Cofinanciado por:

Entidade beneficiária | Herdade da Malhadinha Nova - Sociedade Agrícola e Turística S.A.

Código do projeto |POCI-02-0752-FEDER-001952

Região de intervenção | Alentejo

Designação do projeto | Projetos Individuais - Internacionalização

Objetivo principal | Reforçar competitividade das PME

Data de aprovação | 15-09-2015

Data de início | 01-06-2015
Data de conclusão | 31-05-2017

Custo total elegível | 315.721,30 €
Apoio financeiro da União Europeia | 142.074,59 €

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos

O projeto tem como objetivo reforçar a presença e a penetração dos produtos da Herdade da Malhadinha Nova nos mercados internacionais identificados e incrementar valor acrescentado gerado pelas exportações, posicionando-as tendencialmente em segmentos premium e super premium.

A empresa com este projeto pretende aumentar a percentagem das vendas dos seus produtos de gama alta nos mercados internacionais, e consequentemente aumentar o seu volume de exportações, tanto a um nível quantitativo como qualitativo. A estratégia da empresa esta focalizada no crescimento e consolidação das marcas para o mercado internacional, assegurada através da produção de vinhos de alta qualidade, produzidos segundo padrões de alta exigência e seleção da matéria-prima, continuando a apostar na promoção e divulgação dos seus produtos nos mercados Internacionais.

O modelo do nosso plano de internacionalização assenta na relação entre o vinho e o turismo, uma vez que a empresa possui estas duas vertentes de negócio e deverão ser estimuladas no futuro para benefício mútuo.

Cofinanciado por:

Entidade beneficiária | Herdade da Malhadinha Nova - Sociedade Agrícola e Turística S.A. (Coordenador); Universidade do Algarve; BIOCANT – Associação De Transferência De Tecnologia

Código do projeto | POCI-01-0247-FEDER-017987

Região de intervenção | Algarve; Alentejo; Centro

Designação do projeto | MicroBio Wines: Estudo do impacto da inovação nos processos vitivinícolas nos consórcios microbianos e a sua importância na produção de vinhos diferenciados

Objetivo principal| Reforçar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação

Data de aprovação | 14-09-2016

Data de início | 17-10-2016
Data de conclusão | 16-10-2019

Custo total elegível | 649.610,69 €
Custo total elegível HMN | 196.348,42 €

Apoio financeiro da União Europeia | 414.392,00 €
Apoio financeiro da União Europeia HMN | 109.818,12 €

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos

Caraterizar os MGRs existentes nos sistemas de produção do promotor líder, e compreender qual o impacto de alterações nos processos vitivinícolas nos consórcios microbiológicos, presentes quer na vinha e quer nas fermentações em adega. Só com este conhecimento será possível perceber como é que as alterações nas práticas vitivinícolas impactam o microbioma, e desta forma avaliar as suas reais consequências quer no equilíbrio microbiano nas vinhas, quer na qualidade do produto final. Para tal, vão aplicar tecnologias avançadas para sequenciação de DNA, para estudar a estrutura e a dinâmica dos metagenomas nos diferentes processos produtivos em estudo. Estas análises serão ainda suportadas por uma extensa caraterização da vinha, ao longo do seu ciclo produtivo.

Designação do projeto |**Enoturismo Herdade da Malhadinha Nova - Country House & Spa e Agroturismo Herdade do Ancoradouro**

Código do projeto |**ALT20-01-0853-FEDER-023981**

Objetivo principal |**Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas**

Região de intervenção |**Alentejo**

Entidade beneficiária | **HERDADE DA MALHADINHA NOVA - SOCIEDADE AGRICOLA E TURISTICA S.A.**

Data da aprovação |**12-07-2017**

Data de início |**10-01-2018**

Data de conclusão |**09-01-2020**

Custo total elegível |**1.742.342,10 Euros**

Apoio financeiro da União Europeia |**1.045.405,26 Euros**

Objetivos, atividades e resultados esperados

Os principais objetivos são: Posicionar o empreendimento como uma referência a nível internacional; Apresentar-se como um ator fundamental na captação de fluxos turísticos; Captação de turistas/hóspedes oriundos de vários mercados e segmentos (principalmente o turista com elevado interesse na atividade vinícola); Afirmar internacionalmente o empreendimento de Enoturismo e a(s) marca(s) associada(s), nomeadamente através dos diferentes produtos regionais que estarão à disposição no empreendimento (vinho, mel, entre outros); Ampliar a oferta de Enoturismo com vista à captação de um nicho de mercado com maior poder de compra, permitindo, assim, aumentar o preço por alojamento. Os resultados esperados com o presente investimento são, essencialmente, o aumento do Volume de Negócios e o alcance de uma percentagem de mercado externo de cerca de 46% em ano cruzeiro.

Cofinanciado por:

Entidade beneficiária | Herdade da Malhadinha Nova - Sociedade Agrícola e Turística S.A.

Código do projeto | 32/SI/2018

Região de intervenção | Alentejo

Designação do projeto | Projetos Individuais - Internacionalização

Objetivo principal | Reforçar competitividade das PME

Data de aprovação | 19-11-2019

Data de início | 09-02-2019
Data de conclusão | 08-02-2021

Custo total elegível | 346.209,75 €
Apoio financeiro da União Europeia | 155.794,39 €

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos

O objetivo da Herdade da Malhadinha Nova – Sociedade Agrícola e Turística SA é o de aumentar as vendas internacionais através do reforço nas ações de prospeção aos mercados, na aposta no Marketing internacional, em suma na promoção e divulgação internacional das marcas que comercializa para os mercados internacionais eleitos.

A prospeção de mercados com vista ao acréscimo das exportações da empresa para os mercados externos, a procura de novos parceiros nos mercados existentes com vista a intensificar a cobertura geográfica dos mercados e apostar na comercialização dos seus produtos em novos nichos de mercados. Associada a ações de prospeção, a empresa considera que o marketing digital assume extrema importância na divulgação dos seus produtos e serviços, o website com novas funcionalidades vai permitir uma gestão mais eficiente para a aquisição de novos clientes.

A vinda de Jornalistas do sector dos vinhos e do turismo ao nosso território, bem como de distribuidores/importadores é importante para um conhecimento mais profundo dos nossos produtos.