VINHOS E AZEITES

PATROCINADORES

/ CASA ERMELINDA FREITAS //

A conquistar prémios e consumidores

Para a Casa Ermelinda Freitas, a preferência dos consumidores é um dos principais tópicos a ter em conta na gestão. Para isso, continua a investir em qualidade, diversificação de portefólio e entrada em novos mercados

Num ano em que os produtores de vinho foram, também eles, postos à prova, a Casa Ermelinda Freitas não só não diminuiu a produção como teve o melhor ano de sempre no que diz respeito a prémios e distinções. Presente em todas as grandes superfícies nacionais, já exporta para mais de 30 países em todo o Mundo. Mas, Leonor Freitas, sócia-gerente da Casa Ermelinda Freitas, confere que este trabalho está longe de estar concluído: «Queremos estar em todos os mercados do Mundo, queremos poder chegar as mesas de todos os consumidores a nível internacional, podendo assim mostrar a qualidade dos nossos vinhos e da nossa grande região da Pe-

nínsula de Setúbal e de Portugal além-fronteiras», revela, lembrando que os mercados mais recentes são Taiwan, Nigéria e Gana.

Como está a correr este ano, comparativamente com o ano passado?

A Casa Ermelinda Freitas não teve diminuição na produção, temos vinhas novas a produzir e também adquirimos uvas a mais produtores da região. A qualidade é muito boa e, portanto, nada nos leva a pensar que não vamos continuar a ter grandes vinhos e a dignificar uma grande região que é a Península de Setúbal.

A pandemia afectou todos os sectores. No entanto, o que a Casa Ermelinda Freitas tentou e tem tentado é arredondar os espinhos provocados pela pandemia, tomando todas as medidas possíveis para que, sobretudo os nossos funcionários e colaboradores, sejam o menos possível afectados.

2020 é o ano de comemoração dos 100 Anos de Vinhas & Vinhos da Casa Ermelinda Freitas. Mas 2020, para nós, tornou-se o ano de luta e perseverança, pela vida humana, a luta pelos postos de trabalho, pela segurança dos nossos funcionários, amigos e consumidores. É com isto que estamos comprometidos e será a nossa luta para este ano.

Qual é a conquista que destacam?

Estamos perante o melhor ano de sempre no que toca a prémios e distinções. Nos primeiros três meses, a Casa Ermelinda Freitas já obteve um total de 91 medalhas de ouro, 91 medalhas de prata e sete de bronze, perfazendo um total de 189 medalhas, destacando o prémio de Best Of Show Península de Setúbal, atribuído ao vinho Vinha do Torrão Reserva no concurso Mundus Vini 2020 – Edição Primavera, bem como as 3 ProdExpo Star, aos vinhos Vinha da Valentina Reserva Signature, Vinha do Fava Touriga Nacional 2018, Valoroso Chardonnay 2018, na competição ProdExpo 2020 que decorre na Rússia.

No XX Concurso de Vinhos da Península de Setúbal, o Casa Ermelinda Freitas Moscatel Superior de Setúbal Roxo 2010 recebeu as duas distinções, de "O Melhor Vinho", e "O Melhor Vinho Generoso", tendo o Dona Ermelinda Branco Reserva 2018 sido premiado como "O Melhor Vinho Branco".

De destacar o grande prémio obtido pelo concurso inglês de escanções: Sommelier Wine Awards, que se realiza todos os anos, e que elegeu, pelo segundo ano consecutivo, a Casa Ermelinda Freitas como produtor europeu do ano. É a primeira vez que esta distinção é atribuída duas vezes consecutivas a um produtor de vinhos tranquilos português. É uma distinção máxima para a Casa Ermelinda Freitas, bem como para os vinhos de Portugal.

Nestes 100 anos, que principais desafios venceu a Casa Ermelinda Freitas?

Os momentos mais marcantes são, sem dúvida, quando eu saio de Fernando Pó para poder estudar... Quando, após trabalhar mais de 20 anos como técnica superior noutra área, volto de novo para Fernando Pó para a vitivinicultura. Foi a criação de marca própria, pois foi assim que a casa passou a ser reconhecida a nível nacional e internacional, não esquecendo o grande prémio conquistado pelo Casa Ermelinda Freitas Syrah 2005, no concurso Vinales Internacionales 2008, em que foi reconhecido como o melhor vinho tinto do mundo. Actualmente, e com muito trabalho para sermos reconhecidos com vários prémios, temos já mais de 180 medalhas a nível nacional e internacional. Mas, para mim, como empresária e mãe, o melhor momento é, sem dúvida, o facto de os meus filhos – a 5.ª geração – já estarem presentes na gestão da Casa Ermelinda Freitas.

A Casa Ermelinda Freitas é o resultado de muito trabalho de quatro gerações da família, caminhando e envolvendo já a quinta. Este trabalho provém do amor à terra, ao próximo, de uma família simples, honesta, de grandes

Sugestões para a ceia de Natal

Para acompanhar as melhores iguarias da consoada ou oferecer a familiares e amigos, são muitas as propostas da Casa Ermelinda Freitas e da Ermelinda Vinhos de Portugal para a época natalícia.

Para acompanhar o típico bacalhau ou polvo cozido da consoada de Natal, servido com ovo, batata e couve portuguesa, propõe-se um Dona Ermelinda Reserva Branco, vinho de cor citrina, com um aroma frutado persistente, fino e complexo (PVP: 9,99 euros).

Para degustar juntamente com o bacalhau e o polvo cozido, sugere-se o Azeite da Quinta de Canivães, quinta que foi comprada pela Casa Ermelinda Freitas, situada no Douro Superior (Vila Nova de Foz Côa). É um azeite fresco, equilibrado, com aromas jovens e notas marcadas de alfarroba e frutos secos (PVP: 5,99 euros).

Para o peru assado com creme de castanhas, sugere-se um Dona Ermelinda Reserva Tinto, com aroma intenso, doce e maduro marcado por notas elegantes de frutos pretos e especiarias, o vinho que sabe a Portugal (PVP: 8,99 euros). Esta é uma novidade em primeira mão.

Se decidir optar pelo leitão, nada melhor que o Casa Ermelinda Freitas Espumante Bruto Branco, que combina na perfeição as castas Fernão Pires e Arinto, muito fresco e com acidez balanceada e fina, que equilibra na perfeição com a gordura do leitão (PVP: 6,99 euros).

Borrego ou porco, com legumes e batata cozida, recomenda-se o nosso Terras do Pó Reserva, um clássico com sabor aos vinhos antigos de Portugal, cheio, elegante, complexo, mas muito suave (PVP: 7,99 euros).

Sugestões para a ceia de Natal

Se o prato de carne for antes cabrito assado, um prato mais intenso, poderá ser acompanhado pelo Dona Ermelinda Grande Reserva. Um vinho raro e único, muito intenso, que só se produz em anos excepcionais, que exige iguarias de grande complexidade, para permitir o equilíbrio perfeito (PVP: 25 euros).

Existe também no portefólio da Casa Ermelinda Freitas um produto único e distinto da região onde esta inserida, Península de Setúbal. Como nesta altura existem momentos muito doces, nada como os Moscatéis de Setúbal para acompanhar as diversas sobremesas, tornando a experiência gastronómica ainda mais agradável.

As fatias douradas ou as filhós (sonhos) harmonizam bem com um Casa Ermelinda Freitas Moscatel de Setúbal Superior Roxo, vinho único e raro que só se encontra em Setúbal, que apresenta uma elevada finesse, combinando na perfeição a doçura e frescura, com notas de frutos secos e especiarias (PVP: 29,99 euros).

As azevias combinam bem com o Casa Ermelinda Freitas Moscatel de Setúbal, vinho mais acessível, mas de grande elegância a complexidade, cheio de notas de mel e casca de laranja cristalizada (7,99 euros).

Estas são as sugestões da Casa Ermelinda Freitas para o Natal de 2020, que esperamos que possam tornar ainda mais especial esta altura tão importante do ano.

Bom apetite e grandes degustações.
Feliz Natal...
Leonor Freitas

valores socias e morais. Foi esta a minha sorte: ter tido a transmissão de todos estes saberes e sentimentos das três primeiras gerações. Sem dúvida que as mulheres fizeram a diferença na gestão da Casa Ermelinda Freitas, e o futuro tudo aponta que seja mais uma mulher a dar continuidade a gestão.

Tem sido uma alegria ter conseguido dar continuidade ao trabalho das gerações. Podemos dizer que nestes 30 anos passámos de 60 h para 550 h, de venda de vinho a granel sem marca para a criação de marcas, de duas castas para mais de 31, de uma adega tradicional para um centro de vinificação moderno com capacidade para a produção de 21 milhões de litros.

O sucesso só se consegue aproveitando as oportunidades e não sendo passivos. Não desanimar em altura de crise. Foi importantíssimo deixar de vender vinho a granel criando marcas próprias. Não posso deixar de revelar que não nos podemos isolar no nosso mundo, foi importante a primeira visita que fiz a Bordéus, pois foi aí (ainda vendia vinho a granel) que tive a noção da dignificação do vinho e daquilo que eu não valorizava, mas podia vir a valorizar. Ainda me lembro da primeira medalha de ouro com o Terras do Pó em Bordéus, e o grande prémio na competição de vinhos Vinales Internacionales de 2008 em Paris, onde o Syrah 2005 foi considerado o melhor vinho tinto do mundo.

Que visão para os próximos 100 anos?

A Casa Ermelinda Freitas começou por ser uma casa rural, que teve vários vinhos e que tem tido a capacidade de evoluir ao longo destes 100 anos. Este século de história representa o amor à terra, o trabalho feito por três gerações antes de mim. Em relação aos próximos 100 anos, é fundamental não desanimar, para que de futuro se continue com a mesma perspectiva.

A exportação já pesa cerca de 40% das vendas da empresa. Quais as metas?

Continuamos a crescer no que toca ao mercado exportador. A Casa Ermelinda Freitas encontra-se em todas as grandes superfícies nacionais, já exporta para mais de 30 países (Europa, Rússia, Brasil, América do Sul, América do Norte, África, Ásia...). Actualmente, 65% da produção é para o mercado nacional, sendo os restantes 35% para o mercado internacional. Mas esta implementação está longe de estar concluída. Queremos estar em todos os mercados, chegar às mesas de todos os consumidores a nível internacional, mostrando a qualidade dos nossos vinhos e da nossa região da Península de Setúbal e de Portugal além-fronteiras. Os mercados mais recentes são Taiwan, Nigéria e Gana.

Como empresária de referência na área da solidariedade, que mensagem gostava de deixar às pessoas do concelho?

Quero deixar uma mensagem de perseverança, que não desistam e continuem a acreditar neles próprios, que peçam ajuda, pois eu acho que todos em conjunto havemos de minorar as situações mais difíceis. Temos de lutar todos, sermos solidários, não ter vergonha da nossa humildade, pois a pandemia pode chegar a todos.

EUROPEAN PRODUCER OF THE YEAR
SWA SOMMELIER WINE AWARDS BY imbibe • 2020 •
SWA SOMMELIER WINE AWARDS BY imbibe • 2019 •

CASA ERMELINDA FREITAS
EST. 1920

1920 100 2020

A N O S
Y E A R S

VINHAS & VINHOS
VINES & WINES

PORTUGAL

DAS MELHORES UVAS NASCEM OS MELHORES VINHOS.
FROM THE FINEST GRAPES COMES THE FINEST WINES.

WWW.ERMELINDAFREITAS.PT

SEJA RESPONSÁVEL. BEBA COM MODERAÇÃO.
wines of portugal
WINE in MODERATION EU

/ ISAG – EUROPEAN BUSINESS SCHOOL //

Sector dos vinhos alarga horizontes

Compreender e ser bem-sucedido no sector dos vinhos exige tempo dos seus profissionais, mas também que os seus conhecimentos passem pela viticultura e pela enologia, pela prova sensorial e pelas ligações gastronómicas, pela comunicação e marketing

O sector do vinho tem conhecido, em alguns aspectos, aquele a que poderíamos chamar um crescimento "horizontal", com um verdadeiro alargar de horizontes, tanto junto de quem produz como de quem consome. Do lado do consumidor, o conhecimento sobre o sector tem-se tornado mais acessível a diversas classes económicas e também mais abrangente no que ao género diz respeito.

O mundo dos vinhos está, aliás, cada vez mais, entregue às mulheres: incontáveis estudos de mercado indicam que, enquanto consumidoras, elas têm uma supremacia absoluta na responsabilidade de compra e há, por isso, empresas que lançam vinhos a pensar especificamente nas apreciadoras. Há uns anos, o canal off trade no Reino Unido – conhecido por marcar tendências e liderar o futuro da distribuição mundial – começou mesmo a substituir os (homens) responsáveis de compras de vinhos nos supermercados por mulheres.

Este é apenas um dos exemplos de como, enquanto profissionais, a importância delas tem também crescido, mas há vários outros: empresárias e enólogas ganham espaço e reconhecimento e há inúmeros concursos mundiais para mulheres, como o Concours Mondial Femmes Vin, o Women's Wine & Spirits Awards ou o Sakura Awards, no Japão. Há, depois, uma sintonia quase perfeita entre o perfil das mulheres e as necessidades de gestão no mundo dos vinhos, pois elas assumem uma visão tendencialmente transversal dos projectos, com uma capacidade de percebê-los desde a sua origem até às suas consequências.

Esta é, sem dúvida, uma exigência que o mercado tem imposto aos seus profissionais, independentemente do género: uma visão "horizontal", ou seja, abrangente é crucial num mundo em que os negócios são tendencialmente de pequena dimensão e é fundamental num mercado que está em transformação, mas que exige muito tempo para se adaptar, tal como uma vinha que demora a mostrar resultados.

Compreender e ser bem-sucedido no sector dos vinhos exige, portanto, não só tempo dos seus profissionais, mas também que os seus conhecimentos passem pela viticultura e pela enologia, pela prova sensorial e pelas ligações gastronómicas, pela comunicação e marketing. Para além disso, face à necessidade de adaptação dos negócios perante os efeitos da crise pandémica, tornam-se ainda mais determinantes áreas como a internacionalização e a transição digital.

Quanto à primeira, é inegável que a aposta no mercado internacional (por exemplo, no Brasil, que se mostrou um destino sólido para as exportações) trouxe algum alento após perdas médias de 70% no mercado nacional, com o canal Horeca em quebra. Já na transição digital, em que os produtores portugueses têm ainda um longo caminho a percorrer, são necessários profissionais que consigam implementar estratégias de forma sólida e duradoura, seja para sustentar vendas online, promover produtos de enoturismo ou outros.

Num sector que necessita destes profissionais com um conhecimento transversal, a formação vai desempenhar um papel de relevo, preparando recursos humanos que aprofundem a sua expertise nas várias áreas de intervenção do mundo dos vinhos, de forma a serem peças-chave no alargar de horizontes deste.

Pedro Guerreiro,
coordenador do Curso de Especialização Expertise in Wine Management do ISAG – European Business School

O ISAG DÁ-TE MUNDO!

ANO LETIVO 2020/2021

LICENCIATURAS

Gestão de Empresas
Gestão Hoteleira
Relações Empresariais
Turismo

MESTRADOS

Direção Comercial e Marketing
Gestão de Empresas

PÓS-GRADUAÇÕES

Comunicação e Sustentabilidade
Data Science & Business Intelligence
Digital Marketing Strategy
Direção Comercial e Marketing
Fiscalidade
Gestão de Recursos Humanos
Gestão do Turismo e Hotelaria
Gestão Empresarial
Liderança e Recursos Digitais na Educação 5.0
Organização de Eventos

TeSP

Contabilidade e Fiscalidade
Desenvolvimento de Produtos Turísticos
Gestão de Marketing Digital
Gestão e Comércio Internacional
Restauração e Bebidas

CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO

Avaliação de Empresas
Cooking Skills ISAG by Chefe Cordeiro Signature
Design Thinking with LEGO® Serious Play
Expertise in Wine Management
Finanças para Profissionais não Financeiros
Gestão de Projetos
Leadership & Team Intelligence
NeuroMarketing nos Negócios

MBA EXECUTIVO

FORMAÇÃO IN-COMPANY

ENSINO PRESENCIAL E À DISTÂNCIA

Cofinanciado por:

NORTE2020 PROGRAMA OPERACIONAL REGIONAL DO NORTE
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA Fundo Social Europeu

isag.porto
isagporto
school/isagporto
ingressos@isag.pt
isag.pt

isag European Business School
INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO

O melhor da produção nacional

Os Centros de Coinovação da Mercadona são macrolaboratórios de ideias onde a Mercadona estuda as preferências, gostos e hábitos de consumo dos "Chefes" para, a partir deles, desenvolver os produtos mais adequados para satisfazer todas as suas necessidades

Máxima qualidade e um sortido adaptado às necessidades dos clientes são os principais pilares da Mercadona no desenvolvimento das suas marcas próprias, oferecendo sempre preços competitivos. É exactamente isso que os consumidores nacionais podem encontrar quando visitam qualquer uma das 19 lojas da empresa em Portugal.

Mas como foi preparado esse caminho e qual a Mercadona que é possível encontrar hoje em Portugal?

Aqui reside, sem dúvida, o ponto que distingue a Mercadona junto dos consumidores. Sabia que ainda antes de inaugurar as primeiras lojas em Portugal, a Mercadona partiu à descoberta das preferências dos "Chefes" portugueses (como internamente designa os seus clientes), assim como dos melhores fornecedores que existem em Portugal? O objectivo é, de uma forma estruturada, responder e corresponder às necessidades e expectativas dos consumidores.

Vinhos Mercadona: marcas próprias tão apreciadas pelo "Chefe" português

No universo dos vinhos, a Mercadona apresenta uma gama alargada e diferenciadora, com um total de mais de 50 referências, sendo 95% delas marca própria, produzidas por fornecedores portugueses.

A empresa colabora, actualmente, com 21 produtores nacionais, destacando-se, aqui, por exemplo, a Quinta do Crasto, com a qual trabalha desde 2017, e cuja parceria se materializa no Meio Escudo e Mascarilha, marcas próprias da Mercadona.

Nas lojas Mercadona, os "Chefes" encontram, também, uma marca própria na categoria de Vinho do Porto – a Almeida Dias –, disponível em quatro variedades: White, Ruby, Tawny e Tawny 10 Anos. A empresa conta, ainda, com fornecedores portugueses especialistas em vinho de mesa e espumantes, para poder oferecer as melhores opções aos seus "Chefes".

«Partindo de um grande esforço para conhecer os nossos "Chefes", temos desenvolvido as marcas próprias em parceria com os nossos fornecedores», refere Vítor Grilo, responsável pela categoria de Vinhos da Mercadona. «Este trabalho é assegurado pelo nosso Centro de Coinovação, instalado em Matosinhos, com o objectivo de estudar os gostos e hábitos de consumo dos consumidores e realizar, de forma estruturada, as devidas adaptações na sua selecção de produtos», acrescenta o responsável.

Azeite Mercadona: opções 100% portuguesas para todas as ocasiões

Já na secção do azeite, os "Chefes" encontram a marca própria Hacendado, uma marca que abrange várias categorias de produto, dentro da área alimentar, e oferece opções 100% portuguesas. Também no azeite, e à semelhança do que acontece no universo dos vinhos, a empresa apostou no desenvolvimento de uma gama 100% nacional, graças à colaboração com a Riazor, empresa especializada tanto na produção e colheita da azeitona como na elaboração de azeite, além da produção de óleo vegetal. Este fornecedor português produz o azeite da marca própria Hacendado, cuja oferta se divide em quatro variedades, que vão desde um azeite ideal para refogados até um azeite premium, para momentos mais especiais, de degustação.

«Para facilitar as escolhas dos clientes e tornar a visita à loja mais célere, as variedades de azeite disponíveis nos supermercados Mercadona surgem nas prateleiras em quatro cores distintas, indicando as recomendações de utilização, consoante as suas características», salienta Ana Quintas, responsável pela categoria de Azeites da Mercadona.

«A vermelho está o azeite ideal para fritar ou fazer refogados, a azul está o azeite Virgem, uma referência mais suave e indicada para temperar; o azeite Virgem Extra surge a verde, sendo mais frutado e recomendado para todo o tipo de pratos; e, por fim, temos, ainda, o azeite Seleção Virgem Extra, o mais requintado da marca Hacendado, que é mais intenso, aromático e frutado», acrescenta. «Apostamos no melhor de Portugal para oferecermos opções 100% portuguesas, capazes de satisfazer as mais distintas neces-

Vítor Grilo, responsável pela categoria de Vinhos da Mercadona

Ana Quintas, responsável pela categoria de Azeites da Mercadona

sidades dos consumidores», conclui a responsável pela categoria de Azeites.

Produtores nacionais: a aposta em Portugal

O processo de preparação da entrada da Mercadona em Portugal fica marcado pela aposta na produção nacional e pelo objectivo de oferecer ao consumidor o melhor de Portugal. A este nível, refira-se que a empresa levou a cabo um minucioso trabalho de auscultação de produtores e fornecedores. Um trabalho realizado de forma detalhada e individual e que permite que a empresa colabore, actualmente, com mais de 300 fornecedores nacionais, aos quais adquiriu os mais diversos produtos, num valor equivalente a 217 milhões de euros, apenas em 2019. Refira-se, ainda, que, deste valor, 126 milhões de euros correspondem a fornecedores comerciais. Acrescente-se ainda que a Mercadona mantém uma ligação diária e permanente com todos os fornecedores, modelo que lhe permite, em conjunto e em estreita articulação, encontrar (sempre) as melhores soluções para o "Chefe" português.

Tanto os vinhos como os azeites de marca própria são produzidos por produtores especializados e reconhecidos no mercado em cada uma das variedades. Ana Quintas revela que «tendo em conta que o vinho e o azeite são dois produtos com uma tradição de consumo nacional, já que fazem parte do quotidiano gastronómico português, a preponderância da produção nacional é bastante elevada». Os produtos de origem portuguesa representam quase a totalidade dos vinhos e azeites da Mercadona.

«Na Mercadona, e de acordo com a nossa política de transparência, indicamos sempre nos rótulos dos nossos produtos a sua origem e o nome do fornecedor, para que os clientes disponham de toda a informação sobre o que consomem e possam, assim, fazer uma escolha informada», refere Ana Quintas.

Além disso, os "Chefes" e todos os que acompanham a Mercadona através das redes sociais e do site «conseguem perceber o destaque dado aos fornecedores e ao seu trabalho, o que atesta a preocupação em procurar produtores nacionais de qualidade», conclui a responsável.

Centros de Coinovação: os macrolaboratórios de sucesso

No Centro de Coinovação de Matosinhos, entre 2018 e 2019, foram realizadas pela Mercadona cerca de 3500 sessões participativas

Os Centros de Coinovação da Mercadona são macrolaboratórios de ideias onde a Mercadona estuda as preferências, gostos e hábitos de consumo dos "Chefes" para, a partir deles, desenvolver os produtos mais adequados para satisfazer todas as suas necessidades. Antes de chegarem às prateleiras dos supermercados Mercadona, os produtos passam por uma fase de teste, realizada neste centro. Refira-se, ainda, que a empresa desenvolve, de forma contínua, estudos com os consumidores com o objectivo de adaptar o sortido de produtos. Exemplo disso são as sessões de provas cegas que permitem aos especialistas ouvir as suas opiniões, detectar as suas necessidades e conhecer os seus gostos.

O Centro de Coinovação de Matosinhos – aberto em 2017 – permitiu à Mercadona colaborar com os futuros "Chefes" da região e conhecer os seus gostos e hábitos de consumo, para criar um sortido eficaz. Neste espaço, e apenas entre 2018 e 2019, foram realizadas pelos 50 especialistas, responsáveis por categorias de produtos que operam no centro, cerca de 3500 sessões participativas que deram origem ao lançamento dos mais variados produtos e que permitiram, além de contar com um leque de produtos inovador, promover o desenvolvimento e a criação de riqueza no meio local.

Este modelo permite ouvir, de forma contínua, o "Chefe" e trabalhar no desenvolvimento de produtos e sabores que vão ao encontro das exigências dos clientes. O trabalho realizado neste centro representa a força motriz que tem conduzido, com sucesso, este primeiro projecto de internacionalização da Mercadona. O Modelo de Coinovação apresenta-se, assim, como uma prioridade para a empresa que, além do centro de Matosinhos, tem 18 centros de Coinovação em Espanha.

No seguimento do projecto de expansão da Mercadona em Portugal, a empresa está a planear a abertura de um novo Centro de Coinovação para estudar os gostos dos consumidores em toda a região Sul do País e perceber as diferenças em relação ao Norte. Desta forma, consegue criar um sortido eficaz e adaptado aos "Chefes" das diferentes regiões. Não fosse esse o ADN da Mercadona.

/ QUINTA DO GRADIL //

Rebranding dá vida a uma nova Quinta do Gradil

Com a experiência adquirida na vinha e na adega, um novo enólogo, novos vinhos, a sabedoria de um passado rico em valores e em história, nasce a nova identidade de uma produtora que é já referência na região de Lisboa

"Sete Séculos de Vindimas" é a nova assinatura dos vinhos Quinta do Gradil, que surge acompanhada de uma nova identidade. Inspirada em marcos da sua história, a produtora de vinhos de Lisboa alinha a imagem com o reconhecimento que tem conquistado pelos vinhos que produz, contribuindo ainda para elevar a notoriedade da região.

A nova identidade viverá em todas as materializações da marca, tendo-se iniciado pela imagem de alguns vinhos e estender-se-á até ao início do próximo ano com o lançamento de vinhos das gamas superiores, um novo site e uma campanha de comunicação em redes sociais, televisão e outdoors.

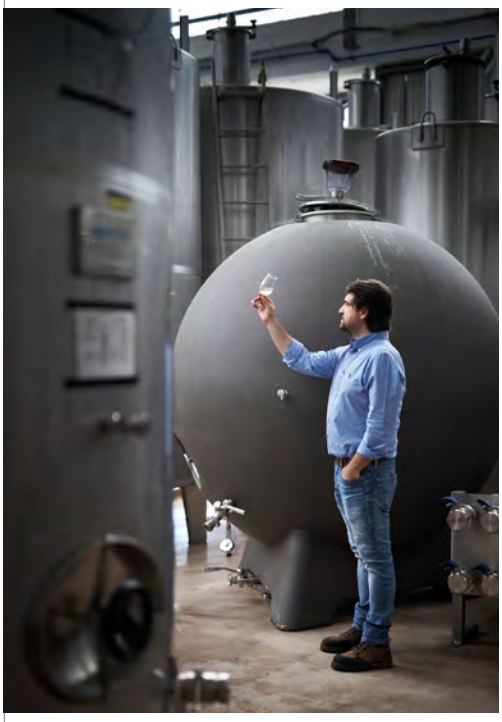
O rebranding surge integrado num forte investimento orientado para o futuro da empresa, que se iniciou com um levantamento histórico, que inspirou todo o processo e protege, para memória futura, a secular ligação ao vinho da Quinta do Gradil. Da mesma forma, desvendou a relação da família dos marqueses de Pombal com a propriedade, já que até agora pouco mais se sabia do que a existência da pedra de armas afixada no frontão da fachada principal, que atestava a ligação.

Recorde-se que, em 2019, ano em que se completavam 20 anos sob a gestão de Luís Vieira, se deu início às obras da casa principal da propriedade. Reabilitado o edifício, que serve como estrutura base de iniciativas de enoturismo e outros eventos, seguir-se-á a construção de uma cave nova de barricas no piso térreo do palácio.

«Sempre disse que o nosso desígnio era maior do que apenas produzir vinhos de qualidade», refere Luís Vieira, administrador da Quinta do Gradil. «Há 20 anos, começámos por dar os primeiros passos no terreno, através da recuperação de vinhas antigas e da plantação de novas, bem como da criação de condições para ter uma boa adega e uma equipa profissional e ambiciosa. Hoje sei que foi preciso percorrer este caminho, as bases estavam lançadas, mas a experiência veio com o tempo. E com o tempo tornámo-nos um produtor de excelência que contribui decisivamente para uma imagem renovada dos vinhos da região de Lisboa», conclui o responsável da empresa.

Para o desenvolvimento da nova identidade, a Quinta do Gradil foi buscar Rita Rivotti. Neste caso, e para chegar ao conceito final, a designer amadureceu o processo durante algum tempo e desdobrou-o em diferentes fases. Como conta, ainda mesmo antes de avançar para o processo criativo em si, era fundamental perceber o que era a Quinta do Gradil. «Fomos pesquisar e descobrimos que estava carregada de História e de histórias, relacionadas com a produção de vinho. O que iria enriquecer bastante o nosso trabalho e a

/ QUINTA DO GRADIL //



Tiago Correia, enólogo da Quinta do Gradil

comunicação dos seus vinhos, e contribuir para a sua afirmação no mercado», conta.

Rita Rivotti percebe ainda que a História vinha já de há sete séculos e que as diferentes marcas, do extenso portefólio histórico, vão contando a sua própria história ao longo dos séculos, o que se reflecte agora na assinatura. O logótipo também seguiria a mesma lógica: «Começámos com uma grade, que inspirou o grafismo da palavra Gradil, ao que acrescentámos o ano de 1492 e, reproduzindo a letra de Maria do Carmo (a sua proprietária no século XIX) a partir de documentos antigos onde constava a sua assinatura, juntámos a palavra "quinta", uma vez que foi ela que transformou o Casal do Gradil na quinta que é hoje.»

A História e os vinhos de mãos dadas

A história da Quinta do Gradil reflecte-se nos seus novos vinhos. Cada referência, desde os de entrada de gama até ao topo da pirâmide, é a expressão de uma parte da sua história. «Os novos vinhos da Quinta do Gradil destacam-se por uma identidade muito própria, nascida em respeito pela expressão plena das castas, num contexto, privilegiado, de influência atlântica e orográfica», refere Tiago Correia, enólogo da Quinta do Gradil.

As mais antigas referências à Quinta do Gradil remontam a 14 de Fevereiro de 1492. No século XVI era couto de caça da realeza, ali abundando uma vasta fauna. As terras sempre produziram uva e vinho, mas apenas no século XVII esta se tornou uma actividade económica determinante, sendo a cidade de Lisboa o principal destino da produção. No século XVIII, a importância e qualidade do vinho ali produzido eram de tal ordem, que o concelho do Cadaval acabou por escapar ao arranque generalizado de vinhas determinado por D. José, para favorecer a cultura de cereais e, por outro lado, os interesses do marquês de Pombal no Douro. Após muitas reclamações dos lavradores locais, uma vistoria de 1769 reconhecia que os solos do concelho eram mais apropriados à produção de vinhos do que de pão. E assim se salvaram as vinhas. O século XIX seria marcado por Dona Maria do Carmo Romeiro da Fonseca. Herdou a Quinta da Gradil, adquirida pelo seu pai, construiu o palácio amarelo e transformou a propriedade numa exploração agrícola, onde o vinho tinha o papel principal. Curiosamente, a sua filha acabaria por casar com o futuro marquês de Pombal, descendente do mesmo Sebastião José de Carvalho e Melo que um século antes tinha tentado arrancar as vinhas do Gradil. Hoje, é a sua pedra de armas que encima a fachada do palácio.

A Quinta manteve-se nas mãos dos marqueses de Pombal ao longo de boa parte do século XX, até ser vendida, em 1963, a uma sociedade liderada por Isidoro Maria d'Oliveira, lavrador, homem de cultura e poeta. O vinho, claro, continuou a ser ali actor principal e a abastecer o cada vez maior mercado de Lisboa.

O século XXI é o século de Luís Vieira. Com uma história familiar ligada ao comércio de vinho, aprendeu com o avô, António Gomes Vieira, conhecido por Ganita, todos os segredos do negócio. Líder da Parras Wines, um dos maiores grupos vinícolas de Portugal, Luís Vieira comprou a Quinta do Gradil em 1999 sabendo desde o início o que dela pretendia: torná-la no porta-estandarte da sua empresa. Para isso, apostou na total reabilitação da vinha, na construção de marcas de referência, no posicionamento num segmento superior e no desenvolvimento de uma estratégia integrada de enoturismo.

Hoje, a Quinta do Gradil é uma marca moderna, onde vinho e turismo se cruzam para oferecer ao consumidor exigente uma experiência vínica inesquecível. «Expressão maior do terroir da Quinta do Gradil, estes vinhos fazem destacar as uvas que ali nascem, e que assim têm a oportunidade de expressar todo o seu potencial», declara Tiago Correia. É uma Nova Quinta do Gradil!

A HISTÓRIA DA QUINTA DO GRADIL REFLETE-SE NOS SEUS VINHOS.

Diz-se que no período pós-reconquista ter-se-ão fixado na região do Cadaval 8 colonos, cujos nomes se fixaram na toponímia local. Foi num documento datado de 28 de Abril de 1278 que conhecemos Martinus Johannis, um colono que surge a vender uma vinha. Martim Joanes é, ainda hoje, o nome da povoação onde está localizada a Quinta do Gradil.

@quintadogradil

www.quintadogradil.wine

Onde a tradição guia a criação

Vinho, azeite e mel, tudo produzido segundo os métodos mais autênticos e que conferem diferenciação ao produto. É assim na Quinta do Pessegueiro, em Ervedosa do Douro

Modernidade, sofisticação e funcionalidade são os adjectivos que caracterizam a Quinta do Pessegueiro.

Este projecto nasceu da paixão do empresário francês Roger Zannier pelo Douro. Em 1991, no âmbito de visitas recorrentes a Portugal relacionadas com a actividade têxtil, descobriu a região e apaixonou-se pela Quinta do Pessegueiro, escolhendo o seu genro, Marc Monrose, para levar este projecto a bom porto.

Localizada em Ervedosa do Douro, São João da Pesqueira, no coração do Douro Vinhateiro, Património da Humanidade, a adega da Quinta do Pessegueiro distingue-se pela sua arquitectura contemporânea e por características distintas e inéditas.

Resultado da união criativa dos arquitectos Artur Miranda e Jacques Bec (Oitoemponto), a adega é uma realização atípica e extraordinária de uma ferramenta lógica e funcional, originária de um compromisso com o processo tradicional e natural de elaboração do vinho, criando uma verdadeira união e harmonia entre tradição e modernidade, enaltecendo, assim, a alma da Quinta do Pessegueiro.

O edifício tem cinco níveis e associa métodos tradicionais de produção de vinhos de elevada qualidade ao mais sofisticado equipamento. Um autêntico desafio da tecnologia, esta adega foi concebida de forma a utilizar a gravidade natural ao longo de todo o processo, preservando o vinho e excluindo o uso de bombas.

O respeito pela matéria-prima começa na vinha e acaba na adega, com a utilização de uma cuba-elevador, assegurando a condução do vinho em cada etapa e, posteriormente, a qualidade do produto.

A filosofia desta empresa conjuga a sabedoria da viticultura tradicional no Douro com os conhecimentos científicos modernos. Os vinhos são elaborados a partir de métodos tradicionais, como a pisa a pé em lagar de granito e a utilização de leveduras indígenas.

Na Quinta do Pessegueiro a tradição secular do esmagamento da uva com os pés é mais do que uma representação da história e do folclore. A técnica da pisa é utilizada em três lagares. Não se trata de um espírito de conservadorismo extremo, mas no acreditar que a pisa da uva é um processo humanizado que permite extrair a melhor dádiva de cada bago.

A propriedade expandiu-se com o decorrer dos anos, sendo actualmente constituída por três parcelas distintas: Pessegueiro, Teixeira e Afurada. A área de vinha em produção ronda os 30 hectares. Todas situadas na sub-região do Cima Corgo, estas parcelas beneficiam de características históricas e climáticas diversas, sendo a viticultura praticada adaptada ao carácter único de cada uma.

Com uma superfície total de 20,3 ha, a Teixeira está exposta a noroeste, com uma altitude que varia entre 75 e 418 metros. Origina vinhos potentes e ao mesmo tempo frescos, directos e frutados.

Parte das vinhas da Teixeira foram plantadas ainda no início dos anos 80. Desde 2011, decorreram novas replantações com inúmeras castas. Esta propriedade é a mais próxima da adega e possui, sem dúvida, os socalcos mais antigos. Foi na Teixeira que foram descobertos e recuperados socalcos pré-filoxera, formações anteriores a esta epidemia.

No Pessegueiro, as parcelas íngremes estão voltadas a Oeste e elevam-se a uma altitude entre 197 e 355 metros. Os nove hectares existentes estão repartidos entre vinhas velhas com mais de 110 anos e vinhas plantadas há 40 anos.

Geralmente, a maturação das uvas é tardia, resultando em vinhos muito complexos e frutados, tanto no aroma como no paladar, com toques de especiarias, cacau e café.

A Afurada, com 1 ha, eleva-se a uma altitude entre 500 e 525 metros e está exposta a Sul. Todas as castas da propriedade são autóctones, predominando a Touriga Nacional Touriga Franca, Tinta Roriz, Souzão e Tinto Cão. Numa fase mais recente, Tinta da Barca, Tinta Amarela, Rufete, Alicante Bouschet, Rabigato e Folgasão.

/ QUINTA DO PESSEGUEIRO //

Os vinhos são da responsabilidade de João Nicolau de Almeida (filho), apoiado por uma equipa de profissionais dedicados.

A partilha de conhecimento, a paixão, a motivação e o empenho dos colaboradores, que também nutrem o respeito pela terra e pela natureza, permitem melhorar ano após ano, vindima após vindima, a qualidade dos vinhos da Quinta do Pessegueiro, tornando-os, hoje, um dos grandes vinhos do Douro.

Na adega, os vinhos são separados por parcelas (um exemplo perfeito do trabalho parcelar), permitindo reconhecer cada uma das suas singularidades e traçar as especificidades de cada terroir. É por isso, também, que a adega dispõe de cubas de pequena dimensão. Nos processos de vinificação e de maturação, os vinhos evoluem naturalmente, encontrando neles todo o poderio e carácter do Douro associados a uma elegância única.

É exclusivamente a partir das melhores uvas, vindimadas e seleccionadas nos terroirs excpecionais da Teixeira e do Pessegueiro que são produzidos os DOC'S e os Portos.

O portefólio abarca as marcas Aluzé e Quinta do Pessegueiro: Aluzé Branco, Tinto e Rosé, Quinta do Pessegueiro Tinto, Porto Branco, Porto LBV e Porto Vintage. São também comercializados monocastas e blend's, conforme o potencial qualitativo de cada uma das castas. Actualmente, encontram-se no mercado Touriga Nacional, Tinto Cão, Rufete, Tinta da Barca & Alicante Bouschet. E, em anos especiais, é produzido o Plenitude, elaborado a partir de uvas de vinhas centenárias da Quinta do Pessegueiro, vinificado em lagar de granito com pisa a pé e envelhecido 30 meses em barricas de carvalho.

As poucas garrafas deste vinho são testemunhos da busca diária pela excelência e respeito pela natureza.

Para além do vinho, é produzido azeite de alta qualidade, elaborado com base nas variedades Cordovil, Madural e Carrasquenha. A apanha é manual, sendo a extração do azeite feita a frio e em modo contínuo.

Existe, também, uma pequena produção de mel, estando as colmeias situadas na Quinta da Teixeira.

Estes produtos procuram evocar a autenticidade do terroir e realçar a tradição da região. Estão relacionados com a própria natureza da vinha e com todo o seu ecossistema.

Ao nível das actividades de enoturismo, destacam-se a visita guiada às vinhas e à adega; o visionamento de um filme promocional; a prova de vinhos e azeite acompanhada com produtos regionais. No final, os visitantes têm possibilidade de adquirir os produtos produzidos na Quinta.

Descendo uma escultórica escadaria em betão, os visitantes chegam a uma sala revestida com a mesma madeira com que se fazem as barricas para estagiar o vinho, podendo, a partir daí, admirar um magnífico baixo-relevo, numa clara alusão à cultura da vinha e do vinho e dos valores culturais que lhe estão associados. Conforme reza a lenda, após o dilúvio, Noé começou por ser um bom cultivador. Plantou três vinhas e, quando estas deram fruto, festejou brindando com o seu saboroso néctar.

As visitas deverão ser efectuadas através de marcação prévia, para que possa ser assegurado um atendimento personalizado. Para além das suas participações no sector do vinho, a Quinta do Pessegueiro, e o Château Saint-Maur, em França, Roger Zannier tem investido em diferentes áreas de negócio pelo mundo.

Hoje, a Quinta é um tesouro precioso que se alonga pelo património arquitectónico do Douro. É um lugar mágico. As vistas esplendorosas prendem o olhar dos visitantes que desfrutam de óptimas condições de conforto e de serenidade.

Manter a paisagem viva e a sua notoriedade é uma obrigação que a Quinta do Pessegueiro acolhe de braços abertos.

Sempre, num respeito das tradições e do património, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da região.

Informações e reservas:

2.ª a 6.ª feira, 9h00-18h00
Quinta do Pessegueiro / Lugar da Afurada
5130-104 Ervedosa do Douro
Tel: +351 254 422 081
E-mail: reservas@zannier.com

QUINTA DO

PESSEGUEIRO

DOURO

DOMAINES ROGER ZANNIER VINEYARDS

Where *tradition* guides creation /

PORTO VINTAGE 2018 - BOTTLED IN 2020

Lugar da Afurada, 5130 – 104, Ervedosa do Douro, Portugal . T. +351 254 422 081 . quintadopessegueiro@zannier.com

WWW.QUINTADOPESSEGUEIRO.COM | WWW.ZANNIER.COM

ASSINE A KIDS MARKETEER

LIVRO + ASSINATURA (4 EDIÇÕES) 18€*

E RECEBA O LIVRO* "OS SEGREDOS DA ENCANTADORA DE BEBÉS" DE TRACY HOGG

EDITORIAL PRESENÇA

www.kidsmarketeer.pt

O livro será enviado via CTT após boa cobrança da assinatura. Campanha válida para Continente e Ilhas.