelecidos os vários requisitos que os produtores devem cumprir relativamente a condições físicas, imateriais, de serviço, de comercialização de vinho, de restauração e alojamento. Estes tópicos subdividem-se por vários parâmetros de avaliação que devem ser cumpridos.

No dia 8 de fevereiro, também com o Dr. Pedro Mendonça, Dra. Graça Silva e Dra. Isabel Duarte fomos ao produtor da Quinta da Espinhosa para efetuar a avaliação ao espaço, com o intuito de analisar todas as condições necessárias para fazer parte da Rota dos Vinhos do Dão. Visualizámos a sala de provas, a adega e as vinhas.

#### **4.6. Criação de Bases de Dados e Documentos**

Foram desenvolvidas atividades relacionadas com a criação de bases de dados e documentos. Esta tarefa teve como objetivo armazenar informações importantes para a CVR do Dão, como por exemplo, contactos e datas importantes, e fazer levantamentos de registos de informações necessárias.

No dia 10 de janeiro, criei um ficheiro Excel com o levantamento das datas dos eventos nacionais e dos eventos Dão para o ano 2019, como podemos observar no anexo

XXI. Esta base de dados tem como finalidade apresentar de forma organizada e por meses todos os eventos que de uma forma direta ou indireta estão ligados aos Vinhos do Dão. A CVR do Dão, tinha interesse em subscrever revistas internacionais e nacionais de vinhos. Por isso, no mesmo dia, pesquisei em revistas de vinhos nacionais e internacionais e criei um documento Word com os respetivos preços de subscrição (anexo XXII).

Existem diversos concursos internacionais de vinhos, onde os Vinhos do Dão ganharam medalhas de ouro, bronze ou prata. Por isso, foi-me solicitado fazer o levantamento de todos os vinhos medalhados, em documento Word, para cada concurso internacional. Os concursos internacionais são: Challenge International du Vin, China Wine, Concours Mondial de Bruxelles, Decanter World Wine Awards, International Wine Challenge, International Wine and Spirit Competition, Les Citadelles du Vin, Mundus Vini e Vinalies Internationales (anexo XXIII).

No dia 16 de janeiro, comecei a trabalhar numa base de dados no Excel onde introduzi as informações das pessoas ou empresas que deixaram os cartões de visitas com o Dr. Pedro Mendonça, Dra. Graça Silva e Dra. Isabel Duarte. O ficheiro tem 358 contactos de empresas, mas no anexo XXIV só é apresentado um pequeno excerto do ficheiro. A base de dados tem como objetivo a facilidade e a rapidez na procura do contacto que seja necessário.

De 28 de fevereiro a 1 de março realizei uma base de dados no Excel com os contactos de todos os alojamentos, restaurantes e museus de Viseu (anexo XXV).

O Dr. Pedro Mendonça, no dia 13 de março, lançou-me um desafio de criar uma base de dados, em Excel, com todas as taxas e impostos praticados pelas diferentes CVR's do catálogo do Instituto da Vinha e do Vinho. A folha de Excel foi entregue no dia seguinte (ver anexo XXVI).

Para um melhor conhecimento de todas as marcas de vinhos pertencentes à região do Dão, foi-me solicitado, pela Dra. Graça Silva, fazer um levantamento dos mesmos. Assim, elaborei uma folha de Excel com todos os agentes económicos e as respetivas marcas (ver anexo XXVII).

## 4.7. Criação de Página de Internet

A página de internet é o meio mais rápido e eficaz para as pessoas acedem a todas as informações da CVR do Dão. Após uma visualização do website, analisei que o mesmo não estava organizado, não estava apelativo e havia links onde não continham informações. Por este motivo, elaborei uma proposta de página de internet realizado no Wix.

Marques (2018) define website como o meio mais importante no Marketing Digital, ou seja, é um dos meios que controla totalmente a plataforma e os dados, aparece nos resultados de motores de pesquisa, é otimizável para motores de pesquisa, tem a possibilidade de organizar e de publicar mais informação, transmite maior credibilidade e é onde, normalmente, ocorre a conversão de objetivos definidos para a empresa. É importante uma empresa, negócio local, startup, organização sem fins lucrativos, pequenos projetos, presença pessoal ou outro tipo de projeto tenham presença online sob o formato de website.

Após uma análise detalhada ao atual website da CVR do Dão e ao website da Rota dos Vinhos do Dão (ver anexo XXVIII), foram encontrados alguns aspetos a melhorar, como por exemplo:

- O menu não se encontra na ordem adequada, ou seja, não faz sentido iniciar com os vinhos, mas sim, da Comissão Vitivinícola Regional do Dão;
- Em algumas subpáginas não se encontram conteúdos, por exemplo, na subpágina “Documentos” e “Meteorologia”; na subpágina “A História” da Comissão fica a carregar os dados e não aparece a informação desejada;
- Na subpágina “Estatísticas” os dados não estão atualizados (dados de 2015), e o cliente procura sempre informações atualizadas;
- Na subpágina “banco de imagens”, no separador “Imprensa”, não contém nenhum tipo de imagem;
- No website não contém os links para as Redes Sociais;
- As imagens não estão atualizadas;
- No website da Rota, no produtor Quinta do Carvalhão Torto não contém nenhuma descrição da mesma;

Antes da realização do website, fez-se uma breve reunião com a Dra Isabel Duarte tendo como principal objetivo a obtenção de informações obrigatórias a constar no website para começar a desenvolver a estrutura.

Existem vários tipos de websites, é fundamental definir uma estrutura. Marques (2018) apresenta a seguinte proposta de estrutura:

- **Home** (página principal) - para novidades, destaques ou slides;
- **Quem somos** (sobre a empresa) - para a apresentação da empresa, apresentar um vídeo e texto atrativo.
- **Galerias** de imagens ou catálogo folheável;
- **Atividades** – agenda de eventos e de informações sobre atividades;
- **Clientes** – destaques de clientes, testemunhos em texto e em vídeo;
- **Suporte** – serviço de help apresentação da equipa, e também outros itens de menu, como por exemplo: historial, missão, valores e visão;
- **Serviços (ou Produtos)** – apresentação dos tipos de serviços ou produtos disponibilizados pela empresa;
- **Loja online** – com categorias, marcas ou fornecedores, recomendações, comentários, mais vistos, mais comprados, relacionados e top de vendas;
- **Portefólio** – desk, fórum, tickets, formulário ou similar;
- **Onde estamos** – inserir Google Maps, coordenadas GPS e indicações;
- **Blog** – criação de publicações com conteúdos interessantes para a empresa, setor e interesse do seu público;
- **Contactos** – formulários, outros contactos, e informações adicionais;

Com base nesta informação, a nova página de internet deve conter uma Página Principal (Home), Quem Somos (CVR do Dão), Rota dos Vinhos do Dão, Portefólio (Galeria), Atividades (Agenda de Eventos), Blog (Notícias e Newsletters), Onde Estamos e os Contactos.


Após a análise feita dos aspetos mais importantes, comecei por realizar uma proposta para o website dos Vinhos do Dão. Numa primeira fase estabeleci os objetivos, que passo a mencionar:

- Tornar o website mais apelativo e interativo;
- Juntar o website da Comissão Vitivinícola Regional do Dão com o Website da Rota dos Vinhos do Dão;

- Colocar mais conteúdo informativo de forma criativa;
- Fazer um menu mais objetivo e explícito;
- Colocar no website uma agenda dos eventos;
- Adicionar os links das Redes Sociais;
- Na página inicial fazer a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão;
- Fazer a divulgação da App da Rota dos Vinhos do Dão;
- Colocar de forma fácil o download da App;
- Na Rota dos Vinhos do Dão adicionar um botão direto para marcação de visitas.

Numa fase seguinte realizei um cronograma com todo o planeamento do website numa folha Excel, que apresento a seguir (ver tabela 3):

**Tabela 3- Planeamento do Website**

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <h2 style="margin: 0;">Planeamento do Website</h2>  </div>			
Data	Páginas	Desenvolvimento do Website	Aplicações Utilizadas
<b>29/01/2019</b>		Análise do Website atual da CVR do Dão e da Rota dos Vinhos do Dão	
		Definir objetivos do website atual	
		Criar o website num template em branco (Wix)	
		Estruturar o Menu e Submenu do Website	
	Página Inicial	Estruturar a Página Atual do website	
<b>30/01/2019</b>	Página Inicial	Colocar uma imagem do logótipo	
	Página Inicial	Colocar uma imagem elegante do vinho	
	Página Inicial	Colocar imagem da Certificação com hiperligação para a página CVR do Dão	
	Página Inicial	Colocar imagem da Enoturismo com hiperligação para a página Produtores	
	Página Inicial	Colocar imagem de Vinhos com hiperligação para a página Vinhos	
	Página Inicial	Fazer divulgação da Rota dos Vinhos do Dão	
	Página Inicial	Colocar apenas as 3 notícias mais recentes	
	Página Inicial	Colocar contactos e hiperligação das Redes Sociais ( Facebook e Instagram)	
	Página Inicial	Criação das páginas do menu e submenu e criação do layout das páginas	

<b>Data</b>	<b>Páginas</b>	<b>Desenvolvimento do Website</b>	<b>Aplicações Utilizadas</b>
<b>31/01/2019</b>	Laboratório, Solar do Vinho do Dão, Documentos e Estatísticas	Colocar os conteúdos nas páginas do Laboratório, Solar do Vinho do Dão, Documentos e Estatísticas	
<b>01/02/2019</b>	Vinho	Colocar os conteúdos na página do vinho	
	Região	Criar uma subpágina com os conteúdos da Região	
	Castas	Criar uma subpágina com os conteúdos sobre as Castas	
	Rota dos Vinhos do Dão	Definir a estrutura da página da Rota dos Vinhos do Dão	
	Welcome Center e Roteiro	Criar as páginas Welcome Center e Roteiro	
	Roteiro	Na página Roteiro colocar hiperligação para uma página com o download da app da Rota	
	APP Rota dos Vinhos do Dão	Colocar link para os websites de download do Goolge play e App Store	
<b>05/02/2019</b>	Produtores	Criar a página Produtores e colocar todos os produtores com um botão para marcação de visitas	
	Contactos da Rota dos Vinhos do Dão	Criar a página de Contactos da Rota dos Vinhos do Dão	
<b>06/02/2019</b>	Alojamento	Criar a página Alojamento, colocar todas as imagens e conteúdos e botão para marcação de visitas	
	Sabores do Dão	Criar a página Sabores do Dão, colocar todas as imagens e conteúdos e colocar botão para marcação de visitas	
<b>07/02/2019</b>	Galeria	Colocar na página Galeria exemplos de imagens de eventos	
	Notícias	Criar a página de Notícias	Meu Blog
	Notícias	Colocar na página Notícias três exemplos de como fica o layout	
	Notícias	Criar caixa de envio de newsletter	Wix Get Subscribers
	Agenda Eventos	Criar subpágina com uma agenda de todos os eventos do futuro	Wix Bookings

<b>Data</b>	<b>Páginas</b>	<b>Desenvolvimento do Website</b>	<b>Aplicações Utilizadas</b>
<b>08/02/2019</b>	Contactos	Criar a página de Contactos	
	Contactos	Colocar contactos telefónicos, morada, e-mails, formulário de contacto, mapa e redes sociais (Facebook e Instagram)	
	Agentes Económicos	Na página Agentes Económicos colocar o logótipo dos 142 AE's com hiperligação para o website	
<b>12/02/2019</b>	Agentes Económicos	Continuar a página Agentes Económicos com a colocação do logótipo e hiperligação para o website	
<b>13/02/2019</b>	Agentes Económicos	Continuar a página Agentes Económicos com a colocação do logótipo e hiperligação para o website	
<b>14/02/2019</b>	Todas	Analisar e avaliar o website realizado	
		Levantamento do que falta fazer	
		Modificar o layout do website para aparecer no telemóvel	
	Vinhos	Modificar a página Vinhos	
	Castas	Acrescentar as Castas que faltam	
<b>15/02/2019</b>	Castas	Continuar a acrescentar as Castas que faltam	
		Comparar Website atual com o novo e ver os elementos que faltam	
	Rota dos Vinhos do Dão	Acrescentar Atividades à página Rota dos Vinhos do Dão	
<b>19/02/2019</b>	Todas	Fazer avaliação final do website para mostrar a Dra. Graça Silva e Dra. Isabel Duarte com o objetivo de obter o feedback delas e fazer possíveis alterações	
	Página Inicial	Acrescentar uma imagem dos 110 anos no lado superior direito	
<b>20/02/2019</b>	CVR Dão	Acrescentar a história da CVR Dão	Lumifish Timeline
	Estatísticas	Modificar a página Estatísticas	
	Todas	Voltar a fazer a avaliação final do website - Verificar todas as páginas e os conteúdos	
	Welcome Center	Colocar a página mais dinâmica	

Data	Páginas	Desenvolvimento do Website	Aplicações Utilizadas
26/02/2019	Todas	Voltar a fazer a avaliação final do website - Verificar todas as páginas e os conteúdos	
	Todas	Aumentar o tamanho da letra do texto para 17 e colocar a preto.	
	Todas	Aumentar o tamanho da letra do título para 27	
	Castas	Mudar o design da página	
	Rota dos Vinhos do Dão	Acrescentar o botão "Marcar Visitas" à página Rota dos Vinhos do Dão	
27/02/2019		Acrescentar o botão "De volta ao topo" nas páginas cumpridas	De volta ao topo
		Colocar o website em inglês, francês e espanhol	Multilíngue
		Colocar o website em francês	Multilíngue
		Colocar o website em espanhol	Multilíngue
		Verificar o website em visão mobile	

Para a elaboração da página de internet foi criado um menu e a página principal. No menu deve conter todas as informações importantes, sobre a CVR do Dão, Rota dos Vinhos do Dão, Vinhos, Galeria com as fotos de todos os eventos, Notícias e os Contactos, como podemos observar na figura 17.



Figura 17- Menu Website

Para ser de fácil acesso às informações, o menu deve estar dividido em submenus. (ver figura 18).

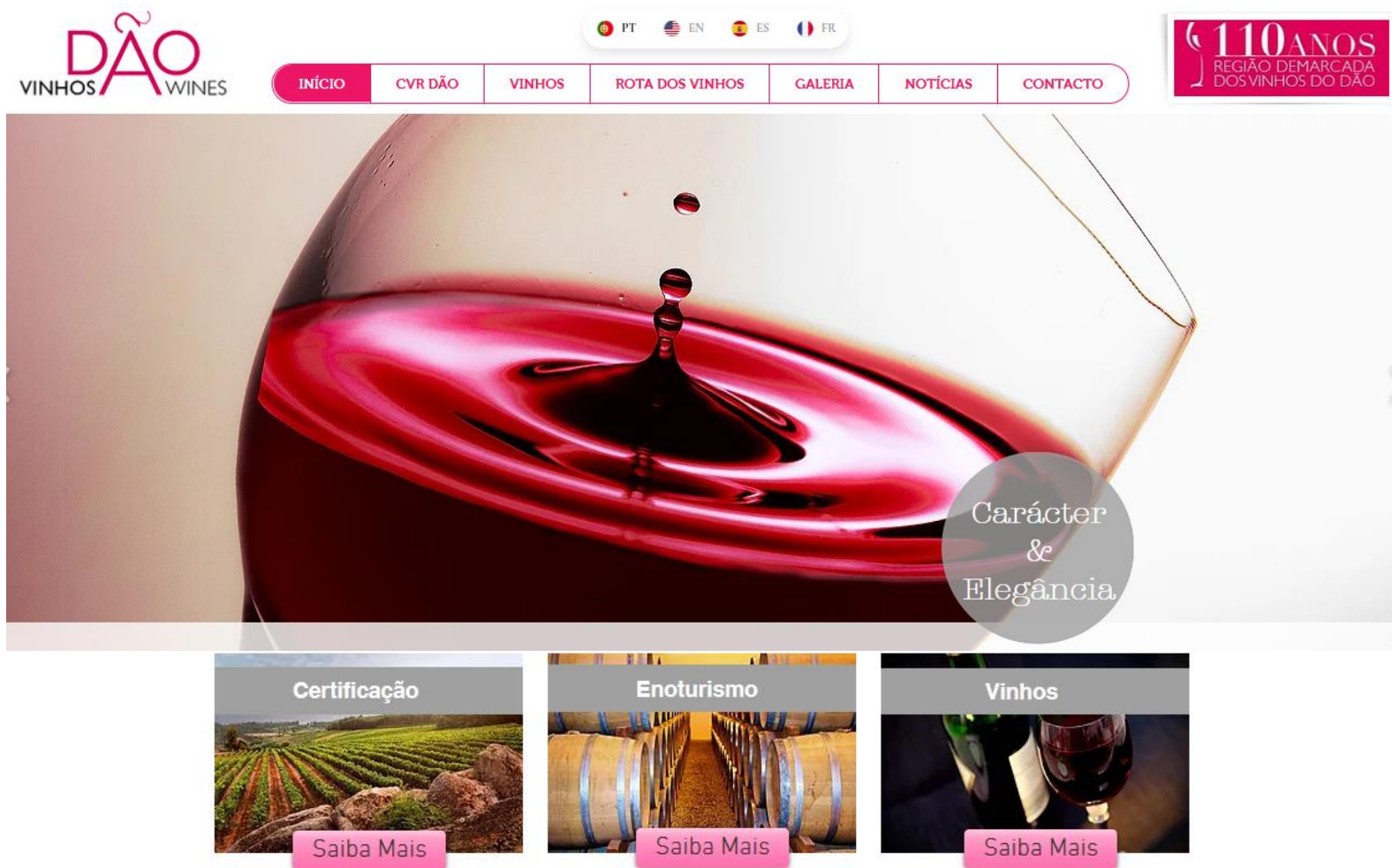


Figura 18- Submenu do Website

Deste modo, no menu “CVR Dão” encontram-se as seguintes categorias: Laboratório, Solar do Vinho do Dão, Agentes Económicos, Documentos e Estatísticas. No menu seguinte “Vinhos” é subdividido em Região e Castas, enquanto que na “Rota dos Vinhos”, é apresentado o Welcome Center, Roteiro, Produtores, Alojamento e Sabores do Dão. Nas notícias é importante mostrar a Agenda de Eventos a realizar.

Esta página foi elaborada de raiz, ou seja, não foi usado com base em nenhum template já criado; contém um design moderno, criativo e interativo. Aos conteúdos dos serviços principais: *certificação*, *enoturismo* e *vinhos* foram adicionadas hiperligações, sendo elas, para a Comissão Vitivinícola Regional do Dão, para os produtores e para a página que contém todas as informações sobre os vinhos do Dão, respetivamente.

Um dos objetivos principais da criação do website é a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão, por isso, foi criado um espaço na página principal alusiva à divulgação da mesma e ao apelo do download da App. Na presente página está ainda disponível um espaço com as três notícias mais recentes e os contactos com os ícones das redes sociais, como podemos observar na figura 19.





# Dão, um Segredo a Descobrir!

*Venha descobrir o segredo!*

SAIBA MAIS

## NOTÍCIAS RECENTES



Festa das Vindimas | 20 a 23...

Escreva um comentário 



Dão Invicto - Mostra de Vinh...

Escreva um comentário 



110 Anos da Região Demarc...

Escreva um comentário 

## Contactos

Solar do Vinho do Dão  
Rua Aristides Sousa Mendes, Apartado 10  
3501-908 Viseu  
info@cvsdao.pt / marketing@cvsdao.pt  
Tel: +351 232 410 060



Name \*

Email \*

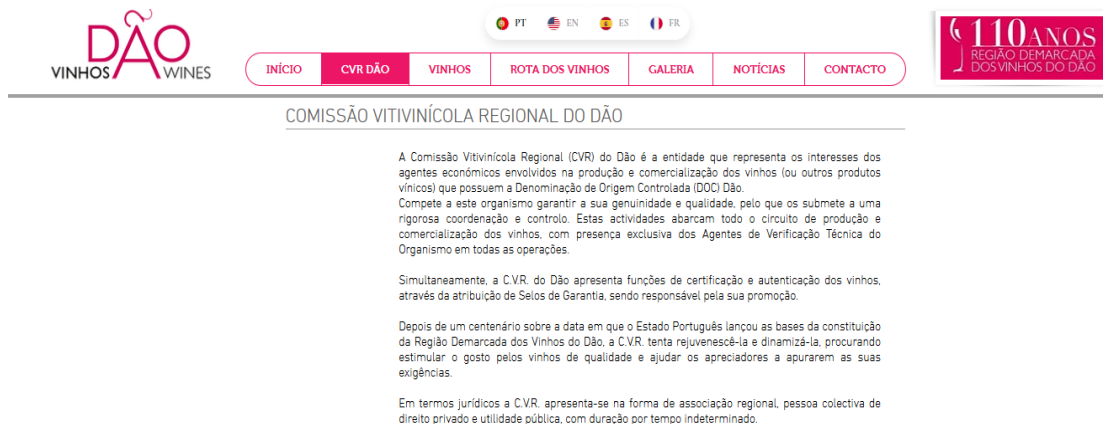
Subject

Message

Send

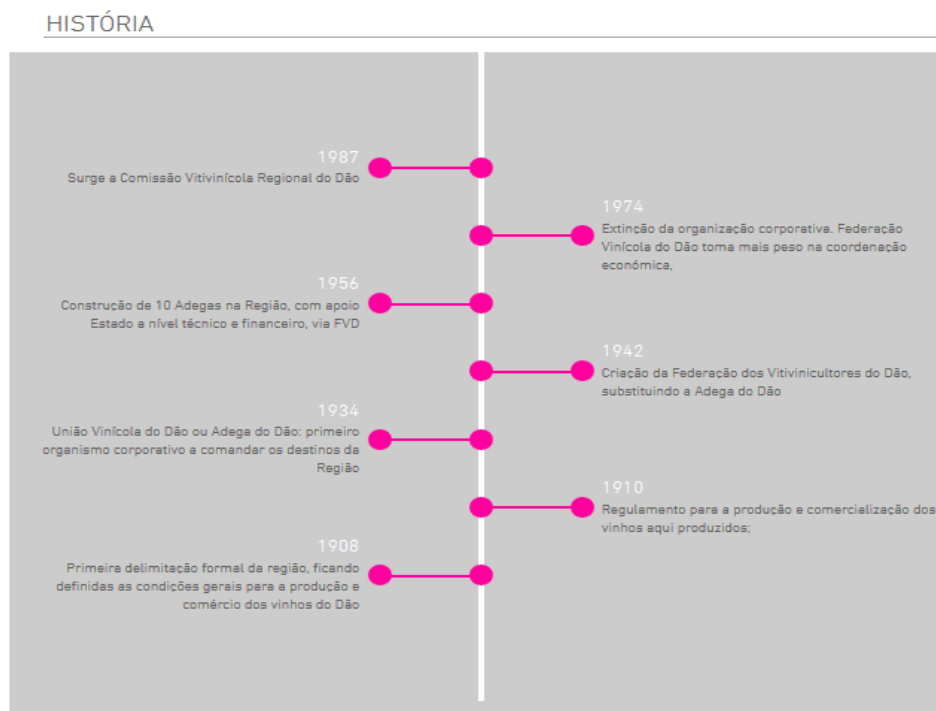
Figura 19- Página Website/ Página Inicial

Na primeira página “CVR Dão” (mostrada na figura 20), encontram-se as informações mais importantes sobre o trabalho desempenhado neste espaço cultural, a sua história, todos os agentes económicos, o Solar do Vinho do Dão, o próprio laboratório, documentos e estatísticas.



**Figura 20-** Página Website | Comissão Vitivinícola Regional do Dão

Ainda na mesma página, encontra-se representada a história da CVR do Dão em forma de esquema simples e resumido até aos dias de hoje, como podemos observar na figura 21. No atual website disponível online, não contém nenhuma informação sobre este tema.



**Figura 21-** Página Website | História

Na página Solar do Vinho do Dão encontra-se toda a sua história, como podemos visualizar na figura 22.



Figura 22- Página Website | Solar do Vinho do Dão

Nesta página, estão explícitos todos os agentes económicos, com os respetivos logótipos e hiperligação para os seus websites ou redes sociais. Esta forma facilita o rápido acesso à informação dos mesmos (ver figura 23).

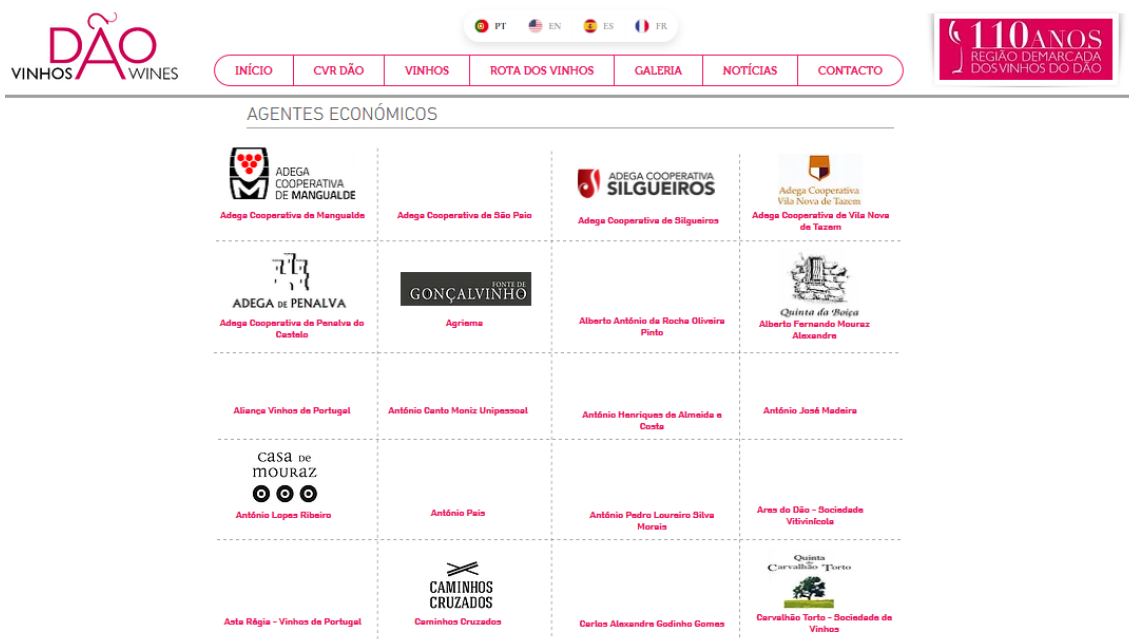


Figura 23- Página Website | Agentes Económicos

Na figura 24 pode-se visualizar o resultado final da criação da página laboratório, documentos e estatísticas. Foi elaborado um breve resumo sobre os serviços de laboratório e seu funcionamento, todos os documentos e estatísticas importantes.

The image shows two screenshots of the Dão Wines website. The top screenshot displays the 'LABORATÓRIO' (Laboratory) section, and the bottom screenshot displays the 'DOCUMENTOS' (Documents) section. Both screenshots include the website's navigation menu, language selection (PT, EN, ES, FR), and the 110th anniversary logo of the Dão wine region.

**LABORATÓRIO**

A qualidade dos serviços prestados pela CVRD é considerada como um dos seus principais objectivos. Assim sendo, a Comissão Executiva da CVRD estabeleceu como objectivo estratégico a manutenção e a melhoria contínua do Sistema de Gestão do seu Laboratório de Análises, segundo a Norma NP EN ISO/IEC 17025, e consequente acreditação do maior número possível de ensaios nele realizados, por uma entidade competente.

Para a obtenção dos seus objectivos, a CVRD organiza-se de modo a não só controlar factores humanos, técnicos e administrativos que afectam directamente a qualidade dos seus serviços, mas também promover a redução, eliminação e, fundamentalmente, a prevenção de todas as deficiências, de forma a melhorar a sua eficiência.

O Laboratório, designado por Laboratório da CVRD, é um dos sectores da Comissão Vitivinícola Regional do Dão e encontra-se acreditado desde 1999, segundo a NP EN 45001 com consequente renovação da acreditação em Maio de 2002 de acordo com a NP EN ISO/IEC 17025 como consta do Certificado de Acreditação L230 e seu Anexo Técnico de Acreditação N.º L0230-1 (o original pode ser consultado na página do IPAC). O seu Sistema de Gestão abrange todo o trabalho realizado apenas nas instalações permanentes.

Compete ao Laboratório da CVRD:

- Efectuar o controlo de qualidade de produtos vînicos;
- Realizar actividades de ensaio em conformidade com os requisitos da norma NP EN ISO/IEC 17025;
- Satisfazer as necessidades dos clientes a quem presta serviços;
- Criar uma imagem de credibilidade, confiança e rigor técnico na prestação dos seus serviços;
- Garantir a confidencialidade, integridade e imparcialidade dos trabalhos realizados;
- Assegurar que o controlo de qualidade dos produtos é efectuado com rigor técnico;
- Obter resultados analíticos de adequada precisão num tempo e custo aceitáveis, de acordo com normas, regulamentos e procedimentos experimentais aplicáveis aos ensaios realizados (Ensaio, Métodos e Preços, FR5.4.1-Condições de Contrato - Clientes Externos).

**DOCUMENTOS**

**Documentos C.V.R. Dão**

PLANO DE ACTIVIDADES E ORÇAMENTO 2019

TABELA DE PREÇOS

Regulamento "Os Melhores Vinhos do Dão no Produtor - Dão Primores"

**Formulários de Comunicação**

Protocolo Analítico - Assistência Técnica

FR5.4.1 Condições de Contrato - Clientes Externos (desactualizado) SUBSTITUÍDO POR: PROTOCOLO ANALÍTICO - ASSISTÊNCIA TÉCNICA

FRC8.1.5-Pessoas Autorizadas a Levantar Selos de Garantia

Formulário: Pedido de Certificação FRC3.6.3

Formulário: Requisição de Selos de Garantia

Formulário: Registo de Armazéns

Formulário: Inscrição de Agentes Económicos

Formulário: FRC7.1.1 -Direitos e Obrigações - Declaração

Formulário: Requisição de Colheita de Amostras e de certificado de origem

Formulário: Colheita Periódica de Exportação

Formulário: Pedido de Envio de Numerações Série Própria

Formulário: Comunicação de Venda e Transporte

ESTATÍSTICAS

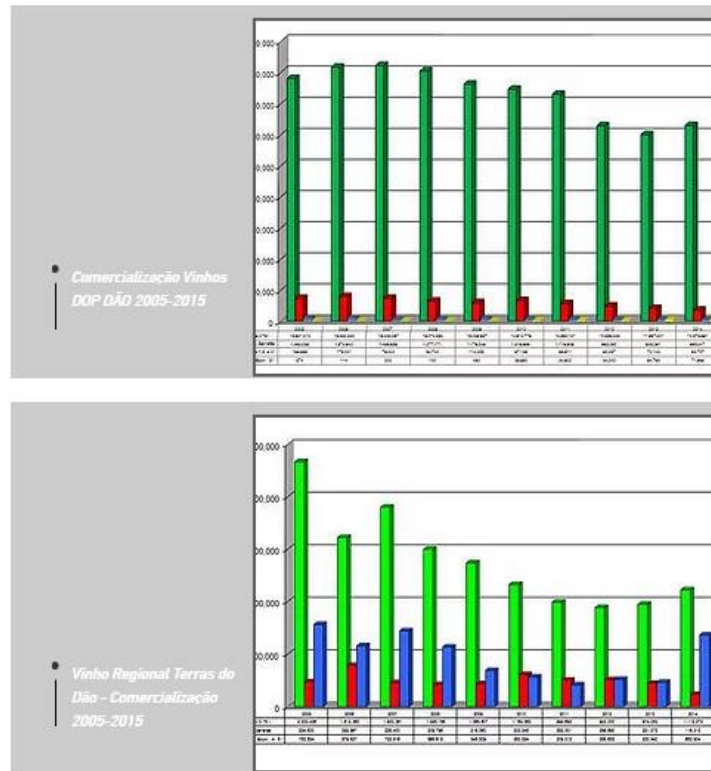


Figura 24- Página Website | Laboratório | Documentos | Estatísticas

As pessoas revelam-se interessadas em pesquisar informações sobre os vinhos do Dão. Por este motivo, o website contém todas as informações sobre os tipos de vinhos, região e as castas mais utilizadas e recomendadas, como podemos observar na figura 25

OS VINHOS

Aqui começa uma viagem pelo mundo dos Vinhos do Dão. Respire fundo, encha o peito de ar e deixe-se levar pelos aromas e sabores dos vinhos que esperam ser descobertos. Não os faça esperar mais e descubra agora que o que conta nem sempre é a experiência que se acumulou, mas aquela que se está prestes a viver.

Descubra a elegante maturidade dos vinhos do Dão.



**Vinho Tinto**

Cor	Aroma	Sabor	Textura	Periagem
rubi com subtis reflexos atijolados	intenso a fruta madura	complexo e delicado	aviludado e encorpado	-



**Vinho Branco**

Cor	Aroma	Sabor	Textura	Periagem
amarela-citrina	frutado, complexo e delicado	fresco e com um final exuberante	suave, com acidez equilibrada	-

## A REGIÃO

No Dão, a natureza foi particularmente generosa.

Em qualquer um dos percursos da Região, o melhor guia que se pode encontrar é um vinho do Dão. Porque descobrir a natureza ou a obra dos homens é encontrar o Dão.

As vinhas estão instaladas em terrenos de baixa fertilidade, predominantemente graníticos com diversos afloramentos xistosos que surgem a sul e a poentada Região. Ainda que se encontre implantada em altitudes que rondam os 800 metros, é entre os 400 – 500 que vegeta em maior quantidade.

O acidentado do terreno, circundado por um conjunto de grandes serras que o protegem das influências exteriores (a poente encontra-se a serra do Caramulo, a sul a luxuriante Buçaco, a norte a serra da Nave e a leste a imponente Estrela), constituem uma importante barreira às massas húmidas do litoral ou aos agrestes ventos continentais. O minifúndio e a exuberante vegetação com verde de todas as tonalidades, que vai alternando com rocha, contribuem para o quase anonimato da vinha na paisagem. E no entanto, as videiras estão lá plantadas em cerca de 10 000 hectares, numa área geográfica de 388 000 hectares onde as gentes do Dão aproveitam as excelentes condições edafo-climáticas para explorar a sua ancestral aptidão agrícola.

A rede hidrográfica da Região caracteriza-se por um traçado rígido indicando um ajustamento claro à estrutura do relevo por onde correm os três principais rios da região – O Dão, o Mondego e o Alva – cujos cursos apresentam um grande paralelismo enquanto percorrem todo o maciço granítico. O clima, não obstante ser temperado, é frio e chuvoso no Inverno e muito quente e seco no Verão, havendo contudo variações microclimáticas de grande importância para a qualidade dos vinhos, onde se enquadram as sub-regiões de Alva, Besteiros, Castendo, Serra de Estrela, Silgueiros, Terras de Azurara e Terras de Senhorim. Encontram-se assim reunidas condições únicas para a produção de vinhos com características próprias e bem definidas mesmo equilíbrio que existe num vinho do Dão. Porque descobrir um tinto ou branco do Dão é encontrar o queijo Serra de Estrela, a maçã Bravo de Esmolfe, o cabrito, a doçaria e os enchidos que melhor o acompanham.

Porque descobrir as quintas, as vinhas, as adegas é ouvir histórias e ficar infinitamente mais rico. Porque descobrir os vinhos e a região do Dão é ter a certeza que se vai repetir esta experiência, todas as vezes, como se fosse sempre a primeira vez.

## CASTAS

Para além das condições edafo-climáticas especiais, dos métodos de produção praticados e do grande engenho e sabedoria vitivinícola da sua população, as características particulares dos vinhos do Dão estão profundamente relacionadas com o uso das castas mais apropriadas, dentro das recomendadas para a região.

Tintas recomendadas:



Figura 25- Página Website | Vinhos | Região | Castas

Ao website da CVR do Dão juntou-se o website da Rota dos Vinhos do Dão. Nesta página encontra-se uma breve explicação do que as pessoas podem visitar e permite também fazer marcações de visitas. Quando as pessoas carregam no botão “marcar visitas” são reencaminhadas para uma página direta do contacto da Rota dos Vinhos do Dão, como podemos observar na figura 26.



Figura 26- Página Website | Rota dos Vinhos do Dão

Esta página foi criada com o intuito de dar informações sobre o que podem encontrar no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão. As pessoas idealizam visitar o processo de produção e vinificação no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão mas neste local, não é possível porque trata-se apenas de um espaço reservado ao acolhimento de turistas e passagem de informações para os produtores (figura 27).

## WELCOME CENTER DA ROTA DOS VINHOS DO DÃO

O Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão acolhe o enoturista e proporciona-lhe uma experiência de prova de vinhos dos diferentes aderentes da Rota, a possibilidade de compra de vinhos, visionamento de filmes promocionais e exposições de arte.

Neste sentido, **não somos nenhum produtor, adega cooperativa ou empresa onde se possa acompanhar o processo de produção e vinificação bem como todos os restantes procedimentos.** Assim, a Rota dos Vinhos do Dão tem como objetivo promover o Enoturismo na Região Demarcada dos Vinhos do Dão.

### | O QUE OFERECEMOS |

Visita ao Solar do Vinho do Dão (consiste apenas na visita à sala de exposições e às duas salas do Welcome Center – loja de vinhos e enoteca);

Visualização do vídeo promocional sobre a Rota dos Vinhos do Dão;

Prova de vinhos: O Welcome Center possui um dispensador em que semanalmente estarão em prova vinhos de 8 produtores, totalizando 8 referências (vinho tinto, branco e rosé). Para as provas de vinho terá de ser adquirido um EnoCard, com o custo mínimo de 3€, podendo ser recarregado com o valor pretendido, posterior ao primeiro carregamento.

Todas as informações necessárias sobre os aderentes da Rota dos Vinhos do Dão e marcação de visitas e/ou provas de vinhos nos produtores.

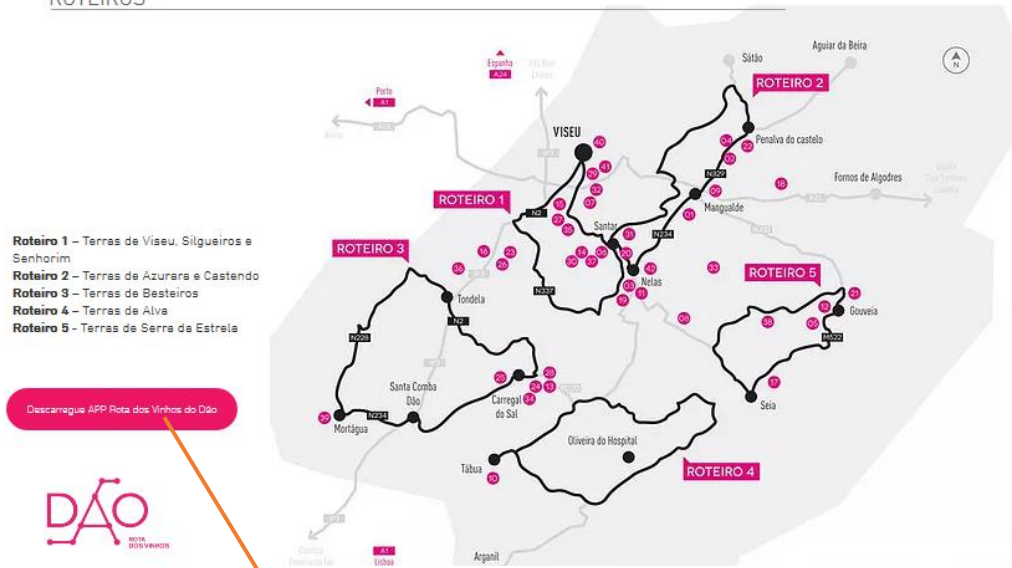
### | HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO |

Terça-feira a Sexta-feira: 10h00 – 12h30 | 14h00 – 18h00  
Sábado: 10h00 – 12h30 | 14h00 – 19h00  
Encerrado: Domingo, Segunda-feira e Feriados

Figura 27- Página Website | Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão

Na página de web Roteiros, dá possibilidades às pessoas de verem os roteiros existentes e descarregarem a App da Rota dos Vinhos do Dão (figura 28). O principal objetivo é fazer divulgação da App e aumentar os downloads da mesma.

ROTEIROS



APP ROTA DOS VINHOS DO DÃO




Figura 28- Página Website | Roteiro

Na Rota dos Vinhos do Dão fazem parte 45 produtores, e no website estão representadas todas as informações e possibilita, ainda, a marcação de visitas (figura 29). Quando as pessoas clicam em “Marcar Visitas” vai diretamente para o contacto da Rota dos Vinhos do Dão.

**PRODUTORES**


Marcar Visitas



SERVIÇOS 📍 🍷 📄 📺 ⭐

**Adega Cooperativa de Mangualde**


A Adega nasce na década de 60, década marcada pela valorização, expansão e implementação do espírito e valores cooperativos em Portugal. Na década de 70, já com sede própria, laborava pela primeira vez, aproximadamente meio milhão de quilos de uvas dos seus cooperantes produtores de uvas. Sem recursos e apoios estatais, foram os cooperantes a origem de todo o capital investido. Na década de 90, iniciou-se um processo de investimento e modernização, quer ao nível das instalações, como ao nível de equipamentos laboratoriais e de controlo de qualidade dos vinhos. Construiu-se um centro de vinificação e estabilização para vinhos e ainda uma linha de engarrafamento própria. Na década de 2000, a Adega começou a desenvolver a sua identidade enoturística.



SERVIÇOS 📍 🍷 📄 📺 ⭐

**Adega Cooperativa de Penalva do Castelo**

A Adega foi constituída em 1960, tendo sido em 1967 que recebeu pela primeira vez uvas, contando já nessa altura com mais de 43 sócios. Atualmente possui cerca de 950 sócios e tem uma capacidade de produção para cerca de 12.000.000 de litros de vinho, a Adega produz, em média, cerca de 6.000.000 de litros de vinho, dos quais 80% são tintos e 20% são brancos. Dispõem da mais moderna tecnologia de vinificação, estágio e engarrafamento de vinhos, sendo uma referência incontornável no sector cooperativo vinícola da Região Demarcada dos Vinhos do Dão.



SERVIÇOS 📍 🍷 📄 📺 ⭐


**Caminhos Cruzados**

A Caminhos Cruzados nasceu pela iniciativa e vontade de Paulo Santos, natural de Nelas, que, determinado a regressar às suas origens para investir no mundo do vinho, decide transformar uma antiga empresa agrícola numa moderna empresa produtora e engarrafadora de vinhos. A filosofia da empresa baseia-se na produção de vinhos de qualidade, com uma vertente de tradição aliada ao modernismo e constante diferenciação que o mercado exige. Os seus vinhos são feitos a partir de uvas de produção própria e de produtores seleccionados, reconhecidos pela sua qualidade e excelência de castas, todos na região do Dão. A Caminhos Cruzados resulta da união de ideias e projectos, e promete ajudar a voltar a pôr no mapa o nome de Nelas como terra de vinhos de eleição.

Figura 29- Página Website | Produtores


A galeria tem como objetivo apresentar todas as imagens, de forma criativa, dos eventos realizados e participados pela CVR do Dão (figura 30).

**GALERIA**




**Masterclass**

Alunos do mestrado "Master of Science in Wine Management", da Organização Internacional da Vinha e do Vinho.




**Grandes Escolhas**

26 a 29 Outubro de 2018




**Encontro com o Vinho...**

3 a 6 de Novembro de 2018



**VIII Jornadas de Enotol...**



**Dão Capital**

23 e 24 de Novembro de 2018





Figura 30 - Página Website | Galeria

O website contém uma secção de notícias, visualizar figura 31, com o intuito de publicar todas as notícias sobre a CVR do Dão e da Rota dos Vinhos do Dão. As pessoas podem ainda subscrever a newsletter e receber semanalmente/ mensalmente no email. Contém, ainda, uma página com uma agenda de todos os eventos organizados e participados pela CVR do Dão.

NOTÍCIAS


**Newsletter**

Receba as nossas notícias e eventos no seu email!




Festa das Vindimas |  
20 a 23 de Setembro  
2018

Escreva um comentário



Dão Invicto - Mostra  
de Vinhos e Iguarias  
2018

Escreva um comentário



110 Anos da Região  
Demarcada do Dão

Escreva um comentário

AGENDA EVENTOS

Maio 2019							Hoje
Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom	
29	30	1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12	
13	14	15	16	17	18	19	
20	21	22	23	24	25	26	
27	28	29	30	31	1	2	
3	4	5	6	7	8	9	

**Figura 31-** Página Website / Notícias

Por último, a página de internet contém todos os contactos da CVR do Dão, onde está presente um formulário direto de envio de mensagens e um mapa de localização do Solar do Vinho do Dão (figura 32).

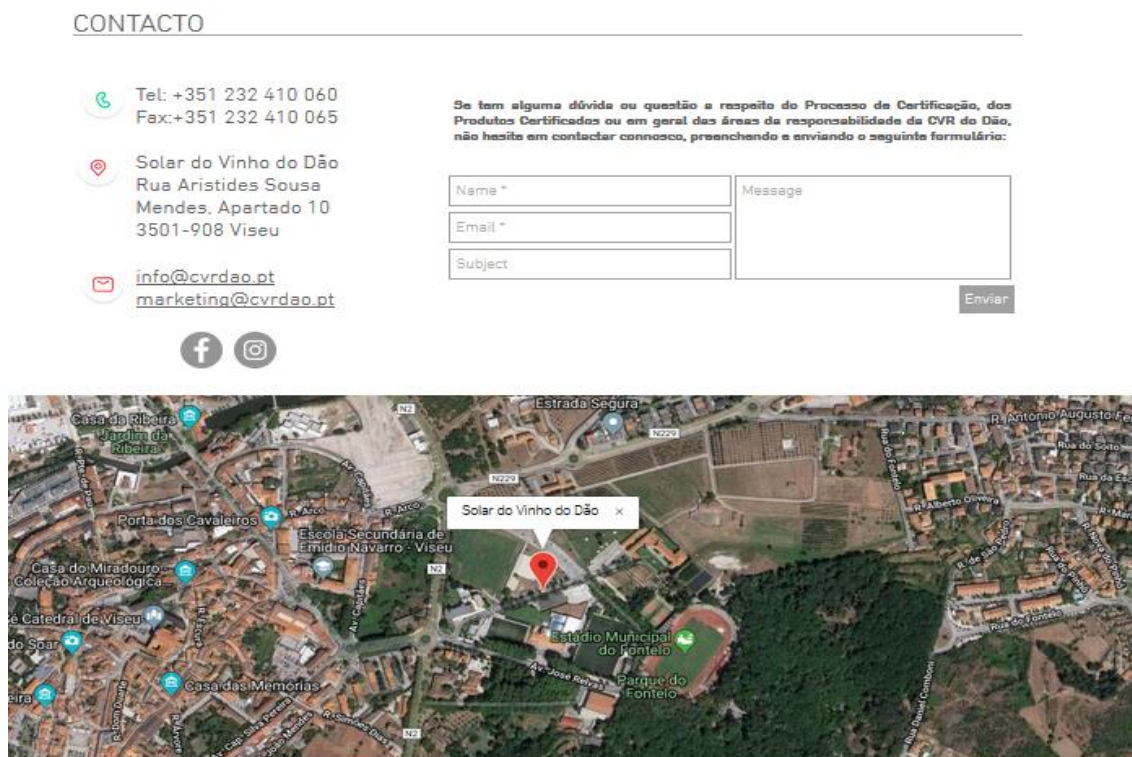


Figura 32- Página Website | Contactos

#### 4.8. Criação de Placas de Identificação dos Produtores

No estágio apliquei as minhas capacidades de criatividade ao criar novas placas de identificação dos produtores. As placas antigas apenas tinham o logótipo e o nome do produtor. Entre os dias 11 e 13 de Março, desenvolvi oito propostas de placas de identificação dos produtores para serem utilizadas em provas realizadas no Solar do Vinho do Dão. As propostas foram as seguintes (figura 33):





Figura 33- Placas de Identificação | 8 Propostas

#### 4.9. Criação de Imagens no Illustrator

Com o decorrer do estágio, fui aplicando as minhas aprendizagens através do programa Illustrator com a criação de uma placa de preços dos vinhos dos quarenta e cinco produtores, pertencentes à Rota dos Vinhos do Dão (ver figura 34). As placas foram colocadas no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão para que todos os visitantes pudessem consultar os respetivos preços (ver figura 35).



Figura 34- Placa de Preços



Figura 35- Placa de Preços no Welcome Center

Para uma melhor provação e comparação de vinhos foi elaborada uma base para colocação de copos, como podemos observar na figura 36.



Figura 36- Base de Copos

Foi-me solicitado, pelo Dr. Pedro Mendonça, a criação de um selo “recomendado” por “Rota do Vinho do Dão” e que os parceiros que fossem objeto de divulgação teriam direitos e obrigações de colocar nos seus materiais de divulgação. Nesta sequência, elaborei quatro propostas de selo de recomendação, como podemos observar na figura 37.



Figura 37- Proposta Selos Recomendação

Destas, foi selecionada a primeira imagem que, posteriormente, foi enviada para os mesmos.

Com a finalidade de melhorar o logótipo dos 110 anos da Região Demarcada do Dão existente na assinatura digital do e-mail, foi sugerido a alteração do mesmo tendo sido aprovado a figura 38- Assinatura Digital E-mail.



Figura 38- Assinatura Digital E-mail

#### 4.10. Criação de Link Online

Na última semana de estágio, iniciei a organização da Gala “Os Melhores do Dão,” com a criação de um link para, posteriormente, ser enviado por e-mail aos agentes económicos.

A Comissão Vitivinícola Regional do Dão realiza a oitava edição da Gala “Os Melhores do Dão”, no Solar do Vinho do Dão, no dia 12 de julho.

Esta Gala tem como objetivo premiar os vencedores do concurso, do ano em vigor, “Os Melhores Vinhos do Dão Engarrafados” através da atribuição de prémios de Prestígio, Ouro, Prata e Bronze. Neste Concurso, as amostras são agrupadas nas seguintes categorias: vinhos brancos, vinhos tintos, vinhos rosados, vinhos de castas (monovarietais) e espumantes naturais (brancos, tintos e rosados).

Para a realização e organização do jantar é necessário fazer um levantamento de quantas pessoas estarão presentes no evento. Por este motivo, criei um link de inscrição no website wix. Numa primeira fase criei uma página inicial apenas com as informações importantes, como o nome do evento, a data, o local e um botão para efetuar a respetiva inscrição, como podemos observar na figura 39.



*Figura 39- Página Inicial do Link*

Quando clicam no botão “inscrição”, vai diretamente para uma página com os seguintes elementos: formulário de contacto, data, local, forma de pagamento, dress code, contactos e mapa de localização (ver figura 40).

**INSCRIÇÃO**  
**GALA OS MELHORES DO DÃO 2019**  
Sexta, 12/07 | Solar do Vinho do Dão

Nome

Empresa

Email

Telefone

Número Contribuinte

Individual: 35€ \*

\* O pagamento deverá ser efetuado através de transferência bancária e a inscrição só será válida após o recebimento do comprovativo de pagamento, com a identificação da empresa a que pertence na ordem de transferência. O mesmo deverá ser enviado para o e-mail: [inscricoescvrdao@gmail.com](mailto:inscricoescvrdao@gmail.com)

IBAN: PT30 0018 0000 0161018300168 - Comissão Vitivinícola Regional do Dão

### Sobre a Cerimónia

Sexta-feira, 12 de Julho às 19H00

Dress Code: Semi Formal

Morada: Rua Dr. Aristides de Sousa Mendes - Fontelo. Apartado 10 - 3501-908

Coordenadas: 40.6618 N -7.901812 O

**Contactos**

[inscricoescvrdao@gmail.com](mailto:inscricoescvrdao@gmail.com) +351 232 410 060

Figura 40- Inscrição Jantar Gala

Após a conclusão da inscrição, criei também um email de agradecimento pela inscrição efetuada e relembrar como efetuar o respetivo pagamento (figura 41). Os inscritos receberão no seu email pessoal.

COMISSÃO VITIVINÍCOLA REGIONAL DO DÃO **DÃO** DÃO WINE BOARD

## Obrigada pela sua inscrição!

O pagamento deverá ser efetuado através de transferência bancária e a inscrição só será válida após o recebimento do comprovativo de pagamento, com a identificação da empresa a que pertence na ordem de transferência. O mesmo deverá ser enviado para o e-mail: [inscricoescvrdao@gmail.com](mailto:inscricoescvrdao@gmail.com)

IBAN: PT50 0018 0000 0161018300168 - Comissão Vitivinícola Regional do Dão

[inscricoescvrdao@gmail.com](mailto:inscricoescvrdao@gmail.com)  
+351 232 410 060

Figura 41- Agradecimento Inscrição

#### **4.11. Outras Atividades**

Ao longo do estágio, além das atividades já mencionadas, foram realizadas outras que passo a mencionar:

- Todas as semanas os vinhos do dispensador foram mudados. Esta atividade possibilitou uma aprendizagem de como se efetua todo o processo de limpeza do dispensador e como se abrem as garrafas;
- Receção e confirmação dos vinhos dos produtores pertencentes à rota;
- Arrumação da sala dos vinhos;
- Foram passadas todas as fotos das comitivas (Trade Brasil e EUA e Comitiva dos Jornalistas) para o computador tendo como finalidade o envio para a empresa de Publicidade OPAL;
- Digitalização dos inquéritos de satisfação dos eventos;
- Seleção de imagens das 8<sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo que posteriormente foram enviadas para a assessoria de comunicação;
- No mês de dezembro, foi realizado o inventário de todo o merchandising, da CVR do Dão e dos vinhos, um balanço de vendas e um levantamento das nacionalidades dos turistas recebidos ao longo do ano;
- Preparação de todos os sorteios dos eventos internacionais, como por exemplo, evento Prowein (Alemanha);
- Preparação das salas para a realização de formações;
- Atualização e colocação das fotos do Welcome Center, Sala de Exposições e Enoteca na página do TripAdvisor;
- Elaboração da imagem do Dia da Mãe para ser enviada para a assessoria de comunicação para no dia ser colocada na rede social Facebook;
- Alteração da ficha de inscrição para o evento Dão Invicto (ver anexo XXIX).

Com as atividades acima referênciadas elaborei uma tabela, de forma cronológica, onde as mesmas estão descritas para uma observação mais facilitada (ver tabela 4).

**Tabela 4- Resumo das Principais Atividades Desenvolvidas**

<b>DATA DA TAREFA</b>	<b>NOME DA TAREFA</b>	<b>TAREFA DESENVOLVIDA</b>	<b>MATERIAL UTILIZADO</b>	<b>DURAÇÃO DA TAREFA</b>
17/10/2018	Atendimento	Recebi as pessoas no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão.	Brochuras da Rota dos Vinhos do Dão.	Ao longo do estágio.
17/10/2018	Receção da Comitiva de Produtores Russos	Organizei a sala para prova de vinhos.	Frapés, cuspideiras, guardanapos, taças das bolachas, bolachas e placas de identificação.	1 dia
18/10/2018	Participação no Evento Mercado de Vinhos-Campo Pequeno.	Criei imagem para colocar nas redes sociais e conhecer como funciona a feira.	Programa Illustrator para criar a imagem.	3 dias
22 a 29/10/2018	Participação no Evento Grandes Escolhas   Vinhos&Sabores.	Apoiei e participei na organização do evento, criar imagem para colocar nas redes sociais e preparar todo o material para o evento.	Frapés, cuspideira, taça das bolachas, bolachas, guardanapos, águas e gelo.	7 dias
30/10/2018	Visitas a novos aderentes da Rota dos Vinhos do Dão	Participei na avaliação do produtor (se tem os requisitos necessários para pertencer à Rota dos Vinhos do Dão).	-	1 dia
30 a 6/11/2018	Participação no Evento Encontro com o Vinho&Encontro com os sabores.	Apoiei e participei na organização do evento, preparei o passatempo para a divulgação da Rota dos Vinhos do Dão e preparei todo o material para distribuir pelos produtores no dia do evento.	Frapés, cuspideira, taça das bolachas, bolachas, guardanapos, águas, gelo, rolhas, brochuras dos produtores e videos dos produtores.	8 dias

<b>DATA DA TAREFA</b>	<b>NOME DA TAREFA</b>	<b>TAREFA DESENVOLVIDA</b>	<b>MATERIAL UTILIZADO</b>	<b>DURAÇÃO DA TAREFA</b>
12 a 16/11/2018	Receção da Comitiva de Importadores e Compradores	Acompanhei a comitiva nas visitas aos produtos e organizar a sala para a prova de vinhos.	Frapés, cuspidadeiras, guardanapos, taças das bolachas, bolachas e placas de identificação.	5 dias
16 a 27/11/2018	Participação no Evento Dão Capital	Apoiei e participei na organização do evento, preparei todo o material da check list e realizei as inscrições das pessoas no copo inteligente.	Bandeirolas, guardanapos, saca rolhas, dropstops, porta copos, sacos, bolachas, taças das bolachas, revistas e mapas da Rota dos Vinhos do Dão.	6 dias
26 a 30/11/2018	Receção da Comitiva de Jornalistas	Acompanhei a comitiva nas visitas aos produtores.	Brochuras	5 dias
8 e 9/12/2018	Participação no Evento Vinhos de Inverno	Prestei apoio no Welcome Center e aos produtores.	Gelo, guardanapos, água, taça das bolachas e bolachas.	2 dias
6 a 14/12/2018	Participação nas 8. <sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo	Apoiei e participei na organização do evento.	Mesas, cadeiras, águas e velas.	6 dias
10 e 11/01/2019	Criação de Bases de Dados e Documentos	Fiz o levantamento das datas dos eventos nacionais e eventos Dão para o ano 2019 e criei documento com todos os vinhos Dão medalhados nos concursos internacionais.	Excell e Word	2 dias
15/01/2019	Criação de Documento	Fiz o levantamento de revistas de vinho nacionais e internacionais.	Word	1 dia
16 a 18/01/2019	Criação de Base de Dados	Criei a base de dados com os contactos das pessoas ou empresas que deixaram cartões de visitas.	Excell	3 dias

<b>DATA DA TAREFA</b>	<b>NOME DA TAREFA</b>	<b>TAREFA DESENVOLVIDA</b>	<b>MATERIAL UTILIZADO</b>	<b>DURAÇÃO DA TAREFA</b>
29/01/2019 a 27/02/2019	Criação da Página de Internet	Desenvolvi e elaborei uma proposta de um novo website.	Website Wix	18 dias
06/02/2019	Receção de Alunos de Masterclass	Organizei a sala para a prova dos vinhos.	Frapés, cuspideiras, guardanapos, taças das bolachas, e placa de identificação)	1 dia
08/02/2019	Visitas a novos aderentes da Rota dos Vinhos do Dão	Participei na avaliação do produtor para pertencer à Rota dos Vinhos do Dão.	-	1 dia
13 a 21/02/2019	Participação no Evento Essência do Vinho	Apoiei e participei na organização do evento e preparei o material para a realização do passatempo.	Voucher rota, dropstops, aventais, fitas da rota, termómetros, blocos de notas, mangas, saca rolhas, canetas, rolhas e frapés.	6 dias
20/02/2019	Receção da Comitativa Sommeliers Japoneses	Organizei a sala para a prova dos vinhos.	Frapés, cuspideiras, guardanapos, taças das bolachas, e placa de identificação)	1 dia
28/02/2019 a 01/03/2019	Criação da Base de Dados	Criei a base de dados com os contactos de todos os alojamentos, restaurantes e museus de Viseu.	Excel	3 dias
11 a 13/03/2019	Criação de Placas de Identificação dos Produtores	Desenvolvi várias propostas de placas de identificação	Word	3 dias
13/03/2019	Criação da Base de Dados	Criei a base de dados com todas as taxas e impostos praticados pelas duferentes CVR's do catálogo do Instituto da vinha e do vinho.	Excel	1 dia

<b>DATA DA TAREFA</b>	<b>NOME DA TAREFA</b>	<b>TAREFA DESENVOLVIDA</b>	<b>MATERIAL UTILIZADO</b>	<b>DURAÇÃO DA TAREFA</b>
14 e 15/03/2019	Participação no Evento BTL (Bolsa Turismo de Lisboa)	Preparei o material para a prova de vinho	Frapé, saca-rolhas, dropstops, aventais e vinho.	2 dias
22 e 26/03/2019	Criação da Base de Dados	Fiz o levantamento de todas as marcas dos vinhos do Dão.	Excel	2 dias
27/03/2019	Receção de Master of Wines Internacionais	Organizei a sala para a prova dos vinhos.	Frapés, cuspideiras, guardanapos, taças das bolachas, e placa de identificação)	1 dia
28/03/2019	Receção da Comitiva Sommeliers dos EUA	Organizei a sala para a prova dos vinhos.	Frapés, cuspideiras, guardanapos, taças das bolachas, e placa de identificação)	1 dia
9 e 10/04/2019	Criação de Imagem no Illustrator	Criei as placas de preços para colocar no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão	Programa Illustrator	2 dias
11/04/2019	Criação de Imagem no Illustrator	Criei uma base de copos para colocar no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão	Programa Illustrator	1 dia
17 a 19/04/2019	Criação de Imagem no Illustrator	Criei um selo de recomendação e fazer a alteração da imagem da assinatura de email dos 110anos da Região Demarcada do Dão	Programa Illustrator	3 dias
23/04/2019	Atualização das imagens no TripAdvisor	Tirei fotografias do interior do Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão	-	1 dia
17/05/2019	Receção da Comitiva de Retalho EUA	Organizei a sala para a prova dos vinhos.	Frapés, cuspideiras, guardanapos, taças das bolachas, e placa de identificação	1 dia

<b>DATA DA TAREFA</b>	<b>NOME DA TAREFA</b>	<b>TAREFA DESENVOLVIDA</b>	<b>MATERIAL UTILIZADO</b>	<b>DURAÇÃO DA TAREFA</b>
26/03/2019 a 20/05/2019	Organização do evento Dão Primores	Elaborei o convite, criei o protocolo, organizei o material para a elaboração das garrafas Dão Primores, confirmei os diplomas mealhados, ajudei na criação do guião, fiz a planta do espaço e organizei o espaço do evento.	Frapés, cuspedeiras, guardanapos, taças das bolachas, cadeiras, julietas e placa de identificação	34 dias
27 a 31/05/2019	Criação da ficha de inscrição para a Gala “Os Melhores do Dão 2019”	Elaborei uma página web para a inscrição do evento.	Wix	5 dias

## **5. Reflexão Crítica**

Num contexto de prática profissional, o meu objetivo foi adquirir competências específicas na área de Marketing, proporcionando, deste modo, um contacto com novas realidades e experiências.

Para cada um dos objetivos específicos foram desenvolvidas atividades ao longo do estágio, tendo por base o conteúdo do projeto inicialmente elaborado.

Neste capítulo é apresentada uma abordagem crítica e reflexiva dessas mesmas atividades, referindo os pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades, assim como, sugestões de melhoria.

### **5.1 Análise Crítica das Atividades Desenvolvidas**

Depois de bastante estudo, este foi sem dúvida o contacto mais direto que tive com a área que escolhi para a minha formação. As responsabilidades crescem, mais horários a cumprir, prazos inadiáveis, hierarquias a respeitar, entre outros aspetos cruciais no mundo do trabalho. Na parte letiva do mestrado estas obrigações e responsabilidades também existiam, mas existia uma maior flexibilidade e contacto com os professores nas aulas.

O balanço final do estágio na CVR do Dão é positivo. A componente prática do estágio foi muito importante, uma vez que permitiu o contacto com uma empresa muito dinâmica e com tarefas muito distintas de modo a adquirir novos conhecimentos e sua aplicação.

O excelente acompanhamento que tive por parte da minha orientadora de estágio da CVR do Dão, Dra. Graça Silva e da Dra. Isabel Duarte, assim como de todos os membros da entidade foi de extrema importância para a minha integração e acolhimento.

Este estágio foi um grande desafio, porque permitiu a aquisição de informações relevantes sobre a região, as castas e o processo de produção de vinhos do Dão, que antes eram-me desconhecidos.

Foram várias as competências adquiridas durante o estágio, as quais permitem entrar no mercado de trabalho com uma perspetiva dinâmica e de “saber fazer”, tais como, todo o processo de organização de eventos (feiras nacionais) e organização de provas de vinhos, conhecimento dos utensílios utilizados numa prova de vinho, conhecimento do modo de funcionamento de uma instituição, receção de comitivas e atendimento ao

público, registo e arquivo fotográfico antes, durante e após um evento, levantamentos das infraestruturas dos novos aderente à Rota dos Vinhos do Dão e realização de inventários ao stock e ao merchandising.

Todo o processo foi de fácil elaboração, apenas senti algumas dificuldades no Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão, uma vez que foi o meu primeiro contacto com turistas, aplicando línguas espanhola, inglesa e francesa, assim como conhecimentos a nível de faturação de vendas de produtos no programa PHC, tais como vinhos, merchandising e cartões de provas.

Um estágio curricular não é exceção quando falamos em pontos positivos e pontos negativos. Ao longo destes meses de estágio consegui reter pontos fortes e fracos relativamente ao meu trabalho. Os pontos fortes foram os seguintes:

- As competências técnicas adquiridas no 1º ano do mestrado facilitaram o desenvolvimento das atividades;
- O acolhimento e integração na receção e o profissionalismo dos colaboradores da CVR do Dão durante o período de estágio;
- Adaptabilidade aos vários departamentos e às várias tarefas propostas pela entidade;
- Facilidade na aprendizagem e execução dos deveres e tarefas, e prontificada para ficar na entidade após o horário de trabalho e fins de semana, sempre que fosse necessário ou solicitado.

Os pontos fracos foram os seguintes:

- A falta de domínio da estagiária na Língua Inglesa;
- Não ter tido a possibilidade de conhecer algumas quintas aderentes da Rota dos Vinhos do Dão, de forma a conhecer melhor o produto;

Após a finalização do estágio, encontram-se ameaças e oportunidades (análise externa).

A principal ameaça é o incremento significativo de turistas de origem francesa, italiana e russa, o que implica a aprendizagem e domínio de mais idiomas estrangeiros.

A parceria estável entre a Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu e a CVR do Dão faz uma excelente ponte com os agentes económicos, aumentando a capacidade de empregabilidade na região, sendo uma grande oportunidade.

## 5.2 Recomendações de Melhoria

Os seis meses de frequência no Estágio não possibilitam desenvolver muitas propostas, devido ao facto de a agenda da CVR do Dão ser ocupada com os eventos, receções de comitivas, visitas guiadas, entre outros. No entanto, no decurso dos trabalhos, surgem sempre discussões para avaliação de propostas para a melhoria de tarefas.

As propostas que são apresentadas, a seguir, resultaram da revisão da literatura efetuada, das experiências vivenciadas durante o estágio e da convivência com os produtores, visitantes e comitivas:

- **Solar do Vinho do Dão:**

- Colocar nos outdoors das rotundas, informações sobre o local e horário de funcionamento para visitas guiadas ao Solar do Vinho do Dão;
- Publicitar, no jornal “Diário de Viseu”, informações recentes sobre o que poderão visualizar nas três salas principais que compõem o Solar do Vinho do Dão e fazer provas de vinhos que se encontrem no dispensador.
- Na sala de exposição, as máquinas vinícolas deveriam ter uma pequena legenda com o nome e a sua funcionalidade em português e inglês;
- Na sala de exposições, deveria constar uma linha cronológica com imagens sobre a história da região demarcada do Dão. Os turistas procuram conhecer a história da região.

- **Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão:**

- No Welcome Center da Rota dos Vinhos do Dão deve ter um atrativo para as crianças, pois, muitos turistas levam a sua família. Ter um pequeno espaço reservado com um ecrã com jogos simples e atrativos, puzzles, desenhos, de modo a motivar as crianças para a aquisição de aprendizagens sobre os vinhos e a região do Dão.

- **Rota dos Vinhos do Dão:**

- Elaboração e implementação de inquéritos de satisfação aos Agentes Económicos aderentes à Rota dos Vinhos do Dão, com o objetivo de uma avaliação anual dos aspetos positivos e negativos de modo a definirem-se novas estratégias para a Rota;

- Em datas comemorativas era interessante a criação de roteiros específicos, por exemplo, no dia 1 de junho – Dia da Criança, juntar todos os produtores com atividades para as crianças e criar um roteiro, com o objetivo de atrair também os pais. Nos dias de Páscoa, Natal e Carnaval o turista que completasse um roteiro à sua escolha teria direito a receber uma garrafa Dão Primores e um avental ou saca-rolhas. Para o registo das visitas era necessário a criação de um cartão para o produtor assinar e confirmar a presença.
- Existem alguns eventos nacionais que a CVR do Dão não participa e, na minha opinião, é uma boa forma de divulgar a Região, os Vinhos e a Rota dos Vinhos do Dão, como por exemplo: no Evento Festival do Vinho Português e Feira Nacional da Pêra Rocha em Bombarral, no Evento Enóphilo Wine Fest em Lisboa e no Evento Ávinho- Festa do Vinho e das Adegas na Azambuja.
- Desenvolver flyers, uma vez por mês, a divulgar a App da Rota dos Vinhos do Dão para colocar nas Redes Sociais (Facebook e Instagram);
- Colocar no Website da Rota dos Vinhos do Dão, na Página Inicial, um Pop-up de divulgação da App e com hiperligação para o download;
- Na parte histórica da cidade de Viseu ou no Rossio devia ter um mupi com um mapa da Rota dos Vinhos do Dão e com os respetivos contactos para os turistas interessados;
- Nos motores de pesquisa, criar um anúncio no Google Adwords, para quando os utilizadores procurarem informações sobre vinho, rota, região e enoturismo aparecer o anúncio da Rota dos Vinhos do Dão. Permite criar anúncios em texto e em vídeo para aplicações e anúncios visuais.

## 6. Conclusão

A importância estratégica de entidades como a CVR do Dão é imprescindível, do ponto de vista económico, social e turístico de toda a região e, em particular, para o desenvolvimento do setor vitivinícola que se encontra em constante mudança. Para tal, existe necessidade de flexibilização e capacidade de adaptação.

Durante os seis meses de estágio, foi possível compreender a atividade e a dinâmica de uma entidade através da participação ativa nas diversas atividades desenvolvidas. A partilha de conhecimentos e a possibilidade de testar estratégias, tendo sempre o apoio de profissionais altamente qualificados e disponíveis para ensinar, permitiu colocar em prática os conhecimentos adquiridos a nível académico.

As atividades e eventos em que participei, para além da satisfação pessoal e da aprendizagem profissional que proporcionaram foram os elos da divulgação da região do Dão.

No que diz respeito à entidade CVR do Dão, dedica-se a uma família de Agentes Económicos e transmite uma imagem séria e credível a um segmento de mercado. Tem estimulado à participação dos Agentes Económicos em Provas de Vinhos do Dão em Portugal e no estrangeiro, mantém um protocolo de colaboração muito estreito com a ViniPortugal, é anfitriã de Comitivas de Sommeliers e Media internacionais, divulga e promove os Vinhos do Dão através da Rota dos Vinhos do Dão e acompanha os seus Agentes Económicos nas participações em Feiras nacionais e internacionais. Ou seja, tem mostrado ao mundo o que de melhor se produz no Dão.

Este estágio, volto a referir, foi muito importante para mim, porque permitiu adquirir muitos conhecimentos, mas sobretudo permitiu desenvolver muitas capacidades pessoais que são extremamente importantes e que não se conseguem desenvolver nas aulas, apenas numa situação profissional.

## 7. Bibliografia

- Antunes, J., & Barroco, C. (2009). O contributo do Enoturismo para o desenvolvimento regional: o caso das Rotas dos Vinhos. Atas do 15º Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional (pp. 1253–1280). Cabo Verde.
- Beverland, M., Lindgreen, A., & Bretherton, P. (2003). Why quality is no longer enough? Strategic marketing evolution in the wine industry. *In International Colloquium on Wine Marketing* (pp. 1-37). University of Gloucestershire Business School.
- Bloch, P. H., Brunel, F. F., & Arnold, T. J. (2003). Individual Differences in the Centrality of Visual Product Aesthetics: Concept and Measurement. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 551–565.
- Brás, J. M., Costa, C., & Buhalis, D. (2010). Network analysis and wine routes: The case of the Bairrada Wine Route. *Service Industries Journal*, 30(10), 1621–1641.
- Bruwer, J., & House, M. (2003). Has the Era of Regional Branding Arrived for the Australian Wine Industry? Some Perspectives. *The Australian & New Zealand Grapegrower & Winemaker*,. Retrieved from [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2224389](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2224389)
- Byrd, E. T., Canziani, B., Hsieh, Y. C., Debbage, K., & Sonmez, S. (2016). Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary services. *Tourism Management*, 52, 19–29.
- Carvalho, L., Barroco, C., & Antunes, J. (2017). Análise do perfil e das principais motivações do Enoturista na Região Vitivinícola do Dão. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27-28, 871–881.
- Castray, A., & Francis, H. (2003). *Exploring the Role of Relationship Marketing in Wine Tourism* (pp. 1134–1141). University of Tasmania.
- Cavaco, C., & Inácio, A. I. (2010). Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 2(13-14), 761-769.
- Charters, S., & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23(3), 311–319.

- Costa, A., & Kastenholz, E. (2009). O Enoturismo como factor de desenvolvimento das regiões mais desfavorecidas. *1.º Congresso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde* (pp. 1489–1508). Cabo Verde.
- Ferrel, O., & Hartline, M. (2008). *Marketing Strategy* (4ª ed). Estados Unidos da América: Thomson Higher Education.
- Gatti, S., & Maroni, F. (2004). A profile of wine tourists in some Italian region vineyards: an application of the multiple correspondence analysis. *Vineyard Data Quantification Society (VDQS) Colloque*.
- Getz, D. (2002). Wine tourism in Canada : development, issues and prospects. In C. Cullen, G. Pickering & R. Phillips(Eds), *Bacchus to the future : proceedings of the inaugural Brock University Wine Conference* (pp. 331-356). St. Catharines: Brock University Press.
- Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146–158.
- Giacaglia, M. (2004). *Organização de Eventos - Teoria e Prática*. Rio de Janeiro: Thomson Learning.
- Griffin, T., & Loersch, A. (2006). The Determinants of Quality Experiences in an Emerging Wine Region. In *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing* (pp. 80–91). Sydney: Cabi
- Hall, C.M., Sharples, E., Cambourne, B. & Macionis, N. (2000). *Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Elsevier Science.
- Hall, C. M. (2012). Tourism in New Zealand. *World Leisure & Recreation*, 32(1), 12–16.
- Higgins, L. M., McGarry Wolf, M., & Wolf, M. J. (2014). Technological change in the wine market? the role of QR codes and wine apps in consumer wine purchases. *Wine Economics and Policy*, 3(1), 19–27.
- Infovini (2009). O portal do vinho português. Retrieved from [www.infovini.pt](http://www.infovini.pt)
- Instituto da Vinha e do Vinho (2017). *Manual de Rotulagem - Produtos vitivinícolas sem Denominação de Origem ou Indicação Geográfica*. Lisboa.
- Isidoro, A. M., Simões, M. M., Saldanha, S. D., & Caetano, J. (2014). *Manual de*

- Organização e Gestão de Eventos* (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Kotler, P., & Andreasen, A. (1998). *Strategic Marketing for NonProfit Organizations* (5ª ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Lambin, J.-J. (2000). *Marketing Estratégico* (4ª ed.). Lisboa: Editora McGraw-Hill.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. (2004). *Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing* (10ª ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Lockshin, L. (2003). *Consumer purchasing behaviour for wine : what we know and where we are going*. Bordeaux ecole de management: Libraries Australia .
- Marques, V. (2018). *Marketing Digital 360* (2ª ed.). Lisboa: Actual Editora.
- Mateus, P. (2006). *Gastronomia e Vinhos* (pp. 1–60). Lisboa: Turismo de Portugal.
- Matias, M. (2010). *Organização de Eventos Procedimentos e Técnicas* (5ª ed.). Rio de Janeiro: E. Manole.
- McDonald, M. (2004). *Planos de Marketing: como criar e implementar planos eficazes* (4ª ed). Brasil: Elsevier Editora.
- Ministério da Agricultura e do Mar. (2014). Diário da República Eletrónico. Retrieved from Diário da República n.º 228/2014, Série I de 2014-11-25 website: [https://dre.pt/home/-/dre/59009059/details/maximized?p\\_auth=unpOSt78](https://dre.pt/home/-/dre/59009059/details/maximized?p_auth=unpOSt78)
- Pina, S. (2010). Estratégias de Marketing para o Turismo. *Journal of Tourism Studies*, 3, 21–37.
- Proença, C. (2018). The role of ViniPortugal in the internationalization of Portuguese wines. Retrieved from <https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/26235>
- Reidick, O. (2003). *People Buy the Wine Label, Not the Wine*. Germany: Graphics I.
- Resnick, E. (2008). *Wine brands: success strategies for new markets, new consumers and new trends*. (1ª ed.). New York: Palgrave Macmillan.
- Rocchi, B. (2006). Consumers' perception of wine packaging: a case study. *International Journal of Wine Marketing*, 18(1). 33–44).
- Rotulagem CVR do Dão (2012). Retrieved from Diário da República, 1.ª série — N.º 154 — 9 de agosto de 2012. website:

[http://www.cvrdao.pt/images/documentos/Portaria\\_239\\_2012](http://www.cvrdao.pt/images/documentos/Portaria_239_2012)

Ruta del Vino de Lleida– Costers del Segre. (s.d.). Retrieved from <https://www.rutadelvidelleida.cat/es/>

Simões, O. (2008). Turismo gastronómico y enoturismo Gastronomic and wine tourism. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Retrieved from [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org)

Torre, G. M. V., & Pérez, L. M. (2014). Comparaison du profil d'oenotouristes et de touristes visitant les champs d'oliviers en Espagne. Une étude de cas. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11(74), 167–188.

Van Ittersum, K., Candel, M. J. J. M., & Meulenberg, M. T. G. (2003). The influence of the image of a product's region of origin on product evaluation. *Journal of Business Research*, 56(3), 215–226.

Viot, C., & Passebois-Ducros, J. (2010). Wine brands or branded wines? The specificity of the French market in terms of the brand. *International Journal of Wine Business Research*, 22(4), 406–422.

Vlahović, B., Potrebić, V., & Jeločnik, M. (2012). Preferences of wine consumers on serbian market. *Economics of Agriculture*, 21(59), 37–49.

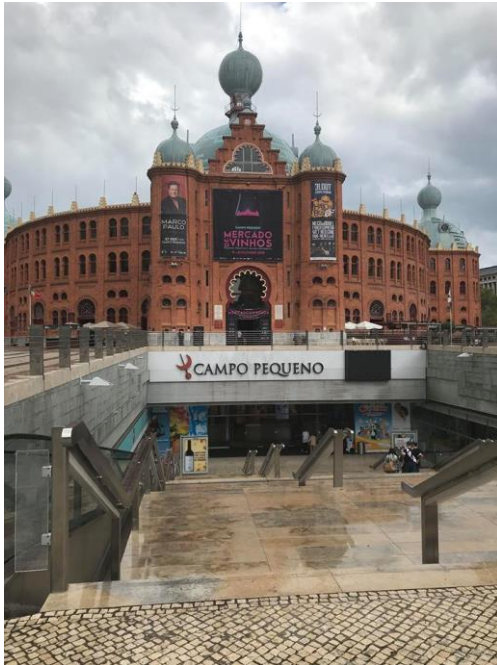
Vrontis, D., Thrassou, A., & Czinkota, M. R. (2011). Wine marketing: A framework for consumer-centred planning. *Journal of Brand Management*, 18(4–5), 245–263.

Wagner, P., Olsen, J., & Thach, L. (2007). *Wine Marketing & Sales: Success Strategies for a Saturated Market*. San Francisco: Wine Appreciation Guild.

## ANEXOS

## 8. Anexos

### Anexo I – Mercado de Vinhos/ Campo Pequeno



**CAMPO PEQUENO**

# MERCADO DE VINHOS

PEQUENOS PRODUTORES. GRANDES DESCOBERTAS

**19 A 21 OUTUBRO 2018**

**1** Quinta dos Serenários

**2** Quinta do Barroco de Vale

**3** Casa Terra Nova - Al Rio

**4** Quinta Matos | Herdade dos Pinheiros

**5** Quinta do Vale

**6** Quinta do Vale

**7** Quinta do Vale

**8** Quinta do Vale

**9** Quinta do Vale

**10** Quinta do Vale

**11** Quinta do Vale

**12** Quinta do Vale

**13** Quinta do Vale

**14** Quinta do Vale

**15** Quinta do Vale

**16** Quinta do Vale

**17** Quinta do Vale

**18** Quinta do Vale

**19** Quinta do Vale

**20** Quinta do Vale

**21** Quinta do Vale

**22** Quinta do Vale

**23** Quinta do Vale

**24** Quinta do Vale

**25** Quinta do Vale

**26** Quinta do Vale

**27** Quinta do Vale

**28** Quinta do Vale

**29** Quinta do Vale

**30** Quinta do Vale

**31** Quinta do Vale

**32** Quinta do Vale

**33** Quinta do Vale

**34** Quinta do Vale

**35** Quinta do Vale

**36** Quinta do Vale

**37** Quinta do Vale

**38** Quinta do Vale

**39** Quinta do Vale

**40** Quinta do Vale

**41** Quinta do Vale

**42** Quinta do Vale

**43** Quinta do Vale

**44** Quinta do Vale

**45** Quinta do Vale

**46** Quinta do Vale

**47** Quinta do Vale

**48** Quinta do Vale

**49** Quinta do Vale

**50** Quinta do Vale

**51** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**52** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**53** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**54** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**55** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**56** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**57** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**58** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**59** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**60** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**61** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**62** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**63** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**64** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**65** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**66** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**67** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**68** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**69** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**70** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**71** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**72** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**73** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**74** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**75** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**76** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**77** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**78** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**79** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**80** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**81** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**82** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**83** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**84** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**85** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**86** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**87** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**88** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**89** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**90** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**91** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**92** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**93** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**94** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**95** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**96** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**97** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**98** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**99** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**100** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**101** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**102** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**103** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**104** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**105** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**106** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**107** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**108** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**109** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**110** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**111** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**112** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**113** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**114** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**115** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**116** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**117** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**118** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**119** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**120** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**121** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**122** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**123** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**124** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**125** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**126** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**127** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**128** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**129** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**130** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**131** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**132** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**133** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**134** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**135** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**136** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**137** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**138** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**139** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**140** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**141** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**142** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**143** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**144** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**145** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**146** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**147** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**148** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**149** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

**150** Quinta da Lubiana | Quinta da Moura

PROTECTOR OFICIAL:

PARCEROS:

REGIÃO COMEIXADA:

APÓSP:

ORGANIZAÇÃO:

## *Anexo II – Evento Grandes Escolhas*



## *Anexo III – Passatempo Rota dos Vinhos do Dão*

**1º Dia – 3 Nov - 75**

- ✓ 1 Voucher Rota
- ✓ 1 Voucher Boas Quintas
- ✓ 2 Aventais Cintura
- ✓ 12 Dropstops
- ✓ 15 Aventais
- ✓ 10 Fitas
- ✓ 7 Termómetros
- ✓ 4 Blocos
- ✓ 7 Mangas
- ✓ 8 Saca Rolhas
- ✓ 8 Canetas



Total: 75 brindes

**2º Dia – 4 Nov - 75**

- ✓ 1 Voucher Rota
- ✓ 1 Voucher Caminhos Cruzados
- ✓ 2 Aventais Cintura
- ✓ 12 Dropstops
- ✓ 15 Aventais
- ✓ 10 Fitas
- ✓ 7 Termómetro
- ✓ 4 Blocos
- ✓ 7 Mangas
- ✓ 8 Saca Rolhas
- ✓ 8 Canetas

Total: 25 Brindes

**3º Dia – 5 Nov – 25**

- ✓ 1 Voucher Rota
- ✓ 2 Aventais Cintura
- ✓ 8 Dropstops
- ✓ 3 Termómetro
- ✓ 4 Blocos
- ✓ 2 Saca Rolhas

Total: 25 Brindes

**4º Dia – 6 Nov – 25**

- ✓ 1 Voucher Rota



- ✓ 2 Aventais Cintura
- ✓ 8 Dropsops
- ✓ 5 Aventais
- ✓ 3 Termómetro
- ✓ 4 blocos
- ✓ 2 Saca Rolhas

Total: 25 brindes

#### ***Anexo IV – Checklist do Material para o Dão Capital***



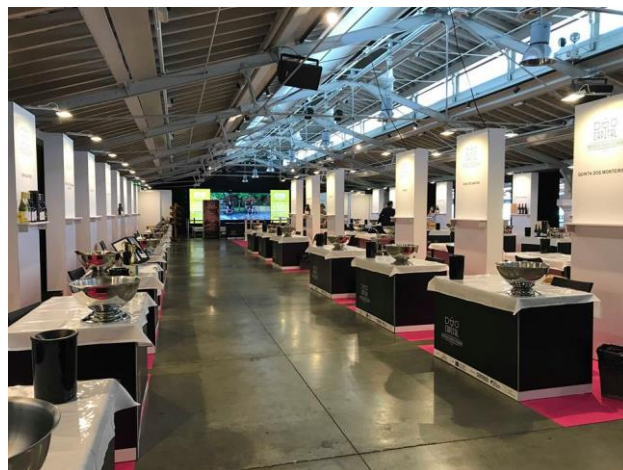
#### **Lista de Materiais “Dão Capital 2018”**

**Dias 23 e 24 de Novembro de 2018**

- Dossier Expositor Dão Capital + toda a informação (planta)
- Comprovativo pagamento hotel ibis
- Bandeiras
- Vinho da Quinta Ponte Pedrinha
- Vinhos Viniportugal
- 20 pacotes de Guardanapos
- 3 Saca rolhas
- 10 dropstops para as provas
- 50 Porta copos
- 6 Dão Primores
- 6 Sacos

- 6 Livros Amadeu Araújo
- 70 Pacotes de bolachas de água e sal
- 100 Taças para as bolachas
- 8 Paletes de água
- 1 Pacote de Panos de Limpeza
- 100 unid de Revistas e Mapas
- Caixa de Madeira da Rota dos Vinhos
- Pen com videos
- 3 unid de Extensões Eléctricas
- Material de Escritório:
  - Agrafador com agrafos
  - X-ato
  - Tesoura
  - Furador
  - Fita-cola
  - Velcro
  - Carrinho cargas
- Pc Portátil + Pen Wireless

### *Anexo V – Imagens do Evento*



## ***Anexo VI – Programa das 8.<sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo***

DIA I - 12 DE DEZEMBRO DE 2018

### **CASA DA ÍNSUA - PENALVA DO CASTELO**

**19h00** – Receção e acolhimento dos participantes

**19h30** – Sessão de Abertura (Presidente da CCDRC, Presidente ERTCP, Diretor da EHTC/Turismo de Portugal, Presidente CM Penalva do Castelo e Presidente CVR Dão)

**20h00** – Jantar vínico na Casa da Ínsua, Penalva do Castelo

- **Orador:** Beatriz Machado

DIA II - 13 DE DEZEMBRO 2018

### **SOLAR DO VINHO DO DÃO - VISEU**

**09h30** – Receção e acreditação dos participantes

**10h00** - Sessão de Abertura | Elisabete Mendes – Diretora do Turismo de Portugal

**10h15** – Iº Painel – Inovação

- **Moderador:** Nuno Santiago - Revista Grandes Escolhas

- **Oradores:** Nuno Fazenda (Diretor Turismo de Portugal); Elisabeth Kastenholz

(Coordenadora da Área Científica de Turismo na Universidade de Aveiro); Ryan Opaz (CEO da Catavino); Antonio Fontes (Diretor da Essentia)

- **Winebreak:** Vinhos e iguarias das cinco regiões vitivinícolas

**11h30** – IIº Painel – Pessoas

- **Moderador:** Rui Falcão – Jornalista especializado e crítico de vinhos

- **Oradores:** Ana Paula Pais (Diretora Coordenadora da Direcção de Formação do Turismo de Portugal); José Matias (Diretor de Produção da Casa da Ínsua); João Carvalho (Douro Family Estates)

- **Debate**

**13h00** – Almoço no Solar do Vinho do Dão

**15h30** – Visita à empresa Caminhos Cruzados

**17h00** – Visita à empresa Paço dos Cunhas de Santar

**19h00** – Jantar vínico no Paço dos Cunhas de Santar, Nelas

DIA III - 14 DE DEZEMBRO 2018

### **CENTRO CULTURAL DE VILA NOVA DE TAZEM - GOUVEIA**

**09h30** – Acolhimento dos participantes

**10h00** – IIIº Painel – Sucesso

- **Moderador:** Cristina Barroco - (Diretora da Licenciatura em Turismo, Instituto Politécnico de Viseu)

- **Oradores:** Tânia Cardoso - (Quinta do Seixo); Miguel Ribeiro - (Hotel Monverde); Luísa Amorim (Quinta Nova N. S. Carmo)

**12h00** - Sessão de Encerramento - Arlindo Cunha (Presidente da Comissão Vitivinícola Regional do Dão)

**12h30** – Almoço com Show Cooking (Escola de Hotelaria e Turismo de Coimbra) – Seacampo – Vila Nova de Tazem | Gouveia

**15h00** – Visita à empresa Casa da Passarella

**16h00** – Visita à empresa Hotel Rural Madre de Água

**Anexo VII – Fotos das 8<sup>as</sup> Jornadas de Enoturismo**



**Anexo VIII – Fotos do Evento Essência do Vinho**



***Anexo IX – Dão Primores / Organização do Espaço***



***Anexo X – Sala de Provas/ Comitiva de Produtores Russos***



## ***Anexo XI – Programa/ Trade EUA e Brasil***

### **PROGRAMA**



#### **DOMINGO, 11 NOVEMBRO**

Chegada ao Porto. Ida para Viseu  
Estadia no Montebelo Viseu Congress Hotel (Urbanização  
Quinta do Bosque; Tel: +351 232 420 000)  
Tempo livre



#### **SEGUNDA-FEIRA, 12 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
10:30 Casa da Passarella  
13:00 Almoço Hotel Madre d'Água  
14:30 Madre d'Água  
16:30 UDACA  
Hotel  
19:30 Jantar Restaurante Muralhas da Sé



#### **TERÇA-FEIRA, 13 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
09:30 Soito Wines  
12:00 Lusovini/Pedra Cancela com almoço  
15:30 Visita guiada ao Centro histórico de Viseu  
17:40 Prova coletiva no Solar do Vinho do Dão  
19:45 Jantar no Solar do Vinho do Dão

#### **QUARTA-FEIRA, 14 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
09:30 Adega Mangualde  
11:45 Adega de Penalva do Castelo  
13:15 Almoço na Casa da Ínsua  
16:00 Quinta dos Roques  
Hotel  
20:00 Jantar Restaurante Santa Luzia



#### **QUINTA-FEIRA, 15 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
09:30 Julia Kemper Wines  
11:20 Visita com Almoço nos Caminhos Cruzados  
15:20 CM Wines  
18:00 Prova coletiva no Solar do Vinho do Dão  
19:30 Jantar no Solar do Vinho do Dão



#### **SEXTA-FEIRA, 16 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
10:00 Soc. Agrícola Boas Quintas  
12:15 Almoço no Montebelo Aguieira Lake Resort &  
Spa  
14:30 Ladeira da Santa



17:50 Regresso ao Porto

Estadia no **Hotel da Música**  
(Mercado do Bom Sucesso, Largo Ferreira Lapa, 21 a 183;  
Telefone: +351 226 076 000)



**Jantar livre**

A ida para o aeroporto, no dia seguinte, deve ser feita de táxi de acordo com os horários que sejam mais convenientes a cada pessoa.

***Anexo XII – Fotos da Comitiva nas Visitas***



***Anexo XIII – Prova de Vinhos/ Trade EUA e Brasil com os produtores***





## **Anexo XIV – Programação da Comitiva de Jornalistas**

### **PROGRAMA**



#### **DOMINGO, 25 NOVEMBRO**

Chegada ao Porto. Ida para Viseu.  
Estadia no Montebelo Viseu Congress Hotel (Urbanização Quinta do Bosque; Tel: +351 232 420 000)  
Tempo livre



#### **SEGUNDA-FEIRA, 26 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
09:30 Julia Kemper Wines  
11:20 Visita com almoço Caminhos Cruzados  
15:20 Quinta da Falorca  
Hotel  
19:45 Jantar no Cacimbo Restaurante Cervejaria

#### **TERÇA-FEIRA, 27 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
09:35 Quinta dos Carvalhais  
12:00 Casa da Ínsua  
13:00 Almoço na Casa da Ínsua  
15:00 Quinta dos Roques  
17:00 Visita Guiada ao Centro Histórico de Viseu  
Hotel  
19:30 Visita e Jantar na Lusovini



#### **QUARTA-FEIRA, 28 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
10:30 Casa da Passarela  
11:40 Seacampo  
12:45 Lunch at Seacampo  
15:00 Quinta São Simão da Aguieira  
Hotel  
19:45 Jantar no Restaurante Santa Luzia



#### **QUINTA-FEIRA, 29 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
09:10 UDACA  
11:00 Paço dos Cunhas de Santar  
12:30 Almoço no Paço dos Cunhas de Santar  
14:40 Quinta da Fata  
Hotel  
19:30 Jantar no Solar do Vinho do Dão



#### **SEXTA-FEIRA, 30 NOVEMBRO**

09:00 Saída do Hotel  
10:00 Soc. Agrícola Boas Quintas  
12:15 Almoço no Montebelo Aguieira Lake Resort&Spa  
14:25 Magnum Vinhos



17:30 Regresso ao Porto

Estadia no **Hotel da Música**  
(Mercado do Bom Sucesso, Largo Ferreira Lapa, 21 a 183;  
Telefone: +351 226 076 000)



**Jantar livre**

A ida para o aeroporto, no sábado dia 1/dezembro, deve ser feita de táxi de acordo com os horários que sejam mais convenientes a cada pessoa.

*Anexo XV – Fotos da Visita da Comitiva*



***Anexo XVI – Fotos da Comitiva de Master of Wine Internacionais***



***Anexo XVII – Fotos da Organização do Espaço***



***Anexo XVIII – Fotos da Comitiva de Retalho dos EUA***



*Anexo XIX – Alunos de Masterclass*



*Anexo XX – Organização das Mesas*



**Anexo XXI – Base de Dados / Datas Eventos****Eventos Nacionais 2019**

Mês	Previsão de Data	Eventos	Datas do Evento	Localidade
Fevereiro		Vinhos no Pátio	8 a 9 de Fevereiro	Lisboa - Terreiro do Paço
Fevereiro		Sisab	25 a 27 Fevereiro	Lisboa
Fevereiro		Essência do Vinho	21 a 24 Fevereiro	Porto
Fevereiro		Simplemente vinho	22 e 23 Fevereiro	Porto
Março		Prowein	17 a 19 Março	Alemanha
Maio		Adegga W Market Porto	( a definir)	Porto
Maio		Tons da Primavera	10 a 12 de Maio	Viseu
Maio		Vinhos de Altitude	( a definir)	VN Tazém
Maio		Dão Primores	20 de Maio	Viseu
Maio		Rally Dão Nelas	25 e 26 Maio	Nelas
Julho		Feira Alvarinho Monção	5 a 7 de Julho	Monção
Junho		Dão Invicto	28 e 29 Junho	Porto
Junho		Adegga W Market Summer	( a definir)	Lisboa
		Jantar Medalhados Porto	( a definir)	Porto
Julho		Gala "Os Melhores do Dão"	12 de Julho	Viseu
Agosto		Feira de São Mateus	8 Agosto a 15 Setembro	Viseu
Setembro		Festa das Vindimas	20 a 22 de Setembro	Viseu
Setembro		Feira Vinho do Dão - Nelas	30 Agosto a 2 Setembro	Viseu
Outubro		Vinhos do Alentejo Lisboa	( a definir)	
Outubro		Mercado de Vinhos do Campo Pequeno	( a definir)	Lisboa
Outubro		Grandes Escolhas	25 a 28 Outubro	Lisboa
Outubro		Jantar Medalhados Lisboa	( a definir)	Lisboa
Novembro		Dão Capital	22 e 23 Novembro	Lisboa
Novembro		IX Jornadas Enoturismo	( a definir)	Beira Interior
Novembro		Encontro com o Vinho e Sabores	9 a 11 Novembro	Lisboa
Novembro		Jantar Medalhados Lisboa	( a definir)	Lisboa
Dezembro		Vinhos de Inverno	6 a 8 de Dezembro	Viseu
Dezembro		Adegga W Market	( a definir)	Lisboa

**Eventos Dão 2019**

Mês	Evento	Data do Evento	Localidade
Fevereiro	Comitiva de Sommeliers Japão	19 de Fevereiro	Solar do Vinho do Dão
Fevereiro	Essência do Vinho	21 a 24 de Fevereiro	Palácio da Bolsa, Porto
Março	Prowein	17 a 19 Março	Alemanha
Março	Comitiva de Sommeliers EUA	24 a 30 de Março	Solar do Vinho do Dão
Abril	Comitiva de Restaurantes de Ontário	14 a 20 de Abril	Solar do Vinho do Dão
Maio	Tons da Primavera - CMViseu	10 a 12 de Maio	Viseu
Maio	Dão Primores	20 de Maio	Viseu
Maio	Rally Dão Nelas	25 e 26 Maio	Viseu
Junho	Vinhos de Portugal no Rio de Janeiro	31 de Maio a 2 de Junho	Rio de Janeiro, Brasil
Junho	Vinhos de Portugal em São Paulo	7 a 9 de Junho	São Paulo, Brasil
Junho	Visita inversa F&B OMNI	23 a 29 de Junho (TBC)	Solar do Vinho do Dão
Junho	Dão Invicto	28 e 29 Junho	Porto
Julho	Concurso "Os Melhores Vinhos do Dão Engarrafados"	( a definir)	Viseu
	Jantar Medalhados Porto	( a definir)	Porto
Julho	Gala "Os Melhores do Dão"	12 de Julho	Viseu
Setembro	Feira Vinho do Dão - Nelas	30 Agosto a 2 Setembro	Viseu
Setembro	Festa das Vindimas - CMViseu	20 a 22 de Setembro	Viseu
Setembro	6ª Meia Maratona do Dão	22 de Setembro (a definir)	Viseu
Novembro	Comitiva de Compradores de Liquor Boards	27 de Outubro a 2 de Novembro	Solar do Vinho do Dão
Outubro	Mercado de Vinhos do Campo Pequeno	( a definir)	Lisboa
Outubro	Grandes Escolhas	25 a 28 Outubro	Lisboa
Outubro	Jantar Medalhados Lisboa	( a definir)	Lisboa
Novembro	Dão Capital	22 e 23 Novembro	Lisboa
Novembro	Encontro com o Vinho e Sabores	9 a 11 Novembro	Lisboa
Novembro	Jantar Medalhados Lisboa	( a definir)	Lisboa
Dezembro	Vinhos de Inverno	6 a 8 de Dezembro	Solar do Vinho do Dão

## *Anexo XXII – Documento / Revista de Vinhos*

Revista de Vinhos Internacionais:

- Wine Spectator



Subscrição anual (print): \$49.95

- Wine Enthusiast Magazine



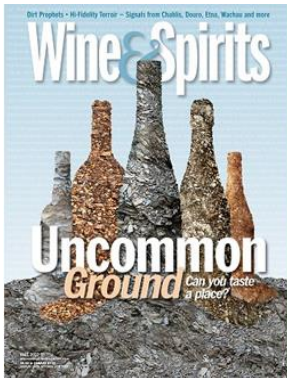
Subscrição anual (print): \$85.95

- Decanter



Subscrição anual (print): € 115.49/ €213.49 (2 anos)

- Wine & Spirits



Subscrição anual (print): \$30

Print + Digital: \$29.95 (8 issues)- 1 ano/ \$51.95 (16 issues)-2 anos

- Revista Wine



Preço: \$17,65 (cada revista)

- Wines & Vines



Subscrição anual (print): \$85

- Winetaste



Subscrição anual (print): \$69

Digital (anual): \$50

Print + Digital: \$90



## Anexo XXIII – Documento / Vinhos Medalhados do Dão

### ➤ Challenge International du Vin



**MEDAILLE D'OR**

QUINTA DE TRALCUME 2001

**Appellation :** DOC/DOP. DAO  
**Country :** PORTUGAL  
**Color :** RED  
**Price :** 5-12 euros

 Award certificate.  
 Ordering Medal Stickers.

AMORA BRAVA.UNIPessoal LDA  
3500-72 VISEU  
Tél : 927710467 - Fax : 927710467  
Email : [ceo.amorabrava@gmail.com](mailto:ceo.amorabrava@gmail.com)



**MEDAILLE D'OR**

TAZEM - GRANDE ESCOLHA 2012

**Appellation :** DOC/DOP. DAO  
**Country :** PORTUGAL  
**Color :** RED  
**Price :** 5-12 euros

 Award certificate.  
 Ordering Medal Stickers.

ADEGA COOP.VILA NOVA DE TAZEM  
6290-63 VILA NOVA DE TAZEM  
Tél : 238486182 - Fax : 238486267  
Email : [pedropvtazem@mail.telepac.pt](mailto:pedropvtazem@mail.telepac.pt)



**MEDAILLE D'ARGENT**

MORGADO DE SILGUEIROS 2014

**Appellation :** DOC/DOP. DAO  
**Country :** PORTUGAL  
**Color :** RED  
**Price :** 5-12 euros

 Award certificate.  
 Ordering Medal Stickers.

ADEGA COOPERATIVA DE SILGUEIROS  
3500538 VISEU  
Tél : 232951154 - Fax : 232952157  
Email : [qualidade@adegasilgueiros.pt](mailto:qualidade@adegasilgueiros.pt)  
Web : <http://www.adegasilgueiros.pt/>



**MEDAILLE D'ARGENT**

QUINTA DA PONTE PEDRINHA 2014

**Appellation :** DOC/DOP. DAO  
**Country :** PORTUGAL  
**Color :** RED  
**Price :** 5-12 euros

 Award certificate.  
 Ordering Medal Stickers.

MARIA DE LURDES MENDES OLIVA NUNES  
6290-09 GOUVEIA  
Tél : 238485000 - Fax : 238485009  
Email : [quintadapontepedrinha@gmail.com](mailto:quintadapontepedrinha@gmail.com)  
Web : [www.quintadapontepedrinha.com](http://www.quintadapontepedrinha.com)



**MEDAILLE D'ARGENT**

CASA DA PASSARELLA O OENOLOGO VINHAS VELHAS 2014

**Appellation :** DOC/DOP. DAO  
**Country :** PORTUGAL  
**Color :** RED  
**Price :** 5-12 euros

 Award certificate.  
 Ordering Medal Stickers.

O ABRIGO DA PASSARELLA,LDA.  
6290 LAGARINHOS  
Tél : 238 486 312 - Fax : 238.486.218  
Email : [info@casadapassarella.pt](mailto:info@casadapassarella.pt)  
Web : [www.casadapassarella.pt](http://www.casadapassarella.pt)



**MEDAILLE D'ARGENT**

MORGADO DE SILGUEIROS ENCRUZADO 2017

**Appellation :** DOC/DOP. DAO  
**Country :** PORTUGAL  
**Color :** WHITE  
**Price :** NC euros

 Award certificate.  
 Ordering Medal Stickers.

ADEGA COOPERATIVA DE SILGUEIROS  
3500538 VISEU  
Tél : 232951154 - Fax : 232952157  
Email : [qualidade@adegasilgueiros.pt](mailto:qualidade@adegasilgueiros.pt)  
Web : <http://www.adegasilgueiros.pt/>

### ➤ Concours Mondial de Bruxelles



**Grand Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**


**Fonte do Ouro Red 2016**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Touriga nacional (40 %)  
Alfrocheiro (30 %)  
Jaen (30 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 13  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** No  
**Mode of commercialisation:** Other  
Supermarkets

**Producer** Sociedade Agrícola Boas Quintas LDA (Producer)  
[+351 935 73 98 98](tel:+351935739898)  
<http://www.boasquintas.com>



**Silver Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**

**Evidência 2016**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Tinta Roriz (40 %)  
Touriga nacional (30 %)  
Alfrocheiro (30 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 13  
**Oaked Wine:** No  
**Organic:** No  
**Mode of commercialisation:**

**Producer** Goanvi Bottling, Lda (Producer)  
[+351 262 50 32 60](tel:+351262503260)  
<http://www.goanvi.wine>

 **Grand Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**

**Giesta Red 2016**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Tinta Roriz (45 %)  
 Touriga nacional (32 %)  
 Jaen (23 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 13  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** No  
**Mode of commercialisation:** Other

Sociedade Agrícola Boas Quintas LDA (Producer)  
**Producer** +351 935 73 98 98  
<http://www.boasquintas.com>

 **Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**

**Picos do Couto Grande Escolha 2012**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Touriga nacional (60 %)  
 Jaen (30 %)  
 Tinta Roriz (10 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 15  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** Undefined  
 Cellar door  
 Distributor channels  
**Mode of commercialisation:** Internet  
 Other

Sociedade Agrícola do Castro de Pena Alba, SA (Producer)  
**Producer** +351 232 64 24 28  
<http://www.tavfervinhos.com>

 **Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**

**Lagar de Darei Reserva 2012**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Tinta Roriz  
 Touriga nacional  
 Alfrocheiro  
 Jaen

**Alcohol by volume (%vol):** 13  
**Oaked Wine:** No  
**Organic:** No  
**Mode of commercialisation:** Distributor channels

Vinhos de Darei Lda (Producer)  
**Producer** +351 910 32 61 94  
<http://www.casadedarei.pt>

 **Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**

**Proeza Red 2016**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Touriga nacional (35 %)  
 Alfrocheiro (35 %)  
 Tinta Roriz (30 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 13  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** No  
**Mode of commercialisation:** Other

Sociedade Agrícola Boas Quintas LDA (Producer)  
**Producer** +351 935 73 98 98  
<http://www.boasquintas.com>

 **Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**


**Quinta da Alameda Reserva Especial 2014**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** -Other- (100 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 14  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** No  
 Cellar door  
**Mode of commercialisation:** Distributor channels  
 Other

Magnum Carlos Lucas Vinhos (Producer)  
**Producer** +351 963 178 123  
<http://www.winemagnum.com>

 **Silver Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**

**Quinta da Ponte Pedrinha Reserva 2014**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Touriga nacional (30 %)  
 Tinta Roriz (30 %)  
 Alfrocheiro (20 %)  
 -Other- (20 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 14  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** No  
 Cellar door  
**Mode of commercialisation:** Distributor channels  
 Supermarkets

Maria de Lourdes Mendes Oliva Nunes A. Osório (Producer)  
**Producer** +351 238 48 50 00  
<http://www.quintadapontepedrinha.com>

 **Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**


**Quinta do Serrado Touriga Nacional 2012**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Touriga nacional (100 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 14.8  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** Undefined  
 Cellar door  
**Mode of commercialisation:** Distributor channels  
 Internet  
 Other

**Producer:** Sociedade Agrícola do Castro de Pena Alba, SA  
 (+351 232 64 24 28)  
<http://www.tavfervinhos.com>

 **Gold Medal Concours Mondial de Bruxelles 2018**

**Ribeiro Santo Grande Escolha 2012**

**Type:** Wine-Still-Red  
**Country:** Portugal  
**Wine Region:** Dão e Lafões  
**Appellation:** Dão

**Varietals:** Touriga nacional (30 %)  
 Alfrocheiro (30 %)  
 Tinta Roriz (20 %)  
 Tinto Cão (20 %)

**Alcohol by volume (%vol):** 14  
**Oaked Wine:** Yes  
**Organic:** No  
 Cellar door  
**Mode of commercialisation:** Distributor channels  
 Other

**Producer:** Magnum Carlos Lucas Vinhos (Producer)  
 (+351 963 178 123)  
<http://www.winemagnum.com>

➤ China Wine & Spirits Awards 2018



## ➤ Decanter World Wine Awards

**António Lopes Ribeiro, Casa de Mouraz, Dão, Portugal, 2014**

<b>Producer:</b>	António Lopes Ribeiro
<b>Wine name:</b>	Casa de Mouraz
<b>Vintage:</b>	2014
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	88
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	Yes
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	Yes
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	20% Touriga Nacional, 20% Tinta Roriz, 20% Jaen
<b>Tasting notes:</b>	Sweet oak and violet aromas, vibrant fruit, refreshing acidity, and grainy tannins. Good food match.

**António Lopes Ribeiro, Casa de Mouraz Encruzado, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	António Lopes Ribeiro
<b>Wine name:</b>	Casa de Mouraz Encruzado
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Silver
<b>Score:</b>	91
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	Yes
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	Yes
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Bright citrus, pear and floral aromas and lees characters. Rich palate with lactic, banana-yoghurt characters. Shining lemony finish.

**Borges, Reserva, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Borges
<b>Wine name:</b>	Reserva
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	88
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	65% Encruzado, 20% Bical, 15% Malvasia
<b>Tasting notes:</b>	Discreet citrus aromas. Creamy and fleshy in texture with orchard fruit flavours and a firm finish.

**Caminhos Cruzados, Titular Encruzado, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Caminhos Cruzados
<b>Wine name:</b>	Titular Encruzado
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Silver
<b>Score:</b>	90
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Tropical fruit and lemon nose with attractive lifted herbal scent. Fine, creamy palate with refreshing acidity and complementary bitter hints.

**Caminhos Cruzados, Titular Reserva, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Caminhos Cruzados
<b>Wine name:</b>	Titular Reserva
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	87
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.9%
<b>Grape composition:</b>	33.3% Touriga Nacional, 33.3% Alfrocheiro, 33.3% Tinta Roriz
<b>Tasting notes:</b>	Dense and compact where gamey and red fruit flavours combine with oak notes and grainy tannins.

**Carlos Lucas, Ribeiro Santo Encruzado, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Carlos Lucas
<b>Wine name:</b>	Ribeiro Santo Encruzado
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	89
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Fine bouquet of sweet spice and white flowers alongside tropical notes. Oaky frame but finishes fresh.

**Carlos Lucas, Ribeiro Santo Vinha da Neve, Dão, Portugal, 2013**

<b>Producer:</b>	Carlos Lucas
<b>Wine name:</b>	Ribeiro Santo Vinha da Neve
<b>Vintage:</b>	2013
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	89
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.0%
<b>Grape composition:</b>	40% Touriga Nacional, 30% Alfrocheiro, 30% Tinta Cao
<b>Tasting notes:</b>	Polished with crisp red fruit on the nose, bold and expressive palate, and fine tannins.

**Casa Américo, Encruzado, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Casa Américo
<b>Wine name:</b>	Encruzado
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	85
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Soft and restrained with a light and textural finish.

**Casa Américo, Reserva Touriga Nacional, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2013**

<b>Producer:</b>	Casa Américo
<b>Wine name:</b>	Reserva Touriga Nacional
<b>Vintage:</b>	2013
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	88
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	100% Touriga Nacional
<b>Tasting notes:</b>	Restrained nose with fruit and leaf notes. Succulent palate with a fresh and elegant finish.

**Casa da Passarella, Abanico Reserva, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2014**

<b>Producer:</b>	Casa da Passarella
<b>Wine name:</b>	Abanico Reserva
<b>Vintage:</b>	2014
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	86
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.0%
<b>Grape composition:</b>	60% Touriga Nacional, 20% Alfrocheiro, 20% Mencia
<b>Tasting notes:</b>	Bright red fruit and dusty oak aromas; fresh palate and a lean finish.

**Casa da Passarella, O Oenólogo Encruzado, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Casa da Passarella
<b>Wine name:</b>	O Oenólogo Encruzado
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	88
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Appealing light, lean frame, delicate citrus and floral flavours, fresh dry finish with a bitter touch.

**Casa da Passarella, O Oenólogo Vinhas Velhas, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2014**

<b>Producer:</b>	Casa da Passarella
<b>Wine name:</b>	O Oenólogo Vinhas Velhas
<b>Vintage:</b>	2014
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	87
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.0%
<b>Grape composition:</b>	50% Baga, 50% Touriga Nacional
<b>Tasting notes:</b>	Brooding red fruit and oak nose suggests evolution, confirmed by a brightly red fruited palate.

**Dom Daganel, Grande Reserva, Silgueiros, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Dom Daganel
<b>Wine name:</b>	Grande Reserva
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	Silgueiros
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	85
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	70% Touriga Nacional, 30% Alfrocheiro
<b>Tasting notes:</b>	Full-bodied and concentrated and should benefit from ageing.

**Gota, Bergamota, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Gota
<b>Wine name:</b>	Bergamota
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Gold
<b>Score:</b>	95
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	80% Touriga Nacional, 5% Tinta Roriz, 5% Jaen
<b>Tasting notes:</b>	Ripe cherry, sweet vanilla, damson and floral aromas. Fresh and bright on the palate with fine-grained tannins, brisk acidity and lots of red fruit flavours. Just starting to come together with lots more to come. A very pretty, extroverted example.

**Casa da Passarella, A Descoberta, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2017**

<b>Producer:</b>	Casa da Passarella
<b>Wine name:</b>	A Descoberta
<b>Vintage:</b>	2017
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	87
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	33% Malvasia, 27% Verdelho, 40% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Fresh and lively citrus aromas, and a mouthwatering, linear palate with orchard fruit and blossom characters.

**Gota, Prunus, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Gota
<b>Wine name:</b>	Prunus
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	86
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	80% Jaen, 10% Tinta Roriz, 10% Alfrocheiro
<b>Tasting notes:</b>	Earthy, spicy, floral aromas with sweet red fruit on the palate and soft oak notes.

**Jorge Almeida, Wine Note, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Jorge Almeida
<b>Wine name:</b>	Wine Note
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	85
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.5%
<b>Grape composition:</b>	40% Touriga Nacional, 30% Alfrocheiro, 30% Jaen
<b>Tasting notes:</b>	Dense with fruit concentration and good acidity. Needs time.

**Ladeira da Santa, Grande Reserva, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Ladeira da Santa
<b>Wine name:</b>	Grande Reserva
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	85
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	80% Touriga Nacional, 20% Alfrocheiro
<b>Tasting notes:</b>	Lively red fruit characters and tense tannins. Needs time.

**Madre de Água, Terras, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Madre de Água
<b>Wine name:</b>	Terras
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	85
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	Yes
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	12.5%
<b>Grape composition:</b>	40% Encruzado, 15% Bical, 45% Gouveio
<b>Tasting notes:</b>	Mango aromas and concentrated plum and baked apple flavours.

**Madre de Água, Terras Encruzado, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2017**

<b>Producer:</b>	Madre de Água
<b>Wine name:</b>	Terras Encruzado
<b>Vintage:</b>	2017
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	88
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	Yes
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Tropical aromatic overtones and a palate with a fresh, rich fruit core. Lingering, lemony finish.

**Morgado de Silgueiros, Encruzado, Dão, Portugal, 2017**

<b>Producer:</b>	Morgado de Silgueiros
<b>Wine name:</b>	Encruzado
<b>Vintage:</b>	2017
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Silver
<b>Score:</b>	91
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.0%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Lime zest, lemon curd and floral nose. The palate is nicely textured, with an interesting dry structural core, brisk acidity and notes of ripe yellow fruit all the way through to the finish.

**Opta, Reserva, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Opta
<b>Wine name:</b>	Reserva
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	84
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Other
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	60% Touriga Nacional, 20% Alfrocheiro, 20% Tinta Roriz
<b>Tasting notes:</b>	Dense and compact with rich fruit and firm tannins.

**Opta, Touriga Nacional, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Opta
<b>Wine name:</b>	Touriga Nacional
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	86
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Other
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	100% Touriga Nacional
<b>Tasting notes:</b>	Light mulberry aromatic characters; well-structured palate with firm tannins and a fresh finish.

**Picos do Couto, Grande Escolha, Dão, Portugal, 2012**

<b>Producer:</b>	Picos do Couto
<b>Wine name:</b>	Grande Escolha
<b>Vintage:</b>	2012
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Silver
<b>Score:</b>	91
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	Yes
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.8%
<b>Grape composition:</b>	60% Touriga Nacional, 10% Tinta Roriz, 30% Jaen
<b>Tasting notes:</b>	Rich in both aromatics and mouthfeel. Dark fruit and dark chocolate dominate, and tannins are ripe and supple. Good length.

**F'Oz, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	FOz
<b>Wine name:</b>	
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	85
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	33% Touriga Nacional, 33% Alfrocheiro, 33% Jaen
<b>Tasting notes:</b>	Classic Dao: bright red fruit, dusty tannins, and fresh acidity.

**Pingo Doce, Colheita Seleccionada, Dão, Portugal, 2017**

<b>Producer:</b>	Pingo Doce
<b>Wine name:</b>	Colheita Seleccionada
<b>Vintage:</b>	2017
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Silver
<b>Score:</b>	90
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	12.5%
<b>Grape composition:</b>	20% Malvasia, 20% Bical, 20% Cerceal Branco
<b>Tasting notes:</b>	Fresh, light melon aromas. Dry and crispy

**Quinta da Ponte Pedrinha, Dão, Portugal, 2014**

<b>Producer:</b>	Quinta da Ponte Pedrinha
<b>Wine name:</b>	
<b>Vintage:</b>	2014
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	84
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	30% Touriga Nacional, 30% Alfrocheiro, 20% Tinta Roriz
<b>Tasting notes:</b>	Dry and lean in style with a lovely perfume.

**Opta, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Opta
<b>Wine name:</b>	
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	84
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Other
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	35% Touriga Nacional, 35% Alfrocheiro, 30% Tinta Roriz
<b>Tasting notes:</b>	Floral aromatics and dense fruit on the palate. Needs time.

**Quinta das Maías, Dão, Portugal, 2017****Quinta de Lemos, Dona Paulette, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Quinta de Lemos
<b>Wine name:</b>	Dona Paulette
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Silver
<b>Score:</b>	92
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Big, complex style with oxidative bruised apple and pear aromas. Oak-framed palate dense with tropical fruit compote. Firm finish.
<b>Tasting notes:</b>	Floral scented with a bright, fruit-driven palate.

**Quinta da Ponte Pedrinha, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Quinta da Ponte Pedrinha
<b>Wine name:</b>	
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	84
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	80% Encruzado, 20% Malvasia
<b>Tasting notes:</b>	Peach and white blossom scent; nutty notes on the palate.

**Quinta do Serrado, Touriga Nacional, Dão, Portugal, 2012**

<b>Producer:</b>	Quinta do Serrado
<b>Wine name:</b>	Touriga Nacional
<b>Vintage:</b>	2012
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	85
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	Yes
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.8%
<b>Grape composition:</b>	100% Touriga Nacional
<b>Tasting notes:</b>	Plenty of power here with mulberry liqueur aromas and showy tannins.

**Quinta dos Carvalhais, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Quinta dos Carvalhais
<b>Wine name:</b>	
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	84
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	50% Touriga Nacional, 28% Tinta Roriz, 22% Alfocheiro
<b>Tasting notes:</b>	Floral aromatics, concentrated palate, and grippy tannins.

**Quinta dos Carvalhais, Reserva, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Quinta dos Carvalhais
<b>Wine name:</b>	Reserva
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	87
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.5%
<b>Grape composition:</b>	80% Touriga Nacional, 14% Alfocheiro, 6% Tinta Roriz
<b>Tasting notes:</b>	Tightly wound black fruit and oak aromas. Long and fresh with plummy richness.

**Quinta da Ponte Pedrinha, Reserva, Serra da Estrela, Dão, Portugal, 2014**

<b>Producer:</b>	Quinta da Ponte Pedrinha
<b>Wine name:</b>	Reserva
<b>Vintage:</b>	2014
<b>Sub-region:</b>	Serra da Estrela
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	87
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.0%
<b>Grape composition:</b>	30% Touriga Nacional, 30% Tinta Roriz, 20% Alfocheiro
<b>Tasting notes:</b>	Red fruit, sloe and garrigue aromas. Rich and juicy on the palate with firm tannic finish.

**Quinta dos Carvalhais, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Quinta dos Carvalhais
<b>Wine name:</b>	
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	83
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	70% Encruzado, 30% Verdelho
<b>Tasting notes:</b>	Grass and mint notes on the nose, and a petrol-laced palate.

**Quinta dos Carvalhais, Encruzado, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Quinta dos Carvalhais
<b>Wine name:</b>	Encruzado
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	86
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Layered orchard fruit and citrus aromas. Lean in body but intense and spicy at the finish.

**Quinta dos Carvalhais, Touriga Nacional, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Quinta dos Carvalhais
<b>Wine name:</b>	Touriga Nacional
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	88
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	14.5%
<b>Grape composition:</b>	100% Touriga Nacional
<b>Tasting notes:</b>	Delicate aromas; fresh on the palate with well-managed tannins and a rose petal finish.

**Salicórnia, Reserva, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Salicórnia
<b>Wine name:</b>	Reserva
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	87
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Other
<b>Alcohol level:</b>	13.0%
<b>Grape composition:</b>	60% Touriga Nacional, 20% Alfocheiro, 20% Tinta Roriz
<b>Tasting notes:</b>	Full-bodied and savoury with sour cherry flavours and ripe tannins. Closed on the nose. Needs time.

**Soito, Reserva, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Soito
<b>Wine name:</b>	Reserva
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Commended
<b>Score:</b>	84
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.9%
<b>Grape composition:</b>	80% Touriga Nacional, 10% Alfocheiro, 10% Tinta Roriz
<b>Tasting notes:</b>	Densely fruited in a juicy and fresh style. Soft and elegant.

**Soito, Dão, Portugal, 2015**

<b>Producer:</b>	Soito
<b>Wine name:</b>	
<b>Vintage:</b>	2015
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Bronze
<b>Score:</b>	86
<b>Colour:</b>	Red
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.9%
<b>Grape composition:</b>	60% Touriga Nacional, 15% Tinta Roriz, 15% Alfocheiro
<b>Tasting notes:</b>	Dense and ripe. Spicy, violet aromatics with a red-fruited palate and plummy finish.

**Soito Wines, Reserva Encruzado, Dão, Portugal, 2016**

<b>Producer:</b>	Soito Wines
<b>Wine name:</b>	Reserva Encruzado
<b>Vintage:</b>	2016
<b>Sub-region:</b>	
<b>Region:</b>	Dão
<b>Country:</b>	Portugal
<b>Award:</b>	Silver
<b>Score:</b>	92
<b>Colour:</b>	White
<b>Style:</b>	Still - Dry (below 5 g/L residual sugar)
<b>Organic:</b>	-
<b>Fairtrade:</b>	-
<b>Biodynamic:</b>	-
<b>Bottle size:</b>	75cl
<b>Closure:</b>	Natural Cork
<b>Alcohol level:</b>	13.5%
<b>Grape composition:</b>	100% Encruzado
<b>Tasting notes:</b>	Rich aromas of vanilla-tinged citrus and pear. Creamy and voluptuous palate with an underlying acidity. Shows a lot of confidence.

➤ Internacional Wine Challenge

Quinta Da Ponte Pedrinha Branco, 2017



**MEALS**  **FASTING NOTES**  
*Honeydew, ripe apples and floral aromas. Herbal edge, waxy texture. Balanced and complex.*

**IWC 90 POINTS**

PRODUCED BY: Maria de Lourdes Mendes Oliva Nunes Osório

COUNTRY: Dão, Portugal

GRAPE: Encruzado, Malvasia Fina

ALCOHOL LEVEL: 13.0%


WINE STYLE: Still


WINE COLOUR: White

IWC POINTS: 90

FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

Quinta da Ponte Pedrinha Touriga Nacional, 2015



**MEALS**  **FASTING NOTES**  
*Dry with floral aromatics, violet fruits, good concentration and firm tannic structure. This has lovely black cherry fruit and a slight olive savouriness.*

**IWC 92 POINTS**

PRODUCED BY: Maria de Lourdes Mendes Oliva Nunes Osório

COUNTRY: Dão, Portugal

GRAPE: Touriga Nacional

ALCOHOL LEVEL: 13.5%


WINE STYLE: Still


WINE COLOUR: Red

IWC POINTS: 92

FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

Torre de Ferro Reserva, 2015



**MEALS**  **FASTING NOTES**  
*Nice dark fruits, but over generous use of oak, unbalanced.*

PRODUCED BY: Global Wines

COUNTRY: Dão, Portugal

GRAPE: Aragonez, Alfrocheiro, Touriga Nacional

ALCOHOL LEVEL: 13.5%


WINE STYLE: Still


WINE COLOUR: Red

IWC POINTS: 88

FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

Pingo Doce Reserva, 2016



**MEALS**  **FASTING NOTES**  
*Dark black fruits, cocoa and dark chocolate, balanced good length on finish.*

PRODUCED BY: Global Wines

COUNTRY: Dão, Portugal

GRAPE: Aragonez, Alfrocheiro, Touriga Nacional

ALCOHOL LEVEL: 13.5%


WINE STYLE: Still


WINE COLOUR: Red

IWC POINTS: 89

FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

Casa da Insua Encruzado Reserva, 2017



**MEALS**  **FASTING NOTES**

PRODUCED BY: Casa da Insua

COUNTRY: Dão, Portugal

GRAPE: Encruzado


ALCOHOL LEVEL: 14.5%


WINE STYLE: Still

WINE COLOUR: White

FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

Fonte do Ouro Touriga Nacional Reserva Especial, 2016



**MEALS**  **FASTING NOTES**  
*Floral, violet, berryed fruit character, with underlying firm and powerful cherry aromas.*

PRODUCED BY: Sociedade Agrícola Boas Quintas

COUNTRY: Dão, Portugal

GRAPE: Touriga Nacional

ALCOHOL LEVEL: 13.5%


WINE STYLE: Still

WINE COLOUR: Red

IWC POINTS: 88

FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

**Giesta, 2017**




**WINE**

**TASTING NOTES**  
Dark cherry fruits, attractive Bramble fruits, well integrated use of oak attractive fruit.

**IWC 91**

PRODUCED BY: Sociedade Agrícola Boas Quintas  
COUNTRY: Dão, Portugal  
GRAPE: Tinta Roriz, Touriga Nacional, Jaén  
ALCOHOL LEVEL: 13.0%  
WINE STYLE: Still  
WINE COLOUR: Red  
WINE POINTS: 91  
FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

**Salicórnia Reserva, 2015**




**WINE**

**TASTING NOTES**

PRODUCED BY: Sociedade Agrícola Boas Quintas  
COUNTRY: Dão, Portugal  
GRAPE: Touriga Nacional, Alfrocheiro, Tinta Roriz  
ALCOHOL LEVEL: 13.0%  
WINE STYLE: Still  
WINE COLOUR: Red  
AVERAGE PRICE: £7.00  
FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

**Proeza, 2017**



**WINE**

**TASTING NOTES**

PRODUCED BY: Sociedade Agrícola Boas Quintas  
COUNTRY: Dão, Portugal  
GRAPE: Touriga Nacional, Alfrocheiro, Tinta Roriz  
ALCOHOL LEVEL: 13.0%  
WINE STYLE: Still  
WINE COLOUR: Red  
FIND A STOCKIST: [Find a Stockist](#)

➤ International Wine and Spirit Competition

**Borges Quinta de São Simão da Aguieira Dão Red 2015**

Share <

**Key Information**

**Entered by** Sociedade dos Vinhos Borges SA  
**Producer** Sociedade dos Vinhos Borges SA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Blended Red - Touriga Nacional Dominated - Dão DOC - 2015-2010  
**Alcohol** 12.5%

**Awards won**



**Casa da Passarella A Descoberta Colheita Branco 2017**

Share <

**Key Information**

**Entered by** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Producer** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Encruzado/Encruzado Blends - Dão DOC - 2017-2013  
**Alcohol** 13%

**Awards won**



**Quinta dos Carvalhais Touriga Nacional 2015**

Share <

**Key Information**

**Entered by** Sogrape Vinhos SA  
**Producer** Sogrape Vinhos SA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Touriga Nacional - Dão DOC - 2015  
**Alcohol** 14.5%

**Awards won**



### Casa da Passarella A Descoberta Colheita Tinto 2015

Share <

#### Key Information

**Entered by** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Producer** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Blended Red - Touriga Nacional Dominated - Dão DOC - 2015-2010  
**Alcohol** 13%

#### Awards won



### Casa da Passarella Abanico Reserva 2014

Share <

#### Key Information

**Entered by** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Producer** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Blended Red - Touriga Nacional Dominated - Dão DOC - 2015-2010  
**Alcohol** 14%

#### Awards won



### Casa da Passarella O Oenólogo Encruzado 2016

Share <

#### Key Information

**Entered by** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Producer** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Encruzado/Encruzado Blends - Dão DOC - 2017-2013  
**Alcohol** 13%

#### Awards won



### Evidência 2016

Share <

#### Key Information

**Entered by** Parras Wines  
**Producer** Parras Wines  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Blended Red - Tinta Roriz Dominated - Dão DOC - 2016  
**Alcohol** 13%

#### Awards won



### Quinta do Medronheiro Oloroso 2010

Share <

#### Key Information

**Entered by** Soutulho Hotelaria e Eventos, Lda  
**Producer** Soutulho Hotelaria e Eventos, Lda  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Blended Red - Touriga Nacional Dominated - Dão DOC - 2015-2010  
**Alcohol** 13.5%

#### Awards won



### Casa da Passarella O Oenólogo Vinhas Velhas 2014

Share <

#### Key Information

**Entered by** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Producer** O Abrigo Da Passarella LDA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Blended Red - Dão DOC - 2014  
**Alcohol** 14%

#### Awards won



### Quinta dos Carvalhais Colheita Red 2015

Share <

#### Key Information

**Entered by** Sogrape Vinhos SA  
**Producer** Sogrape Vinhos SA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Blended Red - Touriga Nacional Dominated - Dão DOC - 2015-2010  
**Alcohol** 13.5%

#### Awards won



### Quinta dos Carvalhais Colheita White 2016

Share <

#### Key Information

**Entered by** Sogrape Vinhos SA  
**Producer** Sogrape Vinhos SA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Encruzado/Encruzado Blends - Dão DOC - 2017-2013  
**Alcohol** 13%

#### Awards won



### Quinta dos Carvalhais Duque de Viseu White 2016

Share <

#### Key Information

**Entered by** Sogrape Vinhos SA  
**Producer** Sogrape Vinhos SA  
**Origin** Portugal  
**Tasting Category** Encruzado/Encruzado Blends - Dão DOC - 2017-2013  
**Alcohol** 12.5%

#### Awards won



➤ Les Citadelles du Vin



➤ Mundus Vini

2015 Porta dos Cavaleiros Dão Reserva Touriga Nacional

MUNDUS VINI Spring Tasting 2018  
Tasted on: 25.02.2018

Caves São João - Sociedade Dos Vinhos Irmãos Unidos, Lda, SANGALHOS (Portugal)

Detailed Information

Country of origin: Portugal  
Growing area: Beiras  
Product category: Still wine  
Wine type: Red wine  
Blend: No  
Grape variety: Touriga Nacional  
Vintage: 2015  
Bottle content: 0,75 l  
Type of closure: Natural cork closure  
Alcoholic level: 13.50 % vol.  
Residual sugar: 0.90 g / l  
Total acidity: 5.57 g / l  
Recommended retail price: € 8.50  
Serving temperature: 14 - 18°C  
Flavour profile: Dry



2015 D Fuas Regional Terras DÃO Reserva Tinto

MUNDUS VINI Spring Tasting 2018

Tasted on: 25.02.2018

Produced by: ENOPORT PRODUÇÃO DE BEBIDAS SA, RIO MAIOR (Portugal)

Enoport United Wines Worldwine - Comércio de Bebidas, SA, Funchal (Portugal)

Detailed Information

Country of origin: Portugal  
Product category: Still wine  
Wine type: Red wine  
Vignification: Barrique  
Blend: Yes  
Grape variety:  
Touriga Nacional, Tinta Roriz, Alfrocheiro  
Vintage: 2015  
Bottle content: 0,75 l  
Type of closure: Natural cork closure  
Alcoholic level: 13.00 % vol.  
Residual sugar: 7.70 g / l  
Total acidity: 5.50 g / l  
Recommended retail price: € 6.90  
Serving temperature: 14 - 18°C  
Flavour profile: Dry



2014 Solo DOP DÃO Reserva tinto

MUNDUS VINI Spring Tasting 2018

Tasted on: 25.02.2018

Produced by: ENOPORT PRODUÇÃO DE BEBIDAS SA, RIO MAIOR (Portugal)

Enoport United Wines Worldwine - Comércio de Bebidas, SA, Funchal (Portugal)

Detailed Information

Country of origin: Portugal  
Product category: Still wine  
Wine type: Red wine  
Blend: Yes  
Grape variety:  
Tinta Roriz, Alfrocheiro, Touriga Nacional  
Vintage: 2014  
Bottle content: 0,75 l  
Type of closure: Natural cork closure  
Alcoholic level: 13.50 % vol.  
Residual sugar: 3.00 g / l  
Total acidity: 5.50 g / l  
Recommended retail price: € 6.00  
Serving temperature: 14 - 18°C  
Flavour profile: Dry



2013 Touriga Nacional Dão DOC

MUNDUS VINI Spring Tasting 2018

Tasted on: 25.02.2018

QUINTA DO ESCUDIAL, SEIA (Portugal)

Detailed Information

Country of origin: Portugal  
Growing area: Beiras  
Product category: Still wine  
Wine type: Red wine  
Blend: No  
Grape variety: Touriga Nacional  
Vintage: 2013  
Bottle content: 0,75 l  
Type of closure: Natural cork closure  
Alcoholic level: 14.00 % vol.  
Residual sugar: 1.50 g / l  
Total acidity: 5.47 g / l  
Recommended retail price: € 15.00  
Serving temperature: 14 - 18°C  
Flavour profile: Dry



## 2016 Opta Red Dão

MUNDUS VINI Spring Tasting 2018  
Tasted on: 25.02.2018  
Boas Quintas, Mortágua (Portugal)

### Detailed Information

Country of origin: Portugal  
Growing area: Beiras  
Product category: Still wine  
Wine type: Red wine  
Vignification: Barrique  
Blend: Yes  
Grape variety:  
Touriga Nacional, Alfrocheiro, Tinta Roriz  
Vintage: 2016  
Bottle content: 0,75 l  
Type of closure: Agglomerate cork  
Alcoholic level: 13,00 % vol.  
Residual sugar: 3,50 g / l  
Total acidity: 5,20 g / l  
Recommended retail price: € 4,65  
Serving temperature: 14 - 18°C  
Flavour profile: Dry



## 2015 Catedral DOP DÃO Reserva tinto

MUNDUS VINI Spring Tasting 2018  
Tasted on: 25.02.2018  
Produced by: ENOPORT PRODUÇÃO DE BEBIDAS SA, RIO MAIOR (Portugal)  
Enoport United Wines Worldwide - Comércio de Bebidas, SA, Funchal (Portugal)

### Detailed Information

Country of origin: Portugal  
Product category: Still wine  
Wine type: Red wine  
Vignification: Barrique  
Blend: Yes  
Grape variety:  
Touriga Nacional, Tinta Roriz, Alfrocheiro  
Vintage: 2015  
Bottle content: 0,75 l  
Type of closure: Natural cork closure  
Alcoholic level: 13,00 % vol.  
Residual sugar: 7,70 g / l  
Total acidity: 5,60 g / l  
Recommended retail price: € 5,90  
Serving temperature: 14 - 18°C  
Flavour profile: Dry



## ➤ Vinalies Internationales

La dégustation  
des terroirs  
du monde

**Vinalies® d'Argent**  
**PARIS - 2018**  
**24<sup>ème</sup> ÉDITION**

Sogrape Vinhos Sa

Portugal - DOC Dão - Quinta dos Carvalhais Touriga Nacional - Rouge  
2015  
(Touriga nacional)

Le Président National    Le Commissaire Général

The Tasting of  
worldwide  
terroirs

La dégustation  
des terroirs  
du monde

**Vinalies® d'Argent**  
**PARIS - 2018**  
**24<sup>ème</sup> ÉDITION**

Sogrape Vinhos Sa

Portugal - DOC Dão - Quinta dos Carvalhais Reserva - Rouge 2015  
(Touriga nacional)

Le Président National    Le Commissaire Général

The Tasting of  
worldwide  
terroirs

**Anexo XXIV – Base de Dados / Cartões Visitas**

**Contactos de Empresas**

Categoria	Empresa	Nome	Cargo na Empresa	Morada	País	Telefone	Email	Website
ACIBEV	Associação do Vinhar e Espirituário do Portugal	Ana Isabel Alvar	Secretária Geral	La Carmo, 15-1, 1200-092	Portugal	212 462 218/9	aialvar@acibeves.pt	www.acibeves.pt
Adoça	Adoça Cooperativa do Ponalva da Cartola			Colúrio - Inrua, 2550-167 Ponalva	Portugal	232 642 264	geral@adocaaenalva.com	www.adocaaenalva.com
Adoça	Santa Adoça	Luiz Fernando Rocha Araujo		Córrego Grande (48) 3233-12961 Florianópolis/SC	Brasil	(48) 9982 8173	fernando@cantadaoca.com.br	www.cantadaoca.com.br
Advogada	J.G. Aziz de Almeida & Associados - Sociedade de Advogados	Tiago Folgar Ferreira		109/21 andar, Rua de Janeiro, RJ-20040-004	Brasil	224 210 0771 914 197 254	tff@agalau.com.br	www.agalau.com.br
Agência	Efecta Directa - Agência especializada em bebidas, gastronomia e produtos premium	Críztina Tierna Cando	Directora Gerente	Arbú 9 - 28045 - Madrid	Espanha	636 29 32 16 1915 309 990	ctierna@efectadirecta.es	www.efectadirecta.es
Agência	Ican Wine and Spiritz	Jack H. Seegal	Operating Partner	4th Floor - 1500 West Georgia Street PO Box, Est. Nacional n.º, n.º4156, 3780-351	Canada	604.240.57731 604.685.8693	ican@icannuineandspiritz.com	www.icannuineandspiritz.com
Agência Comunicação	M&A Creative - Communication Agency	Luiz Marquor	CEO	Rua Nacional n.º, n.º4156, 3780-351	Portugal	914 908 3621 231516 719	luizmarquor@arucama.eu	www.creative.arucama.eu
Agência de Promoção do Vinhar, cerveja e spirit	P.Wine & Spirit	Peter Varilov				(514) 420-3681	pete@kalkanuine.ca	www.kalkanuine.ca
Agência Viagem	Meeting Point - Agência de Viagem - Profissional Cançozor Organizador	Luiza Marquor	Sócia Gerente / Partner	Rua Marcolina Marquita, n.º12, loja 3,	Portugal	214 159 9001 937 641 583	luiza.marquor@meetingpoint.pt   meetingpoint@meetingpoint.pt	www.meetingpoint.pt
Agência Viagem	TAP AIR PORTUGAL	João Fraçato	Marketing & Customer Care   Head of In-Flight & On-Ground Product	de Lisboa, 1704-801 Lisboa	Portugal	218 415 351	ifraçato@tap.pt	
Agência Viagem	Viagem Abreu, S.A	Mónica Mantoura	Chefe de Loja	ade S.ºafé, 1-º Etz, 6300	Portugal	271 232 750	monica.mantoura@abreu.pt	www.abreu.pt
Agência Viagem	Dartinate	Marieette du Tait-Holmbald	Chief Dartineer		Francia	271 03 225 5955	marieette@dartinate.ca.ca	www.dartinate.ca.ca
Agência Viagem	Euras Viagem	Tamirú Marcanil Vera Virginia		Rua Antónia Gançolvar, n.º52, lote 17	Portugal	915 684 566 1916 753 575	eurasviagem@gmail.com	www.eurasviagem.pt
Agência Vinhar		Philip S. Kampe		8200 Boulevard East, North Bergen	EUA	(917) 969-5229	vineasency@vshan.com	
AICEP	AICEP Portugal Global - Trade & Investment Agency	Jaró Fernandez	Trade Commissioner, Economic Counsellor, Portuguese Embassy in Japan	Kamiura Kajimachi Bldg., 4F, 3-10-3, Kajimachi, Chiyoda-ku, Tokio 102-0083 JAPAN	Japão	81-3-3511-2871	jaro.fernandez@cartusaalabale.es	www.cartusaalabale.es
AICEP	AICEP Portugal Global - Trade & Investment Agency	Chizu Takano		Kamiura Kajimachi Bldg., 4F, 3-10-3,	Japão	81-3-3511-2871	chizu.takano@cartusaalabale.es	www.cartusaalabale.es
Alimentação	SEL - Salsicharia Extremozense, S.A	Mária Arvens	Dep. Marketing	Jaró, Apartado 161, 7100	Portugal	269 339 828 1917 054 596	selas@selicaria.pt	www.sel.pt
Aluquer Carrar	Specialima Travel Group	Pedra Malhã			Portugal	217 552 8611 924 399 367	pedra.malha@specialima.com   info@specialima.com   geral@specialima.com	www.specialima.com

**Anexo XXV – Base de Dados / Contactos de Viseu**

**Alojamento Viseu**

Alojamento	Telefoce	Telemóvel	Morada	Coordenadas GPS	Email	Website	Facebook
ALLGO HOSTEL		(+351) 964 935 006	Rua Doutor Luiz Ferrás nº 37, (Rua do Comercio), 3500-111 Viseu, Portugal	40.658811, -7.312048			www.facebook.com/pages/category/Hostel/Allgo-Hostel-4714934666436751
APARTAMENTOS "O FADO"	(+351) 232 092 274	(+351) 966 563 095	Rua Augusto Hilário, n.º 65 - 1.º, 2.º e 3.º Andares, 3500-069 Viseu	40.658306, -7.311472	americo.zouza@casasdasns.com		
VENIDA BOUTIQUE HOTEL ***	(+351) 232 423 432	(+351) 934 782 328	Avenida Alberto Sampaio, n.º1 3510-030, Viseu	40.65703, -7.315134	reservas@venidaboutiquehotel.pt	www.venidaboutiquehotel.pt/PT/	www.facebook.com/venidaboutiquehotel/
BEMYGUEST - LOFT GUEST HOUSE JARDIM DAS MÃES CHARMING		Geral: (+351) 966 144 878   Reservas: (+351) 919 664 126	Rua Soar de Cima, n.º41 3510-272, Viseu	40.658270, -7.313305	booking@bemyguest.com.pt	www.bemyguest.com.pt	www.facebook.com/bemyguestbybysolutions/
CASA DA RUA DA PAZ	(+351) 232 458 246	(+351) 933 195 000	Rua da Paz, n.º 6, 3.º andar 3500-168, Viseu	40.65706, -7.312634	inacimentoferrira@hotmail.com	www.casa-da-rua-da-paz-viseu0.wsbnsd.pt	
CASA DA SÉ	(+351) 232 468 032		Rua Augusta Cruz, n.º12 3500-088, Viseu	40.65922, -7.311917	info@casasdasns.pt	www.casasdasns.pt	www.facebook.com/casasdasns
CASA DE CAMPO PÁTIO DO AVÔ - FAMILY BUBBLE	(+351) 232 998 274	(+351) 968 747 401   (+351) 968 747 402	venido de S. Pedro, n.º 58 Roular, 3510-839 Torredão	40.643182, -8.03276	patiodoavov@familybubble.pt	www.familybubble.pt/patiodoavov/	www.facebook.com/patiodoavov/
CHARME E ALEGRIA	(+351) 232 400 765	(+351) 925 713 661	Rua da Vitória n.º25, 3500-222 Viseu	40.656652, -7.313078			www.facebook.com/charme.e.alegria
GRÃO VASCO HISTORIC HOTEL AND SPA ****	(+351) 232 423 511		Rua Gaspar Barreiros 3510-032, Viseu	40.65633, -7.313444	geral@hotलगrvasco.pt	www.hotलगrvasco.pt	www.facebook.com/hotलगrvasco
HOTEL BELA VISTA ***	(+351) 232 422 026		Rua Alexandre Herculano, 510 3500-035 VISEU	40.651169, -7.316732	geral@belavistaohotel.pt	www.belavistaohotel.pt	
HOTEL DURÃO ***	(+351) 232 410 460		Avenida da Bélgica, 203 A 3510-159, Viseu	40.673509, -7.321263	reservas@hotलगrvasco.com   info@hotलगrvasco.com	www.hotलगrvasco.com	www.facebook.com/hotलगrvasco
HOTEL JOSÉ ALBERTO ***	(+351) 232 440 440	(+351) 919 000 000   (+351) 962 286 386   (+351) 937 650 088	Rua Cândido dos Reis, n.º43 3510-057, Viseu	40.658245, -7.319222	reservas@hotलगrvasco.pt   geral@hotलगrvasco.pt	www.hotलगrvasco.com/Hotel-José-Alberto-15351851320636/	www.facebook.com/Hotel-José-Alberto-15351851320636/
HOTEL MOINHO DE VENTO ***	(+351) 232 424 116   (+351) 232 426 043			40.713688, -7.332750	geral@moinhodovento.pt   reservas@moinhodovento.pt	www.hotलगrvasco.com/moinhodovento.pt	www.facebook.com/moinhodovento.pt
HOTEL ONIX ***	(+351) 232 479 243		Via Caçador 16, 3500 - 761, Viseu	40.644326, -7.864167	hotलगrvasco@hotलगrvasco.pt	www.hotलगrvasco.com/hotलगrvasco	www.facebook.com/hotलगrvasco
JTEL PALÁCIO DOS MELOS *	(+351) 232 439 290   (+351) 232 420 000		Rua Chão Mestre, n.º 4 3500-103, Viseu	40.659223, -7.312624	psalcidomeloz@montebelohotel.com	www.hotलगrvasco.com/palcidomeloz.pt	www.facebook.com/palcidomeloz.pt
OTEL PRÍNCIPE PERFEITO **	(+351) 232 469 200		Urbanização da Misericórdia, Rankados 3500-322, Viseu	40.63139, -7.307500	hotलगrvasco@montebelohotel.com	www.hotलगrvasco.com/hotलगrvasco	www.facebook.com/hotलगrvasco
HOTEL RUBI *	(+351) 232 479 511		Via Caçador - E.M. 16, 3500-761 Viseu	40.644000, -7.865222	hotलगrvasco@hotलगrvasco.pt	www.hotलगrvasco.com/hotलगrvasco	www.facebook.com/hotलगrvasco
HOTEL RURAL QUINTA DO MEDRONHEIRO ****	(+351) 232 952 300	(+351) 968 817 437	Quinta do Medronheiro, Soutulho 3510-744, 3.ºo Cipriano, Viseu	40.62412, -7.365418	geral@quintadomedronheiro.pt	www.quintadomedronheiro.pt	www.facebook.com/quinta.medronheiro
MONTEBELO VISEU CONGRESS HOTEL *****	(+351) 232 420 000		Urbanização Quinta do Bosque 3510-020, Viseu	40.655278, -7.325833	montebeloviseu@montebelohotel.com	www.montebeloviseu.com	www.facebook.com/MontebelohotelViseu
PENSÃO ROSSIO	(+351) 232 422 085		Rua Soar de Cima n.º 55, 3510-211 Viseu	40.657834, -7.313246		www.pensaoRossioportugal.com	www.facebook.com/pensaoRossioportugal
POUSADA DA JUVENTUDE	(+351) 232 413 001		Rua Dr. Aristides Sousa Mendes (Portal do Fontelo) 3500-033, Viseu	40.660573, -7.303438	reservas@psdmator.org.pt	www.pousadajuventude.pt/pt/pousadajuventude	www.facebook.com/pousadajuventude.pt



**Anexo XXVI – Base de Dados / Taxas e Impostos**

## Taxas e Impostos

**TAXA DE COORDENAÇÃO E CONTROLO (Decreto-lei nº94/2012, artº 2º a 5º)**  
vinhos e  
produtos vínicos produzidos noutros países e comercializados em Portugal.  
Constitui receita do IVV, pelo desempenho das funções relativas à coordenação geral e controlo do setor vitivinícola; o produto da

**Para vinhos, vinhos licorosos, vinhos frisantes e frisantes gaseificados, vinhos sem álcool, e parcialmente desalcooolizados, vinhos biológicos, vinhos provenientes de uvas passa, de uvas sobreamadurecidas e ainda as bebidas aromatizadas:**

Produtos pré-embalados, rotulados, munidos de dispositivos de fecho não recuperáveis	Valor
Inferior ou igual a 0,25 l	0,001700 €/unidade
Superior a 0,25 l e inferior ou igual a 0,50 l	0,003375 €/unidade
Superior a 0,50 l e inferior ou igual a 1 l	0,006750 €/unidade
Superior a 1 l e inferior a 2 l	0,010000 €/unidade
Superior ou igual a 2 l	0,006750 €/litro ou fração
Produtos que não se encontram pré-embalados	0,006750 €/litro

**Para vinhos espumantes e espumantes gaseificados; aguardentes de vinho, aguardentes bagaceiras e outras bebidas espirituosas vínicas:**

Produtos pré-embalados, rotulados, munidos de dispositivos de fecho não recuperáveis	Valor
Inferior ou igual a 0,25 l	0,001700 €/unidade
Superior a 0,25 l e inferior ou igual a 0,50 l	0,003375 €/unidade
Superior a 0,50 l e inferior ou igual a 1 l	0,006750 €/unidade
Superior a 1 l	0,006750 €/litro ou fração
Produtos que não se encontram pré-embalados, quando comercializados para fora do território nacional *	0,006750 €/litro

\* Aplicável às Aguardentes de vinho, aguardentes bagaceiras e outras bebidas espirituosas vínicas.

← **Taxas de Coordenação e Controlo** | Taxas de Promoção | Taxa de Certificação | Taxa de Verificação ... +

**Anexo XXVII – Base de Dados / Marcas de Vinhos****Agentes Económicos - Marcas de Vinho**

<b>Agentes Económicos</b>	<b>Marcas de Vinho</b>
A Quinta do Medronheiro - Agro-Turismo, Lda	Quinta do Medronheiro
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Foral D. Henrique
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Adega de Mangualde
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Castelo de Azurara
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Flor de Mangualde
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Universitário
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Longa Ladeira
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Sandinus
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Luby
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Porta Real
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Caminho Romano
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Bate na Tóla
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Foral D. Henrique
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	D.Melo
Adega Cooperativa de Mangualde, CRL	Cepa Seleccionada
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Adega de Penalva
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Encostas de Penalva

Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Flor de Penalva
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Milénio Dão
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	O Penalva
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Lagares de Penalva
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Kasco
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Intimista
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Cova do Frade
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Terras do Var
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Cova do Frade
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Castelo de Penalva
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Caves de Penalva
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Nora dos Velhos
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Tinoco
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Penalva 50
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Dom Fradique
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	O Gajo Português
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Taverna Boas Vindas
Adega Cooperativa de Penalva do Castelo, CRL	Aune Lohmann
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Morgado de Silgueiros
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Dom Daganel
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Adega Cooperativa de Silgueiros
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Adega de Silgueiros
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Aldeia das Serras
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Foral de Sant'ana
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Adega D'el Rei
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Taverna D'el Rei
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Viriatus
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Vale da Ucha
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Foral do Loureiro
Adega Cooperativa de Silgueiros, CRL	Pingo Doce
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Penedo
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Ribaboa
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Pedra D'orca
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Tazem
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Encosta da Estrela
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Cova do Frade
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Terras do Var
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Clube Vinhos e Sabores
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Plano D
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Vigno
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Confesso
Adega Cooperativa de Vila Nova de Tázem, CRL	Casal Mor
Agriema, Lda	Fonte de Gonçalvino
Águia D'Assobio, Lda	Quinta das Mestras Santar

Alameda de Santar, Lda	Quinta da Alameda Santar
Alameda de Santar, Lda	Torreão da Alameda de Santar
Alberto de Oliveira Pinto	Quinta da Espinhosa
Alberto de Oliveira Pinto	Entre Colinas
Alberto Fernando Ramos Mouraz Alexandre	Família Mouraz Alexandre
Aliança - Vinhos de Portugal, S.A.	Aliança
Aliança - Vinhos de Portugal, S.A.	Aliança Particular
Aliança - Vinhos de Portugal, S.A.	Quinta da Garrida
Américo Nunes Seabra	Pai Américo
António Batista	Quinta do Corujão
Amora Brava, Unipessoal, Lda	Psique
Amora Brava, Unipessoal, Lda	Índio Rei
António Canto Moniz Unipessoal, Lda	Vinha Othon
António Canto Moniz Unipessoal, Lda	Vinha Paz
António Freire Lobo Vaz Patto, Lda	Safrel
António Freire Lobo Vaz Patto, Lda	Dos Lobos
António Henriques de Almeida e Costa	M (Mista)
António Lopes Ribeiro, Wines, Lda	Casa de Mouraz
António Lopes Ribeiro, Wines, Lda	15 Carumas
António Lopes Ribeiro, Wines, Lda	Carumas
António Lopes Ribeiro, Wines, Lda	30 carumas
António Lopes Ribeiro, Wines, Lda	air António Lopes Ribeiro
António Lopes Ribeiro, Wines, Lda	Caruma do Pego
António Lopes Ribeiro, Wines, Lda	Flor de Mouraz
António Manuel da Silva Mendes	Sandinus
António Pais	Curral da Burra
António Pais	Cavalo de Pau
António Pedro Loureiro Silva Morais	Casa do Castelo
António Silva Viana	Quinta da Tapada do Barro
António Silva Viana	Tapada do Barro
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Flor de Viseu
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Flor de Nelas
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Flor de Nelas Emiliano Campos
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Arroba
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Dikas
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Pedra Cancela
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Cariz Lusovini
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Perereca do Monte
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Portugaleta
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Varanda da Serra
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Nelus
Ares do Dão - Sociedade Vitivinícola, Lda	Café Santa Cruz
Arlindo Marques Cunha	Ladeira da Santa
Artemis - Projetos e Desenvolvimento Agrário, Lda	Dom Vicente
Asta Régia - Vinhos de Portugal S.A	Alta Vinea

C2O, Lda	Druída
C2O, Lda	Vidente
Caminhos Cruzados, Lda	Titular
Caminhos Cruzados, Lda	Terras de Nelas
Caminhos Cruzados, Lda	Terras de Santar
Caminhos Cruzados, Lda	Teixuga
Caminhos Cruzados, Lda	Malva
Caminhos Cruzados, Lda	Coronel Serpa
Caminhos Cruzados, Lda	Porta dos Templários
Caminhos Cruzados, Lda	Malva
Caminhos Cruzados, Lda	Caminhos Cruzados
Caminhos Cruzados, Lda	À Terra Fornaria
Caminhos Cruzados, Lda	Filhas da Mãe
Carlos Alberto Lucas Graça	Ribeiro Santo
Carlos Alexandre Godinho Gomes	Donnaires
Carlos Pedro Barahona da Fonseca Pais de Brito	Barão de Nelas
Carvalho Torto - Sociedade de Vinhos, Unipessoal, Lda	Quinta do Carvalho Torto
Carvalho Torto - Sociedade de Vinhos, Unipessoal, Lda	Estrada da Corte
Carvalho Torto - Sociedade de Vinhos, Unipessoal, Lda	Terras de Colón
Carvalho Lima Wines, Lda	Terras de Viriato
Casa Agrícola Vasconcelos e Sousa, Lda	Vasconcelos e Sousa - Casa dos Condes de Santar e Magalhães
Casa de Cello - Gestão Rural, Lda	Quinta da Vegia
Casa de Cello - Gestão Rural, Lda	Vegia
Casa de Cello - Gestão Rural, Lda	Confraria dos Apreciadores de Vinho
Casa de Vilar de Ordem, Lda	Casa Ruy
Casa de Vilar de Ordem, Lda	Clube Vinhos Sabores (Fig.)
Casa S. M. de Tourais, Lda	São Matias (Mista)
Casca Wines - Produção e Comercialização de Vinhos, Lda	Monte Cascas
Caves Alto Viso - Vinícola do Passadouro, Lda	Altoviso
Caves Arcos do Rei, Lda	Cava de Viriato
Caves Arcos do Rei, Lda	Porta dos Templários
Caves Arcos do Rei, Lda	Valmonte
Caves Arcos do Rei, Lda	Arcos da Vinha
Caves Arcos do Rei, Lda	Vasco da Gama
Caves Arcos do Rei, Lda	Arcos da Vinha
Caves Arcos do Rei, Lda	Domil
Caves Arcos do Rei, Lda	Terras Tomás Ribeiro
Caves Arcos do Rei, Lda	Arcos do Rei
Caves Arcos do Rei, Lda	Ousadia
Caves Arcos do Rei, Lda	O Tanoeiro
Caves Campelo, S.A.	Campo da Porta
Caves Campelo, S.A.	Terras de Viriato
Caves Campelo, S.A.	Chantel

Caves Campelo, S.A.	Evidents
Caves Campelo, S.A.	Miranda
Caves Campelo, S.A.	Casal Miranda
Caves Campelo, S.A.	Terras de Camões
Caves Campelo, S.A.	Maria Mia
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Lagar do Careca
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Convento de Mortágua
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Vitória
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Vinha do Poeta
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Dinastia
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Conde de Corte
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Monte do Pardal
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Colina da Espada
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Egoista
Caves da Montanha - A. Henriques, Lda	Vinha do Pessoa
Caves do Casalinho, SA	Ouro Velho
Caves do Casalinho, SA	Alexandre Magno
Caves do Solar de São Domingos, S.A.	São Domingos
Caves Primavera, S.A.	Primavera
Caves Primavera, S.A.	Casal Mor
Caves Primavera, S.A.	Groval
Caves Primavera, S.A.	Seleção de Enófilos
Caves São João - Sociedade dos Vinhos Irmãos Unidos, Lda	Porta dos Cavaleiros
Caves São João - Sociedade dos Vinhos Irmãos Unidos, Lda	Proeza Tradicional
Caves São João - Sociedade dos Vinhos Irmãos Unidos, Lda	Caves São João (Sinal Misto)
Caves Vinícolas Martinho Alves - Produção e Comércio de Vinhos, S.A.	Martinho Alves
Caves Vinícolas Martinho Alves - Produção e Comércio de Vinhos, S.A.	Segredos do Dão
Caves Vinícolas Martinho Alves - Produção e Comércio de Vinhos, S.A.	Art. Fly Butterfly Fly By Isabel Pinheiro
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Novo Mundo
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Catedral
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Cardeal
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Moura Basto
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Catedral
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Caves Velhas
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Vista do Vale
Cavipor - Vinhos de Portugal, S.A.	Caves Monteiros
Chão de São Francisco - Soc. Vit.e Turismo Rural Lda.	Chão da Quinta
Chão de São Francisco - Soc. Vit.e Turismo Rural Lda.	Chão do Vale
CM Wines Sociedade Vinícola, Lda	Allgo
CM Wines Sociedade Vinícola, Lda	Flor d Allgo
CM Wines Sociedade Vinícola, Lda	Allgodao
Comissão Vitivinícola Regional do Dão	Concurso

Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Cabriz
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Casa de Santar
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Grilos
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Astrolábio
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Conde de Santar
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Ribeiro Santo
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Fráguas
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Pedro e Inês
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Casa Antiga
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Torre de Ferro
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Santa Maria
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Donna Ana
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Astrolábium
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Quinta de Cabriz
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Vinha do contador
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Four C
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Pingo Doce
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Outono de Santar
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Libolo
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Condessa de Santar
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Paço dos Cunhas de Santar
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Amor de Perdição
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Monte Alto
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Campolindo
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Cortello
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Quartetto
Dão Sul - Sociedade Vitivinícola, S.A.	Quintalinho
Dario Manuel Costa Pereira Melo	Primado
Empreendimentos Turísticos Montebelo - Soc. de Turismo e Recreio, S.A.	Casa da Ínsua
Empreendimentos Turísticos Montebelo - Soc. de Turismo e Recreio, S.A.	Porta Real
Empresa Vinícola Vilanovense, Lda	Quinta da Espinhosa
Empresa Vinícola Vilanovense, Lda	Cova do Frade
Empresa Vinícola Vilanovense, Lda	Entre Colinas
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Cardeal
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Novo Mundo
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Moura Basto
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Catedral
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Caves Monteiros
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Enigma
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Faisão
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Caves Velhas
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Acácio
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Vista do Vale

Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Vale Murinhos
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Solo
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	D. Fuas
Enoport - Produção de Bebidas, S.A.	Folgoso
Falua - Sociedade de Vinhos, S.A.	Asda
Falua - Sociedade de Vinhos, S.A.	Falua
Falua - Sociedade de Vinhos, S.A.	F'OZ
Ferreira Malaquias, Lda	FM
Ferreira Malaquias, Lda	Cova do Frade
Ferreira Malaquias, Lda	Malaquias
Fontes da Cunha Consultadoria Estudos e Gestão, S.A.	Munda
Fontes da Cunha Consultadoria Estudos e Gestão, S.A.	Quinta do Mondego
Fontes da Cunha Consultadoria Estudos e Gestão, S.A.	Rosados
Fontes da Cunha Consultadoria Estudos e Gestão, S.A.	Minium
Fontes da Cunha Consultadoria Estudos e Gestão, S.A.	Mondeco
Freire Lobo - Unipessoal, Lda	Vigno
Fundação Dr. António V.T.M. e Albuquerque - Casa de Repouso N.S.ª Socorro	Carvalha do Assento
Fundação Dr. António V.T.M. e Albuquerque - Casa de Repouso N.S.ª Socorro	Casa da Folhadosa
Global Wines, S.A	Cabriz
Global Wines, S.A	Pedro e Inês
Global Wines, S.A	Dona Ana
Global Wines, S.A	Pingo Doce
Global Wines, S.A	Fráguas
Global Wines, S.A	Quartetto
Global Wines, S.A	Torre de Ferro
Global Wines, S.A	Grilos
Global Wines, S.A	Astrolábium
Global Wines, S.A	Pu Feng Jia Hua
Global Wines, S.A	Cortello
Global Wines, S.A	Four C
Global Wines, S.A	Amor de Perdição
Global Wines, S.A	Campolindo
Global Wines, S.A	Ribeiro Santo
Global Wines, S.A	Casa Antiga
Global Wines, S.A	Cova do Frade
Global Wines, S.A	Quintalinho
Global Wines, S.A	Vinha Maria
Global Wines, S.A	Cornelos
Global Wines, S.A	Xadrez
Global Wines, S.A	Exclusivo Kero
Global Wines, S.A	Alma Mãe
Global Wines, S.A	Hipótese
Goanvi-Central Engarraamento de Bebidas, Lda	Evidência

Goanvi-Central Engarraamento de Bebidas, Lda	Qynas Flavours of Portugal
Goanvi-Central Engarraamento de Bebidas, Lda	Trilho da Raposa
Goanvi-Central Engarraamento de Bebidas, Lda	7Ondas
Goanvi-Central Engarraamento de Bebidas, Lda	Dharma
Goodwine - Wine Selection, Lda	Proeza
Herançalunar - Unipessoal, Lda	ValeDiVino
Isaque Lages de Paiva, Unipessoal, Lda	Carole
Jaime de Almeida Barros, Lda	Quinta das Camélias
Jaime de Almeida Barros, Lda	Cabeço do Mocho
Jaime de Almeida Barros, Lda	Terras de Sabugosa
Jaime de Almeida Barros, Lda	Confraria dos Apreciadores de Vinho
João Coelho Gouveia	Pedra Cancela
João Coelho Gouveia	Pedra Cancela - Eco-Friendly
João Eduardo Novais Malheiro Tavares de Pina	Terras de Tavares
João Eduardo Novais Malheiro Tavares de Pina	Rufia
Jorge Almeida Ferreira dos Reis	Vinha de Reis
Jorge Almeida Ferreira dos Reis	Homem Bom
Jorge Almeida Ferreira dos Reis	Wine Note
Jorge Santos Leonardo, Unipessoal, Lda	Grandalhão
Jorge Santos Leonardo, Unipessoal, Lda	Ignorante
José Gonçalves de Albuquerque	Quinta da regada
José Maria da Fonseca - Vinhos, S.A.	Terras Altas
Julia Kemper Wines, S.A.	Julia Kemper
Julia Kemper Wines, S.A.	Elpenor
Juliana Kelman Unipessoal, Lda	Kelman
Juliano Almeida Nunes Bento	Terras de S. Miguel
Juliano Almeida Nunes Bento	Terras Abençoadas
Ladeira da Santa, Lda	Ladeira da Santa
Lua Cheia em Vinhas Velhas, Lda	Insurgente
Luís Miguel Henriques Nunes Bento	Terras de S. Miguel
Luís Miguel Henriques Nunes Bento	Terras Abençoadas
Lusovini - Distribuição, S.A.	Pedra Cancela
Lusovini - Distribuição, S.A.	Café Santa Cruz
Madre de Água, Lda	Terras Madre de Água
Madre de Água, Lda	Madre de Água (Sinal Misto)
Madre de Água, Lda	Experimentum
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Jardim da Estrela
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Pedro e Inês
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Carlos Lucas
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Ribeiro Santo
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	E.T Ribeiro Santo
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Pinha Ribeiro Santo
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Automático Ribeiro Santo
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Ribeiro Santo Vinha da Neve
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Tricana

Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Envelope
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Belmira Cruz
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Identidade A.M
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Escadas da Beira
Magnum - Carlos Lucas Vinhos, Lda	Torre de Ferro
Manuel dos Santos Campolargo - Cabeça de Casal da Herança de	Campolargo
Maria Alcide Tavares Marques	Quinta da Tabeleira
Maria de Fátima Teixeira Ribeiro Silva	Quinta dos Penassais
Maria de Fátima Teixeira Ribeiro Silva	Verurium Sabores
Maria de Fátima Teixeira Ribeiro Silva	Dona Augusta
Maria de Fátima Teixeira Ribeiro Silva	D. Odório
Maria de Lourdes Mendes Oliva Nunes Albuquerque Osório	Quinta da Ponte Pedrinha
Maria Rosa Marques Martins Borges	Quinta de Tralcume
Mistic Wines, Lda	Segredos de Sezures
Moreira Olazabal & Borges, Lda	MOB
Moreira Olazabal & Borges, Lda	MOB Senna
Moreira Olazabal & Borges, Lda	Quinta do Corujão
Moreira Olazabal & Borges, Lda	Cafeína Client Cuvée
Município de Nelas	As músicas que os Vinhos Dão
Nieport - Vinhos, S.A	Espiritual
Nieport - Vinhos, S.A	Conciso
Nieport - Vinhos, S.A	Fio de Terra
O Abrigo da Passarela, Lda	Casa da Passarela - Villa Oliveira
O Abrigo da Passarela, Lda	Somontes
O Abrigo da Passarela, Lda	Casa da Passarela
O Abrigo da Passarela, Lda	Casa da Passarela - o Oenólogo
O Abrigo da Passarela, Lda	Poejo D'Algues
O Abrigo da Passarela, Lda	Passarella
O Abrigo da Passarela, Lda	Passarella - Fuga
O Abrigo da Passarela, Lda	Pedra do Gato
Paço de Santar - Vinhos do Dão S.A.	Paço dos Cunhas de Santar
Paço de Santar - Vinhos do Dão S.A.	Grande Jurí
Paço de Santar - Vinhos do Dão S.A.	Vinha do Contador
Paço de Santar - Vinhos do Dão S.A.	Nature
Palwines, Lda	Quinta dos Três Maninhos
Palwines, Lda	Vinha do Canez
Passarela - Sociedade de Vinhos, Lda	Somontes
Passarela - Sociedade de Vinhos, Lda	Pedra do Gato
Passarela - Sociedade de Vinhos, Lda	Casa da Passarella - A Descoberta
Patrícia Alexandra Abrantes dos Santos	Rota da Mata
Pedra Cancela - Vinhos do Dão, Lda	Pedra Cancela
Pedra Cancela - Vinhos do Dão, Lda	Pedra Cancela - Eco-Friendly
Pedra Cancela - Vinhos do Dão, Lda	Pedra Cancela - Amplitude, Dias Quentes, Noites Frias

Pedro Afonso Pimentel Pereira	Princhinho
Paulo Jorge Batista Ferreira	Quinta da Ramalhosa
Pedro Alberto Paraíso de Almeida	Casa dos Gaios
Pedro Gouveia Melo Borges da Gama	Quinta da Alameda Santar
Pedro Gouveia Melo Borges da Gama	Aromas de Santar
Peter Viktor Eckert	Quinta das Marias
Peter Viktor Eckert	do Conde
Peter Viktor Eckert	Vinho do Petz
Pinheiro's Quality Wine, Lda	PQW
Polistick - Sociedade Agro-Pecuária, S.A	Casa Anadia
Polistick - Sociedade Agro-Pecuária, S.A	Palácio Anadia
Quinta Agrícola do Penedo dos Mouros	Quinta de S. Pedro de São Miguel do Outeiro
Quinta da Bica - Sociedade Agrícola, Lda	Radix
Quinta da Bica - Sociedade Agrícola, Lda	Quinta da Bica
Quinta da Fata - Agricultura e Turismo, Lda	Quinta da Fata
Quinta da Fata - Agricultura e Turismo, Lda	Conde de Vilar Seco
Quinta da Mariposa	Mariposa
Quinta da Mariposa	Sombrio Lucia Freitas
Quinta da Mariposa	Florbela
Quinta da Mariposa	Retro
Quinta da Nespereira - Sociedade Agrícola, Lda	Vineaticu
Quinta da Nespereira - Sociedade Agrícola, Lda	Sarmentu
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Quinta de Saes
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Saes
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Quinta de Pinhanços
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Pinhanços
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Pape
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Carrocel
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Alvaro Castro
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Alvário Castro Outeiro
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Quinta da Pellada
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Uvelhas Negras
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	La Galaxia
Quinta da Pellada - Unipessoal, Lda	Contemporal
Quinta da Penseira, S.A.	Quinta da Penseira
Quinta da Rebôtea, Lda	QR Fonte do Bispo
Quinta da Rebôtea, Lda	Quinta da Rebôtea
Quinta de Baixo - Vinhos da Bairrada, Lda	Conciso
Quinta de Baixo - Vinhos da Bairrada, Lda	Rótulo
Quinta de Baixo - Vinhos da Bairrada, Lda	Fortnum&Mason
Quinta de Baixo - Vinhos da Bairrada, Lda	Sempar
Quinta de Bella Encosta, Lda	Dom Bella
Quinta de Bella Encosta, Lda	Gold Bell
Quinta de Bella Encosta, Lda	Bella
Quinta de Lemos - Produção e Comércio de Vinhos, S.A.	Quinta de Lemos

Quinta do Escudial Vinhos, Lda	Quinta do Escudial
Quinta do Escudial Vinhos, Lda	Contemplanar
Quinta do Perdigão Sociedade Unipessoal Lda	Quinta do Perdigão
Quinta do Sobral - Engarrafamento e Comercialização de Vinhos, Lda	Quinta do Sobral
Quinta do Sobral - Engarrafamento e Comercialização de Vinhos, Lda	Quinta do Sobral Vinha da Neta
Quinta do Sobral - Engarrafamento e Comercialização de Vinhos, Lda	Sobral Santar
Quinta do Sobral - Engarrafamento e Comercialização de Vinhos, Lda	Pataco's
Quinta do Sobral - Engarrafamento e Comercialização de Vinhos, Lda	Maria de Santar
Quinta dos Garnachos, Unipessoal, Lda	Quinta dos Garnachos
Quinta dos Garnachos, Unipessoal, Lda	Olho Gordo
Quinta dos Monteirinhos, Lda	Quinta dos Monteirinhos
Quinta dos Monteirinhos, Lda	Monteirinhos
Quinta dos Roques, Lda	Quinta dos Roques
Quinta dos Roques, Lda	Quinta do Correio
Quinta dos Roques, Lda	Rui Reguinga
Quinta dos Roques, Lda	Confraria dos Apreciadores de Vinho
Quinta dos Vales da Vinha Velha, S.A.	Provalgebra
Quinta dos Vales da Vinha Velha, S.A.	Pedris
Quinta dos Vales da Vinha Velha, S.A.	Quinta dos Vales da Vinha Velha
Quinta Solar do Arcediogo - Agro-turismo, Lda	Dão Maria João
Quinta Vale das Escadinhas - Soc. Agrícola de Silgueiros, S.A.	T-NAC
Quinta Vale das Escadinhas - Soc. Agrícola de Silgueiros, S.A.	Quinta da Falorca
Quinta Vale das Escadinhas - Soc. Agrícola de Silgueiros, S.A.	Quinta da Falorca Noblesse Oblige
Quinta Vale das Escadinhas - Soc. Agrícola de Silgueiros, S.A.	Serras de Lá
Quinta Vale do Cesto, Lda	Vale do Cesto
Quinta Vale do Cesto, Lda	Serra D'Alva
Quinta Vale do Cesto, Lda	Muros Vádios
Quinta Vale do Cesto, Lda	Alva Magna
Quintas de Sirlyn, Unipessoal, Lda	Quintas de Sirlyn
Quintas de Sirlyn, Unipessoal, Lda	Sirlyn
Raquel Camargo Mendes Ferreira	Sue&Harpo
Raquel Camargo Mendes Ferreira	Adivinha
Raquel Camargo Mendes Ferreira	Quinta Mendes Pereira
Raquel Camargo Mendes Ferreira	Vinhas do Infinito Intenso
Raquel Camargo Mendes Ferreira	Rigor - Quinta Mendes Pereira
Raquel Camargo Mendes Ferreira	Criativum - Quinta Mendes Pereira
Raquel Camargo Mendes Ferreira	Travessa da Ermida
Rosa Maria Pereira Albuquerque Silva	Qta da Taboadela

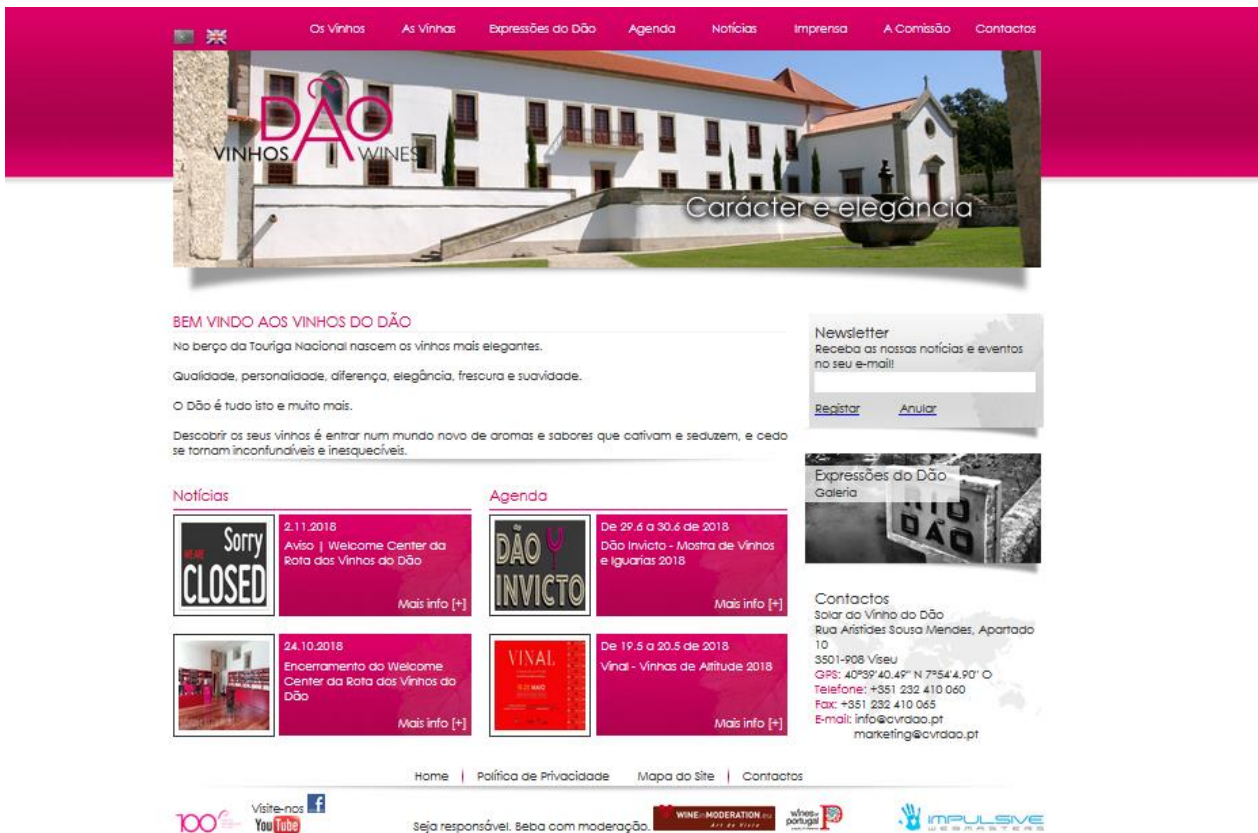
Rui Reguinga Enologia Unipessoal, Lda	Rui Reguinga
Sancirilo - Sociedade Imobiliária, S.A.	Quinta do Paúl
Sandro Santos Seabra	Catavelos
Sandro Santos Seabra	Monte Aljão
Santar Vila Jardim, Lda	Memorias Santar
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Monte Serra
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	CS Seabra
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Casa Américo
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Casa Américo Homenagem
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Pai Américo
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Américo
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Sonante
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Longa Ladeira
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Quinta do Vale do Ribeiro do Castelo
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Vinha de Pucaros
Seacampo-Sociedade Agrícola, Lda	Cabeça D'velho
Segredos e Predicados, Lda	Comenda de Ansemil
Silvia Salgado Comércio de Vinhos, Lda	Neves da Silva
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Fonte do Ouro
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Quinta da Fonte do Ouro
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Opta
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Proeza
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Serra
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Altivo
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Agenda
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Barão de Vilar
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	La Paparrucha
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Boas Vinhas
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Confraria dos Apreciadores de Vinho
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Lampantana
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Salicórnia
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Encosta da Vinha
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Windom Tree
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Gandarada
Sociedade Agrícola Boas Quintas, Lda	Quinta da Giesta
Sociedade Agrícola Casa Aranda, Lda	Casa Aranda
Sociedade Agrícola Casa Aranda, Lda	Quinta dos Picões
Sociedade Agrícola de Mortágua, Lda	Quinta da Gândara
Sociedade Agrícola de Santar, S.A.	Conde de Santar
Sociedade Agrícola de Santar, S.A.	Casa de Santar
Sociedade Agrícola de Santar, S.A.	Outono de Santar
Sociedade Agrícola do Castro de Pena Alba, S.A.	Serrado
Sociedade Agrícola do Castro de Pena Alba, S.A.	Quinta do Serrado
Sociedade Agrícola do Castro de Pena Alba, S.A.	Picos do Couto
Sociedade Agrícola do Margarido, Lda	Margarido

Sociedade Agrícola do Margarido, Lda	Quinta do Margarido
Sociedade Agrícola do Margarido, Lda	Dom Alma
Sociedade Agrícola e Comercial dos Vinhos Messias, S.A.	Quinta do Penedo
Sociedade Agrícola e Comercial dos Vinhos Messias, S.A.	Messias
Sociedade Agrícola e Comercial dos Vinhos Messias, S.A.	Messias Selection
Sociedade Agrícola e Comercial dos Vinhos Messias, S.A.	Trovão
Sociedade Agrícola e Comercial dos Vinhos Messias, S.A.	S. Miguel
Sociedade Agrícola e Comercial dos Vinhos Messias, S.A.	Sonalto
Sociedade Agrícola Faldas da Serra, Lda	Quinta das Maias
Sociedade Agrícola Faldas da Serra, Lda	Confraria dos Apreciadores de Vinho
Sociedade Agrícola Faldas da Serra, Lda	Maias
Sociedade Agrícola Quinta de Santo António, Lda	Terras de Santo António
Sociedade Agrícola Quinta do Covão, S.A.	Quinta do Covão
Sociedade Agrícola Terras do Mendo, Lda	Terras do Mendo
Sociedade Agrícola São Domingos, Lda	Bachusicon
Sociedade Agro-Florestal Fonte de Gonçalvinho, S.A.	Fonte de Gonçalvinho
Sociedade Agropecuária da Quinta de Darei, Lda	Lagar de Darei
Sociedade Agropecuária da Quinta de Darei, Lda	Lagar do Dão
Sociedade Agropecuária da Quinta de Darei, Lda	Rodeio
Sociedade dos Vinhos Borges, S.A.	Quinta de São Simão da Agueira
Sociedade dos Vinhos Borges, S.A.	Borges
Sociedade dos Vinhos Borges, S.A.	Real Senhor
Sociedade dos Vinhos Borges, S.A.	Meia Encosta
Sogrape Vinhos, S.A.	Callabriga
Sogrape Vinhos, S.A.	Grão Vasco
Sogrape Vinhos, S.A.	Pena de Pato
Sogrape Vinhos, S.A.	Duque de Viseu
Sogrape Vinhos, S.A.	Pórtico
Sogrape Vinhos, S.A.	Quinta dos Carvalhais
Sogrape Vinhos, S.A.	Inspirações
Sogrape Vinhos, S.A.	Quinta dos Carvalhais Único
Sogrape Vinhos, S.A.	Granado
Sogrape Vinhos, S.A.	Asda
Soito Wines, Lda	Soito
Soito Wines, Lda	Cabeço da Roda
Soito Wines, Lda	Taleiga
SOVIDÃO- Sociedade Agrícola e Vitivinícola da Ribeira do Dão, S.A	Lapa do Lobo
Tomaz Aquino Viegas Abranches Lucas de Andrade Araújo P. Rocha	Casa da Carvalha
Tomaz Aquino Viegas Abranches Lucas de Andrade Araújo P. Rocha	Encostas do Alva
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Tesouro da Sé
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Tesouro da Sé Private Selection
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Prunus

Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Prunus Private Selection
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Bergamota
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Bergamota Private Selection
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Udaca
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Azul Portugal
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Dom Divino
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Adro da Sé
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Índio Rei
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Alto Concelho
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Cass
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Azul Portugal
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Adega D'el Rei
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Taverna D'el Rei
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Porta do Fontelo
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Vice Rei
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Verurium Sabores
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Chronus
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Invulgar
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Irreverente
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Láparo
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Regresso
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Caso Único
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Reencontro
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Circus Number
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	União
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	UAONI
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Eloquente
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Xoro
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Zulaco
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Castra
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Ora Pois
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Terra Magna
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Porta do Fontelo
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Sertório
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Psique
Udaca - União das Adegas Cooperativas do Dão, UCRL	Astro
União Comercial da Beira, Lda	Cunha Martins
União Comercial da Beira, Lda	Príncipe do Dão
União Comercial da Beira, Lda	Prova dos Nove
União Comercial da Beira, Lda	Remédio Santo
União Comercial da Beira, Lda	Piquenique-Pic-Nic
União Comercial da Beira, Lda	Dão Monástico
União Comercial da Beira, Lda	Seleção de Enófilos
União Comercial da Beira, Lda	Your Name
União Comercial da Beira, Lda	Music&Wine

União Comercial da Beira, Lda	Prado
União Comercial da Beira, Lda	Hipótese
União Comercial da Beira, Lda	Quinta do Cerrado
União Comercial da Beira, Lda	Lagares do Cerrado
União Comercial da Beira, Lda	ABADIM
União Comercial da Beira, Lda	Contemporal
União Comercial da Beira, Lda	Monte Baixo
União Comercial da Beira, Lda	Aldeia Dão
União Comercial da Beira, Lda	Aldeia de Irmãos
União Comercial da Beira, Lda	UCB
União Comercial da Beira, Lda	UCB Atitude CM
Valadinhos, Lda	Ludares
Vidigal Wines, S.A.	Dona Belmira
Vidigal Wines, S.A.	António Lopes
Vidigal Wines, S.A.	Vidigal
Vidigal Wines, S.A.	Companhia do Vinho
Vidigal Wines, S.A.	Terras do Litoral
Vidigal Wines, S.A.	Azoi
Vinassantar - Sociedade Agrícola Unipessoal, Lda	Fidalgas de Santar
Vinhos das Mercês, Lda	Aune Lohmann
Vinhos de Darei, Lda	Vinha do Rodeio
Vinhos de Darei, Lda	Lagar do Dão
Vinhos de Darei, Lda	Lagar de Darei
Vinhos de Darei, Lda	Solid
Vinícola de Nelas, S.A.	Chão do Monte
Vinícola de Nelas, S.A.	Estréguas
Vinícola de Nelas, S.A.	Fata
Vinícola de Nelas, S.A.	Encosta de Nelas
Vinícola de Nelas, S.A.	Meio Século
Vinícola de Nelas, S.A.	Vinelas
Vinícola de Nelas, S.A.	Oiro da Beira
Vinícola de Nelas, S.A.	Quinta das Estréguas
Vinícola de Nelas, S.A.	Status
Vinícola de Nelas, S.A.	Colinas de Viriato
Vinícola de Nelas, S.A.	Casa da Capela
Vinícola de Nelas, S.A.	Monte do Amante
Vinícola de Nelas, S.A.	Vinho do Abade de S.Cristóvão
Vinícola de Nelas, S.A.	Escanção
Vinícola do Vale do Barrô, S.A.	Vice Rei
Virgínia Marques Barbosa Formoso	Adega da Corga
Virgínia Marques Barbosa Formoso	Castra
Viriato Manuel Lopes Albuquerque	Girabolhos
Viriato Manuel Lopes Albuquerque	Casa Albuquerque

**Anexo XXVIII – Website CVR do Dão e Website Rota dos Vinhos do Dão**



**Anexo XXIX – Ficha de Inscrição Dão Invicto**



CENTRO DE CONGRESSOS DA ALFÂNDEGA DO PORTO | PORTO

28 E 29 DE JUNHO DE 2019

EMPRESA: \_\_\_\_\_

PESSOA DE CONTACTO: \_\_\_\_\_

MORADA: \_\_\_\_\_

CÓDIGO POSTAL: \_\_\_\_\_ LOCALIDADE: \_\_\_\_\_

TELEFONE: \_\_\_\_\_ FAX: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

SITE \_\_\_\_\_

CONTRIBUINTE: \_\_\_\_\_

NOME A FIGURAR NO STAND: \_\_\_\_\_

Espaço Individual (1,20 m x 0,60m X 0,75 m)

200,00 € +

IVA

**Forma de Pagamento:**

Cheque nº: \_\_\_\_\_ do

Banco: \_\_\_\_\_

Transferência Bancária para o Banco Santander Totta IBAN: PT 50 0018 0000 0161018300168

O **comprovativo do pagamento** deverá ser **enviado para o e-mail: info@cvrdao.pt** ou para o **fax: 232 410 065**, com a identificação da empresa a que pertence na ordem de transferência.

Data : \_\_\_\_/\_\_\_\_/ 2019

\_\_\_\_\_  
Assinatura e Carimbo