

Apoio no âmbito do Sistema de Incentivos “Internacionalização das PME”

Designação do projeto | Caves da Montanha - Valorização de produtos e diversificação de mercados.

Código do projeto | CENTRO-02-0752-FEDER-021781

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Centro

Entidade beneficiária | Caves da Montanha – A. Henriques, S.A

Data de aprovação | 3 de Novembro de 2016

Data de início | 16 de Maio de 2016

Data de conclusão | 15 de Maio de 2018

Custo total elegível | 438.789,18 EUR

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER - 197.455,13 EUR

Síntese do Projeto

A Caves da Montanha – A. Henriques com sede na Anadia, foi constituída em 1943 e tem como objeto principal a produção de vinhos comuns, licorosos e espumantes, bem como bebidas espirituosas, comercialização de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, procurando continuamente um desempenho de excelência.

Esta empresa detém já uma grande experiência venda para mercados externos, marcando presença em países como Estados Unidos, China, Suíça, Luxemburgo, Alemanha, Austrália, entre outros. É detentora de uma grande variedade de marcas registadas, a nível nacional e internacional, distribuída por três categorias de produtos: Espumantes, Vinhos e Bebidas Espirituosas.

Objetivos do Projeto:

Com o presente projeto de internacionalização a empresa pretende abordar novos mercados onde existe potencial de crescimento das vendas de vinho português, tais como Reino Unido, Espanha, Rússia, África do Sul, Suécia, etc.

Resultados Alcançados:

Com a execução deste projeto a empresa conseguiu:

- Lançar uma marca forte no segmento Premium das bebidas espirituosas de grande consumo no mercado internacional – o Gin Friday;
- Reestruturar o departamento comercial, de forma a dotar a empresa de capacidade técnica e humana para intensificar a abordagem ao mercado externo;
- Aumentar a notoriedade da empresa e dos seus produtos em diversos mercados, destacando-se o mercado brasileiro, diversos mercados na Europa (Espanha, Bélgica, Holanda, Reino Unido, etc.) e na Ásia (China, Taiwan, etc.);
- Aumentar as exportações para o mercado externo através da criação de relações sólidas com distribuidores.