

Economia Leiria Global



Mercado da Cerveja e do Marisco em Leiria

O Mercado de Sant'ana, em Leiria, acolhe entre hoje e domingo mais uma edição do Mercado da Cerveja e do Marisco, promovido pelo município em parceria com a Novadis e a Central de Cervejas e Bebidas. A organização promete festa rija, com as “melhores especialidades de marisco” e novidades no que toca à cerveja.

Exporta 92% da sua produção

Paço das Côrtes, a empresa de vinhos com mais de 80 medalhas

Raquel de Sousa Silva
raquel.silva@jornaldeleiria.pt

Comemora este ano o décimo aniversário de actividade, data que será assinalada com o lançamento de um vinho premium. A Paço das Côrtes, empresa com sede em Leiria e armazém em Alcobaça, exporta 92% do seu volume de negócios e, em Portugal, pode ser encontrado na cadeia Intermarché, onde entrou este ano, e em alguns restaurantes seleccionados da nossa região.

A empresa nasceu da ambição de dois irmãos (Pedro Rosado e Luís Rosado) “dinâmicos, irrequietos, empreendedores e apaixonados pelo vinho”, que apostaram numa empresa “focada na elevada qualidade dos seus vinhos, a um preço altamente competitivo”.

Até ao momento, tem produzido apenas vinhos tintos regionais Região de Lisboa, todos com designação Reserva, “o que obriga a um controlo com parâmetros rigorosos de aprovação por parte da Comissão Vitivinícola Regional”, explicam. “A nossa aposta passa por criar vinhos de qualidade comprovada a nível internacional e nacional a preço acessível”, explicam os jovens, que preferem não revelar o volume de negócios.

A empresa trabalha em parceria com as “mais prestigiadas quintas” da região de Lisboa e as uvas são seleccionadas pelo enólogo António Ventura (“distinguido como enólogo do ano em 2006 e 2013”), que “acompanha todo o processo, desde as uvas ao produto final engarrafado”. “Com



estas parcerias com quintas e produtores da região, conseguimos sempre escolher as melhores uvas para termos a matéria-prima que desejamos, mantendo assim, ano após ano, os melhores padrões de qualidade”, explicam os jovens.

As marcas Reserva da Família, Reserva D'Amizade, Critterium Reserva, Reserva das Côrtes e Reserva do Passo são algumas das referências da empresa, todas elas premiadas em concursos nacionais e internacionais. No total, a empresa já arrecadou mais

de 80 medalhas, revelam os sócios. O “segredo deste sucesso”, defende Pedro Rosado, “está no processo rigoroso que se inicia na selecção das uvas, passando pela vinificação, elaboração de lotes, elevado controlo de qualidade e engarrafamento obede-

O número

700

mil garrafas é o objectivo da empresa para este ano

cendo às normas de certificação BRC Global Standards e IFS International”.

Os mercados externos absorvem 92% do volume de facturação, destacando-se países como Noruega, Polónia, Holanda, Bélgica, Alemanha, França, Suíça, Rússia, Angola (“problemas de conjuntura económica neste país vieram penalizar as nossas exportações”), Moçambique e São Tomé e Príncipe e Cabo Verde. Os jovens dizem não ter sentido problemas em vender para a Rússia, apesar do embargo que este país decretou aos produtos alimentares europeus.

Os irmãos não escondem a ambição de crescer e estabeleceram como objectivo anual a entrada e consolidação em dois novos mercados. Neste momento, a Paço das Côrtes está a iniciar os mercados da China e da Austrália “com enorme sucesso”.

A empresa pretende este ano lançar um vinho comemorativo do seu décimo aniversário de actividade, um vinho premium “Signature”.

Os jovens admitem já ter a marca registada, mas por enquanto preferem não revelar mais detalhes.

Pedro Rosado e Luís Rosado

“Uma medalha é uma garantia de qualidade”

O facto de um vinho ser premiado é uma mais-valia?

Sim. Quando se aborda o mercado, o potencial cliente pergunta sempre se o vinho é premiado. Uma medalha é uma garantia de qualidade e prestígio.

Como são vistos os vinhos portugueses lá fora?

São cada vez mais apreciados e reconhecidos, pela diversificação de castas únicas, e pela excelente relação qualidade preço. Há uns anos, quando dizíamos que os nossos vinhos eram Regionais Estremadura ninguém sabia onde era. A mudança do nome da região demarcada - de Estremadura para Lisboa - ajudou muito. Quando lá fora falávamos em vinho da Estremadura os clientes pensavam na Estremadura espanhola.



Essa alteração de nome foi muito favorável.

Culturalmente, a cerveja ainda leva preferência sobre o vinho?

Apesar da preferência no consumo de cerveja, são cada vez mais os jovens que se interessam por conhecer e apreciar um vinho. O vinho está na moda e para esse facto muito tem contribuído a adesão dos restaurantes, das discotecas e dos bares na venda de vinho a copo. Talvez a abordagem dos jovens ao vinho seja através do rosé, do branco e do verde, mas acabam por chegar ao tinto. O estilo dos vinhos tintos mudou muito nos últimos anos, devido essencialmente ao grande trabalho que se fez na vinha, de reconversões, replantações, novas castas. Competimos hoje no mundo com vinhos modernos, mais fáceis de

beber, muito mais redondos, suaves e frutados.

A crise levou a uma diminuição do consumo de vinho?

Só no mercado de Angola, por todos os motivos conhecidos. Contudo, esse decréscimo foi compensado por outros mercados externos, sobretudo do Norte da Europa. A crise obrigou-nos, cada dia, a trabalhar mais.

Quem são os vossos principais concorrentes?

Todos aqueles que conseguem produzir vinhos de alta qualidade.

O que vos distingue, e aos vossos produtos, da concorrência?

O que nos distingue, além da qualidade, é essencialmente a nossa flexibilidade. Conseguimos produzir vinhos topo de gama, reconhecidos mundialmente, a um preço justo.