

Estratégias

Vinhos

Aqui há sonhos Mayores



Uma marca global, consistente e autêntica. A Adega Mayor tem sido, ao longo dos 13 anos, desde a sua criação, motivo de orgulho para as gentes da sua terra. E no atípico ano de 2020, não deixou créditos por mãos alheias

Guardião dos valores basilares do Grupo Nabeiro – onde se incluem a sustentabilidade, a integridade, a inovação e a proximidade –, a Adega Mayor é indissociável da vila que a viu nascer há 13 anos: Campo Maior. O seu edifício é um marco arquitectónico desenhado por Siza Vieira, atraindo visitantes para a região.

Ciente das particularidades desse edifício e do atractivo que é para turistas, a Adega Mayor tem desenvolvido e diversificado a sua oferta de enoturismo. Com as particularidades do ano 2020, foram mantidas as visitas Mayores à Adega, que passaram a realizar-se sob marcação, com um número limitado de participantes, oferecendo a garantia de bem-estar e segurança aos visitantes, através do cumprimento das directrizes da DGS.

A Adega Mayor foi ainda a primeira marca em Portugal a receber o selo Five Stars/Safe Spot, atribuído pela Bureau Veritas e Prémio Cinco Estrelas. Uma distinção que atesta a higiene, desinfecção e segurança das instalações, assim como a excelência do serviço.

Para dinamizar um ano desafiante, a Adega Mayor lançou duas novas ofertas de Enoturismo: o Piquenique nas Vinhas e a experiência Wine & Soul – que combina uma aula de yoga com posterior degustação de vinhos.

«Apesar da descida do número de visitantes devido à pandemia e confinamentos, fazemos um balanço positivo do ano. Quem visitou a nossa Adega em 2020 mostrou-se mais disponível a conhecer e adquirir os nossos vinhos de topo e gamas altas, o que se revela um indicador positivo para a evolução do posicionamento da marca», comenta Rita Nabeiro, directora-geral da Adega Mayor.

Nessas actividades, os visitantes ficam a conhecer o portefólio da Adega Mayor, que é composto por mais de 20 referências de vinhos e azeites, sendo os vinhos Caiado, Dizes e a Gama Adega Mayor Reserva e Seleção as referências mais significativas em vendas.

Homenagear a cultura portuguesa

As comemorações do centenário do nascimento de Amália Rodrigues serviram de pano de fundo para uma parceria que junta a fundação e a Adega Mayor. A iniciativa celebra o centenário do nascimento da Amália, a maior personalidade da cultura portuguesa, e homenageia o seu contributo para a divulgação do modo de ser português. «Participar activamente neste programa reforça a ligação da Adega Mayor a iniciativas únicas, associadas ao universo das artes e que mostram ao mundo o que de melhor se faz em Portugal, numa nova abordagem de responsabilidade social, já que parte das receitas reverte para a fundação», salienta Rita Nabeiro. «É para nós um orgulho poder contribuir para uma iniciativa desta dimensão e envolver a comunidade nas comemorações do centenário de uma das grandes referências do fado.» Com esta parceria a Adega Mayor quer também revelar três facetas menos conhecidas de Amália – a de humanista, visionária e livre que foi, para além de uma extraordinária cantora.

Essas três facetas são dadas a conhecer, precisamente, no tripack criado, denominado “Amálias à Mesa”. Nessa colecção de três garrafas, são feitas abordagens contemporâ-

neas a essas três facetas exploradas por três ilustradores portugueses. A Amália Humanista é interpretada por Tiago Albuquerque; a Amália Visionária, por João Fazenda; e a Amália Livre, por Sara Feio. «A escolha dos artistas recaiu na originalidade dos seus traços, na sua visão contemporânea da ilustração, bem como na curiosidade pela abordagem que iriam seguir para interpretar os três lados menos conhecidos de Amália.»

“Amálias à Mesa” é comercializado em bipack e tripack e pode ser adquirido na loja online em www.adegamayor.pt, nas lojas DeltaQ, garrafeiras, supermercados, assim como em alguns restaurantes.

Mas as novidades não ficaram por aqui. A Adega Mayor apresentou em 2020 dois novos monocastas: o Adega Mayor Sangiovese Tinto 2018, um vinho de cor granada, suave e elegante, feito a partir de uma casta italiana com o terroir do Alentejo, e o Adega Mayor Viosinho Branco 2019, um vinho fresco, cítrico e envolvente feito a partir de uma casta de génese transmontana. Lançou também o “Maestro”, um monocasta Galego Dourado que pretende surpreender os fãs da gama de monocastas. Por fim, e porque a natureza e o homem se encontraram, a Adega Mayor lançou a nova colheita de Pai Chão, um vinho que apenas acontece em anos excepcionais.

O azeite e o vinagre completam e diversificam o portefólio de produtos da Adega

Gonçalo Villaverde



Rita Nabeiro, directora-geral da Adega Mayor



Estratégias

Vinhos



Premiar a excepcionalidade

O Adegas Mayor Touriga Nacional 2016 foi distinguido com Medalha de Prata no Challenge Wine Awards, cuja casta 100% Touriga Nacional desenhou um vinho elegante e sofisticado, que, no aroma, destaca as violetas e frutos silvestres, apimentados pelo toque da madeira onde estagiou. A mesma competição atribuiu ainda a Medalha de Bronze ao Adegas Mayor Reserva 2016, um vinho de cor ruby concentrada, profundo no nariz, com notas de mirtilo, ameixa madura e chocolate negro. Já no Challenge International du Vin 2020 a casa conquistou a Medalha de Ouro com o Adegas Mayor Touriga Nacional 2016. «São duas competições de grande prestígio internacional, com rigorosos critérios e a avaliação exigente dos profissionais do sector, pelo que são distinções que muito nos orgulham», confessa Rita Nabeiro, directora-geral da Adegas Mayor.

Mayor e têm registado um crescimento representativo no sector. Um crescimento que se deve, essencialmente, a dois factores: em primeiro lugar, por estar associado a hábitos de vida saudáveis, sendo isso notado através da preferência do azeite em detrimento de outros produtos; e, em segundo lugar, pelo crescimento da produção e requalificação dos olivais em Portugal, nomeadamente no Alentejo, o que tem permitido aumentar a produção.

A responsável salienta que, «embora a produção seja feita de forma mais intensiva, a qualidade tem-se mantido consistente, o que permitiu um crescimento do sector também em valor». Outra consequência para este crescimento é o aumento das exportações para mercados emergentes, que começam a despertar o interesse por este tipo de produto.

As vendas dos vários produtos da Adegas Mayor, este ano, para o exterior, mantiveram-se nos 30%, com destaque para mercados como a Suíça, França e o Brasil, que cresceram de forma consistente face a outros mais afectados pela crise sanitária e económica

Mudança de rotinas dos consumidores

Se há algo que o ano 2020 trouxe, a todos, foi a alteração das rotinas. Mas há hábitos que se quiseram manter ainda que à distância. «E se vinho é sinónimo de partilha, a Adegas

Mayor decidiu dividir os seus conhecimentos sobre o universo vinícola através das suas redes sociais», conta Rita Nabeiro. Exemplo disso são as «Sessões Wine Expert», protagonizadas por Bárbara Quiroga, brand ambassador da Adegas Mayor, «e onde tivemos a oportunidade de partilhar o seu know-how através de conselhos técnicos e dicas de lifestyle para que todos saibam tirar o melhor partido dos vinhos que têm em casa». Com esta iniciativa, a Adegas Mayor teve a possibilidade de contactar com os seus seguidores, com curiosos e até com profissionais do mundo do vinho, desconstruindo conhecimentos complexos e abrindo portas ao debate. Paralelamente, reforçou a oferta online a todas as regiões do País (incluindo ilhas) para levar os produtos de forma conveniente, rápida e acessível a todos, quer sejam vinhos e azeite para consumo da família, ou ainda encomendar os diferentes packs para surpreender a família e amigos. Foram criados packs especiais durante todo o ano para a loja online, assim como códigos promocionais que possibilitam a diversificação e fidelização do consumidor.

Toda uma estratégia que levou a um crescimento de 669% da loja online em 2020 comparativamente ao ano anterior.

Números que ajudaram a compensar as quebras decorrentes do encerramento (parcial ou total) da restauração.

Apesar do sucesso das vendas online, o Grupo Nabeiro continuou sempre ao lado do canal Horeca, integrando projectos e plataformas que visaram ajudar activamente, encontrando soluções que lhes permitissem retomar a sua actividade. Exemplo disso foi a Plataforma #voltámosportugal, promovida pela Delta Cafés e a startup Classihy, onde através da compra de vouchers ou reservas a partir de 30 euros, foram oferecidos 15 euros em cabazes de produtos, cafés Delta, cervejas e vinhos Adegas Mayor. Foi ainda criada a rubrica #TemposMayores nas redes sociais, onde a marca sugeriu aos seguidores restaurantes para degustar menus acompanhados de vinhos Mayores.

Actualmente, o Grupo Nabeiro, em conjunto com a Santa Casa da Misericórdia, lançou o Movimento Lugar à Mesa. Um movimento solidário que cria um círculo virtuoso que ajuda, em simultâneo, as novas famílias carenciadas afectadas pela pandemia e o sector da restauração. Através de um donativo que equivale a uma refeição, todos os portugueses podem ajudar.