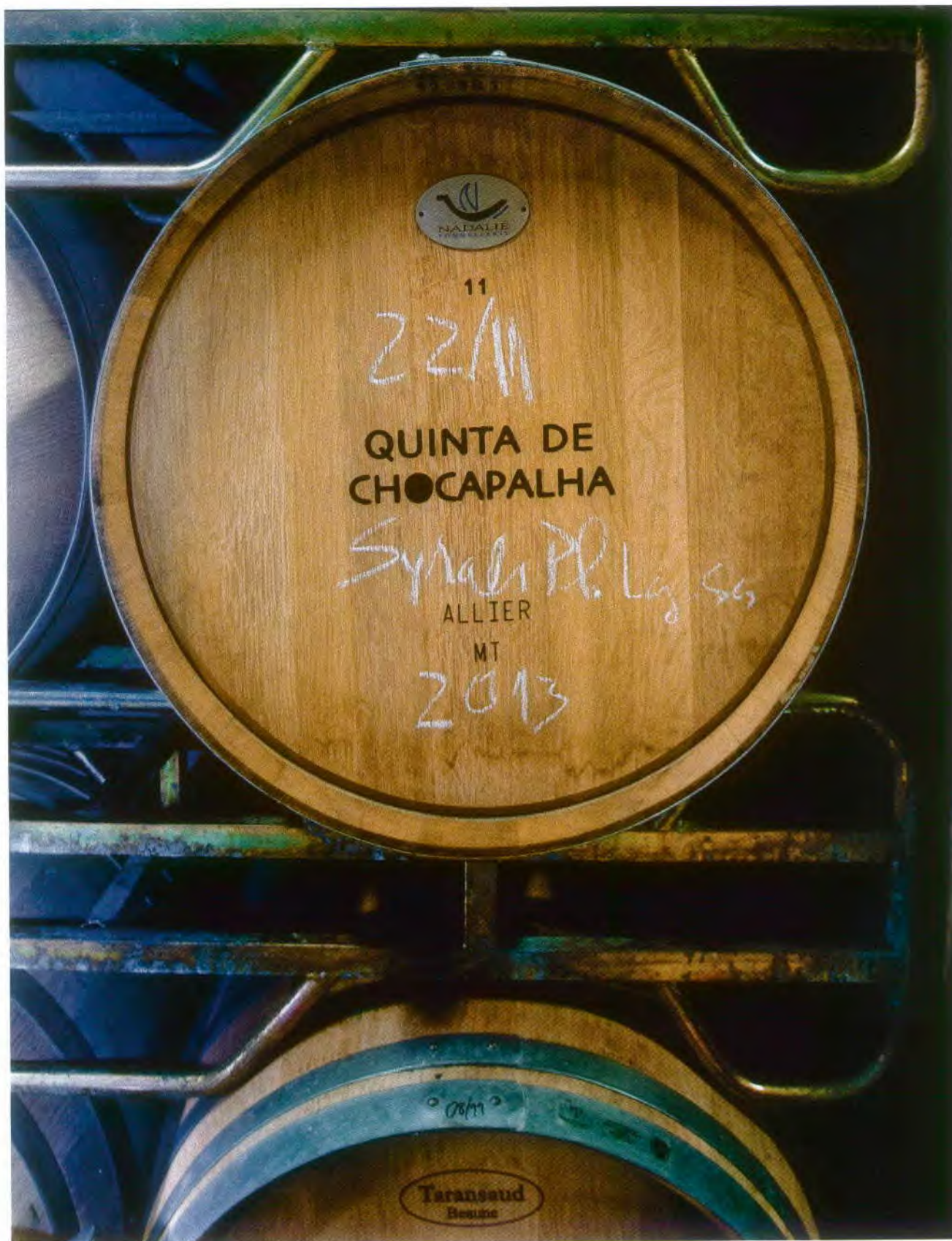






Vinhos de Lisboa, em família

Dá pelo nome de Lisbon Family Vineyards e é um trabalho, com três anos, de troca de saberes e partilha de estratégias de três produtores da região da Lisboa: Quinta de Chocapalha, Quinta do Monte d'Oiro e Quinta de Sant'Ana. Ainda em fase de aprendizagem, os três garantem que por aqui se fará o caminho



É um projecto comum de promoção e valorização de três casas produtoras de vinhos da região de Lisboa. Mas é, também, um projecto de amizade e cumplicidade, de trocas e partilhas. O Lisbon Family Vineyards é nem mais que a junção de saberes e vinhos produzidos a partir da Quinta de Chocapalha, da Quinta do Monte d'Oiro e da Quinta de Sant'Ana.

Em comum, os três produtores têm a proximidade geográfica e a amizade – «de há anos», diz Alice Tavares da Silva, da Chocapalha –, idênticos valores e estratégias. Por isso, também há anos que se encontravam com regularidade, dentro e fora da região, dentro e fora de Portugal. E como bons produtores de vinhos que são, algumas vezes sentaram-se de copo na mão a maturar conhecimentos, a desfiar trabalhos e a idealizar estratégias. Várias conversas mais tarde resultariam, há três anos, no Lisbon Family Vineyards, que é precisamente isso, o casamento de três famílias produtoras de vinhos, da região da Lisboa.

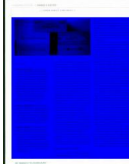
«Encontrávamo-nos em diferentes ocasiões e íamos sentindo, cada vez mais, a necessidade de nos unirmos», confirma l'ran-

cisco Bento dos Santos, da Quinta do Monte d'Oiro. Secundado por Alice Tavares da Silva: «Para além de nos unir a amizade, estamos num processo mais aprofundado de troca de informação e partilha de esforços.» No fundo, uma canalização de sinergias com vista à promoção e valorização dos seus vinhos.

Após a apresentação da marca surge o primeiro evento conjunto: o Peixe em Lisboa, em 2013. No meio, o statement: «Os três projectos têm em comum a abordagem à vinificação e a vontade de se aproximar do consumidor final, partilhando o conhecimento da região.»

No fundo, o que perceberam foi que, em casos como este, «mais vale bem acompanhado que sozinho» e que só teriam a ganhar unindo esforços. Não só potenciam as características em comum – os três produzem vinhos gastronómicos cuja qualidade é premiada a nível nacional e internacional, além de serem negócios familiares – como ganham outra visibilidade lá fora.

Hoje, quando há um evento num mercado externo que é determinante, os três apresentam-se enquanto grupo que se promove a uma



As quintas

Quinta de Chocapalha. É impossível não reparar no edifício moderno da adega da Quinta de Chocapalha, que sobressai entre as vinhas e contrasta com a casa de família, do séc. XVIII. Alice (suíça com alma lusa) e Paulo Tavares da Silva (ou “comandante”) compraram a quinta há uns anos e nela vivem. Aos terrenos iniciais acrescentaram alguns hectares num total actual de vinha plantada de 45 ha. Nas três filhas – Sofia, Andrea e Sandra – têm os seus braços direitos. O primeiro vinho foi lançado em 2000, num total de 20 mil garrafas. Hoje, a capacidade é para 120 mil.

Quinta do Monte d'Oiro. Foi adquirida em 1986 por José Bento dos Santos, com as primeiras vinhas a serem plantadas sete anos mais tarde. Começou com sete mil garrafas, hoje, ronda as 70 mil unidades. José Bento dos Santos, gastrónomo, tem no filho Francisco o grande embaixador e responsável pelas marcas que saem do Monte d'Oiro.

Quinta de Sant'Ana. Também por aqui se fala com sotaque. A Quinta de Sant'Ana foi comprada ainda no século passado pelos pais de Ann, mulher de James. Hoje, são James, a mulher e os sete filhos que abraçam o projecto. À agricultura e ao vinho acrescentaram o turismo. Do total dos terrenos só 10 hectares são de vinhas e só apenas desde 2005 é que o casal produz o próprio vinho, com a ajuda do enólogo António Maçanita.

só voz. E se a Quinta de Chocapalha não conseguir estar presente, não será por isso que os seus vinhos não serão apresentados e dados a provar. Cada um trata os vinhos dos restantes como se fossem seus. Sem facções! «Ainda há pouco estive nos EUA e levei os vinhos Monte d'Oiro e Quinta de Sant'Ana. Conhecemos os vinhos uns dos outros e sabemos apresentá-los», diz serenamente Alice Tavares da Silva.

Não há um orçamento conjunto. Cada quinta já tinha a sua estratégia de comunicação, pelo que têm vindo a organizar ideias. «Há dois tipos de participação, ou vamos a um evento onde já fomos, em separado e, aí, estamos a apostar na imagem; ou vamos a eventos que passaram a tornar-se viáveis financeiramente quando o seu custo começou a ser dividido por três...», esclarece Francisco Bento dos Santos. O que significa que cada marca paga o que lhe está inerente, sendo que os resultados podem ter o dobro do impacto.

«Sabemos quais as provas e feiras mais importantes e tudo é orçamentado. Depois, é decidir quem estará presente», acrescenta Francisco. É o caso da Prowein, que anualmente decorre em Dusseldorf, Alemanha. «Gastámos o mesmo (em viagens ou estadias) mas o espaço na feira tem outra área e outra visibilidade», ou seja, despesas diluídas, mas maior comunicação, reflecte James Frost, da Sant'Ana.

De resto, também não partilham entre si a distribuição. «Não o fazíamos até à data e iremos continuar assim», diz James Frost. Apesar de já terem sido contactados por alguns restaurantes para acções e provas conjuntas.

Alavancar, também, a região

O facto da região de Lisboa ainda não ter elevada notoriedade no País – por compara-

ção a outras – e de ser por vezes confundida com uma das zonas onde se produz em quantidade foram outros argumentos de peso que fizeram juntar as três famílias. Se bem que o objectivo não passa por comunicar a região no seu todo mas as marcas e respectivos produtos. «Fazemos o trabalho por nós, mas claro que a região acaba por vir atrás», reconhece Francisco.

A isto, acresce o facto de 80% da produção de vinho da região vinícola de Lisboa ser assegurada por apenas quatro produtores. E, desse total, entre 80 a 90% seguir para exportação.

No caso da Chocapalha, as vendas estão nos 70-30% (mercado externo vs. português), sendo a Alemanha, Brasil, Polónia, Suécia e EUA os principais países a receber os vinhos assinados por Sandra Tavares da Silva. No Monte d'Oiro, a fasquia altera-se para os 60-40%, desdobrando-se os primeiros entre a China, EUA, Brasil e Angola, para além de destinos europeus, com destaque para a Holanda. Quanto aos vinhos de Sant'Ana, desenvolvidos pelo enólogo António Maçanita, ainda canalizam para o mercado português 50% das suas vendas, a que se segue a Alemanha, Reino Unido, Suíça, França, alguns países nórdicos e EUA – este último resultado da presença numa feira onde estiveram os três juntos.

Entretanto, e desde o arranque do projecto, os Lisbon Family Vineyards têm organizado um evento anual – Summer Celebration – que começou por acontecer na Quinta de Sant'Ana, se replicou na do Monte d'Oiro e se realizará para o ano na Chocapalha. Nem mais que uma festa/apresentação que reúne centenas de convidados e que pretende ser, também, uma mostra viva dos produtos das três marcas. «Tivemos convidados da imprensa, críticos, clientes, chefs, amigos, importadores estrangeiros, num grande dia que teve provas verticais ou especiais. É um dos nossos principais momentos de comunicação», declara o responsável pela Quinta de Sant'Ana.

Apesar da juventude do projecto, já foram contactados por outros produtores. Para já, dizem, ficam assim. «Era um risco associarmos-nos a outros produtores com quem podíamos não partilhar todos os valores», reforça Alice. «Isto só faz sentido se for uma associação forte», acrescenta Francisco. «Ainda estamos numa fase de aprendizagem e procura de consolidação», diz, por sua vez, James. ■