



Designação do projeto | Vinhos com Tradição – Reconhecimento além fronteiras

Código do projeto | ALT20-01-0752-FEDER-013425

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Alentejo

Entidade beneficiária | Casal Branco – Sociedade de Vinhos, S.A.

Data da aprovação | 14-01-2016

Data de início | 21-09-2015

Data de conclusão | 20-09-2018

Custo total elegível | 202.950,00 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER – 91.327,50 EUR

Apoio financeiro público nacional/regional |

Objetivos, atividades e resultados esperados

Projeto apoiado e financiado pelos Fundos da União Europeia no âmbito do Sistema de Incentivos SI Qualificação e Internacionalização.

A empresa Casal Branco – Sociedade de Vinhos, S.A., sediada no coração do Ribatejo e ligada há várias gerações à família Cruz Sobral, possui mais de 1.100 hectares de terreno e uma tradição agrícola e vitivinícola, que ascende já a 200 anos. A quinta do Casal Branco foi pioneira em inovação tecnológica no Ribatejo, uma vez que foi a primeira adega a vapor da região.



Situada a poucos quilómetros de Almeirim e com as suas vinhas a embelezarem a margem esquerda do rio Tejo através de uma área de 140 hectares, a empresa aposta principalmente na produção das castas portuguesas (Fernão Pires, Castelão, Trincadeira e Touriga Nacional), sendo que mais recentemente a produção de castas internacionais (Syrah, Merlot, Cabernet Sauvignon, Petit Verdot e Alicante Bouchet), têm vindo a crescer substancialmente.

Atualmente as marcas da empresa, estão presentes em diversos mercados internacionais, como África do Sul, Alemanha, Angola, Bélgica, Brasil, China, Canadá, Moçambique, Suíça, entre outros.

Para além da atividade vitivinícola, onde se dá a conhecer através das marcas, Falcoaria, Quinta do Casal Branco, Quartilho, Lobo e Falcão, Monge, Terra de Lobos e Capoeira, a empresa dedica-se também à Coudelaria e ao Enoturismo.

De forma a dar continuidade ao seu processo de internacionalização apresentou um projeto ao sistema de incentivos, no âmbito do programa Portugal2020 Internacionalização.

Este projeto contribui para o reforço de duas áreas de competitividade da empresa, economia digital e internacionalização.

No que concerne às atividades desenvolvidas a empresa realizará um conjunto de ações de promoção e marketing dos seus vinhos nos principais mercados alvo (Brasil, Reino Unido, Bélgica, Polónia, EUA, Venezuela, China, África do Sul, Angola, Índia, Rússia, Alemanha e Suíça), de forma a reforçar a sua presença em mercados em que já atua e que apresentam grandes potenciais de crescimento.

A empresa apostará num conjunto de ações de promoção, nomeadamente, visita aos mercados, participações em feiras internacionais, provas de vinhos, ações inversas e concursos internacionais, que terão como principal objetivo a consolidação de mercados e abertura de outros. A empresa apostará também, na elaboração de um plano de marketing e na produção de materiais promocionais e de exposição, que no geral contribuirão para aumento da visibilidade dos vinhos da empresa e da imagem de Portugal enquanto produtor de vinhos.