

À descoberta dos vinhos de Mogadouro

Responsável pelos vinhos “Terras de Mogadouro”, Cristiano Pires é um jovem empresário agrícola que está a apostar na produção vitivinícola nesta região.



A agricultura sempre foi uma paixão do nosso entrevistado e o mundo dos vinhos foi algo que o cativou particularmente. Parte do impulso para que se tivesse iniciado como produtor veio da amizade familiar com o prestigiado enólogo espanhol Raúl Pérez. Daí que, há seis anos, Cristiano Pires começasse a plantar vinhas e a montar a adega, com a mentoria do espanhol. Conforme relata, “foi o Raúl Pérez que me aconselhou em relação à seleção das castas, aos equipamentos para a adega e ao perfil de vinho que deveríamos fazer”.

Os terrenos de vinha, na ordem dos 50 hectares plantados, encontram-se rodeados pelos rios Sabor e Douro. O cultivo de uvas tintas nas encostas do Sabor, a 560 metros de altitude, e os brancos, num alto, a 760 metros de altitude. Sobre as especificidades desta localização e dos vinhos que daqui resultam, Cristiano Pires diz-nos que a subregião do Planalto Mirandês apresenta “vinhos mais abertos, mais alcoólicos mas também muito frescos”.

A respetiva gama de vinhos, que é composta por tintos, brancos e rosés, encontra-se toda debaixo do nome “Terras de Mogadouro”. Cristiano Pires diz-nos que espera “passar a mensagem ao máximo através deste nome” e que, antes de passar

em novas marcas, vai procurar “explorar este o máximo possível.

Quanto à sua comercialização, estes vinhos estão presentes em várias lojas da cadeia Intermarché, assim como em garrafeiras, perspetivando-se a sua colocação, para breve, na zona de Lisboa e também no mercado suíço.

Abordando outros planos que tem para os próximos tempos, Cristiano Pires diz-nos que já estão aprovados 18 novos hectares para plantação, a somar aos já referidos 50. As expectativas que partilha connosco apontam para que venha a atingir os 80 hectares.

Sobre os vinhos de Trás-os-Montes, considera que a situação da região encontra-se “positiva”, tratando-se de “uma região nova mas que tem potencial para crescer”. Acrescentando, diz-nos que “as gerações anteriores não faziam muita aposta em marketing, o que é importante para mostrarmos ao consumidor que trabalhamos com qualidade e profissionalismo. Para já, a região ainda é pouco falada e também por isso é que desperta curiosidade, e considero que temos agora uma excelente oportunidade de começar a espalhar a nossa mensagem e mostrarmos a qualidade dos nossos produtos”.