

# MARKETING DE VINHOS E AZEITES

CADERNO  
ESPECIAL

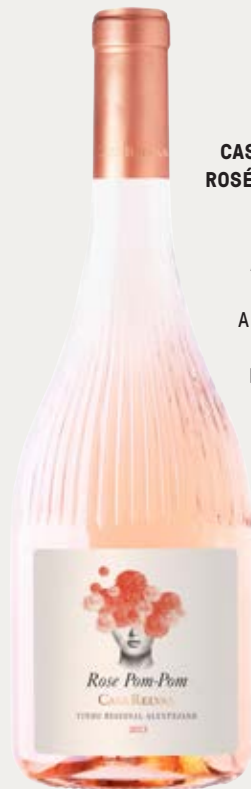
PATROCINADORES



► **MOINANTE ROSÉ 2023**  
 Região: Douro  
 Casta: Castelão  
 Enólogos: António Maçanita e Sandra Sarria  
 PVP: 15,90€



◀ **CASA RELVAS ROSÉ POM-POM 2023**  
 Região: Alentejo  
 Castas: Aragonez, Touriga Nacional e Syrah  
 Enólogo: António Braga  
 PVP: 15€



◀ **LELLO DOURO ROSÉ 2023**  
 Região: Douro  
 Castas: Touriga Nacional (60%) e Tinta Roriz (40%)  
 Enólogo: Fábio Giroto Maravilha  
 PVP: 4,99€



► **ROSÉ DE VENTOZELO 2023**  
 Região: Douro  
 Castas: Tinta Roriz  
 Enólogo: José Manuel Sousa Soares  
 PVP 14€

◀ **MAÇANITA DOURO, ROSÉ 2023**  
 Região: Douro  
 Casta: Touriga Nacional  
 Enólogos: António e Joana Maçanita  
 PVP: 8,95€



▲ **H.O BERTELO 2022**  
 Região: Douro; Castas: Viosinho, Rabigato, Gouveio e Arinto;  
 Enólogos: João Rosa Alves e Tiago Alves de Sousa; PVP: 45€

# shop VINHOS pinó

▶ **ZOM BRANCO 2023**  
 Região: Douro  
 Castas: Viosinho, Rabigato, Gouveio & Códega do Larinho  
 Enólogo: Álvaro Van Zeller  
 PVP: 8,75€



▲ **INVISÍVEL 2023**  
 Região: Alentejo  
 Enólogo: Nelson Rolo  
 Casta: Aragonez  
 PVP: 14,50€



▲ **MYNDRU BRANCO 2022**  
 Região: Alentejo  
 Enólogo: Jorge Alves  
 Castas: Blend de Roupeiro e Perrum, com um toque de Alvarinho  
 PVP: 37,50€

◀ **ABANICO RESERVA BRANCO 2022**  
 Região: Dão  
 Castas: Bical, Cerceal, Barcelo e Terrantez  
 Enólogo: Paulo Nunes  
 PVP: 10,75€





OLHAR PARA  
O PASSADO,  
PARA  
**criar o futuro**

Em 1929, tornou-se uma das maiores fornecedoras de aguardentes v\u00ednicas, iniciando a produ\u00e7\u00e3o pr\u00f3pria de vinho na d\u00e9cada de 1940. Quase com 100 anos, a Messias tem uma hist\u00f3ria para contar e um futuro para celebrar

**Q**uase a comemorar o centenário, a história da Messias Family Wines & Estates começou a 19 de Novembro de 1926, quando Messias Baptista se matriculou como comerciante em nome individual. De início, dedicou-se ao comércio de vinhos de mesa e aguardentes, tornando-se, logo em 1929, no maior fornecedor de aguardentes vínicas ao comércio de Vinho do Porto e à lavoura do Douro. Em 1934, estabeleceu um entreposto em Vila Nova de Gaia para a venda de Vinho do Porto e, mais tarde, em 1937, inscreveu-se como sócio efectivo da Associação Comercial e Industrial de Gaia. Começou na sua própria casa e, em 1943, mudou-se para o edifício que ainda alberga a sede e instalações actuais, com cerca de 35 mil m<sup>2</sup>. Messias Baptista ficou igualmente conhecido pela construção do Cineteatro Messias, inaugurado em 1950, na Mealhada, para dotar a cidade de um equipamento cultural de qualidade, que ainda hoje se encontra em funcionamento, com programação regular. Por esta obra, a Câmara Municipal da Mealhada homenagearia Messias Baptista com o grau de Comendador.

Para garantir a melhor qualidade do produto final, Messias Baptista defendia o controlo de todo o processo produtivo, pelo que a aquisição de vinhas próprias foi uma necessidade – “o vinho faz-se na vinha”, como o próprio afirmava. Assim, na década de 1940, o fundador comprou várias propriedades de vinha na Bairrada, com destaque para a Quinta do Valdoeiro, a primeira grande quinta a ser adquirida pela Messias, iniciando-se então a produção própria de vinho, nomeadamente espumantes e vinhos de mesa. Contudo, desde cedo se apaixonou pelo Douro, pelo que, em 1956, adquiriu a Quinta do Cachão, na Ferradosa, na zona de São João da Pesqueira. Em 1999, já após a morte de Messias Baptista, os seus descendentes adquiriram a Quinta do Penedo, no Dão, pelo que, actualmente, a Messias possui três grandes quintas, em três regiões demarcadas, possuindo ainda outras pequenas propriedades.

## 100 ANOS E A FAMÍLIA NO COMANDO

Em 1953, a empresa passou de ser uma actividade em nome individual para uma Sociedade Anónima, fruto do crescimento da família e da empresa, bem como da vontade em distribuir acções pela família e alguns colaboradores. A empresa permanece ainda hoje nas mãos da família, estando actualmente a 4.ª geração à frente dos seus destinos.

Produtos de qualidade e valores familiares que passaram de geração em geração, aliados a um espírito empreendedor, justificam a longevidade da Messias, quase a comemorar 100 anos de existência. No que diz respeito aos seus clientes e mercados, aproximadamente 65% da facturação da empresa está assente em exportações para os cinco continentes, sendo a Alemanha o principal mercado de exportação da Messias, com o Vinho do Porto a ser o “produto-bandeira” da empresa. A Messias privilegia, também, a sustentabilidade, não só nas



▲ **João Figueiredo**, director de Marketing das Caves Messias

suas instalações como nas propriedades. Dando dois exemplos concretos: recentemente foram feitos investimentos consideráveis na instalação de painéis solares na sua sede, na Mealhada, visando tornar o edifício praticamente auto-suficiente. Por sua vez, na Quinta do Valdoeiro recorre-se ao exercício de produção integrada, um sistema agrícola de produção de alimentos e de outros produtos alimentares de alta qualidade, com gestão racional dos recursos naturais e privilegiando a utilização dos mecanismos de regulação natural em substituição de factores de produção, contribuindo, deste modo, para uma agricultura sustentável. Por outras palavras, apenas é feito o controlo de doenças e pragas quando o nível de ataque destas for superior ao risco de não se fazer nada – a título de exemplo, e à data de hoje, a Messias apenas precisou de levar a cabo quatro tratamentos na Quinta do Valdoeiro desde a última vindima.

Com um background profissional que nada tinha a ver com o sector vitivinícola (algo intencional por parte da empresa e procurando oferecer uma nova visão do mercado), João Figueiredo, director de Marketing da Messias, assumiu este cargo com a missão de revitalizar uma marca histórica e consolidada no mercado, tendo por base dois objectivos abrangentes, mas claros: «Construir o crescimento e criar valor acrescentado. Por outras palavras, trabalhar para aumentar a quota de mercado, expandir a presença global e diversificar os canais de distribuição da marca, mas, acima de tudo, crescer em margem libertada, sendo que a procura constante por estar ao nível do que de melhor se faz no mercado e a adaptação às tendências de consumo são fundamentais para este crescimento», defende. Além do crescimento, «é vital que cada produto ofereça algo único aos clientes, pois, desde a ▶

qualidade dos vinhos até à experiência de consumo, tudo tem de ser pensado para agregar valor e reforçar a imagem premium da Messias», afirma o mesmo responsável.

## DESAFIOS E APOSTA NA INOVAÇÃO

O desafio principal passou, portanto, por reestruturar o portefólio da empresa, organizando as marcas por área de negócio, segmento e posicionamento, sem perder a essência e a tradição. A primeira etapa deste processo envolveu uma análise às referências da Messias, identificando a necessidade de criar uma segmentação mais eficiente, que permitisse aos consumidores compreenderem melhor a oferta e seleccionar as gamas de produtos que atendessem às suas necessidades. Esta reorganização não só procurou otimizar a linha de produtos, como melhorar e facilitar a comunicação com o mercado.

A inovação foi, também, um pilar fundamental nesta nova fase. Foram introduzidos produtos que enriqueceram o portefólio e reflectiram a capacidade de adaptação da marca às novas tendências do mercado. É o caso do Porto Messias 50 Anos, que veio complementar a gama de Tawnies Indicação de Idade, pelos quais a Messias é amplamente reconhecida, juntamente com os seus Portos Colheita. Nos últimos dois anos, foram igualmente lançados os Portos Colheita 2010, 2011, 2012 e 2013.

Outro marco importante foi a criação da gama de Portos Brancos Indicação de Idade – 10 Anos a 50 Anos –, em resposta à crescente procura por vinhos do Porto desta categoria, ideal para novos consumidores e mercados internacionais. Numa lógica diferente e ainda mais inovadora em Portugal, o Espumante Messias Sur Lie, uma adição ao portefólio de espumantes da empresa, destaca-se por ser oferecido ao consumidor sem ter *dégorgement*, dando a este a oportunidade de con-



tinuar o estágio do espumante em sua casa durante o tempo que pretender, tendo assim uma história para contar.

## NOVA IMAGEM A OLHAR PARA O FUTURO

Para além destes lançamentos, houve ainda lugar a uma renovação das imagens de grande parte dos produtos, adequando-os aos segmentos que se pretendem explorar. «O maior desafio foi conciliar a renovação sem ignorar a história e a tradição da empresa, pelo que a renovação da imagem dos produtos foi executada com extremo cuidado, mantendo elementos que remetem à rica tradição da Messias, sem descurar o design atractivo do packaging», sublinha o director de Marketing.

Este equilíbrio entre o antigo e o novo é crucial para atrair novos consumidores, sem, contudo, alienar os clientes leais. Um exemplo marcante foi a alteração da imagem da gama de espumantes, mas com particular ênfase no Espumante Messias Bruto, que recuperou o histórico “Rótulo Azul”, pelo qual a empresa era sobejamente conhecida nos idos anos de 1980 e 1990. «Este produto despertou reacções muito positivas no mercado, especialmente no segmento de consumidores com mais idade, que se lembravam do velho “Rótulo Azul”», acrescenta.

A história quase centenária da Messias confunde-se com a própria afirmação dos vinhos portugueses no mundo, pela qualidade dos vinhos e pela diversidade do portefólio. Sob o slogan “A nossa História faz parte da sua Vida”, esta é uma empresa que desperta um sentimento de saudade em franjas de consumidores que se recordam de algumas das suas marcas mais icónicas – Messias, Avô, Santola, Velha Guarda, entre outras, que ainda existem. Aliar tradição e inovação continuará a ser o mote nos próximos anos, procurando crescer tanto no mercado nacional como no mercado externo. ■





# MESSIAS

FAMILY WINES & ESTATES

*“A NOSSA HISTÓRIA  
FAZ PARTE DA SUA VIDA”*



seja responsável, beba com moderação

WWW.MACREATIVEAGENCY.COM



# GALLO, AGORA TAMBÉM EM conservas

Marca portuguesa de azeites anuncia entrada no mercado das conservas e destaca os produtos que combinam os olivais portugueses e as águas do mar, como o atum dos Açores, a sardinha portuguesa, a cavala ou o bacalhau da Islândia

**A** Gallo, conhecida pela sua longa tradição na produção de azeites, expande agora a sua oferta para o mercado das conservas. A marca portuguesa, fundada em 1919 por Victor Guedes, apresenta esta nova gama com o objectivo de combinar os clássicos peixes do Atlântico com o seu reconhecido Azeite Virgem Extra 100% português.

Este lançamento marca um passo significativo na evolução da marca de azeites, que pretende apostar na diversificação para o sector das conservas. Segundo a Gallo, trata-se de uma resposta à crescente procura por produtos que não só preservem a tradição culinária portuguesa, mas também ofereçam uma experiência gastronómica distinta.







A nova linha de conservas da Gallo apresenta várias opções de atum dos Açores: posta, filete, filete aromatizado com orégãos e ventresca. Além disso, a gama contempla, ainda, sardinha portuguesa e cavala sem pele e espinhas, assegurando uma variedade que atende aos gostos e às preferências mais diversas dos consumidores. Esta entrada no mercado das conservas não só representa uma expansão significativa do portefólio da Gallo, como também reforça o seu compromisso com os princípios de qualidade e autenticidade.

Cada produto desta nova linha é cuidadosamente selecionado e preparado para preservar os sabores naturais dos ingredientes, proporcionando uma experiência culinária diferenciada aos consumidores portugueses. Neste sentido, além da qualidade, a Gallo procura diferenciar-se da concorrência a partir da degustação do primeiro pedaço até à última gota do Azeite Virgem Extra 100% português. Outro dos objectivos da marca passa por satisfazer as expectativas dos seus consumidores, oferecendo produtos que capturem a essência da cozinha portuguesa em cada lata.

Ao longo da sua história centenária, a marca de azeites tem sido testemunha de inúmeros momentos partilhados à mesa, desde refeições familiares aos encontros entre amigos, e agora, com a sua incursão no mercado de conservas, reafirma o seu compromisso com a inovação e a excelência.

A entrada nesta categoria reforça a dedicação da Gallo em proporcionar produtos de alta qualidade que permitam experiências culinárias únicas e memoráveis. Ao expandir a sua oferta para o mercado de conservas, a Gallo reforça o seu compromisso, assegurando que cada consumidor tenha acesso a produtos que representem a tradição gastronómica de Portugal. ■

# SIGA AS PRINCIPAIS TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS DE GESTÃO



## ASSINE JÁ!

# 41€

**1 ANO ASSINATURA**  
(12 edições)

# 72€

**2 ANOS ASSINATURA**  
(24 edições)

Para mais informações: [assinaturas@multipublicacoes.pt](mailto:assinaturas@multipublicacoes.pt) ou ligue para o **210 123 400**.  
Assine já em: <https://assinaturas.multipublicacoes.pt/> e beneficie de descontos até 20% sobre o preço de capa.

Valores de assinatura válidos para Continente e Ilhas.