



AdegaMãe produz vinhos genuínos

Empresa é uma das gazelas, conseguindo assim o reconhecimento da sua evolução.

“Qualidade de produto, imagem e foco de mercado, seja nos vinhos ou no enoturismo.” Estas são as características que distinguem a AdegaMãe – Sociedade Agrícola, Lda. no mercado dos vinhos, explica Bernardo Alves, director-geral da empresa. Desde o início que a AdegaMãe, empresa localizada em Carvalhal (Torres Vedras), assumiu como objectivo a produção de “vinhos genuínos”, que espelhem as características únicas da região onde está a insígnia, em Torres Vedras, marcada por uma grande influência do clima atlântico e, por isso, capaz de proporcionar vinhos excepcionalmente frescos e minerais. Ao mesmo tempo, acrescenta Bernardo Alves, a AdegaMãe é constantemente referida como “uma das mais belas e modernas adegas do país”, procurada cada vez mais por turistas e empresas.

“Tanto o mercado como a crítica têm reconhecido a qualidade da AdegaMãe a todos os níveis” realça o responsável, destacando os vinhos da marca Dory, a sua “grande referência”. “A AdegaMãe nasceu no Grupo Riberalves e acaba também por honrar toda a história heróica da pesca do bacalhau. Os Dóris eram os pequenos barcos em que os pescadores portugueses pescavam o bacalhau à linha, nos mares do Norte. Com a marca Dory engarrafamos dois Colheitas (bran-



Tanto o mercado como a crítica têm reconhecido a qualidade AdegaMãe a todos os níveis.



BERNARDO ALVES,
director-geral da AdegaMãe

co e tinto) e dois Reservas (branco e tinto) que acabam por ser o grande destaque da nossa gama”, explica. O segredo do sucesso da AdegaMãe assenta no “trabalho e na consistência”, conta Bernardo Alves, recordando também a importância da adega moderna e da equipa competente que tem a empresa.

A internacionalização é uma realidade, dado que a exportação representa “mais de 60% das vendas da AdegaMãe, nomeadamente para mercados como o Brasil, a Ásia ou os Estados Unidos”. E os desafios para o futuro da empresa são, a nível comercial, “consolidar os mercados” onde está presente. “Entre esses mercados, quero des-

tacar igualmente Portugal e em especial a Grande Lisboa e a sua restauração, onde crescemos exponencialmente nos últimos anos, e que continua como aposta nossa de futuro”, afirma.

Além de a AdegaMãe querer contribuir para que a restauração lisboeta, dinâmica graças ao turismo, se habitue a promover e a pedir os vinhos da região de Lisboa, quer também “aumentar progressivamente a produção”, apostando cada vez mais nas castas que melhor expressam o carácter da região, mantendo esta diferenciação e exigência elevada.

Ser gazela promove a marca

Pedido um comentário ao facto de existirem cada vez mais empresas gazela – como é o caso da AdegaMãe –, Bernardo Alves diz que esta realidade é “um sinal de dinâmica existente na região”, a qual só se pode elogiar. “A região centro será muito mais desenvolvida, geradora de riqueza e capaz de fixar as populações, se as suas empresas tiverem sucesso”, diz. E quais as vantagens de ser uma empresa gazela? “O reconhecimento da nossa evolução é muito mais do que uma atribuição para guardar internamente. É igualmente um mecanismo de promoção, junto de parceiros e do mercado, que devemos potenciar ao máximo, para prosseguir o nosso percurso de crescimento e de afirmação, não apenas enquanto empresa, mas enquanto região”, responde.