

Mariquinhas, desde a árvore até à garrafa



Fomos ao encontro de Cristina e Bernardo Cavalheiro, uma aliança empreendedora de mãe e filho que é uma referência na produção e divulgação da Ginja de Óbidos.

Os dois são responsáveis pela Licóbidos, empresa através da qual procuraram dar continuidade a uma tradição familiar com mais de 60 anos. Tudo começou com Abílio Ferreira de Carvalho, avô de Cristina Cavalheiro. Conforme nos dizem, o mentor tinha uma pequena taberna e mercearia, na aldeia do Sanguinhal (concelho do Bombarral), e algo que o caracterizava era “um gosto especial por inventar coisas”. Uma delas foi o Licor de Ginja, receita pensada por si e que foi melhorando com o

passar dos anos.

Mais recentemente, no início desta década, os nossos entrevistados quiseram adaptar esta herança à contemporaneidade e fazê-la chegar o mais longe possível. Foi então que tomaram a iniciativa de criar a Mariquinhas, marca “que trouxe um refresh e uma jovialidade à imagem deste produto”. Ao mesmo tempo que veio projetar o seu licor para novos públicos e novos mercados, não deixa, porém, de ser uma marca cuja identidade está fortemente associada

àquilo que é português e tradicional. Mariquinhas, em alusão à cantiga de Amália, e o Coração de Filigrana na sua imagem, que expressa, em simultâneo, a união familiar em torno deste produto e toda a paixão com que ele é feito.

Este novo impulso no branding veio acompanhado de um elevado rigor e inovação nas diferentes etapas da produção. Como explicam, “ao pensarmos em crescer, tivemos que ter também uma preocupação em sermos autosuficientes no que diz respeito ao fruto. Acontece que havia uma falha grave nesta região, ao nível da produção agrícola de ginja, e começámos a fazer experiências num dos nossos ginjais, a fim de estudarmos o sistema de tutoragem e o alinhamento das árvores. Até aí, a cultura da ginja era apenas de crescimento espontâneo, sem que houvesse um pomar devidamente organizado, e nós fomos inovadores nesse sentido”.

A escolha da variedade incidu na Galega – “que é aquela ginja mais ácida e que tem características únicas nesta região” – e, partindo daí, os responsáveis começaram a “investir





todo o empenho na montagem de ginjais devidamente organizados e produtivos". Graças a isso, hoje em dia a Licóbidos está numa situação de autosuficiência, assim como de controlo e garantia da qualidade. "Temos pessoas fixas que, durante o ano inteiro, estão aqui a trabalhar na agricultura e sabemos sempre de antemão qual a qualidade que vamos ter", referem.

No momento presente, a Licóbidos é uma empresa com uma equipa de 12 elementos permanentes e detém uma área de cultivo de 17 hectares (com 20 mil árvores), havendo um projeto para crescer até aos 30 hectares, algo que poderá ser feito "à medida que a empresa for percebendo quais as necessidades". A sua produção situou-se, em 2017, nos 150 mil litros.

O referido espírito inovador traduz-se numa estratégia de diversificação, que já coloca o seu leque de produtos bem além do Licor de Ginja. Através de parcerias com outras empresas, a Licóbidos oferece também as Trufas de Chocolate com Ginja, os Lingotes de Pera Rocha com Ginja, a Ginja com Chocolate e Piri-Piri, ou

o Limão do Céu, licor semelhante ao conhecido Limoncello mas obtido a partir de cascas do Limão de Mafra. No ano passado, lançaram também o Maricão, cocktail de verão cuja com-



binhação procura-se que seja simples e acessível a todos, baseando-se na Ginja Mariquinhas e em ingredientes como hortelã, lima, gelo e água tônica.

obriga a grandes investimentos da nossa parte".

Os responsáveis aproveitam ainda para falar acerca do projeto da eventual certificação IGP do Licor de Ginja, que já foi apresentado à Direção Regional da Agricultura e Desenvolvimento Rural, lamentando "a dificuldade que existe em perceber como está a ser conduzido este processo. Nunca fomos contactados e, havendo vários licoreiros na região, não só nós como todos os outros intervenientes devíamos ser ouvidos acerca desta matéria". Dizem ainda que esperam que este processo não resulte "na certificação de licores feitos a partir de matéria-prima vinda do estrangeiro ou de variedades que não produzem o suficiente", chamando a atenção para o facto de que a Licóbidos tem feito "um grande investimento em matéria-prima que é nacional e que é produtiva".

