

## Quinta de Soalheiro lança Terra Matter

### Quinta de Soalheiro launches Terra Matter



aicep Portugal Global

### Quinta de Soalheiro aposta no enoturismo e lança Terra Matter

Alvarinho em Melgaço é sinónimo de Soalheiro. Foi nesta quinta que, em 1974, foi plantada a primeira vinha de Alvarinho do concelho de Melgaço e que daria, oito anos depois, origem aos vinhos Soalheiro, a primeira marca de Alvarinho na região.

Uma aposta de João António Cerdeira, pai dos atuais responsáveis pela quinta, Luís e Maria João Cerdeira, e que trouxe para Melgaço a casta que tanta notoriedade conquistou a partir dos vinhos do Palácio da Brejoeira e da Adega Cooperativa de Monção.

Hoje, o Soalheiro aposta cada vez mais no enoturismo como forma de dar a conhecer a marca ao mundo. A quinta cresceu e em vez do hectare inicial conta hoje com 10 hectares de vinha, mas que não chegam para cobrir as necessidades de uma marca que, todos os anos, coloca no mercado cerca de 200 mil garrafas. Daí a parceria com produtores na região com mais 40 hectares de vinhas. A notoriedade crescente da marca Soalheiro no mercado nacional levou a que o vinho começasse a ser procurado por outros mercados. E, por isso, as primeiras exportações começam logo nos anos 90. Hoje, os vinhos Soalheiro são vendidos em mais de 20 países, incluindo mercados tão diferentes como Brasil, Japão, Suécia, Estados Unidos, Israel, Singapura e Macau. Recentemente, o Soalheiro Alvarinho 2014 venceu a medalha de ouro no Mundus Vini Grand International Wine Awards, na Alemanha.

"Estamos presentes em toda a Europa, mas os mercados emergentes têm maior potencial de crescimento. O Brasil, por exemplo, tem um clima fabuloso para os nossos vinhos, mas o mercado insiste nos tintos. No Japão, onde estamos há dois anos, ganhámos este ano o Japan Women's Wine Awards Sakura 2015, o que nos veio dar uma maior projeção e reconhecimento", explica Luís Cerdeira. O responsável aguarda para ver a reação do mercado americano, onde já conta com um importador em Nova Iorque, e ao destaque dado à marca pela Wine Spectator na sua edição de julho, cuja capa é dedicada a Portugal.

Apesar do crescimento internacional do Soalheiro, é o mercado nacional que gera, ainda, 60% das vendas. Em 2014 a empresa faturou 1,4 milhões de euros, e se em 2015 mantiver o ritmo de crescimento dos últimos anos, na ordem dos 25%, fechará o ano com um volume de negócios perto dos 1,8 milhões.

"Queremos ser reconhecidos como uma marca muito ligada à terra, a fazer vinhos de terroir, o que eu chamo de vinhos de GPS. E, claro, que nos reconheçam como especialistas em Alvarinho", diz Luís Cerdeira. Nos últimos dois anos, a empresa investiu cerca de 1 milhão de euros na reconstrução da adega. "Queríamos que o enoturismo ganhasse outra notoriedade e, por isso, criámos um ponto de referência Soalheiro integrado na paisagem. Com uma nova sala de provas, com condições para receber grupos, e uma visão de 360 graus da propriedade, com a envolvimento das montanhas, a adega é hoje um ponto-chave no nosso território", explica. Mas não é só de vinho que é feita a experiência de quem visita a Quinta de Soalheiro. Ao vinho juntam-se os enchidos e o presunto da Quinta da Folga, uma outra propriedade da família.

A aposta em oferecer uma experiência de grande qualidade reflete-se também no facto de quase ter um serviço à lista completo. "Evoluímos da prova simples, com visita à adega, para um serviço em que nos adaptamos aos que nos pedem. Um serviço à lista. Pode, no limite, até incluir refeição", afirma Luís Cerdeira. Todas as experiências são sujeitas a marcação prévia. E na nova sala de provas, os visitantes têm oportunidade de obter uma "visão abrangente" dos principais perfis de Alvarinho, através da degustação de uma trilogia composta pelo Soalheiro Clássico, pelo Soalheiro Primeiras Vinhas e pelo Soalheiro Reserva.

Quanto ao futuro, Luís Cerdeira garante que o objetivo é continuar a afirmar a referência Soalheiro como um especialista em Alvarinho. "Há produtores que dispersam a atenção por outras regiões e outros vinhos. Mas nós queremos manter o foco", frisa. Para muito breve está a chegada ao mercado de um novo vinho, o Terra Matter, um Soalheiro "integralmente diferente". Porquê? "Feito com uvas de produção biológica, é um vinho de cor mais intensa. Será produto de uma vindima mais precoce, pelo que terá um teor alcoólico mais baixo, sendo o envelhecimento feito, essencialmente, em barricas de castanho tradicional", explica Luís Cerdeira, que é também o enólogo da empresa. Em fase final de afinação, o Soalheiro Terra Matter pode ser interpretado, diz, "como um regresso às origens que poderá ser, simultaneamente, um olhar para o futuro". Mas o Terra Matter não é diferente por ser feito de uvas biológicas. Aliás, a Quinta de Soalheiro tem as suas vinhas certificadas desde 2006, mas não quer fazer disso a mais-valia dos seus vinhos. "Ser biológico é o "detalhe" que garante a qualidade das uvas.

Não queremos fazer um vinho biológico, queremos fazer um vinho diferente feito com uvas biológicas. Não procuramos a valorização dos vinhos pela característica biológica das nossas uvas", sublinha Luís Cerdeira. A inovação sempre fez parte do ADN da Quinta de Soalheiro e este será, apenas, mais um passo nesse sentido.