

Sustentabilidade da primeira marca de Alvarinho de Melgaço

Sustainability of the first Alvarinho Melgaço brand



## SUSTENTABILIDADE DA PRIMEIRA MARCA DE ALVARINHO DE MELGAÇO ASSENTE NO DESENVOLVIMENTO EM VALOR



A qualidade consistente, com diferenciação de estilos e a valorização do território, em detrimento do crescimento em quantidade, são o foco de uma estratégia com futuro nos Vinhos Brancos Portugueses, compromisso assumido pela primeira marca de Alvarinho de Melgaço: Soalheiro.

2020 é, para a primeira marca de Alvarinho de Melgaço – Soalheiro, um ano de consolidação estratégica de continuidade no desenvolvimento em valor. Uma estratégia que assenta nos valores que orientam o dia-a-dia da marca: a qualidade, a consistência, a tradição, a inovação, o inconformismo, o território e a sustentabilidade económica, social e ambiental e que privilegia vinhos diferenciadores, em detrimento da quantidade.

*“Ser Marca do Ano foi algo inesperado, mas para o qual o Soalheiro Team trabalhou, diariamente, de forma consciente e com rigor. Um reconhecimento atribuído pela Revista de Vinhos que muito nos orgulha. A partir de agora, não digam que Portugal vai ser grande no mundo dos vinhos, digam que Portugal é grande no mundo dos vinhos.”*

*– os produtores Soalheiro*

O objetivo é marcar presença com o Soalheiro, de uma forma simples, mas emotiva nos “pequenos” momentos da vida. Uma estratégia suportada no mercado Português, mas também nos mais de 40 países de exportação onde dão a conhecer as potencialidades da casta alvarinho e do terroir onde estão inseridos – Monção e Melgaço: A Origem do Alvarinho. Para os produtores, *“a missão é, através do Soalheiro, dar a conhecer a emoção do Alvarinho no mundo, valorizando o potencial de excelência do vinho e do turismo, em Portugal, de uma forma integradora. Em 2020, procuramos o mesmo objetivo: um Soalheiro Clássico consensual, e talvez um pouco mais mineral e complexo, fruto da colheita perfeita, permitindo pratos completos e também incursões em pratos de verão com gastronomia mais leve, e um Soalheiro Granit assertivo e preciso, bem ao gosto dos amantes da gastronomia. Nos restantes vinhos, o desafio é descobrir em cada estilo um paladar e em cada ADEGA TRANSFORMADA NUMA INCUBADORA DE IDEIAS › Terramatter e o Soalheiro Mineral Rosé.”*

Acreditando na inovação como fonte de melhoria de qualidade e que assegura o conhecimento necessário para que exista uma consistência qualitativa, a primeira marca de Alvarinho de Melgaço criou um Núcleo de Investigação e Desenvolvimento, abriu portas a jovens, nacionais e estrangeiros, para incubarem as suas ideias e estabeleceu parcerias com várias entidades científicas.

O objetivo é apostar no desenvolvimento de novos produtos e novos processos, em torno do Vinho Verde, em especial da casta Alvarinho e do terroir de excelência onde estão inseridos, privilegiando a qualidade e a sustentabilidade social, económica e ambiental. Algo que já era uma aposta da marca, mas que com esta oficialização permite impor um conjunto de regras que ajudam a organizar todo o processo de inovação na empresa e evoluir com consistência.

Uma consistência reconhecida nacional e internacionalmente, que chega um pouco de todo o mundo, pela imprensa especializada, por jornalistas de vinho de imprensa generalista, Sommeliers, Chefs e compradores. Exemplo desse reconhecimento foi a recente distinção com Marca do Ano 2019, pela Revista de Vinhos.



### SUSTENTABILIDADE: UM COMPROMISSO COM O FUTURO

Com um Sistema de Gestão Integrado (SGI) implementado, o Soalheiro acredita que são as boas práticas e políticas adequadas na gestão que farão a diferença para a sustentabilidade futura. Seja na área Ambiental, Segurança Alimentar ou IDI – Investigação, Desenvolvimento e Inovação, a prioridade é o compromisso com a melhoria contínua do SGI Soalheiro, numa cultura de inovação organizacional, o objetivo é melhorar o desempenho global, envolvendo toda a equipa, e estimulando um ambiente de incentivo à criatividade interna, para a contínua melhoria da qualidade e diferenciação na sua atividade, assim como a satisfação dos clientes, fomentando uma estratégia de inovação, crescimento, comunicação e consistência.

Para a primeira marca de Alvarinho de Melgaço, a sustentabilidade tem na sua génese a criação de uma rede de parceiros multidisciplinar que permite, a todos, evoluir continuamente. Um compromisso que permite trazer prosperidade para a agricultura da região e para a economia local, mas acima de tudo, para todas as famílias que, direta ou indiretamente, trabalham com a marca. Exemplo disso, são a criação do Clube de Produtores de Monovarietais de Vinho Verde (VCCPM) e o "Projeto Germinar". O Clube, que agrega produtores parceiros do Soalheiro, pretende contribuir para afirmar a identidade histórico-cultural, patrimonial, económica e social dos territórios ligados à produção de vinhos de qualidade e a defesa dos legítimos direitos e interesses dos seus membros, em estreita cooperação com as associações de outros setores que lhe estão ligados, a fim de dotar o território dos meios necessários ao pleno desenvolvimento técnico e económico-social. Já o "Projeto Germinar" é um projeto social que passa pela integração dos utentes, da Delegação de Valença da APPACDM – Associação Portuguesa de Pais e Amigos do Cidadão Deficiente Mental, no trabalho na vinha, de forma a promover o seu desenvolvimento pessoal, profissional e emocional sempre em função das competências ajustadas a cada perfil de integração.

Outro fator de suma importância é a utilização sustentável dos recursos, recorrendo nomeadamente à produção biológica e ao respeito pela biodiversidade. Todos estes fatores aliados contribuem, ainda, para afirmar Monção e Melgaço como uma região vitivinícola de excelência.

