



Projecto vitivinícola do Grupo Riberalves Adega Mãe prepara lançamento de novos vinhos



Inaugurado a 26 de Novembro de 2011, a Adega Mãe, um projecto do Grupo Riberalves, tem vindo a implantar-se no mercado de vinhos de forma sustentada. Situada em Torres Vedras, na Região de Lisboa, a Adega Mãe tem cerca de 40 hectares de vinha, produzindo vinhos de qualidade reconhecida. Recentemente foram lançados no mercado dois monocastas, Cabernet Sauvignon e Touriga Nacional, e um Rosé de 2013.

Bernardo Alves, administrador da Adega Mãe, em conversa com a Gazeta Rural, adiantou que “nos próximos meses haverá novidades”, com o lançamento de quatro novos vinhos. “Umas surpresas”, garantiu. Dory, Adega Mãe e Pinta Negra são as marcas com que está no mercado.

Gazeta Rural (GR): O projecto Adega Mãe já entrou em velocidade de cruzeiro?

Bernardo Alves (BA): Desde que foi inaugurado, em 2011, temos vindo a fazer um trabalho de fundo. É um projecto criado de raiz, que procurámos fosse o mais completo possível, com enoturismo, com a organização de eventos, com o vinho, sendo este o nosso principal negócio. Desde então, o trabalho tem sido o de nos colocarmos no mercado, a nível nacional e internacional, trabalho que tem sido feito com sucesso, achamos nós. Reflexo disso, é o facto de hoje estarmos presentes nas principais cadeias de distribuição em Portugal e termos ganho já alguns prémios, de que nos orgulhamos muito e estamos muito satisfeitos com isso.

GR: Que tipos de castas plantaram nas vinhas?

BA: Temos um mix de castas nacionais e internacionais, mas essencialmente castas portuguesas autóctones da nossa região, como o Fernão Pires, mas também de outras regiões, como o Viosinho, a Touriga Nacional, o Alvarinho, entre outras.

A região onde estamos implementados tem uma influência do ambiente oceânico muito forte. Então, seleccionámos as castas para esse tipo de clima e ambiente que existe à volta da Adega Mãe.

GR: O ambiente oceânico remete-nos para o bacalhau?

BA: Sim, claramente, para tudo o que é o bacalhau e o mundo do peixe. Aliás, os nossos vinhos também são feitos, e é uma das nossas preocupações, para harmonizarem com bacalhau. Temos essa preocupação interna, ou não pertencesse a adega ao grupo Riberalves.

Ainda falando das castas, o Diogo Lopes e o Anselmo Mendes, enólogos da Adega, e o engenheiro Amândio, responsável pelas vinhas, tiveram a preocupação de fazer uma grande selecção para que, nos 40 hectares que temos plantados, as castas fossem rigorosamente direccionadas para o clima e adaptadas às potencialidades do que é a região de Lisboa, o que, infelizmente, nos últimos anos não



tem seguido por muita gente. Tem-se procurado castas com grande produção, onde o álcool não é muito importante. Está mais que provado que a quantidade é inimiga da qualidade e isso aconteceu até há meia dúzia de anos. Nos últimos anos há uma consciência diferente de todos os produtores desta região, precisamente para fazer vinhos de qualidade.

GR: Foi importante a mudança do nome da Comissão Vitivinícola, aproveitando o potencial da marca 'Lisboa'?

BA: Lisboa é uma marca muito forte e nós, pela Adega Mãe, estamos muito satisfeitos com a alteração de Estremadura para a Região de Lisboa, pela força que tem no país e a nível internacional. Lisboa não está conotada como região produtora, como o Porto está para o Douro, mas isso é uma questão de tempo, porque o nome é recente, a região é muito forte, é a principal região do turismo em Portugal, é a capital e daí só podem vir coisas boas.

GR: Uma das preocupações da Adega é o facto de procurar que o consumidor perceba o que está a beber. Têm feito várias acções de formação nesse sentido?

BA: Sem dúvida. Estamos sempre disponíveis para participar em acções junto da restauração, supermercados, no canal Eureka ou no retalho para consciencializar o consumidor para os novos produtos que a região tem para oferecer, do que é a

'nova' Lisboa, como região vitivinícola. Esse trabalho tem sido muito profundo. Uma das questões que tento sempre é sensibilizar a restauração da grande Lisboa para apostarem nos nossos vinhos, que são óptimos e de qualidade. Se não começarmos pela nossa região, quem vai começar? Tenho-me batido muito por essa ideia.

GR: Como olha para os próximos tempos?

BA: Hoje não há tempos fáceis. Quem o esperar é melhor desistir. Há, sim, tempos diferentes. Estamos numa região que, a nível de vinhos, está a evoluir, que está a aparecer cada vez mais, quer a nível nacional quer internacional.

Quando ao futuro da Adega Mãe, hoje temos uma cadeirinha no mercado nacional, que é muito competitivo, mas amanhã acho que podemos ter uma cadeira mais confortável e um lugar entre os melhores produtores nacionais. Acho que o caminho vai nesse sentido e é para isso que lutamos todos os dias.

GR: O mercado internacional é prioritário?

BA: É o mercado onde mais vendemos, nomeadamente em Angola, China e Brasil. A Suíça está também a correr muito bem e estamos a abrir novos mercados, como a Dinamarca, Irlanda, Holanda e outros. Penso que o futuro passa, em grande parte, por aí, nunca decorando o mercado nacional, que é o nosso berço.