

Vinalda aponta para “crescente procura” de bebidas alcoólicas artesanais pelo canal Horeca

O setor representa 55% do negócio da Vinalda, apresentando uma tendência de crescimento neste canal.

Texto **Carla Nunes** Fotografia **DR**



— **SÉRGIO PEREIRA**
Diretor de portfólio da Vinalda



SE, POR UM LADO, os clientes da Vinalda do canal Horeca procuram “marcas fortes de bebidas, mais fáceis de vender”, tem existido “uma crescente procura por bebidas espirituosas e vinhos de marcas mais artesanais e alternativas, que entreguem aos consumidores novas experiências”.

A garantia é dada por Sérgio Pereira, diretor de portfólio da Vinalda, que em entrevista à *Publituris Hotelaria* explica que “as unidades hoteleiras procuram produtos do segmento de preço baixo/médio e marcas de rotação (os chamados *top-seller*)”. No entanto, e paralelamente, o profissional indica que tem-se verificando o crescimento da procura por “espumantes (para serviços a copo e sangrias), vinhos rosé

(para servir em *rooftops* e *pool bars*, além da utilização em sangrias) e bebidas espirituosas” – algo que atribui “ao crescimento dos cocktails e bebidas *Ready To Drink* (RTD) e do aparecimento de bares mais completos e com serviço especializado”.

Também a percentagem do canal Horeca no negócio da Vinalda, que neste momento representa 55%, apresenta uma “tendência para crescer”, de acordo com Sérgio Pereira, não só devido “à dinâmica deste setor”, como também pela aposta da empresa “em recursos e serviços a este canal”.

Aliás, é através da aposta em serviços complementares ao canal Horeca, como consultoria e formação, por exemplo, que a Vinalda centra a sua aposta, para “manter a confiança junto dos clientes” – numa altura em que “o aumento dos preços pelos fornecedores e produtores é encarado [pela empresa] como um desafio”. Relativamente ao atual cenário de inflação, Sérgio Pereira admite que esta “tem grandes efeitos junto do consumidor e na sua decisão da compra, bem como na compra dos clientes profissionais, baixando o preço médio em alguns segmentos”. No âmbito das novidades o diretor de portfólio da Vinalda desvenda que está “prevista a chegada de algumas marcas e produtos estratégicos para o nosso portfólio de bebidas espirituosas, tais como champanhe, vodka e amaro italiano”. **h**