

# PROMOÇÃO DE VINHOS PORTUGUESES NO SUL DA CHINA

RELATÓRIO SOBRE PARTICIPAÇÕES DE PRODUTORES PORTUGUESES  
EM DIVERSAS ACÇÕES DURANTE O 4º TRIMESTRE DE 2009





## Sumário Executivo

- A actividade promocional de Portugal no Sul da China termina 2009 com sinal muito promissor, dando boas indicações de que 2010 deverá registar um avanço substancial em matéria de exportações.
- O ultimo trimestre de 2009, ainda por concluir, ficou marcado por inúmeras iniciativas de carácter promocional e comercial, centradas nos mercados de Hong Kong, Cantão (Guangzhou e Shenzhen) e Macau, levadas a cabo pelos produtores, pela Viniportugal, pela Fenadegas, pela AEP e AIP, bem como por agentes locais tradicionais de Macau.

## Quadro Resumo das Principais Iniciativas

Evento	Local	Perfil	Website	Data	# produtores de Portugal	Empresas principais e marcas representadas
MIF2009	Macau – Venetian Hotel	Feira generalista	<a href="http://www.mif.com.mo/mif2009/pt/main.php">http://www.mif.com.mo/mif2009/pt/main.php</a>	22 a 25 de Outubro	1 produtor	2; Casal do Conde Casa Angola
Wine & Gourmet	Macau – Venetian Hotel	Feira especializada	<a href="http://www.wineandgourmet.com/">www.wineandgourmet.com/</a>	22 a 24 de Outubro	3 produtores	5 empresas: J.Portugal Ramos; Dão Sul; pela Nextvector ( Vinhos Conceito; Casa de Santa Eufémia; Encosta do Sobral; Herdade de Coelheiros; Fundação Stanley Ho); pela Seapower (Enopor, Portuguese Top Wines); Agência Superar (Roquevale; Mouchão; Casa Cadaval, Pegões; Provam)
Port wine tasting	Hong Kong – The Kee Club	Prova por convite		2 de Novembro	2 produtores	Taylor's (Taylor's e Croft); Symington (Graham, Warre, Dows)
HK Wine Fair	Hong Kong – HK Convention Centre	Feira especializada	<a href="http://www.hkwinefair.hktdc.com">www.hkwinefair.hktdc.com</a>	6-9 de Novembro	27 produtores	28 empresas <b>Viniportugal com:</b> Vallado, Esporão, Dão Sul, Valle d'Algares, Casa Malaquias, Cortes de Cima, Conceito Vinhos, Caves Arcos do Rei; Encostas do Sobral; Casa Sta Eufémia; Seapower; Vallegre; Aliança; Ferreira Malaquias; Vang Kei Hong; Quiz Numérico Vang Kei Hong; <b>Fenadegas com:</b> Pegões, Udaca, Vercoope, Caves Sta Marta, Caves Vale do Rodo, Almeirim Favaios, <b>Sogrape</b> <b>Links Concept com:</b> Symington e Ramos Pinto <b>Jebsen com:</b> Taylor's <b>Adega Royale com:</b> Luis Pato, Herdade da Calada, Montez Champallimaud, Oboé, Monte da Peceguina



## aicep Portugal Global

						<b>Ponti trading com:</b> Real Companhia Velha <b>Jebsen com:</b> Taylors
Prova Fenadegas	Residência do Consulado de Portugal em Macau	Prova aberta a profissionais		9 de Novembro	7 produtores	<b>Fenadegas com:</b> Pegões, Udaca, Vercoope, Caves Sta Marta, Caves Vale do Rodo, Almeirim Favaio
Jantar Hong Kong & Macau Wine Societies	Residência do Consulado de Portugal em Macau	A membros, com prova e eleição do "melhor tinto português"		14 de Novembro		Com 12 vinhos para prova, sem presença de produtores
Prova de vinhos Silverbase – Hong Kong	Conrad Hong Kong	Prova para media e convidados		19 de Novembro	6 produtores	6 empresas Sogrape, Dão Sul, Montez Champallimaud, José Maria da Fonseca, J Portugal Ramos, Valle d'Algares, Ferreira Malaquias
Prova de vinhos Silverbase – Shenzhen		Prova para media e convidados		20 de Novembro	6 produtores	6 empresas Sogrape, Dão Sul, Montez Champallimaud, José Maria da Fonseca, J Portugal Ramos, Valle d'Algares, Ferreira Malaquias
Interwine Canton 2009	Canton Fair – Guangzhou	Feira especializada	<a href="http://www.faircanton.com/wine/201.asp">http://www.faircanton.com/wine/201.asp</a>	26 a 28 Novembro	11	11 empresas <b>AEP com:</b> Solar de Lobos, Jafinhos, Dão Sul, Vallegre, Casal do Conde, D'Wine (Qta Revolta, Vale Bragão, Stª Eufémia) <b>Enopor;</b> <b>The Portuguese Wine Company:</b> J Maria Fonseca, Palmela, Mte Ravasqueira, Fiuza, Herd. São Miguel) <b>EuroVinhos Macau:</b> Qta Alorna, Cistus, Barão Vilar, Ermelinda Freitas, Sta Vitória, Porta de Cavaleiros <b>Winsente:</b> Gradil, Caves Velhas, Real Companhia Velha, Consensual <b>Clap Corporation:</b> Nau Antiga

Fonte: elaboração própria, sujeita a omissão involuntária de alguma empresa/referência



## aicep Portugal Global

- De destacar o esforço individual de cada empresa, e o grau de preparação cada vez mais elevado colocado na visita ao mercado pela generalidade das empresas e instituições
- Produtores portugueses aventuraram-se já sem rodeios para lá de Macau, o que lhes permite tocar novos mercados, de muito maior dimensão potencial, colhendo imediata aceitação, e que se traduziu com frequência em ordens de compra promissoras.
- A categoria “Portugal”, até aqui confinada a Macau, deu mostras de conquistar novos mercados, e lograr um posicionamento diferenciado de qualidade junto de mercados-alvo consideravelmente maiores e não-cativos. Excelente reconhecimento também em matéria de prémios conquistados em vinhos submetidos a concurso.
- Em todas estas iniciativas a aicep esteve presente, prestando apoio directo às empresas e associações, antes e durante os eventos. Para além disso, muitos dos acordos comerciais entre produtores e agentes em HK e China resultam de trabalho prévio de prospecção de mercado e promoção abrangente dos produtores portugueses junto de agentes no mercado. E mantém-se o trabalho de fundo junto de jornalistas/opinionmakers para elevar a notoriedade dos nossos vinhos.
- A par com a celebração de contratos relevantes, para novos mercados, perspectiva-se para 2010 o aumento da aposta dos produtores por estes novos destinos, tanto em missões ao mercado e participação em feiras, como também da abertura de escritórios de representação de alguns dos maiores produtores.
- 2010 poderá beneficiar do efeito ExpoShanghai, que atrairá um fluxo mais regular de empresas ao mercado, e da realização da Vinexpo2010 em HK em Maio e da HK WineExpo em Novembro. Esta maior presença poderá reforçar a janela de oportunidade que surge logo a seguir em 2011, aproveitando a efeméride da República Popular da China nomear e celebrar Portugal como país parceiro.
- Recomenda-se a participação colectiva nas Feiras Vinexpo2010 em Maio, para o segmento Premium dos produtores, e a HKWine Fair2010 em Novembro para o segmento médio. Em torno a estas feiras é recomendável extensões a Guangzhou, Shenzhen e Macau, para acções de prova. A Interwine Canton, com duas realizações anuais em Maio-Junho, e finais de Novembro, é aconselhável apenas a produtores com gamas muito baratas.
- Fora destes períodos, são cada vez mais recomendáveis visitas ao mercado, meticulosamente preparadas, em que se procure também promover os vinhos em jantares, com presença de enólogo.



aicep Portugal Global

## Índice

1.OS DIVERSOS EVENTOS .....	6
1.1. MIF 2009 (Macau) .....	6
1.2. Wine & Gourmet 2009 (Macau) .....	7
1.3. Port Wine Tasting - Taylors e Symington (Kee Club – Hong Kong) .....	9
1.4. Hong-Kong International Wine & Spirits Fair .....	10
1.4.1. Relatório da Feira .....	11
1.4.2. Presença Portuguesa .....	12
1.4.3. Perspectivas para a feira no ano 2010 .....	13
1.4.4. Fotos da Feira.....	14
1.5. Prova de Vinhos da Fenadegas .....	16
1.6. Jantar Hong-Kong & Macau Wine Societies .....	18
1.7. Prova de Vinhos SilverBase – Hong-Kong e Shenzhen.....	19
1.8. Interwine Canton 2009 .....	20
2. ARTIGOS E ESTUDOS UTEIS .....	23
2.1. Alguns artigos nos Media .....	23
2.2. Videoteca (pesquisar no website da HK Wine Fair) .....	25
2.3. Apresentações .....	25
3.LEILÕES .....	26



aicep Portugal Global

## OS DIVERSOS EVENTOS

### 1.1. MIF 2009 (Macau)

(Ver empresas em Quadro Resumo das Principais Iniciativas)

A MIF comemorou a sua 14ª edição, havendo a dizer que são já raras as empresas portuguesas que ainda não passaram por esta feira. Feira que continua a decorrer em moldes tradicionais, completamente generalista e que atrai muito público e profissionais locais em menor grau.

Havendo um número limitado de agentes importadores em Macau, geralmente com relações comerciais antigas com empresas portuguesas, a MIF permite nalguns casos a visita ao mercado e renovação da relação comercial, e noutros casos uma primeira experiência cultural das empresas portuguesas com uma Ásia com traços da nossa passagem.

Na edição de este ano estiveram presentes a Casa Angola, também com vinhos de marca própria, e o produtor Casal do Conde.

Perante uma concorrência cada vez maior de outras feiras sectorialmente focadas para um público profissional, é natural que a presença de produtores de vinho continue a diminuir na MIF.





aicep Portugal Global

## **1.2. Wine & Gourmet 2009 (Macau)**

(Ver Empresas em Quadro Resumo das Principais Iniciativas)

<http://www.wineandgourmetasia.com/>

### Press release da Feira

*“Business partnerships and friendships were formed at Wine & Gourmet Asia 2009 from 22 to 24 October, held at the CotaiExpo at The Venetian Macao. Over three days, 100 exhibitors presented their finest products while 7,163 buyers, chefs, restaurateurs, hotel managers and other industry professionals found new suppliers and met business associates.”*

Depois dos primeiros dois anos de existência autónoma em Macau, a Wine & Gourmet 2009 foi absorvida pela feira generalista MIF, de forma a aumentar assistência e potenciar um maior sucesso.

A presença portuguesa na feira fez-se por um conjunto de boas empresas (produtores e agentes), com marcas claramente adaptadas ao mercado-alvo.

Bem organizada, pela Koelnmesse, embora de dimensões modestas (os números do press-release parecem-nos elevados, quando comparados com estatísticas de outras feiras em que participámos). Registou-se uma melhoria ligeira sobre as edições anteriores. Mas, não fora o esforço da organização em trazer missões de compradores da R.P.China, e o público-alvo continuariam a ser apenas os profissionais de hotelaria de Macau. Num contexto de forte concorrência, os compradores não se deslocam senão a feiras capitais, o que manifestamente não é o caso.

O sector do turismo em Macau, que constitui o principal mercado local para os produtos agro-alimentares tem certamente muito potencial de desenvolvimento para os produtos portugueses. Produtos que circulam mais no retalho alimentar, e muito menos na hotelaria.

Todavia, tratando-se de grandes marcas internacionais (Sheraton, Hyatt, Wynn, Crowne, etc) os processos de decisão em matéria de compras nem sempre passam exclusivamente por Macau.

Para se conquistar o novo mercado de Macau, que surgiu com a liberalização do jogo, e a explosão de novos casinos a partir de 2005, não basta vir a Macau, ou trabalhar só em Macau. Olhando para a perspectiva da procura final, porque o público que consome nos casinos mais facilmente repete hábitos que trás de fora do que descobre novas experiências.



aicep Portugal Global



AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt www.portugalglobal.pt

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



aicep Portugal Global

### **1.3. Port Wine Tasting - Taylors e Symington (Kee Club – Hong Kong)**

Prova organizada conjuntamente pela Taylors (Taylors e Croft) e Symington (Graham, Dow, Warre), e respectivos agentes no mercado, orientada para os clientes profissionais. Provas de diversos vintages das duas casas-mãe, para um segmento-alto.

Organizada ao final da tarde no Kee Club, um dos clubes/discotecas mais selectos de Hong Kong. Feito com natural esmero e profissionalismo.

Público conhecedor e alguns media, num evento essencialmente de promoção. Naturalmente que a poucos dias da abertura da HK Wine Fair, e com a multiplicação de eventos concorrendo sobre um mesmo público-alvo, a assistência foi inferior ao universo-alvo legítimo.

Creemos que a visibilidade do Porto, enquanto categoria, ganharia em ser mais suportada institucionalmente, e porventura através de iniciativa cirúrgica da Confraria de Vinho do Porto. A sociedade de Hong Kong é sensível a eventos que marquem a exclusividade do produto e demarquem um círculo de conhecedores.

Para além disso, a categoria vinho do Porto ganharia ainda em posicionar-se mais regularmente nos inúmeros leilões que desde há dois anos caracterizam Hong Kong. Em 2009 o total transaccionado em leilões terá subido de 40m USD para 60m USD, suplantando Londres e ficando apenas atrás de Nova Iorque. Os vinhos do Porto e Madeira têm legitimamente um espaço para este tipo de segmento icónico.

**KEE**

- HOME
- THE CLUB
- DINING
- MEMBERSHIP
- KEE TIMES
- EVENTS
- MUSIC
- MAGAZINE
- KEE CAREER

**The Lounge/Screening Room**

*Located off the lobby, the lounge is a cosy, funky space featuring a collection of beautiful 20th Century designer furniture. At one end stands a baby grand piano and at the other bar. The Lounge doubles up as the most comfortable private screening room in Hong Kong.*



aicep Portugal Global

### 1.4. Hong-Kong International Wine & Spirits Fair (Ver Empresas em Quadro Resumo das Principais Iniciativas)



AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt www.portugalglobal.pt

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



### 1.4.1. Relatório da Feira

A segunda edição da Hong-Kong Wine and Spirits Fair, <http://hkwinefair.hktdc.com>, organizada pelo Hong-Kong Development Council (congénere da AICEP em Hong-Kong), decorreu novamente no Convention & Exhibition Centre de Hong-Kong, desta mudando de Agosto para um calendário bem mais apropriado, entre os dias 4 e 6 de Novembro.

525 Expositores, numa área muito extensa, dos quais 413 do estrangeiro, com a representação mais forte a cargo da Austrália (65 expositores), França (56), Espanha (37), Argentina (31), EUA (27), Itália (25), seguidos de Portugal, com 24 directos (mais 5 indirectos). Aumento de 119%, que se deveu em grande parte a um aumento de 155 para 413 expositores estrangeiros de 2008 para 2009;

Controlo apertado das entradas, filtrado a profissionais do sector. Mais de 11,915 visitantes de 62 países e regiões. 78% da Ásia, dos quais metade da R.P.China. Aumento de 36% sobre ano anterior.

#### Registo de Visitantes

	2009	2008
HK	7,761	6,597
Asia	3,234	1,863
Europe	475	106
N America	185	88
Australia & Pacific Islands	193	73
Central & S America	31	15
Africa	18	10
Middle East	18	6
<b>Total</b>	<b>11,915</b>	<b>8,758</b>

Também é importante referir que em termos de espaço, a área da feira quase duplicou (7.200 m<sup>2</sup> em 2008 para 13.090 m<sup>2</sup>).

Organização excelente, com a chancela da HK TDC, ainda só na 2ª edição.

#### Ver Press Release em Anexo.

Portugal, que participou pela primeira vez, esteve muito bem representado, não só através da Viniportugal e Fenadegas, como também pela presença de Stand Sogrape; da Taylors, Symington, Ramos Pinto e Real Companhia Velha junto dos seus agentes, e ainda através de presença indirecta por agentes locais.

Êxito assinalável, tanto para Portugal, como também realçado por todos os países participantes com base em inquéritos recolhidos junto das empresas expositoras, bem como junto dos compradores.

Vindo uma boa parte dos expositores portugueses à procura de agentes para R.P.China e HK (e quase sempre nunca para Macau), todos eles assinalaram que não só estabeleceram inúmeros contactos de alta qualidade, como também que muitos desses contactos foram para outros pontos da região asiática.

Apenas os expositores que apostavam mais na abordagem ao cliente final profissional (distribuição e restauração), tiveram uma percepção inferior, mas ainda assim positiva.

Indubitavelmente, com base nas afirmações dos responsáveis dos diversos países presentes, que Hong-Kong se afirma como a plataforma de negócio de vinho para toda a Ásia, tirando partido da sua posição geográfica estratégica, através da qual num raio de no máximo cinco horas de voo, se consegue chegar



aicep Portugal Global

aos principais centros de comércio da Ásia Oriental; da abolição de todas as taxas alfandegárias; da concentração de riqueza; e duma versatilidade no contacto entre as culturas asiática e ocidental.

Nesta edição da feira a França pontuou como País parceiro. Assim, a este país foi dado maior destaque quer a nível de actividades relacionadas com a feira quer a nível da dimensão e localização do seu pavilhão. No próximo ano será a vez da Austrália.

A programação da feira contou com provas de vinhos, *workshops* e seminários ligados à indústria do vinho.

### 1.4.2. Presença Portuguesa

Portugal esteve representado através de 30 empresas portuguesas, em que a maioria se encontrava no pavilhão de Portugal e as restantes nos seus stands de representação de Hong-Kong.

O Pavilhão de Portugal dividia-se em duas partes: ViniPortugal e Fenadegas.

Com a ViniPortugal estavam as empresas:

- Cortes de Cima;
- Quinta do Vallado;
- NextVector, com vinhos da Casa Santa Eufémia, Conceito e Encosta do Sobral;
- QuiZ wines & Spirits;
- Dão Sul;
- Global Wines;
- Ferreira Malaquias;
- Vale d'Algares;
- Esporão S.A.;
- Aliança;
- Vang Kei Hong Trading Co., com vinhos da Enoport, Carmim, Caves Arcos do Rei, entre outros;
- Caves Arcos do Rei;
- Seaport Trading Co. Lda., com vinhos das caves do Casalinho, Caves Dom Teodonisio Dão Cardeal Tinto (Junta), Macieira Royal Old Brandy, entre outros;
- Vallegre.

E com a Fenadegas:

- Caves de Santa Marta;
- Caves do Vale do Rodo;
- Adega Cooperativa de Favaio;
- Cooperativa Agrícola de Santo Isidro de Pegões;
- Adega Cooperativa de Almeirim;
- UDACA (União das Adegas Cooperativas do Dão);
- Vercoope (União das Adegas Cooperativas da Região dos Vinhos Verdes).

Outras marcas portuguesas encontravam-se representadas nos expositores dos seus agentes de Hong-Kong. Os stands encontravam-se decorados com cartazes de imagens de Portugal, entre outros objectos decorativos alusivos a Portugal. Os expositores eram:

- Sogrape: Stand próprio, com vinhos de Portugal e dos outros países onde produz
- Links Concept Company Limited, com Ramos Pinto e Vinhos do Porto Dow's;
- Adega Royale Limited, com Luís Pato e Alvarinho Soalheiro entre outros.
- Real Companhia Velha: com a Ponti Trading

Os portugueses que participaram na feira, saíram bastante satisfeitos, fazendo um balanço positivo, podendo-se confirmar pelos alguns depoimentos recolhidos:

AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



aicep Portugal Global

*"Visto já estarmos representados no mercado de HK, o stand da nossa marca de Vinhos do Porto Dow's esteve localizado no nosso importador local, Links Concept. Para além da oportunidade em fortalecer relações comerciais e de amizade com quem já trabalhamos, bem como a visibilidade dos nossos vinhos, a HKWF serviu de local de encontro com novos importadores e distribuidores permitindo-nos assim conhecer melhor o mercado em que trabalhamos, nunca fechando portas a possíveis novas parcerias. Foi portanto um sucesso, devendo a nossa presença em futuras edições do certame estar assegurada."*

Jorge Nunes – Symington Family Estates

*"A presença na Feira de HK, foi uma mais valia para a Adega de Favaios, uma vez que nos permitiu divulgar o nosso produto por vários agentes na Ásia e criar oportunidades reais de negócio. O acompanhamento do Aicep, foi uma mais valia em vários sentidos. Desde possíveis parceiros que acompanhou ao nosso stand, até ao apoio a nível linguístico com alguns provadores. De referir também outras formas de apoio que resultaram numa maior rentabilidade do tempo e investimento despendido na feira pela Adega de Favaios."*

Filipe Pereira – Adega cooperativa de Favaios

*"A ViniPortugal participou na Hong-Kong Wine & Spirits Fair pela primeira vez em 2009. O feedback dos produtores foi extremamente positivo, tendo a grande maioria realçado os bons contactos e os negócios que se perspectivam. Para Portugal Hong Kong assume-se cada vez mais como mercado estratégico de entrada para a China, justificando-se assim a presença Portuguesa nesta feira, que julgamos vir a ser o certame de relevo na Ásia."*

Márcio Ferreira – ViniPortugal

### 1.4.3. Perspectivas para a feira no ano 2010

A generalidade dos países anunciou que com base no feedback muito favorável, deverão crescer consideravelmente as suas representações. A HKTDC estima que a feira possa crescer em 50% no ano de 2010, apesar de se realizar em Maio do mesmo ano a Vinexpo Asia, cuja dimensão em 2008 foi ligeiramente superior a esta feira. Parece-nos estimativa equilibrada.

A HK TDC irá procurar atrair ainda mais profissionais de toda a Ásia,

A data fixada é 4-6 de Novembro de 2010, com o último dia (Sábado), aberto ao público, que pagará cerca de 20 euros pela entrada.

A aicep está a tentar negociar para que no próximo ano seja introduzida uma categoria de Melhor Vinho Português a concurso. Este ano apenas houve concurso para o Melhor Touriga Nacional, que foi conquistado pela Casa Santa Vitória.

#### Como se diferencia a HK Wine Fair da Vinexpo?

Em traços gerais, a Vinexpo é uma feira mais representativa do Velho Mundo, mais elitista, mais centrada nos clientes profissionais de topo, essencialmente de HK ou das grandes capitais asiáticas. Mais ontrade, com presença garantida das grandes casas de Bordéus, Itália ou Espanha, e para vinhos essencialmente do segmento Premium / Superpremium. Recomendável por tanto para quem tenha referências de topo, internacionalmente premiadas.

A HK Wine Fair é mais abrangente, mais aconselhável para quem procura agente, não só para HK e China, como para o resto da Ásia. Cobre assim as necessidades da maioria das empresas portuguesas.

AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



aicep Portugal Global

### 1.4.4. Fotos da Feira



**Portugal**



**Nova Zelândia**



**Argentina**



AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



aicep Portugal Global

## Espanha



## França



## Estados Unidos da América



## Itália



## Hungria



## Chile



## África do Sul



AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



aicep Portugal Global

## 1.5. Prova de Vinhos da Fenadegas



Tarde de Segunda-Feira, dia 9 de Novembro, a Fenadegas – Federação Nacional das Adegas Cooperativas de Portugal – realizou prova de vinhos na residência do cônsul-geral de Portugal em Macau. Organizada pela Doc-DMC Macau, com o apoio da aicep.

Importante a vários níveis, também pelo facto de confirmar que Portugal, apesar de oportunidades maiores que despontam noutros pontos do Sul da China, não descarta Macau.

A Fenadegas é uma Federação, que conta com cinquenta e seis cooperativas associadas directamente, incluindo três uniões - Unidouro, Udaca e Vercoope – representando quase todas as regiões do país.

Nesta prova estiveram representadas quatro cooperativas e duas uniões, as Caves de Santa Marta, as Caves do Vale do Rodo, a Adega Cooperativa de Favaio, a Cooperativa Agrícola de Santo Isidro de Pegões, a UDACA (União das Adegas Cooperativas do Dão) e a Vercoope (União das Adegas Cooperativas da Região dos Vinhos Verdes). Todas elas já se encontram representadas no território através de agentes locais.

O evento foi organizado tendo em vista a promoção de negócio com hotéis e restaurantes do território.

Na prova estiveram presentes representantes de grandes hotéis, como o MGM Grand e o Sands, bem como de alguns bares e restaurantes que tiveram a oportunidade de experimentar diversos vinhos portugueses, do branco ao tinto, passando pelo verde, rose, porto e moscatel.

Para todos a Ásia é ainda um continente a conquistar. Depois de terem estado presentes na Hong-Kong International Wine & Spirits Fair (4-6 de Novembro), esperam voltar a marcar presença na edição do próximo ano, “superou largamente as nossas expectativas, todos os expositores, todas as empresas que vieram nesta “missão” à China ficaram satisfeitos. Com certeza estaremos cá no próximo ano, sempre na perspectiva de trabalhar melhor a imagem dos vinhos portugueses” declarou Gonçalo Furtado, representante da Opal que acompanhou o grupo.

Jaime Quendera, representante da marca Pegões explicou: “este é um projecto que já tem cinco anos, e que consiste em mostrar, no fundo, ao mercado asiático, a qualidade e a distinção que o vinho português tem, e como essa qualidade é patente e verificada, temos boas vendas, e julgamos vir a ter ainda mais vendas no futuro, porque o mercado chinês, o mercado asiático, é o mercado que vai crescer mais a nível mundial”.

AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



## aicep Portugal Global

Macau serve de base para essa desejada expansão. Como avaliou Francisco Teixeira, gerente das Caves de Santa Marta: “Macau serve, essencialmente, de janela para o continente, assim como Hong-Kong, impõem-se como porta para toda a Ásia, desde a Coreia à Tailândia passando pelo Vietname ou por Taiwan”.

Assim, e com um balanço tão positivo desta estadia, é de se esperar a presença deste grupo num futuro próximo.



aicep Portugal Global

## **1.6. Jantar Hong-Kong & Macau Wine Societies**

No passado 14 de Novembro, na residência do Consul-Geral de Portugal, realizou-se de novo o jantar anual restrito aos membros das Wine Societies de Macau e HK, em que se fazem provas cegas de vinhos tintos de topo portugueses. Participaram cerca de 70 enófilos, dos quais cerca de 40 de Macau.

A selecção dos 12 vinhos a prova é da responsabilidade da Macau Wine Society, tendo escolhido vinhos com preço de venda ao público entre 28 euros e 55 euros. Venceu o Herdade dos Grous Reserva (30 euros), seguido pelo Pintas, e Xisto.

Outros vinhos a prova foram Esporão Garrafeira, Marques de Borba Reserva, Quinta de Pancas Grande Escolha, Poeira, Paulo Laureano Reserva, Ferreirinha Reserva Especial, Quinta da Aguieira Follies, Momentos, Chocapalha Reserva.

Para cocktail foram servidos: Qta Cabriz sparkling, Pena de Pato e Qta Cotto

Para o jantar foram servidos: Morgadio da Torre, Marques de Borba, Qta Cotto, Vinha Grande

Portos (Tanwies 20 anos): Dow's, Sandeman, Offley, Ramos Pinto, Niepoort, Vallado, Taylors

Esta iniciativa de cariz não comercial tem o mérito de promover os vinhos portugueses junto de clientes de topo, nomeadamente hotelaria em Macau, fazendo também a ponte com Hong Kong. Há, pela Macau Wine Society, a preocupação de rotatividade das oportunidades a todos os produtores portugueses presentes em Macau, numa gama de preços não-excessiva.

Fica para registo a observação do presidente da HK Wine Society de que se regista ano após ano uma melhoria da qualidade, mas com perda de identidade nacional. O gosto afunila entre regiões, e os vinhos tendem a assemelhar-se mais a outros vinhos internacionais de qualidade, correndo o risco de sacrificar carácter distintivo.



aicep Portugal Global

## 1.7. Prova de Vinhos SilverBase – Hong-Kong e Shenzhen



Duas provas realizadas pela empresa chinesa SilverBase (<http://www.silverbase.com.cn/Prospectus.htm>), gigante do retalho de bebidas alcoólicas, que recentemente se voltou também para o vinho e tem dado uma atenção especial ao vinho português. Celebração de acordos em perspectiva. Dia 19 de Novembro no Conrad Hong Kong e dia 20 de Novembro no Intercontinental de Shenzhen.

A estratégia desta empresa de alargamento ao vinho (de uva), decorre da consciência da abertura duma nova classe consumidora ao vinho ocidental (por qualidade e prestígio), acompanhado por tendência de diminuição de álcoois mais fortes. É uma empresa cotada na bolsa, dedicada principalmente à distribuição de Wuliangye e suas variantes (um popular e tradicional licor chinês – *baijiu*) na República Popular da China e nos mercados internacionais. É o maior distribuidor dos mesmos nos mercados já referidos desde o ano 2000. Começou a sua actividade no mercado internacional em 1997 e só em 2006 expandiu o seu negócio começando a sua distribuição no mercado Chinês.

Este grupo quer aproveitar os seus canais de distribuição e lançar-se no mercado de bebidas alcoólicas mais “suaves”, os vinhos, sendo distribuidor exclusivo de algumas marcas de vinho de onze países: Alemanha, Argentina, Austrália, Chile, Espanha, Estados Unidos da América, França, Grécia, Itália, Nova Zelândia e Portugal.

De Portugal estiveram as empresas:

- Dão Sul;
- João Portugal Ramos;
- Quinta do Cotto;
- Sogrape;
- Vale d'Algarves (Tudy's);
- José Maria da Fonseca (1756 The Portuguese Wine Company)
- Ferreira Malaquias;

Durante o evento em Shengzhen foi assinado um acordo de distribuição entre a Silver Base e a Sogrape.



aicep Portugal Global

## 1.8. Interwine Canton 2009

(Ver Empresas em Quadro Resumo das Principais Iniciativas)



A [Interwine China 2009](#) é uma feira bianual realizada em Guangzhou, a que empresas portuguesas têm acudido ao longo das últimas edições.

Decorreu dias 26, 27 e 28 de Novembro dentro do edifício da Canton Fair. Portugal participou quer por via da AEP (Pavilhão de Portugal), com 6 empresas, ao que se juntaram mais cinco expositores nacionais independentes (ver tabela no início).

De ano para ano se regista uma melhoria relevante na qualidade do evento e dos participantes, muito embora o epíteto de “Melhor Feira de Vinho na China” seja habitualmente auto-proclamado por várias, e experiência própria desdiz essa afirmação.

Se bem que profissional, é uma feira ainda de reduzida dimensão para a China, incomparavelmente menor do que a Feira de Chengdu, e fundamentalmente voltada para os segmentos mais mass-market.

A afluência, sem grandes restrições à entrada mistura também bastante público não-profissional.

Duma avaliação visual, sempre falível, diríamos que entre os expositores estariam 60% de agentes locais, e 40% de pavilhões de país/empresas estrangeiras.

Portugal sobressaía em termos de país, sobretudo se considerarmos a dimensão relativa como produtor. Uma vez mais, a nossa impressão visual apontaria para uma presença internacional repartida entre: Itália 25% / Espanha 20% / Chile 15% / Portugal 10% / França 10% / Outros 20%.

É de saudar a maior presença de empresas portuguesas, face a edições anteriores, que a aicep acompanhou. Contribuiu claramente para uma afirmação de categoria de origem. Todavia, podemos também admitir que os países que estão na dianteira das exportações para a China (França, Austrália, Chile, EUA) não consideram esta feira como prioritária. Distanto apenas 100km de Hong Kong, é natural que os compradores de volume ou qualidade se desloquem antes à capital do vinho na região.

Atendendo a importância extrema que os prémios têm na cultura chinesa e as implicações que decorrem na formação dos gostos, merece enorme realce o facto de Portugal ter conquistado 5 dos 10 prémios a concurso.

*Três Golden Winner da INTERWINE, foram atribuídos a vinhos portugueses.*

*Esta competição apreciada pelo Júri, em prova cega, atribuiu 2 Golden Winner, um deles como o melhor vinho da competição, ao vinho Solar dos Lobos “Grande Escolha 2007”, do Alentejo, da enóloga Susana Esteban e um Golden Winner ao vinho Nau Antiga “Escolha 2007”, do Douro, do enólogo Virgílio Loureiro.*

*Mais dois vinhos portugueses foram também premiados, o Novo Mundo, um Dão da Enopor e o José de Sousa, um Alentejo da José Maria da Fonseca.*

*Foram atribuídos um total de 10 prémios, tendo Portugal conquistado 50% dos mesmos e arrebatado os três prémios de ouro.*

AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



aicep Portugal Global

No nosso entender justifica-se a renovação da presença de Portugal nesta feira, à medida que esta consolida na sua importância regional, essencialmente para vinhos de preço à exportação entre Eur 0.5 e Eur 5.0.



AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt www.portugalglobal.pt

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



aicep Portugal Global



AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt [www.portugalglobal.pt](http://www.portugalglobal.pt)

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120



## 2. ARTIGOS E ESTUDOS UTEIS

### 2.1. *Alguns artigos nos Media*

- Mainland speeds up wine import process  
**Dennis Eng**

South China Morning Post, Updated on Nov 24, 2009

Wine traders yesterday hailed measures to expedite mainland customs' processing of wine exported from Hong Kong as a step towards the city's target of becoming a regional wine hub.

The measures were particularly welcomed by traders of rare and fine wines who could suffer significant losses if their cargo was held up at customs and not stored properly.

"The facilitation measures seek to increase transparency and certainty for Hong Kong's wine traders to better tap the business opportunities arising from increasing demand for wine on the mainland," Secretary for Commerce and Economic Development Rita Lau Ng Wai-lan said in Beijing yesterday. "This will also help strengthen Hong Kong's position as the wine trading and distribution hub in the region."

"The measures will also provide incentives for Hong Kong's wine traders (particularly the smaller ones and/or those handling boutique wines) to export a greater variety of wines into the mainland, thus providing more choice to the consumers there."

Under the agreed measures, which will first be implemented in Shenzhen by early next year, the mainland's General Administration of Customs will allow the preliminary valuation of wine duty 10 working days before a shipment arrives from Hong Kong for eligible importers. At the border, mainland customs will usually complete the procedure within one working day.

If no preliminary valuation has been carried out, customs clearance for wines that have previously been imported to the mainland will normally take no more than three working days. Wines entering the mainland for the first time will usually clear customs within seven working days. If not, the cargo can be released with the payment of a guarantee deposit.

Wines are subject to various mainland duties that add up to about 48 per cent of their value. Hong Kong scrapped a 40 per cent duty last year.

Doug Rumsam, managing director of Bordeaux Index's Hong Kong office, said mainland demand was voracious this year.

- Fakes are a real drain on vintners  
**Dominique Schroeder**

(Updated on Nov 24, 2009)

Romanee-Conti, Chateau d'Yquem, Petrus - fine wines coveted by connoisseurs, and targeted by counterfeiters. According to French wine professionals, a handful of rare and fine wines face the same threat from fraud as luxury handbags and designer sunglasses.

Trafficking in fake wine has "always existed a little, but it's definitely amplified with the rising prices of fine wines", says Sylvain Boivert, director of the association representing Bordeaux wines classified back in 1855, the Conseil des Grands Crus Classes en 1855.

To the relief of many, the fakery remains small scale.

"We are not dealing with industrial counterfeit production, unlike the luxury brands," he says.



## aicep Portugal Global

The counterfeiting "touches five to six of the very top wine estates in Bordeaux where there is a real potential to make a capital gain and where there is a worldwide demand because the products are rare," says wine tycoon Bernard Magrez.

Nor have Bordeaux's rarefied cousins in Burgundy been spared, notably Romanee-Conti, one of the world's scarcest and most expensive wines.

Jeroboams, the equivalent of four bottles, of the 1945 vintage from this 1.8-hectare estate have recently been sold in auctions, says Burgundy producer Laurent Ponsot. Alas, Romanee-Conti did not bottle its 1945 in jeroboams.

Laurent Ponsot, owner of Domaine Ponsot, has had his own misadventures with counterfeiters.

At a sale in New York last year, the vintner was shocked to discover that "106 bottles out of 107" were fakes. The catalogue listed "a sale of Clos Saint Denis 1945 and other old vintages when we didn't even begin producing this particular appellation until 1982", he says.

"The counterfeiters aren't Asian, they are European or American," says Ponsot, who had to fly to New York to stop the sale.

The methods used to fool buyers are only limited by the imagination of the counterfeiters: photocopied labels, different chateaux names on the capsule and the label, to name a few.

Sometimes the bottle is authentic but doesn't contain the wine or the vintage indicated, or only partially.

"The further one is from the original market, the cruder the fakes," says Angelique de Lencquesaing, founder of the internet auction website IdealWine.

As new markets emerge, fraudsters seize the opportunity to cash in. According to Magrez, counterfeiting increased "when Russians began consuming after the fall of the Wall".

"There was an enormous temptation, because of the considerable demand."

Add to that the immense Chinese market. While the problem of counterfeit wine remains "very anecdotal" in the French market, it "could take on a much more serious amplitude in Asia because the market is developing at a dazzling speed", says de Lencquesaing.

The mainland is "the principal counterfeiter", according to Renaud Gaillard, deputy director of the French export trade body, Federation des Exportateurs de Vins et Spiritueux de France (FEVS). While the main targets are champagne and cognac, according to Gaillard, "one can find Petrus and Margaux in some little stores" on the mainland.

In addition to export markets and internet marketplaces, fake wines slip into circulation through auctions.

"The auction houses are not always as demanding as they should be," says David Ridgeway, chief sommelier at legendary Paris restaurant La Tour d'Argent.

For example, "Romanee-Conti 1945, we know there were only 600 [bottles] produced. But I don't know how many thousands of bottles we have seen at the sales," he says.

Unlike luxury goods groups such as LVMH, which have the financial power to fight aggressively against fake goods, most vintners don't.

"There are no funds. Each lawsuit costs €500,000 [HK\$5.7 million]," says Ponsot. "Vuitton has the means. The vintner, even if he sells all of his merchandise, it's small-scale" production.

There are also those vintners who prefer to avoid any publicity regarding fake wine.

"They file a complaint, but always quietly," says French wine expert Claude Maratier. "They are too afraid that their entire production will be put in doubt."

Agence France-Presse



aicep Portugal Global

## **2.2. Videoteca (pesquisar no website da HK Wine Fair)**

### **Wine Industry Conference Keynote Speech : Hong Kong – Regional Hub for Wine Trading and Distribution**

Wine Industry Conference Keynote Speech : Hong Kong – Regional Hub for Wine Trading and Distribution

Speaker : Yvonne CHOI Ying-pik, Permanent Secretary for Commerce and Economic Development (Commerce, Industry & Tourism), The Government of the Hong Kong Special Administrative Region

20 Nov 2009

### **Wine Rating and Development of Asian Fine Wine Market**

Wine Rating and Development of Asian Fine Wine Market

Speaker : Michel BETTANE, Bettane & Desseauve CEO, Wine Critic

20 Nov 2009

### **History and Latest Development of Global Fine Wine Investment Market**

History and Latest Development of Global Fine Wine Investment Market

Speaker : James MILES, Director, Liv-ex Limited, London

20 Nov 2009

### **Distribution Channel of Wine: Overview of Distribution Channel in Mainland Market**

Distribution Channel of Wine: Overview of Distribution Channel in Mainland Market

Speaker : Brendan O'TOOLE, Managing Partner, Summergate Fine Wines

20 Nov 2009

### **The Strengths and Opportunity of Hong Kong to be the Asian Wine Trading and Distribution Centre**

The Strengths and Opportunity of Hong Kong to be the Asian Wine Trading and Distribution Centre

Speaker : Anthony WONG, Founder and Chairman, Hong Kong Logistics Research Centre

20 Nov 2009

## **2.3. Apresentações**

Concurso do melhor rótulo para o mercado asiático:

<http://hkwinefair.hktdc.com/The%20Most%20Appealing%20Wine%20Label%20for%20Mainland%20Market%20Competition.pdf>

Concurso do melhor vinho para o paladar asiático:

[http://hkwinefair.hktdc.com/press\\_rel/index.asp?page=17](http://hkwinefair.hktdc.com/press_rel/index.asp?page=17)



aicep Portugal Global

### 3. LEILÕES

Certamente que alguns dos vinhos portugueses poderão e deverão figurar num próximo leilão em Hong Kong, que ultimamente se tornou na segunda principal praça para leilões.

Detectam-se de quando em vez alguns vinhos do Porto. De Espanha habitualmente "Vega Sicilias". De forma mais proactiva talvez possamos ter em leilão representação vertical de vinhos do Porto, Madeira, ou grandes vinhos de mesa do Douro, por hipótese.

Lograda a presença regular dos vinhos portugueses em leilão, conseguiríamos por esta via uma atenção maior dos abastados wine-lovers asiáticos. Antiguidade dos vinhos, e números mágicos com "8" presente e "4" ausente podem também estimular o interesse deste novo mercado supersticioso.

Seria óptimo que conseguíssemos também por esta via promover a notoriedade dos nossos melhores vinhos.

Casas leiloeiras identificadas:

Lista Geral: <http://www.wine-searcher.com/merchants/hong+kong,auction,13>

Bonhams: <http://www.bonhams.com/cgi-bin/public.sh/pubweb/publicSite.r?sContinent=ASIA&screen=HKWinesale>

Acker: <http://www.ackerasia.com/> (leilão em Janeiro !!)

Zachys: <http://www.zachys.com>

Alguns leilões recentes:

[http://www.zachys.com/auctions/downloads/0910HKDAY\\_Part1.pdf](http://www.zachys.com/auctions/downloads/0910HKDAY_Part1.pdf) (referencias a Veja Sicília, porque não Barca Velha?)

[http://www.zachys.com/auctions/downloads/0910HKDAY\\_Part2.pdf](http://www.zachys.com/auctions/downloads/0910HKDAY_Part2.pdf) (portos Fonseca, Taylor, Noval)

[http://forms.butterfields.com/pdf/17847\\_HK.pdf](http://forms.butterfields.com/pdf/17847_HK.pdf) (Taylors)

Algumas noticias recentes:

<http://www.reuters.com/article/lifestyleMolt/idUSTRE5932BN20091004>

[http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704533904574546113826591926.html?mod=googlenews\\_wsj](http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704533904574546113826591926.html?mod=googlenews_wsj)

<http://www.wines-info.com/Newshtml/200911/1892009112510113639.html>

<http://www.grapewallofchina.com/2009/11/16/hong-kong-wine-auction-spectrum-to-sell-200-lots-from-aubrey-mcclendon-collection/>



aicep Portugal Global



AICEP Portugal Global – Macau - Business Development Agency - Consulate General of Portugal in Macao - Economic Section

R. Pedro Nolasco da Silva, 45-2º – Macau SAR (PR China)

Tel. +853 72 83 00/1 Fax. +853 72 83 03 aicep.macao@portugalglobal.pt www.portugalglobal.pt

Capital Social – 110 milhões de Euros • Matrícula CRC Porto Nº 1 • NIPC 506 320 120