



Designação do projeto | Vinhos nacionais, com gostos mundiais

Código do projeto | ALT20-01-0752-FEDER-042133

Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Região de intervenção | Alentejo

Entidade beneficiária | Fita Preta Vinhos, Lda

Data da aprovação | 2019-05-15

Data de início | 2019-04-18

Data de conclusão | 2021-04-17

Custo total elegível | 171.102,50€

Apoio financeiro da União Europeia | FEDER - 76.996,13€

Apoio financeiro público nacional/regional | 0€

Objetivos, atividades e resultados esperados

Projeto apoiado e financiado pela união Europeia, através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, no âmbito do Sistema de Incentivos Internacionalização das PME.

A Fita Preta Vinhos, Lda., tem como objetivo tornar-se numa estrutura produtiva e comercial, inovadora na viticultura, enologia e marketing, diferenciando-se do que já existia. A empresa, é não só conhecida pelas suas excelentes relações qualidade preço, mas também pelos seus vinhos de qualidade Premium, alguns dos mais bem pontuados da região.

A missão para com os seus clientes, traduz-se na identificação e satisfação das suas necessidades, relações de parceria e excelência no serviço, e para os seus consumidores na satisfação das suas necessidades, gostos e preferências, no desenvolvimento de produtos inovadores e na garantia de qualidade e segurança dos seus produtos, com a visão de ser uma referência incontornável na região do Alentejo, na produção e comercialização dos seus vinhos de excelência.

Tendo em conta a estratégia da empresa a médio/longo prazo, candidatou-se ao SI Internacionalização das PME, com o objetivo de apoiar a sua estratégia de internacionalização.

A empresa, apresenta como mercados-alvo no projeto de investimento:

Alemanha | Bélgica | Canadá | Dinamarca | Estados Unidos | França | Luxemburgo | Noruega | Holanda | Reino Unido | República Checa | Suécia | Suíça | Angola | Brasil.

Com a execução do presente projeto de investimento, a empresa, tem como objetivo alcançar uma intensidade de exportação de 48,25%, no ano pós projeto.

Para que tal seja possível, a empresa tem definido um plano de ações, que pretende cumprir no decorrer do período de execução do projeto de investimento, nomeadamente em:

- Materiais de comunicação;
- Campanhas de comunicação e marketing;
- Restyling, criação e registo de marcas;
- Ações de prospeção e contacto;
- Ações de promoção;
- Participação em feiras e concursos da especialidade;
- Criação de postos de trabalho qualificados;

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