



Há mais de 200 anos que o clã Blandy produz o icónico vinho Madeira, tirando o máximo proveito das características naturais de uma Ilha que propõe sabores e aromas únicos.

# Saborear e viver a Madeira

Falar no grupo Madeira Wine Company é fazer referência a um projeto empresarial – em torno da produção de vinho Madeira – cujas origens se confundem com a história e desenvolvimento económico da própria Ilha. Tudo começou no longínquo ano de 1811, quando o britânico John Blandy, “um visionário do seu tempo”, decidiu apostar num negócio de produção e comércio de vinho, aproveitando as potencialidades únicas do território insular. O sucesso desta empreitada, iniciada há precisamente 207 anos, traduz-se nos documentos históricos que evidenciam a troca de correspondência entre o clã Blandy e clientes propagados por diferentes partes do mundo.

Escusado será dizer que, ao longo de dois séculos, incontáveis terão sido as vicissitudes, alegrias e provações enfrentadas pelo projeto familiar atualmente liderado por Michael Blandy (presidente do Conselho de Administração, sexta geração) e Chris Blandy (CEO, sétima geração). Nesse sentido, e mais do que simples herdeira de um legado bicentenário, a Madeira Wine Company pôde testemunhar o nascimento e a evolução de uma atividade que viria a transformar por completo a economia da Região, assumindo-se como seu principal embaixador. A comprová-lo, basta recordar como a histórica adega – que recebe anualmente a visita de 150 mil turistas – é já reconhecida como “a catedral do vinho” madeirense, produzindo, todos os anos, cerca de 800 mil litros.



## TERROIR DA MADEIRA

“Hoje em dia, existe um consumidor que se interessa cada vez mais por saber o que está no interior do seu copo”, constata Chris Blandy, numa referência a um público-alvo internacional particularmente seletivo e informado, em torno do qual importa “promover” a história e a singularidade que tão bem caracterizam o vinho Madeira. Nesse âmbito, “um dos aspetos mais importantes está relacionado com o nosso terroir”, consubstanciado não apenas nas características vulcânicas da Ilha, mas também pela influência de “um solo extremamente orgânico, fértil e ácido”.

Já no que às castas autóctones diz respeito, sobressaem-se a Sercial (seca), a Verdelho (meio seca), a Boal (meia doce) e a Malvasia (doce). Paralelamente, no entanto, às variedades mencionadas (todas elas brancas), importa sublinhar também a forte presença da Tinta Negra (a única casta tinta englobada neste leque, pese embora corresponda a 85% da produção total da Ilha). Tão decisivas, todavia, quanto as características do clima ou do solo são as tecnologias utilizadas pelos especialistas da Madeira Wine Company no processo de laboração dos vinhos.

Englobam-se, nesse contexto, processos de aquecimento como a estufagem – através da qual se colocam “os vinhos de entrada de gama em aquecimento, durante quatro meses, em tanques de aço inox a uma temperatura de 45 graus”, antes de serem colocados em processo de envelhecimento, durante dois anos, no interior de balseiros de madeira ou tanques inox. Aos vinhos de gama premium está, por seu turno, reservado um processo de envelhecimento/aquecimento “em canteiro”, ao longo de um variável volume de anos.

## À CONQUISTA DO MERCADO

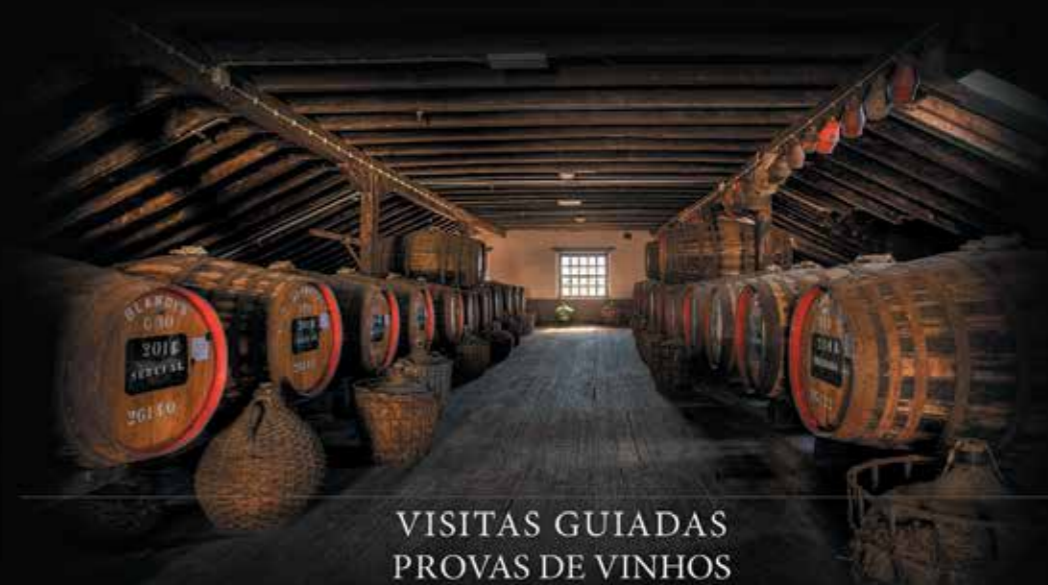
Constituído por um total de 18 marcas de vinho Madeira, o grupo Madeira Wine Company é essencialmente reconhecido pelo prestigiado trabalho de marcas como Brandy's Madeira, Cossart Gordon, Leacock's Madeira ou Miles Madeira Wine. Ao todo, este projeto empresarial – que nunca deixou de ser “uma empresa familiar” – marca presença num total de 36 países, merecendo o aplauso de “mais de 100 clientes”. Assim sendo, e para além do forte impacto proporcionado pelo mercado local e pelo crescente interesse de Portugal continental na singular riqueza e magia destes néctares, evidencia-se o interesse de geografias como Reino Unido, França, Holanda, Japão ou Estados Unidos.

Sublinhando a necessidade de “promover” com maior insistência e ousadia as virtudes do vinho Madeira, Chris Blandy acredita que o futuro deverá passar pela “melhoria da qualidade”, bem como por novos esforços de “inovação” e “investigação”, a fim de que a excelência do aroma e paladar madeirenses possam conquistar novos horizontes. A título exemplificativo, o CEO destaca o forte dinamismo em torno do segmento dos vinhos de mesa, comercializados com a marca Atlantis (nas variedades de Rosé, Branco e Branco Reserva). “Neste momento, vendemos à volta de 20 mil litros por ano, mas queremos duplicar dentro dos próximos anos”, conclui o nosso interlocutor, seguro de que o nome de Portugal continuará a percorrer, deste modo, novas latitudes.



## A Catedral do Vinho

“ÚNICO, AUTÊNTICO...”



VISITAS GUIADAS  
PROVAS DE VINHOS

Segunda a Sexta: 10:00 - 18:30  
Sábado: 10:00 - 13:00  
Fechado: Domingos e Feriados