

REVISTA DE VINHOS

N.º 211 JUNHO 2007

PARA APRECIADORES EXIGENTES

AZUL PORTUGAL

Uma marca, dez vinhos, quatro enólogos

TEXTO António Falcão ■ NOTAS DE PROVA Luis Lopes ■ FOTOS Ricardo Palma Veiga



Exportar não é fácil: a concorrência é feroz e de amplitude mundial. Mas continua a haver muito mercado para vinhos bem concebidos, a bom preço e, sobretudo, com uma forte estratégia de comunicação.

Foi a pensar nisto que uma equipa lusa criou a Azul Portugal, uma marca capaz de reunir todas estas características numa só gama de produtos.

Manuel Dias é um experimentado empresário na área de exportação de produtos alimentares, especialmente para o chamado 'mercado da saudade', dos emigrantes portugueses. A sua empresa, a Saven, abastece muitas lojas por esse mundo fora, vendendo vários tipos de produtos, incluindo vinho. Deve-se a ele a ideia original de criar uma nova marca, ideia que surgiu na capital da República Checa, Praga, corria o ano de 2003. Numa mostra de produtos portugueses, Manuel Dias descobre que uma das castas (que é também marca) de vinhos checos se chama Modryportugal (Azul Portugal)

Mas foi só na viagem de regresso que Manuel Dias decidiu avançar com o projecto de englobar, na Azul Portugal, vinhos de (quase) todas as regiões de Portugal. Já em Portugal contactou o

seu amigo Anselmo Mendes, produtor e enólogo nos Vinhos Verdes, Dão e Alentejo, que alinhou no projecto. O resto dos enólogos e produtores da Azul Portugal (salvo o da Bairrada) vieram por prestígio e por serem mais próximos a Manuel Dias. João Silva e Sousa, enólogo no Douro, em várias quintas e Jaime Quendera (Cooperativa de Pegões e Casa Ermelinda Freitas) vieram logo a seguir e Frederico Falcão (Companhia das Lezírias) juntou-se mais tarde à equipa para completar o mapa vinícola português com os vinhos do Ribatejo.

O nascimento de uma marca

Mas havia ainda muito trabalho a fazer. Seguiu-se uma "reflexão estratégica" (nas palavras de João Silva e Sousa) e uma análise de viabilidade do negócio, segundo moldes

modernos. A equipa nem se esqueceu de indagar o que aconteceu em projectos semelhantes: "este já não é um projecto virgem em Portugal e por isso tentámos saber o que correu bem e o que correu mal nos outros", diz-nos Anselmo Mendes.

Uma agência de comunicação (a DMP+ASO) foi desde logo contratada para ajudar na concepção prática da ideia, na imagem de conjunto e nos rótulos dos vinhos. Procurou-se, diz João Silva e Sousa, "limpeza na imagem e no conceito". É por isso que todos os vinhos têm um rótulo muito semelhante, diferindo essencialmente na cor do círculo, uma cor para cada região. O primeiro embate foi na Prowein alemã mas nas outras feiras em que participaram, o conceito resultou em "muita visibilidade".



AZUL PORTUGAL
VINHO TINTO

AZUL PORTUGAL
VINHO TINTO

AZUL PORTUGAL
VINHO TINTO
PALMELA
DOC
VINHO TINTO RED WINE

AZUL PORTUGAL
VINHO TINTO

AZUL PORTUGAL
VINHO VERDE
VINHO VERDE

AZUL PORTUGAL
VINHO VERDE
VINHO VERDE

AZUL PORTUGAL
VINHO VERDE

AZUL PORTUGAL
TERRAS DO S
VINHO ROSE ROSE WINE

AZUL PORTUGAL
TERRAS DO S
VINHO ROSE ROSE WINE

AZUL PORTUGAL
TERRAS DO S

AZUL PORTUGAL
DOURO
VINHO TINTO RED WINE

AZUL PORTUGAL
DOURO
VINHO TINTO RED WINE

AZUL PORTUGAL
VINHO REGIONAL ALENTEJANO
RESERVA
VINHO TINTO RED WINE

AZUL PORTUGAL
RIBATEJO
VINHO BRANCO WHITE WINE

AZUL PORTUGAL
RIBATEJO
VINHO BRANCO WHITE WINE

AZUL PORTUGAL
RIBATEJO

AZUL PORTUGAL
DÃO
VINHO TINTO RED WINE

AZUL PORTUGAL
DÃO
VINHO TINTO RED WINE

A importância das regras Um ano de análises levaram à concepção de princípios básicos em que todo o projecto se alicerça e que, segundo Anselmo Mendes, tem que haver “firmeza na sua defesa”. Assim, depois de escolhidas as regiões e definidos preços, a equipa Azul Portugal estabeleceu que todos os vinhos têm que obedecer a três parâmetros: (1) uma boa relação preço/qualidade, (2) reflectir o ambiente natural onde nascem (o ‘terroir’) e, finalmente, (3) estarem adaptados ao mercado internacional. Não surpreende assim que os vinhos do portefólio Azul Portugal não sejam iguais aos que os respectivos produtores lançam para o mercado nacional. E também não admira que os enólogos provem os vinhos em conjunto antes de os admitir ao portefólio Azul Portugal.

É ainda intenção do grupo que os produtores que fornecem o vinho tenham visibilidade com a operação. É por isso que em qualquer contra-rótulo está claramente mencionado qual o produtor do vinho e o enólogo responsável. Desta forma o produtor ganha alguma notoriedade e, portanto, mais valia. Diz Manuel Dias que “quando explicamos às pessoas o conceito Azul Portugal, elas têm curiosidade em ir à marca do produtor porque sabem que está um patamar acima”. João acrescenta que a marca Azul Portugal acaba por funcionar como “alavanca” para os vinhos dos produtores.

Por outro lado, a indicação do enólogo tem a ver com outro conceito, a que Manuel Dias chamou de Wines & Winemakers (vinhos e enólogos), também ele indicado no rótulo com o respectivo logótipo. Wines & Winemakers pode ser tomado como a Saven Vinhos, uma espécie de ‘guarda-chuva’ que alberga a marca Azul Portugal mas não se esgota aqui.

Muitos vinhos, uma só filosofia O portefólio é para já constituído por brancos, tintos e rosés



Manuel Dias, o gestor (à esquerda), com os enólogos Jaime Quendera, Anselmo Mendes, Frederico Falcão e João Silva e Sousa.

da região do Vinho Verde, Douro, Dão, Bairrada (através do único outsider, a Caves do Solar de S. Domingos), Ribatejo e Alentejo. Duas das regiões já têm um reserva (Alentejo e Vinho Verde) mas a marca vai ter ainda Vinho do Porto (Ruby, Tawny, White), vinho da Madeira e um espumante (deverá ser da Bairrada). Jaime protesta logo: “e o Moscatel de Setúbal?” Para já terá de esperar.

Com pouco mais de seis meses de vendas, e sem grandes orçamentos para promoção, já lá vão 210.000 garrafas exportadas para o continente americano e europeu. E as vendas foram iguais por região. Mesmo os reservas, com menos garrafas e preço mais elevado, já vão na ‘segunda edição, porque a primeira planeia vender no primeiro ano cerca de


30.000 garrafas por região mas o objectivo é chegar às 100.000.

Um projecto giro Vender Azul Portugal não é a mesma coisa que apenas vender vinho. É uma imagem que passa. João Silva e Sousa diz que “este é um conceito visualmente é muito giro, simples e fácil, e por isso o cliente adere-lhe rapidamente”. Jaime Quendera vai ainda mais longe: “é o melhor conceito de venda, hoje em Portugal; e tem tudo para dar certo”.

Um indício é o fenómeno multiplicador que se está a verificar: quando um consumidor prova, por exemplo, um Dão, e gosta, ele tem tendência a provar a seguir um Ribatejo ou Alentejo da mesma marca. O portefólio acaba por rodar de forma igual e, ao mesmo tempo, o consumidor começa a ficar fidelizado à marca.

O conceito está tão bem desenhado na promoção da imagem do vinho português que Anselmo Mendes, diz, brincando, que “nós devíamos ser subsidiados pela Viniportugal”. Ao que Jaime acrescenta: “é um conceito educativo e tem a marca Portugal no rótulo!” João Silva e Sousa resume tudo: “faz-nos sentir orgulhosos do que estamos a fazer”.

Para o mercado nacional Depois da exportação iniciada, eis que os vinhos começam a entrar no mercado nacional. Mas “sem pressas”, diz Manuel Dias, apesar dos pedidos que começam a chover. O próximo passo é criar uma rede de distribuidores a nível nacional. Alguns produtores do grupo já criaram mesmo um Agrupamento Complementar de Empresas (vulgo ACE) para organizar a distribuição em Portugal, trabalhando com parceiros locais.

Entusiasmo é coisa que não falta. Manuel Dias aproveita a presença da Revista de Vinhos e lança um desafio aos enólogos, “uma brincadeira”: “porque é que não fazemos um vinho que será um ‘blend’ de cada uma das regiões, tipo ‘escolha dos enólogos?” A ideia parece ter sido bem acolhida. Nós ficamos à espera. 

**Azul Portugal é o nome da marca
que tem (ou vai ter) vinhos de quase
todas as regiões, incluindo vinho
do Porto e da Madeira**



AZUL PORTUGAL

Vinho Verde branco 2006

ANSELMO MENDES
Trajadura, Arinto e Azal são as castas que dão vida a este Verde. Muita lima no aroma, de perfil clássico, com boa fruta, acidez bem presente mas integrada, é um vinho fresco, alegre, com notas de ananás e lima, um bom vinho de Verão.
(LL) €3,47 **15**

AZUL PORTUGAL

Vinho Verde Reserva 2006

ANSELMO MENDES
Feito exclusivamente com Loureiro, revela notas florais e frutadas de muito boa qualidade, com frescura e elegância. Belo volume de boca, melão, ananás, muita maçã ácida no final harmonioso e bastante persistente.
(LL) €6,10 **16**



AZUL PORTUGAL

Ribatejo branco 2006

COMPANHIA DAS LEZÍRIAS
Sente-se o Fernão Pires no aroma floral e limpo, suave na boca, com acidez delicada e citrina, é um branco relativamente simples e directo mas atractivo, para beber enquanto jovem.
(LL) €3,75 **14,5**

AZUL PORTUGAL

Reg. Terras do Sado rosé 2006

COOP. AGR.
ST. ISIDRO DE PEGÕES
Feito só com Castelão, está exuberante de fruto no aroma, groselha, morango, mas tudo fresco, nada enjoativo. A acidez bem enquadrada ajuda a potenciar a fruta e equilibra o ligeiro açúcar residual. Bom fim de boca num rosé muito agradável e bem feito.
(LL) €3,47 **15**

AZUL PORTUGAL

Palmela tinto 2005

ERMELINDA FREITAS
Notas doces de framboesa e ligeira baunilha no aroma. Super redondo na boca, sugestões de cacau, quente, num perfil de fácil agrado, com pouca acidez, muito focado no mercado internacional.
(LL) €3,75 **14,5**

AZUL PORTUGAL

Ribatejo tinto 2005

COMPANHIA DAS LEZÍRIAS
Com boa cor, apresenta um aroma profundo, apimentado, com fruto de qualidade, ligeiro vegetal, suave fumado. Bons taninos, cheio de fruto, é um tinto sólido, com carácter, vivo e persistente.
(LL) €3,75 **15,5**



AZUL PORTUGAL

Bairrada tinto 2004

CAVES DO SOLAR DE S. DOMINGOS
Feito com Baga, Tinta Roriz e Touriga Nacional, tem aroma fino, cheio de bagas silvestres e especiarias, num perfil fresco e atlântico. Bom volume, taninos sólidos mas domados, bem estruturado, longo final.
(LL) €3,75 **15,5**



AZUL PORTUGAL

Douro tinto 2004

CAVES DO SALGUEIRAL
Base de Touriga Franca e Tinta Roriz. Tem aroma de boa intensidade, com a fruta característica do Douro, amparada por discretas notas vegetais. Bom equilíbrio de acidez e taninos, conjunto bem conseguido.
(LL) €3,75 **15**

AZUL PORTUGAL

Dão tinto 2005

ANSELMO MENDES
Touriga Nacional e Tinta Roriz compõem este vinho cheio de frutos silvestres, e notas florais, num conjunto aromático de bela qualidade. Boa estrutura de boca, com taninos finos e elegantes, acidez refrescante no final longo.
(LL) €3,75 **15,5**



AZUL PORTUGAL

Reg. Alentejano Reserva tinto 2005

SOC. AGR.
VALE DE JOANA
Feito com Trincadeira e Aragonez, tem aroma muito intenso, profundo, com notas de ameixa preta, compota, cacau. Bem encorpado, com taninos gordos, complexo, persistente, um tinto cheio de personalidade.
(LL) €6,10 **16,5**

