



Lisbon Family Vineyards: dividir esforços para multiplicar resultados

Os responsáveis da Quinta de Chocapalha, da Quinta do Monte d'Oiro e da Quinta de Sant'Ana perceberam que havia mais a uni-los do que a geografia. São três empresas familiares que produzem vinho na região de Lisboa e partilham a mesma forma de estar no mundo vinícola. Formam a Lisbon Family Vineyards, uma marca que procura tirar partido das sinergias a favor da promoção e valorização dos seus vinhos.

Textos **Susana Marques** smarques@ccile.org Fotos **DR**

A marca Lisboa tem vindo a afirmar-se no mundo dos vinhos, muito devido à mudança do nome da região vinícola: deixou de se chamar "Vinho Regional da Estremadura", para passar a designar-se "Vinho Regional de Lisboa". O turismo também deu uma ajuda, já que quem visita Lisboa quer provar o vinho local. Fundamental foi igualmente o salto de qualidade que muitos dos produtores da região deram. As adegas da Quinta de Chocapalha, da Quinta do Monte d'Oiro e da Quinta de Sant'Ana contribuíram para a mudança, assinala o CEO da segunda, Francisco Bento dos

Santos: "A produção de vinhos na região é secular. Passou por uma fase complicada, devido à filoxera. Depois criou-se um mercado de tascas que absorvia a produção da região, mas não exigia qualidade. Resultado: a qualidade baixou e a região perdeu valor. Nos últimos anos, as coisas mudaram e nós orgulhamo-nos de fazer parte dessa mudança. Provámos que a região tem potencial. É uma região extensa, capaz de produzir vinhos muito diferentes, entre si. Podemos produzir vinhos acessíveis, mas de qualidade e isso é muito importante. A região produz também vinhos de qualidade superior. O turismo permitiu à região dar um

grande salto, já que quem visita Lisboa quer provar o vinho local."

As três adegas somam vários prémios em diferentes certames, mas essa não é a única afinidade que partilham e que esteve na origem da associação que formaram, a Lisbon Family Vineyards. O líder da Quinta do Monte d'Oiro conta-nos como avançaram para o projeto a três: "Estamos a falar de três quintas com história, quintas de pequena dimensão e de projetos de gestão familiar e com equipas, cujos elementos acabam por fazer parte da família. Não fazemos vinhos em grande quantidade, fazemos vinhos de elevada qualidade,



porém distintos. Ainda que possam ter características comuns, já que as três quintas estão próximas do mar e da Serra do Montejunto. Já nos conhecíamos, encontrávamo-nos em eventos, em feiras, etc. Fomos desenvolvendo a ideia de que a união faz a força.”

O arranque oficial da Lisbon Family Vineyards foi em 2014, recorda Francisco Bento dos Santos: “Queríamos um nome que representasse o que somos. Temos muito orgulho nas palavras do nosso nome, das nossas quintas e dos nossos vinhos. O objetivo é juntar sinergias para criar uma marca mais forte, de modo a participar em eventos conjuntamente, com um único stand. Individualmente é muito mais difícil conseguir participar em eventos como a Prowein (feira de vinhos realizada em Dusseldorf, na Alemanha), por exemplo.” Também participam em conjunto em eventos em Portugal como o festival Peixe em Lisboa, ou os eventos da Adega.

Nada disto compromete a identidade de cada uma das três marcas; ressalva Francisco Bento dos Santos: “Independentemente de termos muitas ações promocionais e comerciais em conjunto, cada uma das quintas já tinha a sua estratégia de comunicação antes e continua a ter. Cada uma define o seu próprio caminho, relativamente aos seus vinhos. Para já, não estamos à procura de

mais sócios. Até porque este projeto partiu da amizade. Dávamo-nos bem e isso mantém-se.” O gestor esclarece que não têm clientes em comum: “Os importadores não têm interesse em comercializar vinhos de várias adegas da mesma região. Preferem diversificar.”

Um dos pontos altos da parceria acontece anualmente no verão: a Summer Celebration, um encontro das três famílias com os seus *stake holders* (clientes, garrafeiras, restaurantes, escansões, importadores e imprensa especializada). “O objetivo é, de forma muito descontraída, dar a provar novas colheitas, fazer provas verticais, etc.”, comenta o CEO da Quinta do Monte d'Oiro.

O balanço é positivo, assegura Francisco Bento dos Santos: “A parceria é extremamente positiva. Não poderia ser melhor. O maior benefício não é o perceptível para os clientes e distribuidores ou diferentes parceiros. A vantagem maior é que partilhamos problemas, que, muitas vezes, se resolvem em conjunto, partilhamos contactos e ajudamo-nos mutuamente. Por exemplo, quando celebramos os 20 anos da Quinta do Monte d'Oiro, pedimos várias coisas às outras quintas e eles ajudaram-nos muito.”

Francisco Bento dos Santos observa que, nos 20 anos da adega, as alterações do setor vinícola em Portugal são impres-

Os números das três adegas*

Quinta de Chocapalha

Gerida pela família Tavares da Silva.
Principais mercados de exportação: Suécia, EUA e Alemanha
Peso das exportações no volume de negócios: 70%
Produção: 140.000 garrafas
Volume de negócios: 700.000 euros

Quinta do Monte d'Oiro

Gerida pela família Bento dos Santos.
Principais mercados de exportação: China, Suíça e Holanda
Peso das exportações no volume de negócios: 60%
Produção: 80.000 garrafas
Volume de negócios: 780.000 euros

Quinta de Sant'Ana

Gerida pela família Frost.
Principais mercados de exportação: Reino Unido, Suíça, Alemanha e EUA
Peso das exportações no volume de negócios: 50%
Produção: 45.000 garrafas
Volume de negócios: 230.000 euros

*valores de 2016

sionantes: “Em 1997, em Portugal, só havia os grandes vinhos clássicos e tudo o resto tinha pouca qualidade. Os bons vinhos eram os ícones do Douro. O país mudou, a produção de vinho em Portugal mudou e a imagem do país e dos nossos vinhos também. A revolução digital influenciou muito o mundo do vinho. Hoje há uma avalanche de informação e uma avalanche de produtos. É mais fácil promover, mas a concorrência é muito maior. Hoje é preciso vender garrafa a garrafa. O desafio de um pequeno produtor é muito maior porque enfrenta o mesmo número de *stake holders* que enfrenta um grande produtor. Para nós é um orgulho continuar aqui, sustentáveis.” ■



52. Lisbon Family Vineyards: dividir esforços para multiplicar resultados