



Ricardo de Freitas fotografado com uma garrafa de Barbeito Avô Mário 50 anos

“A MANIA DA PERFEIÇÃO” DEFINE A BARBEITO

Mário Vasconcelos trabalhava como contabilista na Companhia Vitivinícola Madeirense, quando começou a comprar e a guardar vinhos velhos, como um Malvasia de 1834 ou um Boal de 1863. A colecção da Barbeito iniciou-se desta forma e a sua actividade enquanto produtora começou em 1946.

Desde 2003 a presidência do conselho está nas mãos de Ricardo Diogo Vasconcelos de Freitas, neto do fundador. A sua relação com a Vinhos Barbeito começou contudo alguns anos antes.

“Em 1989 e até 1991 o meu primeiro trabalho nas vindimas foi pesar as uvas e aí estava em contacto directo com os viticultores.



OBRIGATÓRIO

Barbeito Malvasia 40 anos. A casta Malvasia é a favorita de Manuela Vasconcelos, mãe de Ricardo Diogo Vasconcelos de Freitas e, como tal, o filho reuniu uma mistura de Malvasias com cerca de 40 anos, algumas suas e outras ainda do avô. €450

HOUVE MUDANÇAS NO VINHO, PARA O TORNAR MAIS ELEGANTE, MENOS DOCE QUE O HABITUAL E MANTENDO SEMPRE A COR NATURAL

Imediatamente vi que podia aproximar-me mais deles para aprender o que faziam e posteriormente ter uma melhor comunicação e troca de ideias”, conta à **SÁBADO**.

A responsabilidade de estar à frente de um negócio familiar é grande e Ricardo Diogo de Freitas confessa que “há uma perfeita noção disso, porque na família só quem está bem preparado o pode fazer”.

O neto do criador da Barbeito insiste nestas características familiares: “O espírito de tentar fazer sempre o melhor possível” – aponta – nunca abandonou a empresa desde a altura em que o seu avô a criou.

“O meu avô tinha já essa mania da perfeição mesmo sabendo que é humanamente impossível”, recorda.

Perfeição também significa mudar. Afirma por isso que desde 1992/1993 a produtora criou “um estilo mais arrojado no vinho Madeira” e que este passou a ser “mais elegante, com grande realce para acidez no final de boca

e nunca descurando o seu equilíbrio, menos doce que o habitual. Manter sempre a cor natural no vinho passou a ser uma regra”.

Se os antigos vinhos desta marca continuam a ser muito conhecidos, os novos começam a atrair interesse e em parte isso deve-se a algumas mudanças introduzidas por Ricardo Diogo. “A ideia de se engarrafarem vinhos de casco único, a criação de lotes de 20, 30, 40 e 50 anos foram mudanças significativas, [assim como] valorizar a Tinta Negra, uma casta mal-amada na Madeira também fez a diferença”, observa.

Ricardo salienta, da sua geração, um Terrantez 15 Anos, lançado em 2002 e o Mãe Manuela – Malvasia 40 Anos que segundo o próprio “foi um enorme sucesso, um vinho que teve uma procura enormíssima”.

No lado comercial, outros aspectos foram reforçados, como é o exemplo das exportações para o Japão que se iniciaram em 1967.

“Quisemos tirar partido de uma relação privilegiada e longa com o nosso importador que já tem mais de 50 anos. No Japão a amizade é muito importante para os negócios, esse factor torna-nos mais fortes e agressivos no mercado, sendo uma enorme vantagem face aos concorrentes nos vinhos licorosos”, explica. ●