

Reis dos vinhos verdes, os Guedes de Penafiel vão investir 2,5 milhões de euros numa quinta em S. João da Pesqueira e numa nova adega. O objectivo para este ano é venderem um milhão de garrafas de Charamba.

Aveleda no Douro

ABÍLIO FERREIRA

NUM momento em que re-frescam e recriam a marca que exalta as uvas da própria quinta, os irmãos Guedes, da Aveleda, centram no Douro o maior volume de investimentos. A empresa vai adquirir uma quinta de 20 hectares em S. João da Pesqueira e instalar uma unidade de vinificação para os vinhos do Douro, mobilizando 2,5 milhões de euros.

Foi com as marcas de verdes que a Aveleda, a maior quinta da região demarcada, conquistou o mundo. No mercado nacional, o Casal Garcia é rei, na exportação, partilha com o Aveleda a preferência dos apreciadores. No Canadá, a Aveleda beneficia de ser a única marca de verde na lista do monopólio estatal importador de bebidas. Canadá, EUA, Alemanha e França são os mercados prioritários para o grupo de Penafiel. Estes quatro mercados representam 30% das vendas (3,6 milhões de garrafas) — mas o francês é que dá sinais de maior saturação. Nos mercados emergentes, Angola apresenta elevado potencial, representando este ano 150 mil garrafas. A China está em fase de prospecção, à espera das primeiras encomendas. «Não podemos dispensar, a estratégia é concentrar nos três principais mercados», refere António Guedes. É a pensar nos clientes dos cinco milhões de garrafas de verde que vende em 60 mercados externos e na crescente globalização do gosto que o Casal Garcia foi re-inventado. Seguir as tendências do consumidor é a palavra de ordem da casa de Penafiel. Os estudos de mercado confirmaram que o mundo quer verdes frescos, frutados e sem acidez. O novo Casal Garcia da Aveleda responde a essas exigências, substituindo as castas menos nobres. Combina novas técnicas vitícolas com novas práticas enológicas, como a refrigeração das uvas antes de prensadas. Primeiro, pela incorporação de «castas melhoradoras», como é o ca-

2005 EM NÚMEROS

- 12 milhões de garrafas
- 125 hectares de vinha
- 25 milhões de euros de vendas, das quais metade no mercado externo
- 180 vacas
- 70 toneladas de queijo
- 30 mil garrafas de Aldeia Velha
- 12 mil toneladas de uvas compradas a produtores

so do Alvarinho, que representa 10% do «blend». Conforme explica António Guedes, o vinho resulta «complexo e frutado, pela combinação do aroma intenso do Loureiro com a elegância e suavidade da Trajadura, e com um final de boca prolongado e intenso, do Alvarinho».

Depois, através de um processo de vinificação com a prensagem das uvas a baixas temperaturas, a intensidade dos aromas é preservada. Finalmente, refrescando a embalagem, é-lhe concedida uma imagem moderna e jovial que combina com a tradição do vinho.

O orgulho de ser campeão dos verdes não impede a Aveleda de diversificar a gama de vinhos e reduzir a dependência das suas princi-

pais marcas. A empresa abre novas frentes e acredita que a margem de crescimento, depois do ano passado já ter recuperado de ligeiras quedas de facturação, encontra-se no Douro e na sua marca Charamba, que este ano deve atingir um milhão de garrafas — um notável crescimento de 30%. Essa região mobilizará maiores recursos para financiar um projecto de vinificação que evitara a utilização de instalações alugadas. O Charamba é vinho do Douro que mais se vende nos Estados Unidos e Canadá. No desafio dos sabores, os irmãos Guedes pretendem apresentar um Douro aveludado e macio, sem a rusticidade acentuada dos taninos. Na Quinta da Agueira, na Bairrada, o seu consultor Dennis Dubordieu desenvolve um novo tinto, à medida dos gostos internacionais, que combina as castas touriga com cabernet.



Os Guedes estão a adaptar o Aveleda ao gosto dos consumidores, que querem os verdes frescos, frutados e sem acidez

OS SECREDOS DO CASAL GARCIA

NO FIM da década de 30, o enólogo francês Eugène Ellice em digressão pelo Norte ofereceu os seus préstimos à Quinta da Aveleda. Um dos efeitos virtuosos da sua colaboração foi a primeira marca de vinho verde engarrafado, baptizada com o nome de uma das propriedades, incluída na quinta. O Casal Garcia rapidamente se tornaria um sucesso, mesmo em recantos longínquos como o Brasil e o Congo Belga. A marca, que para o ano assinala 70 anos, é um caso raro de longevidade, atravessando gerações de apreciadores sempre na liderança. É a marca mais vendida de uma região demarcada e, no top geral, só será batido pelo «primo» Mateus Rosé, desenvolvido também por Eugène Ellice. O Casal Garcia vende por ano quase oito milhões de garrafas, metade das quais em 60 países de exportação. O curioso é que a marca, apesar de pequenos afinações, mantém no essencial a sua imagem de sempre: é um vinho fresco, ligeiramente efervescente e frutado, numa garrafa levemente azulada com um rótulo que estiliza um lenço bordado da bisavó dos irmãos Guedes.

