

Investidores estrangeiros apostam quatro milhões no Douro

A Covela, que foi de Manoel de Oliveira, voltou a produzir vinho.

Sónia Santos Pereira
sonia.pereira@economico.pt

Um empresário brasileiro e um ex-jornalista inglês percorreram as regiões vinícolas portuguesas, assim como as vinhas de Itália e da Alemanha. O objectivo era encontrar um local ideal para a produção de vinho. E foi em Entre-Douro-e-Minho que encontraram a propriedade que melhor se adaptava aos objectivos. Compraram a Quinta de Covela, uma propriedade que em tempos pertenceu ao cineasta Manoel de Oliveira, investiram quatro milhões de euros e acabaram de lançar as primeiras garrafas no mercado.

“A quinta tem uma beleza singular, com edifícios antigos e vistas para o rio Douro, um interessante passado e uma marca já construída, de vinhos de qualidade.” É desta forma que Tony Smith justifica a aposta na Quinta da Covela, com o apoio do sócio brasileiro Marcelo Lima que detém a maioria do capital.

Os dois investidores equiparam a adega e replantaram vinhas com o “objectivo de recuperar a produção, que chegou a atingir 70 mil garrafas/ano, e reconstruir a marca”, que chegou a responder por vinhos distinguidos como dos 50 melhores do país.

Tony Smith, que está à frente do projecto, direccionou esforços para a produção de vinho branco, uma aposta que pretende ir de encontro à “actual tendência mundial, que está em

crescimento” de consumo de vinho. As primeiras seis mil garrafas de Covela branco chegaram agora ao mercado, que também irá receber “uma novidade, que é o primeiro vinho verde da Covela na história recente da quinta”, adianta Tony Smith. Já no final do ano está previsto o lançamento do vinho tinto.

O agora viticultor inglês pretende que a Quinta da Covela volte dentro de três a quatro anos ao nível produtivo de outras épocas, sendo que a maioria da produção será de brancos (70%) e a restante de tintos. Tony Smith não quer para já adiantar previsões de vendas, mas espera cativar o mercado português que estima deverá responder por um peso 20% da facturação. O conhecimento de mercados como o inglês, o brasileiro e o norte-americano fazem-no antever bons canais para a exportação dos vinhos da Covela. “Em 2012, o vinho que mais cresceu no Brasil em termos de consumo foi o português”, salientou. ■



Tony Smith, um dos promotores do investimento, aposta na produção de vinho branco para responder à “actual tendência mundial, que está em crescimento”.