


QUINTA DO GRADIL

Conquista três selos “Best Buy” com três referências

“Uma marca mais democrática, mais fácil de beber, mais leve”, assim se apresenta Castelo do Sulco da Quinta do Gradil, a marca de Lisboa mais premiada na última edição da revista americana Wine Enthusiast. Para além de ver três dos seus vinhos distinguidos com o selo Best Buy, nomeadamente o Reserva Tinto, os Colheitas Branco e Tinto, Castelo do Sulco também acaba de ser distinguida em Portugal pelo Enólogo Aníbal Coutinho, nos Prémios W'15.

Com “intensos aromas de flor de laranjeira e lima e notas de fruta tropical”, o Castelo do Sulco Branco 2014 foi reconhecido a nível nacional como Melhor Vinho Branco Diário nos Prémios W'15, de Aníbal Coutinho. Desde 2008, os Prémios W revelam o trabalho de excelência da fileira do vinho que, sendo crescente em Portugal, é também cada vez mais difícil de seleccionar e premiar.

Nos Estados Unidos da América, a equipa de provas da reputada revista americana Wine Enthusiast, atribuiu três selos Best Buy a três das quatro referências que compõem a gama Castelo do Sulco – Branco, Tinto e Re-

serva Tinto 2014. Para ser um Best Buy, um vinho tem que conseguir uma boa pontuação e ter um preço económico, que, nos Estados Unidos, normalmente não supera os 15 dólares.

“Este reconhecimento a Castelo do Sulco é muito importante nesta altura de vida da marca. Com dois anos de vida no nosso país e em mercados extremamente exigentes, continuamos a missão de demonstrar a qualidade dos vinhos da região de Lisboa.”, refere Luís Vieira, administrador da Parras Vinhos e proprietário da Quinta do Gradil.



Com dois anos de presença no mercado nacional e internacional, Castelo do Sulco tem tido muita aceitação e reconhecimento no seu segmento. Esta marca surge como resposta a uma tendência cada vez maior para o consumo de vinhos de qualidade por consumidores cada vez mais informados e em busca de propostas com a melhor relação qualidade-preço. A marca aposta na afirmação dos vinhos de Lisboa como selo de qualidade, e reforça uma tendência “cool” que a capital tem vindo a registar internacionalmente.