



Luís Silva está à frente da Adega de Palmela desde agosto de 2009

BARATO E BEM, HÁ QUEM

Os novos vinhos Palma, da Adega de Palmela, destacam-se pela excelente relação qualidade-preço, cortesia do enólogo Luís Silva. Já estão à venda.

Por Rita Bertrand

NÃO SÃO os vinhos mais baratos do mercado. “Nem conseguíamos, porque temos padrões de exigência que obrigam ao acompanhamento diário das vinhas dos nossos 300 associados, com um total de mil hectares, e a uma triagem e análise cuidadosas das uvas que nos chegam”, explica à **SÁBADO** Luís Silva, também ele associado, além de gerente e enólogo da Adega de Palmela desde agosto de 2009.

Mesmo assim, os novos vinhos Palma, que este mês passaram a ocupar o lugar da entrada de gama da empresa e de que foram engarrafados cerca de meio milhão de litros, apresentam um preço muito acessível: “Temos de começar por algum lado. Também estamos presentes noutros segmentos, com as referências Premium, o Reserva e o Vale de Touros, com maior seleção mas ainda abaixo dos €10. O valor sela o nosso compromisso com o consumidor.”

O que norteia o trabalho de Luís Silva não é, porém, o preço: “Queremos que seja compe-

“Queremos que o preço seja competitivo, mas o mais importante é que o vinho respeite o terroir da Península de Setúbal”

PALMA BRANCO
Com Fernão Pires, Verdelho, Arinto e Moscatel, vai bem com peixe assado, marisco e saladas.
75 cl: €2,39
37,5 cl: €1,39



PALMA TINTO
De Castelão, Syrah e Aragonês, combina com pratos de carne, caça, queijos e bacalhau.
75 cl: €2,39
37,5 cl: €1,39

Na colheita, recebemos as uvas por castas e em função da maturação, que depois vão, em separado, para os depósitos de fermentação.”

Ou seja: a Adega de Palmela – que está a milhas das cooperativas de outros tempos, “em que bastava que o vinho não azedasse” – é uma empresa certificada, “que segue rigorosos protocolos de vinificação e aposta em garantir autenticidade, logo desde a entrada de gama”. E, pois, a relação entre o preço e a qualidade, acima da média em vinhos deste segmento, que torna estes néctares tintos e brancos particularmente apetecíveis.

A venda na loja da Adega mas também em grandes superfícies, a referência Palma vai certamente cativar o mercado nacional, mas Luís Silva acredita que será também uma alavanca para aumentar os volumes de exportação da empresa, que atualmente não vão além dos 10% da produção anual: “O objetivo é chegarmos aos 30 a 40%. É difícil, porque há muita concorrência, mas sem perder o foco na qualidade de creio que estamos à altura do desafio.”