

QUINTA do CÔTTO

Mercado

Quinta do Côtto é uma das marcas da casa Montez Champalimaud, uma empresa familiar que produz vinhos de quinta da região do Douro, com a máxima qualidade, tradição, prestígio e modernidade.

Foi Miguel Champalimaud que lançou pela primeira vez o conceito de vinhos de Quinta em Portugal, conceito que assenta na premissa de que os vinhos são elaborados exclusivamente com uvas seleccionadas de vinhas das propriedades da Montez Champalimaud, predominando as variedades Touriga Franca, Touriga Nacional, Tinta Roriz e Sousão. Desde a selecção das uvas à vinificação e engarrafamento, todo o processo é directamente controlado e supervisionado pelos proprietários da casa Montez Champalimaud, o que confere à marca um grau de confiança difícil de igualar. A empresa pretende criar uma diferenciação através do seu produto, do serviço e da qualidade dos vinhos e sua constante melhoria.

Dentro do mercado português de vinhos, a Montez Champalimaud é ainda um pequeno "player". No entanto, dados alguns investimentos na aquisição de novas vinhas e ampliação das estruturas no Douro a sua capacidade de produção tende a aumentar significativamente de ano para ano, obedecendo ao objectivo da marca de crescer sustentadamente mas mantendo sempre a qualidade dos seus vinhos.

Os novos vinhos Montez Champalimaud (Quinta do Côtto 2003, Paço de Teixeira 2004 e as 1/2 garrafas de Quinta do Côtto 2003) destinam-se ao mercado nacional e internacional, onde as marcas estão representadas em cerca de vinte países.

Vantagens Competitivas

A qualidade do Quinta do Côtto é sobejamente conhecida. Os verdadeiros apreciadores de vinho encontram na marca um vinho de excelência, com qualidades reconhecidas.

A conhecida revista belga "Ambiance" publicou no passado mês de Abril o resultado de uma prova cega com mais de 60 vinhos de diversas regiões vitivinícolas de Portugal, orientada pelo prestigiado "sommelier" belga, Guido Francque. O Côtto Grande Escolha 2001 foi o mais pontuado (90.13 / 100). Recebeu críticas muito positivas dada a sua elegância:



"un vin aussi haut, sur l'élégance, la finesse, la classe pure!". A nota atribuída foi considerada um record pois jamais tinha sido dada uma pontuação tão elevada pela revista "Ambiance" (www.ambiance.be).

Esta revista destaca, ainda, o papel de José Carujo (relações públicas dos vinhos Montez Champalimaud para o Benelux) como uma referência ímpar dos vinhos portugueses de qualidade na Bélgica.



História

Situada no coração do mais antigo e tradicional sector de produção do Vinho do Douro, a Quinta do Côtto tem 75 hectares de vinha e um antigo Solar do início do século XVIII, sobreposto a uma construção do século XV/XVI, da qual ainda podem ser encontrados vestígios. Existem ainda ruínas da Idade Média na fachada traseira que são atribuídas ao primeiro estabelecimento da família Montez no local, antes da fundação da Monarquia em 1140.

A Quinta Paço de Teixeira está situada nos contrafortes a sul da Serra do Marão, virada para o Vale do rio Douro, talvez as montanhas mais selvagens de Portugal. A casa é um edifício característico do século XIV/XV, mantendo traços muito mais antigos. A fama desta Quinta está directamente relacionada com o facto das suas vinhas serem

plantadas em solos xistosos, o que associado ao clima moderado e fresco proporcionado pela Serra do Marão, confere características únicas à produção dos seus vinhos.

A estratégia de investimentos da marca, na aquisição de novas vinhas e ampliação das estruturas no Douro, irá permitir aumentar consideravelmente a sua capacidade de produção. O objectivo é passar das actuais 300.000 garrafas por ano para um máximo

de 500.000, de uma forma sustentada e fiel ao princípio de produtor de Vinho de Quinta. Em Portugal, para um mercado cuja produção total de vinhos (VQPRD, Vinho de Mesa e Vinho Regional) representa cerca de 7 milhões de hectolitros, a Montez Champalimaud, apesar de ser um pequeno "player", promete continuar a marcar a sua posição de excelência na produção de Vinhos de Quinta.

Produtos

A Montez Champalimaud apostou sempre na qualidade dos seus vinhos em todas as suas marcas: Côtto Grande Escolha; Quinta do Côtto; Paço de Teixeira e Porto Vintage.

O seu objectivo é produzir vinhos elegantes com qualidade, transmitindo confiança ao consumidor.

O Quinta do Côtto é o vinho tinto da Quinta produzido todos os anos, proveniente de vinhas com idades superiores a 10 anos, e em que predominam as variedades Touriga



Nacional, Tinta Roriz e Touriga Francesa. Trata-se de um vinho muito fino, com um intenso aroma a frutas silvestres, apresentando uma estrutura complexa e equilibrada, com taninos bem presentes mas macios. Muito agradável de beber quando novo, evoluirá por muitos e longos anos, fruto da sua complexa e equilibrada estrutura.

O Côtto Grande Escolha é produzido em anos de qualidade excepcional, evidenciando fortemente o terroir da Quinta do Côtto, com aromas e sabores intensos a frutas e especiarias, de grande complexidade e fineza, a que os tão característicos taninos provenientes do carvalho português, bem presentes, conferem o carácter e elegância que o tornam único.

O Paço de Teixeira é um vinho branco produzido anualmente numa região do Minho, numa zona de

transição para a região do Douro, o que lhe confere mais características deste local. O seu aroma e sabor de grande fineza e complexidade combinam de forma surpreendente a intensidade e a frescura, o que conjugado com uma excepcional capacidade para amadurecer em garrafa, faz dele um caso notável no panorama dos vinhos brancos portugueses.

Desenvolvimentos Recentes

O "restyling" da imagem da Montez Champalimaud foi uma das grandes novidades da empresa em 2005. Esta teve como objectivo modernizar a imagem dos produtos, aproximando-a das tendências actuais do mercado, sem quebrar a ligação à imagem tradicional dos seus vinhos.

A introdução do brasão representativo da identidade da família visa criar um elo de ligação entre os diferentes vinhos, identificando-os como sendo do mesmo produtor. Hoje, quem olha para uma garrafa de Quinta do Côtto e de Paço de Teixeira, percebe imediatamente que fazem parte da mesma casa – Montez Champalimaud. Por outro lado, pretende-se igualmente melhorar a atractividade dos rótulos e embalagens de forma a aproximar a imagem dos vinhos às expectativas do consumidor. Por último, a forte concorrência, o lançamento de várias marcas de vinhos nos mercados e o excesso de produção e retracção do mercado, também pesou nesta nova abordagem da marca. É objectivo de Montez Champalimaud, relançar as suas marcas no mercado nacional e externo, aliando a tradição, qualidade e prestígio, à modernidade representada por uma nova abordagem gráfica.

O lançamento do Paço de Teixeira 2004 foi de facto uma das mais importantes novidades Montez Champalimaud este ano. Trata-se de um vinho branco com características muito especiais, que compreende em si os factores positivos de cada região: frescura e fragância aromática, dos Vinhos Verdes, acidez equilibrada e elegância, do Douro, de castas Aveso (52%), Loureiro (22%), Trajadura (16%) e Pedernã (5%). Durante a vinificação, o contacto pelicular prévio à fermentação e a temperatura

controlada em cuba inox, foi determinante para a sua harmonia.

Comunicação

A estratégia comercial tem-se pautado por privilegiar as acções com o trade (below-the-line) apostando, posteriormente, na comunicação para o público em geral (above-the-line), de forma a aumentar a notoriedade das marcas.

No seguimento desta nova estratégia de marketing, as marcas Montez Champalimaud começaram a ser promovidas através de diversos suportes publicitários e acções promocionais. Exemplo desta estratégia é o facto da Montez Champalimaud ter patrocinado o Portugal Fashion no passado dia 1 e 2 de Abril. Este evento, que se tornou um ícone da moda em Portugal e nas principais capitais europeias,

contou com a presença dos mais reputados estilistas portugueses e modelos internacionais de renome.

Reforçando o investimento não só em comunicação como na promoção das marcas nos pontos de venda, a Montez Champalimaud lançou duas acções promocionais destinadas ao sector e aos consumidores em geral, no Porto e em Lisboa.

Aconteceram nos dias 1 de Abril, no Palácio da Bolsa (Porto), em parceria com a Essência do Vinho, e 8 de Abril, na Sala Ogival da ViniPortugal (Lisboa). As acções incluíram um cocktail de

abertura com quatro sessões de prova cada, com as melhores escolhas da casa Montez Champalimaud. Das colheitas seculares aos Vintages, destacaram-se a Quinta do Côtto 2002, Côtto Grande Escolha 2001 e M. Champalimaud Vintage 2001 e uma estreia, o Paço de Teixeira 2004. Estes eventos estiveram abertos ao público em geral. O objectivo das acções foi divulgar a nova imagem Montez Champalimaud, apresentar o Novo Vinho Paço de Teixeira 2004, as 1/2 garrafas Quinta do Côtto 2003 e aumentar a notoriedade da marca através do envio de press-release para a comunicação social.

Definitivamente, os vinhos Montez Champalimaud estão na moda!

Valores da Marca

Equilíbrio, elegância, qualidade e confiança são os valores que a Montez Champalimaud incute a todas as suas marcas, nomeadamente ao Quinta do Côtto e Paço de Teixeira.

Enquanto empresa a Montez Champalimaud baseia a produção dos seus vinhos pelos valores da tradição, prestígio e modernidade.

FACTOS QUE DESCONHECE SOBRE

Quinta do Côtto

➤ O vinho Quinta do Côtto deve ser aberto pelo menos meia hora antes de ser servido, devendo-o ser a uma temperatura de 16 °C. Deve ser conservado em local escuro, com grau de humidade relativa entre os 55 e 65 %, a uma temperatura ambiente constante de 12 -14 °C.

➤ O vinho Paço de Teixeira deve ser aberto cerca de 10 minutos antes de ser servido e consumido a uma temperatura entre 8 a 10° C. Este vinho deve ser conservado em local escuro, com uma humidade relativa de 55 - 65 % e a uma temperatura ambiente constante de 12 -14 °C.

