

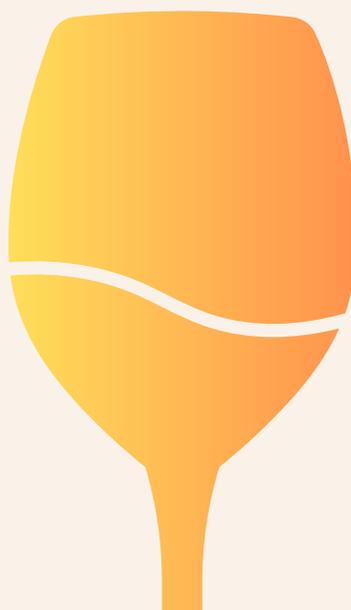


MANUAL DE ELABORAÇÃO DE CARTA DE VINHOS

INDICE

PÁGINA

05	CONTEXTO E DESAFIOS ATUAIS PARA O SERVIÇO DE VINHOS NA RESTAURAÇÃO
07	IMPORTÂNCIA DO VINHO PARA O RESTAURANTE
13	A COMPRA E VENDA DE VINHOS NUM RESTAURANTE
19	WINE PROGRAM
25	SERVIÇO DE VINHOS
35	A GESTÃO DO PREÇO DOS VINHOS
41	CARTA DE VINHOS EFICAZ
45	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA CARTA DE VINHOS
51	CARTAS DE VINHOS ADAPTADAS A TIPOLOGIAS DE ESTABELECIMENTOS
57	ORGANIZAÇÃO DA CARTA DE VINHOS
63	CARTA DE VINHOS TIPO
69	ENOGRASTRONOMIA: ALENTEJO LITORAL, NORTE ALENTEJO, PENÍNSULA DE SETÚBAL E RIBATEJO





NOTA INTRODUTÓRIA

O Enoturismo impulsiona a oferta turística dos territórios

Esta publicação foi desenvolvida no âmbito do projeto de cooperação interterritorial **“Enoturismo: um mosaico de experiências”**, financiado pelo PDR2020. A iniciativa visa promover a troca de saberes e boas práticas entre os territórios rurais vinhateiros, bem como valorizar e consolidar o seu tecido económico e social. O projeto foca-se na multiplicidade de experiências turísticas que podem ser desenvolvidas em torno do vinho, desde harmonizações gastronómicas até à realização de atividades culturais e de lazer.

A parceria do projeto é constituída por quatro Grupos de Ação Local nacionais, a ADER-AL – Associação para o Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejo, a ADL – Associação de Desenvolvimento do Litoral Alentejano, a ADREPES – Associação de Desenvolvimento Regional da Península de Setúbal e a APRODER – Associação para a Promoção do Desenvolvimento Rural do Ribatejo cujos territórios apresentam recursos endógenos únicos.

A produção deste **Manual de Elaboração de Cartas de Vinhos** tem como principal objetivo apoiar os agentes locais do setor da restauração e alojamento a elaborar as cartas de vinhos segundo, não só os normativos teóricos de serviço de vinhos, mas sobretudo as **características enogastronómicas** singulares das regiões da Península de Setúbal, Ribatejo, Alentejo Litoral e Norte Alentejo.

O principal desafio reside na aposta na criatividade, inovação, organização da oferta e no estabelecimento de parcerias com os diferentes agentes dos territórios que permitam fortalecer o setor e promover experiências relacionadas com o vinho e com a cultura local.

CONTEXTO E DESAFIOS ATUAIS PARA O SERVIÇO DE VINHOS NA RESTAURAÇÃO

A importância das cartas de vinhos para um restaurante vai além de simplesmente oferecer uma variedade de opções aos clientes.

A escolha cuidadosa de vinhos faz toda a diferença na experiência do cliente. Pode ser a garantia de momentos gastronômicos marcantes, que ficam na memória e levam à repetição da experiência.

A exigência dos clientes por uma carta de vinhos bem elaborada é cada vez maior. Saber escolher, comprar e apresentar corretamente a oferta é crucial para o sucesso do negócio. Portanto, é fundamental investir tempo e dedicação na elaboração de uma carta de vinhos bem construída, que atenda às expectativas dos clientes e contribua para a reputação e rentabilidade do restaurante.

Desde sempre, o vinho tem desempenhado um papel crucial para o canal Horeca – Hotéis (HO), Restaurantes (RE) e Cafeteria (CA).

Com ênfase nos restaurantes, além do potencial de vendas, o vinho representa uma variável de diversificação da oferta. Uma seleção apropriada para harmonizar com a comida, e não só, providencia aos empresários e gestores oportunidades de aumentar a receita do restaurante. E não menos importante, proporciona uma melhor experiência ao cliente.

Um restaurante de qualidade diferencia-se dos demais através dos seus recursos humanos, das competências técnicas, hospitalidade e pela atmosfera ou ambiente especial. Um desses elementos de maior diferenciação encontra-se nos menus, o de comidas e o de bebidas.

Estes menus podem levar a uma percepção mais ou menos positiva do consumidor sobre o local, com evidentes consequências na sua experiência. Assim, a carta de vinhos terá de ser considerada tanto como ferramenta de comunicação como instrumento de suporte na venda de vinho.

Tradicionalmente, um sortido amplo de vinhos tem sido um critério favorável para antever a qualidade do restaurante. E uma boa oferta gastronômica não faz sentido sem uma excelente oferta de vinhos.

Hoje, o apreciador de vinho possui mais conhecimento geral sobre este. O restaurante é o lugar onde habitualmente se escolhe essa bebida para acompanhar a refeição.

Nos anos recentes, as preferências e o interesse enófilo levaram a um consumo de vinho de superior qualidade e mais frequente.

IMPORTÂNCIA DO VINHO PARA O RESTAURANTE



A APOSTA NA DIFERENCIAÇÃO COMO MEIO DE CAPTAR CLIENTES É UMA NECESSIDADE INDISPENSÁVEL. UM DOS ELEMENTOS DE DIFERENCIAÇÃO PODERÁ SER A OFERTA DE VINHO.



A presença de um vinho menos conhecido na lista do restaurante pode dar aos clientes uma ideia de garantia de que o vinho foi aceito como um produto de qualidade.

E, no ambiente de um restaurante fortemente envolvido com vinho, os consumidores podem estar mais predispostos a experimentar um novo vinho. Esta predisposição torna-se num fator a explorar por parte do restaurante, sem abdicar de ter vinhos de marcas mais consagradas e reconhecidas.

A oferta de vinhos a copo pode ser uma ferramenta que permite ao consumidor provar uma quantidade pequena desse vinho “desconhecido” sem arriscar a totalidade da garrafa.

Aliás, atualmente, muitos restaurantes referem ter sucesso comercial pela disponibilidade de vinhos a copo.

No caso específico dos vinhos locais, os restaurantes podem ser uma fonte de descoberta e permitir aos clientes a oportunidade de conhecer vinhos de proximidade. Vinhos que, em muitos casos, não têm representação fora dessa mesma região.

E por que não dar aos clientes do restaurante e aos turistas a oportunidade de comprar os seus vinhos para fora? Além de se levar o vinho e haver uma receita financeira para o restaurante, leva-se consigo, através do vinho, uma recordação positiva do local onde este foi bebido e da experiência usufruída.



A RELAÇÃO ENTRE O VINHO E A COMIDA NO RESTAURANTE

É reconhecida, na generalidade, a relação entre a apreciação da comida e o vinho. Segundo Exley (1994), Louis Pasteur declarou que “uma refeição sem vinho é como um dia sem sol”.

Essa forte ligação do vinho com a alimentação é sustentada em três aspectos: como complemento à comida, pelo significado social e pela capacidade de humedecer o paladar.

Isso não exclui, contudo, o usufruir de vinho fora da refeição. Os vinhos para a ocasião certa ou para determinado momento de consumo, representam oportunidades preciosas para aumentar o valor da experiência do cliente.

A ESCOLHA DO CLIENTE

Em geral, para o cliente, na impossibilidade de provar os vinhos antes de escolher, só existem duas opções na escolha de vinho num restaurante:

- pedir uma recomendação ou;
- escolher da lista de vinhos disponível.

É essencial ter uma variedade de opções de vinhos que atendam às diversas preferências dos clientes. Isso inclui vinhos de diferentes regiões, faixas de preço e estilos variados para satisfazer os gostos de todos.

A ESCOLHA DO CLIENTE

É essencial ter vinhos prestigiados e populares, assim como opções facilmente reconhecíveis para os clientes que preferem escolher por conta própria.

É importante lembrar que a experiência de compra de vinho no restaurante difere da do supermercado ou loja especializada.

No restaurante, o atendimento é mais personalizado e os clientes contam com a colaboração dos profissionais para fazer a escolha certa. Assim como, boa parte de informação de apoio pode e deve constar na própria lista de vinhos.

Os clientes de restaurantes frequentemente procuram um vinho que complemente a refeição e que tenha um preço justo em relação à qualidade.

Essa é uma das situações de consumo mais importantes e deve ser explorada e estimulada pelo restaurante.

O vinho também é apreciado por puro prazer, seja bebido simplesmente pela satisfação de o degustar ou por razões estéticas.

Já a combinação pensada entre vinho e comida está relacionada com o conceito de "bom gosto". Pode ser uma experiência enriquecedora para os apreciadores da boa gastronomia.

CONSUMIDORES DE VINHO TIPOLOGIAS

CONHECEDORES

Consumem vinhos de qualidade com regularidade, apreciam novidades mas são leais a certas tipologias.

Esperam uma ampla seleção e informações relevantes, não sendo sensíveis ao preço.

CONSUMIDORES ASPIRACIONAIS

Valorizam a opinião social, compram vinhos populares e evitam arriscar. São influenciados pelos media especializados e escolhem os vinhos reconhecidos. Compram em locais confiáveis. Seguem os vinhos da moda.

CONSUMIDORES DE VINHO

São fieis a certos vinhos, relutantes em experimentar e são sensíveis a preços, Tendem a adquirir apenas as marcas consideradas seguras. São influenciados por preço e promoções. Sugere-se oferecer vinhos confiáveis e promoções atraentes.

NOVOS CONSUMIDORES DE VINHO

Normalmente introduzidos por gerações mais velhas, compram para eventos especiais e têm curiosidade. Preferem os vinhos mais comuns e baratos. Precisam conhecer bem as características e qualidades dos vinhos antes de arriscar em opções mais caras.

PROMOÇÃO

Estratégias para impulsionar a venda de vinho em restaurantes podem incluir as seguintes ações:

- A disponibilidade de vinho a copo.
- A colocação de vinhos em promoção.
- Promover menus com vinho incluído.
- Menus de degustação onde se disponibiliza a combinação vinho e comida.

PROMOVER VINHOS DO DIA:

- Aplicar uma certa flexibilidade nos preços do vinho;
- Procurar vinhos em que se possam personalizar os rótulos como alternativa ao vinho da casa.

A auxiliar e influenciar a venda de vinho num restaurante estão:

- a lista de vinhos.
- os profissionais de mesa (e sua formação específica).
- o preço ou a presença de promoções.

Indispensável para a diferenciação é a prestação da equipa, do “serviço” e da experiência oferecida ao cliente, pela atenção aos detalhes que fidelizam clientes.



A COMPRA E VENDA DE VINHOS NUM RESTAURANTE



**A VALORIZAÇÃO E ESTRUTURA DESTA
CADEIA INTERNA DETERMINA O
ENVOLVIMENTO DO RESTAURANTE
COM O VINHO.**



Na gestão de vinhos num restaurante importa desenhar e conceber processos eficazes e racionais de como comprar, gerir internamente o vinho e como promover a venda no restaurante.

Genericamente o cliente “empresa” decide com base em pressupostos diferentes do consumidor individual.

Geralmente, as decisões são realizadas por mais de uma pessoa e com base em critérios definidos, de acordo com os objectivos orçamentais da empresa.

A escolha do vinho requer atenção devido à sua complexidade e à variedade de características que podem influenciar a compra. Além de fatores concretos como cor, aroma e sabor, os consumidores buscam benefícios adicionais como a percepção de qualidade, o prazer de aprender e o status associado.

Na compra de vinho, é crucial considerar as preferências do cliente para evitar uma seleção que não seja atrativa para eles.

A prova organoléptica é uma ferramenta valiosa para orientar a decisão de compra de vinhos.

É boa prática adotar o uso de notas de prova como um método padrão para estabelecer critérios de escolha, permitindo assim, comparações eficazes entre vinhos para avaliar sua qualidade.

Qual a versatilidade do vinho? Seria interessante para poucos clientes ou vários? Seria compatível com um ou mais pratos? Estas são algumas das questões a serem respondidas ao efetuar a prova de um vinho.

Uma vez tomada a decisão, o responsável de compras pode iniciar a seleção dos vinhos baseando-se em regiões, castas ou valores de custo. Deve estimar os volumes de compra e a quantidade de fornecedores aos quais planeia comprar.

Ao escolher o(s) fornecedor(es), há serviços a considerar tais como a fiabilidade, a entrega do produto correto na data adequada e no tempo previsto. Também ter em conta a frequência de entrega, a consistência dos preços, descontos e créditos, entre outros.

Os restaurantes deveriam procurar ter uma lista de vinhos que seja equilibrada

Ao considerar a aquisição de um vinho, é obviamente crucial levar em conta os fatores financeiros.

Em primeiro lugar, é necessário avaliar se a margem de lucro aplicada ao vinho é razoável para ambos, clientes e restaurante.

Em segundo lugar, os vinhos comprados devem apresentar qualidade a um preço competitivo o suficiente para proporcionar uma margem lucrativa ao restaurante, sem desencorajar o interesse de compra do cliente. É sempre preferível optar por uma lista de vinhos cuidadosamente selecionada e de qualidade, bem pensada, com preços suportáveis, do que possuir uma lista com todos os vinhos muito afamados, mas com um preço exorbitante.

A venda de vinho contribui significativamente para a receita de um restaurante, por isso é imprescindível levar a cabo estratégias eficazes para sua a promoção

A VENDA DE VINHOS NO RESTAURANTE

O êxito das vendas de vinho em restaurantes é fortemente influenciado pelo nível de conhecimento da equipa, principalmente a de atendimento direto ao cliente.

São esses profissionais que, de alguma maneira, "promovem" o vinho disponível no estabelecimento.

Para realizar essa tarefa de maneira eficaz, todos precisam ter conhecimento adequado.

Por isso, o treino e educação específica desempenha um papel crucial no processo de venda do vinho em restaurantes.

O conceito de "venda sugerida" propõe o esforço de impulsionar as vendas, propondo determinados produtos aos clientes. No entanto, se os profissionais não possuem conhecimentos adequados sobre esses produtos, o objetivo de que consigam vendê-los com sucesso pode ser impraticável.

Nos restaurantes, os profissionais de sala são cruciais no processo de venda, incentivando os clientes a escolherem vinho através de esclarecimentos apropriados.

O eventual descontentamento com um preço elevado do vinho pode ser atenuado por um bom serviço de vinho.

Frequentemente, percebe-se que um excelente serviço de vinho, incluindo o atendimento, pode abrilhantar a experiência de degustação do vinho que acompanha a refeição e até mesmo compensar uma memória desagradável tida com um outro qualquer vinho.

Se o serviço falhar, a experiência será irreparável e negativa, e o restaurante terá dificuldade em obter a complacência do cliente.

Por isso, o eventual descontentamento devido a um preço elevado do vinho pode ser atenuado por um bom serviço de vinho.

Os colaboradores devem ser formados no sentido de centrarem a atenção dos clientes no produto e na sua relação qualidade/preço, e não só no seu custo

A VENDA DE VINHOS NO RESTAURANTE

O serviço de vinho num restaurante requer um nível de conhecimento geralmente superior ao de outras bebidas.

Nesse contexto, a influência do profissional pode ser decisiva na escolha do cliente. E para impulsionar a venda de vinhos a formação é essencial.

A competência e formação podem ser determinantes na venda de vinhos menos conhecidos e locais, porém de excelente qualidade.

Os gestores de restauração sabem da importância de oferecer um serviço e aconselhamento de qualidade à sua clientela. É inevitável que todos se empenhem em adquirir o máximo de conhecimento possível sobre vinhos, dominar a carta de vinhos e perceber a respeito da harmonização com a comida. São tudo competências essenciais ao sucesso do estabelecimento.

Por exemplo, um cliente pode se interessar em entender as diferenças entre dois vinhos disponíveis na lista de vinhos. Por isso, a escolha de vinho é uma tarefa difícil, uma vez que todos os vinhos têm características diferentes.

Investir no conhecimento dos colaboradores pode resultar no aumento significativo nas vendas.



WINE PROGRAM



**ABRIR UM RESTAURANTE BEM
SUCEDIDO E RENTÁVEL REQUER
MILHÕES DE DECISÕES, CADA UMA
DAS QUAIS TEM CONSEQUÊNCIAS
DIRETAS NO RESULTADO.**



O vinho é uma parte emocional e funcional com forte contributo para um restaurante.

É muitas coisas:

- É comida, um ingrediente na refeição como o azeite ou o pão.
- É prazer, é hospitalidade;
- Gerir um restaurante é como organizar uma festa todos os dias que não dispensa um vinho bem selecionado.
- Os protocolos de guardar e servir o vinho refletem o cuidado que tem com os seus clientes, deixando-os à vontade ou ansiosos pela experiência que vai proporcionar.

O vinho também é receita. É proveito financeiro. O restaurante, acima de tudo e dito friamente, é um negócio.

Alcançar novos clientes e mantê-los satisfeitos para que continuem clientes é um imperativo do negócio.

Ao oferecer vinho, independentemente do grau de formalidade do estabelecimento, está a dirigir-se a um tipo particular de cliente: um cliente que aprecia boa comida, que valoriza uma experiência gastronómica e que está disposto a pagar por esse privilégio.

Incluir o vinho como um fluxo de receitas no seu negócio é apenas mais um elemento que pode utilizar para manter o negócio sustentável.

PERSPECTIVA

Uma carta de vinhos necessita de uma visão clara e um propósito definido. Tal como tudo o que faz a personalidade do restaurante, a carta de vinhos tem de ter um objetivo coerente. A carta de vinhos não se limita apenas ao que nela está inscrito.

OBJECTIVOS DO PROGRAMA DE VINHOS PARA RESTAURANTES

O objetivo de qualquer programa de vinhos de um restaurante deve ser o de equilibrar a vertente emocional do vinho e propiciar rentabilidade ao restaurante.

O foco deve ser em atrair e satisfazer o cliente, mantendo ao mesmo tempo a consciência do mercado e a capacidade de gerar receita sem descuidar a criação de uma memória gratificante da experiência proporcionada.

Com esse objetivo em mente, é necessário elaborar uma estratégia global, manifestada e transmitida através da carta de vinhos.

FATORES-CHAVE PARA UM BOM PROGRAMA DE VINHOS

Um bom programa de vinhos engloba vários elementos-chave que contribuem para uma experiência memorável e agradável para os entusiastas do vinho.

Quer seja num restaurante, num bar de vinhos ou numa loja de vinhos, conheça alguns dos componentes essenciais de um programa de vinhos bem sucedido.



FATORES -CHAVE

1 SELEÇÃO DE VINHOS CUIDADOSA

- Uma lista de vinhos diversificada e bem selecionada é crucial. Deve incluir uma variedade de estilos, regiões e preços.
- Dar destaque a vinhos únicos e menos conhecidos juntamente com os clássicos populares.
- Criação de temáticas na lista como: verticais, castas, vinhos biológicos, Coravin, etc.
- Atualizar regularmente a seleção para a manter fresca e excitante.

2 ESTRATÉGIA DE PREÇOS

- O posicionamento de negócio influenciará a percepção de valor e a disposição dos clientes em pagar pelo serviço.
- Análise da concorrência ajuda a definir um preço competitivo e a identificar oportunidades para diferenciação.
- Diversidade de preços e margens.
- Criar a noção de valor percebido pelo cliente.
- Considerar o valor do serviço de vinhos que oferece aos clientes.

3 PESSOAL EXPERIENTE

- Os funcionários devem ser entendidos em vinhos e nas combinações com alimentos.
- Devem guiar os clientes através do menu, oferecer recomendações e responder a perguntas.
- Um sommelier ou profissional de vinhos certificado acrescenta credibilidade.

FATORES - CHAVE

4

SINERGIA ENTRE COMIDA E VINHO

- Um bom programa de vinhos considera a sinergia entre comida e vinho.
 - Sugerir combinações de vinhos para vários pratos do menu.
 - Organizar jantares vínicos ou eventos de degustação onde os convidados possam explorar as harmonizações em primeira mão.
-

5

EDUCAÇÃO SOBRE O VINHO

- Atividades regulares de vinho, workshops e provas aumentam o conhecimento e fidelizam os clientes.
 - Envolver os clientes em experiências de aprendizagem interativas.
-

6

ARMAZENAMENTO E SERVIÇO DE VINHOS

- As condições corretas de armazenamento são essenciais para manter a qualidade do vinho. Inspiram confiança e transmitem apreço pelo vinho.
 - Formar o pessoal para um serviço de vinho correto.
 - Possuir e disponibilizar os materiais mais adequados ao serviço de vinhos.
-

7

EVENTOS E PROMOÇÕES DE VINHOS

- Organização de noites temáticas de vinhos, festas de lançamento ou eventos sazonais.
- Oferecer promoções como "Quartas-feiras de vinho" ou descontos em determinadas garrafas.
- Parceria com produtores e fornecedores para degustações exclusivas.

FATORES - CHAVE

8 OPÇÕES DE VINHO A COPO:

- Um programa diversificado de vinho a copo permite aos clientes explorar sem se comprometer com uma garrafa inteira.
 - Promover uma rotação frequente para dar a conhecer diferentes vinhos.
-

9 ADEGA OU EXPOSITOR DE VINHOS

- Apresentar garrafas de qualidade superior ou raras numa adega ou expositor à vista.
 - Criar uma experiência visual atractiva para os clientes.
-

10 ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE

- Ligar-se aos entusiastas do vinho, a clubes e entidades locais.
 - Participar em festivais de vinho, eventos de caridade e eventos do sector.
-

11 PAIXÃO E AUTENTICIDADE

- Um programa de vinhos bem sucedido é impulsionado pela paixão e pelo visível amor pelo vinho.
- Criar uma atmosfera onde os clientes sintam o entusiasmo da equipa.
- Partilhar histórias sobre os produtores de vinho, as vinhas e a viagem por detrás de cada garrafa.

SERVIÇO DE VINHOS



**UM SERVIÇO DE VINHO DE ALTA
QUALIDADE POTENCIA A
EXPERIÊNCIA DE DEGUSTAÇÃO QUE
ACOMPANHA A REFEIÇÃO. GERA
MEMÓRIAS POSITIVAS
DIFERENCIADORAS, INCENTIVA A
FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE E ESTIMULA
A RECOMENDAÇÃO DO
RESTAURANTE**



O SERVIÇO DE VINHOS

Tudo começa antes do serviço se iniciar. Há um conjunto de preparações (mise-en-place) a realizar antes do acolhimento dos clientes.

- As listas de vinhos devem estar limpas e atualizadas.
- Os vinhos estão armazenados, organizados e colocados nas temperaturas corretas.
- Os objetos de vidro / cristal como copos e decantadores devem estar limpos, isentos de odores e organizados para maior eficiência do serviço.
- Todos os utensílios dedicados ao serviço do vinho devem estar prontos e organizados, caso dos baldes de gelo, gelo, panos de serviço, copos e utensílios de decantação.

APRESENTAÇÃO DA CARTA DE VINHOS

Já com os clientes na mesa, a carta de vinhos deve ser apresentada normalmente ao anfitrião, ou a quem este indicar.

A carta de vinhos deve ser apresentada fechada com a mão direita, segura pelo canto superior direito e entregue pelo lado direito da pessoa que escolhe o vinho.

O cliente a maior parte das vezes faz a sua escolha. Noutras, precisa de ajuda ou recomendação o que potencia a possibilidade de criar um clima de confiança.

É aconselhado ter conhecimento dos vinhos que constam na carta de vinhos.

Em caso de sugestão, perceber qual o estilo de vinho que o cliente procura, casta, região, quanto quer gastar, se deseja vinho para harmonizar com o pedido de comida, etc.

Uma boa recomendação, proporciona um bom ambiente para o resto da refeição.

Para além disto, o profissional deve ter atenção em avisar sempre o cliente caso não esteja disponível algum dos vinhos presentes na carta.

APRESENTAÇÃO E ABERTURA DA GARRAFA DE VINHO

Os vinhos devem ser manuseados com elegância. Não necessitam de gestos bruscos. O vinho deve ser tratado com respeito e profissionalismo.

Para a correta execução de um serviço de vinhos é necessário que o profissional, para além da técnica apropriada, tenha disponível algum equipamento.

Decantadores, baldes para água e gelo (frappés), saca-rolhas, termómetros, entre outros, fazem parte do equipamento indispensável.

SERVIÇO DE VINHOS BRANCOS E ROSÉS

A garrafa é transportada da “cave do dia” para o restaurante, em balde próprio com gelo e água (frappé). Idealmente o vinho deverá ser colocado junto à mesa do cliente ou, em alternativa, numa peanha, executando o serviço de seguida.

- 1.Retirar a garrafa do frappé com a mão esquerda e enxugá-la com o pano de serviço.
- 2.Colocar o pano de serviço dobrado na palma da mão esquerda. Sobre este, posicionar a garrafa com o rótulo voltado para o cliente, pelo lado esquerdo. Faça uma breve descrição do vinho, o tipo, região, ano de colheita e castas.
- 3.Após apresentação da garrafa ao cliente, colocá-la de novo no frappé, onde irá ser aberta.
- 4.Cortar o invólucro do gargalo, acima ou abaixo do anel (merisa).
- 5.Limpar a parte agora descoberta da boca da garrafa com um pano.
- 6.Segurar a garrafa com a mão esquerda e introduzir a espiral do saca-rolhas com a mão direita, sem rodar a garrafa e até atingir quase o comprimento total da rolha, tendo o cuidado de não a perfurar de um lado ao outro.
- 7.Com cuidado, puxar a alavanca do saca-rolhas de forma a extrair a rolha.
- 8.Analisar o estado da rolha, cheirando-a e tateando-a.
- 9.Limpar novamente, com cuidado, a boca da garrafa, e proceder ao serviço do vinho.
- 10.Dar a provar ao cliente que pediu o vinho (2 cl, quantidade suficiente para dois goles).
- 11.Após a aprovação do cliente, servir por ordem de protocolo (10 a 12 cl por copo).
- 12..Estando o serviço concluído, a garrafa é colocada no frappé com o pano de serviço a cobri-la.

SERVIÇO DE ESPUMANTES OU VINHO GASEIFICADOS

Proceder como descrito para os vinhos brancos e rosés.

Já para a abertura da garrafa, proceder do seguinte modo:

1. Puxar pela película ou fita inserida no invólucro para o retirar.
2. Retirar o *muselet* ou açaimo (o arame que sustém a rolha) mantendo o polegar esquerdo sobre a rolha, de forma que esta não salte antes do tempo.
3. Inclinar a garrafa (nunca na direção de clientes ou janelas) e retirar lentamente a rolha, de forma que esta faça o mínimo de ruído possível.
4. Uma inclinação de 35° vai diminuir a pressão do gás sobre a rolha, pressão que ficará distribuída também pela parte interna do gargalo.
5. Analisar o estado da rolha, cheirando-a e tateando-a.
6. Limpar o gargalo da garrafa, e proceder ao serviço do vinho.
7. Dar a provar e servir por ordem de protocolo com pano de serviço, em copo "flute", cerca de 2/3 da capacidade, aproximando a garrafa do copo, sem, contudo, se tocarem e servir.
8. Se houver dificuldade em aceder ao copo, pedir autorização para levantar o copo e servir,
9. Estando o serviço concluído, a garrafa é colocada no frappé com o pano de serviço a cobri-la.

SERVIÇO DE VINHO TINTO

A garrafa é transportada da cave do dia para o restaurante sem agitação e colocada sobre a banquetta ou mesa de apoio. Proceder-se, em seguida, à execução do serviço.

1. Colocar a garrafa sobre a palma da mão esquerda e apresentá-la com o rótulo voltado para o cliente, pelo seu lado esquerdo, fazendo breve descrição do vinho apresentado (tipo de vinho, região, ano de colheita, castas).
2. Cortar o invólucro que envolve o gargalo acima ou abaixo do anel (merisa).
3. Limpar a parte agora descoberta da boca da garrafa com um pano.
4. Segurar a garrafa com a mão esquerda e introduzir a espiral do saca-rolhas com a mão direita, sem rodar a garrafa e até atingir quase o comprimento total da rolha, tendo o cuidado de não a perfurar de um lado ao outro.
5. Puxar a alavanca do saca-rolhas de forma a extrair a rolha, com cuidado, até um pouco mais de meio. Termine a operação com a mão, em movimentos laterais, para desta forma impedir que se quebre ou produza o ruído característico (pop).
6. Analisar o estado da rolha, cheirando-a e tateando-a.
7. Cuidadosamente, voltar a limpar a boca da garrafa e proceder ao serviço do vinho.
8. Dar a provar ao cliente que pediu o vinho (2 cl, quantidade suficiente para dois goles).
9. Após a aprovação do cliente, servir por ordem de protocolo (12 a 14 cl por copo).
10. Deixar a garrafa na banquetta de vinhos ou na mesa sobre uma base e sempre com o rótulo à vista do cliente.

A DECANTAÇÃO

Regra geral, é preferível que o vinho seja servido na própria garrafa.

Decantar não é mais do que passar o conteúdo da garrafa para o decantador de modo que o vinho “areje” e que fiquem na garrafa original os sedimentos que possa ter.

O processo de decantar deve ser feito à vista do cliente, por questões de honestidade e confiança.

Duas principais motivações para decantar um vinho:

1 - Imobilização ou separação de depósitos

No caso do vinho apresentar depósitos, aconselha-se tentar primeiro a colocação da garrafa de pé com uma antecedência de 24 a 48 horas, para promover a sedimentação dos depósitos, e procurar servi-la com cuidado.

Na maioria das vezes a garrafa está deitada e no serviço, com a agitação provocada, há risco dos sedimentos se misturarem com o líquido. Neste caso, a decantação pode ser operação aconselhada.

2 - Oxigenação

Para que o vinho expresse toda a riqueza do seu *bouquet*, é frequente necessitar de um pouco de oxigenação, quer por ser novo e se encontrar retraído devido, por exemplo, a estar a atravessar o período de cansaço de garrafa, quer por ter já alguma idade e se encontrar “fechado” em consequência de uma longa permanência na garrafa (ambiente sem oxigénio).

No entanto, a decisão de oxigenar um vinho através de decantação apenas deve ser tomada após se constatar (pela prova) que é absolutamente conveniente e necessária.

Optando pela decantação, ser especialmente cauteloso quando se trata de vinhos com uma certa idade, onde a complexidade prima sobre a exuberância e a fragilidade se pode fazer sentir.

COMO DECANTAR

É importante que esta operação se faça com o mínimo de impacto sobre o vinho, pelo que se deve sempre verter o vinho pela parede do decantador para que não sofra grande agitação.

É ainda aconselhável verificar, previamente, se o decantador se encontra à temperatura ideal para que o vinho não seja sujeito a alterações de temperatura prejudiciais.

É de salientar que, após a decantação, o vinho sofrerá uma evolução relativamente rápida pelo que esta operação, em geral, se deve realizar alguns minutos antes do consumo do vinho.

Todavia, alguns vinhos muito jovens e ainda austeros, podem beneficiar da decantação com uma maior antecedência antes do consumo.

CONSERVAÇÃO E GUARDA DO VINHO

As condições de guarda de um vinho determinam que este se deteriore rapidamente ou envelheça nobremente.

Evitar que as garrafas tenham exposição contínua a luz intensa

1. Apesar de algumas garrafas terem vidro escuro que filtra parte da luz, uma exposição prolongada poderá acelerar o processo de envelhecimento e alterar a cor dos vinhos.
2. Os vinhos brancos tornam-se mais amarelados enquanto os tintos ficam rapidamente acastanhados. Em ambos se perde a frescura aromática, com os aromas a ficarem mais abafados ou mortícios.

O local deverá manter uma certa humidade

Idealmente entre os 65% e os 75%. Se o ambiente for seco, os vedantes naturais podem secar, perdem as suas propriedades mecânicas e elasticidade, permitindo a entrada de ar ou saída de líquido.

A temperatura do espaço deverá ser estável, pois interfere com a velocidade a que se dão as reações químicas inerentes à evolução do vinho na garrafa.

1. Um vinho sujeito a temperaturas demasiado altas promove uma aceleração do seu desenvolvimento químico, traduzida numa degradação dos compostos aromáticos, ácidos, taninos e substâncias corantes, obtendo-se vinhos apagados e/ou organoleticamente desequilibrados.
2. Já a guarda de vinhos a temperaturas demasiado baixas leva à estagnação da sua evolução, resultando num fraco desenvolvimento sensorial.
3. Uma temperatura ideal para guarda (temperatura de cave) mais prolongada situa-se entre os 12°C e os 14°C.
4. A temperatura de serviço ideal para vinhos brancos, que requerem menos evolução, é de 10°C. Para tintos e licorosos é de 15°C. Se for impraticável ter compartimentos de climatização diferente na garrafeira por razões logísticas, escolher uma temperatura intermédia, como 13°C.
5. Outro efeito da não adequação da temperatura é a alteração do volume do líquido dentro da garrafa. Contraí com o frio, expande e coze os aromas com o calor, podendo até expelir a rolha.

CONSERVAÇÃO E GUARDA DO VINHO

Movimentos e vibrações

Os vinhos, quando sujeitos a movimentos e vibrações contínuos durante o envelhecimento em garrafa, podem apresentar turvação e desequilíbrios organolépticos originados por extração excessiva de compostos das borras.

Também durante um transporte, um vinho que possua borra fina, pode precisar de semanas para que estas assentem e assim recuperar as suas qualidades sensoriais.

Posição da Garrafa

A posição da garrafa também deverá ser observada: Idealmente posicionada na horizontal, de forma a manter a rolha humedecida e reduzir a entrada de oxigénio. Também facilita em termos de arrumação.

Aromas e cheiros prejudiciais

O local de armazenamento não deverá estar sujeito a cheiros e odores intensos que possam interferir com as naturais propriedades organolépticas dos vinhos.



TEMPERATURA DE SERVIÇO

A temperatura interfere de forma decisiva nas características que o vinho revela durante a sua apreciação ou consumo, pelo que, é essencial a sua correta adequação ao vinho.

Deve-se esquecer termos “chavão” como o “servir à temperatura ambiente” ou o “bem fresco” pois são pouco objetivos, conduzindo infelizmente a erros frequentes.

Desta forma, dependendo das características do vinho, da adequação que dele se pretende e do ambiente em que é servido, é necessário definir a sua temperatura de serviço e a sua temperatura de consumo.

Temperatura de consumo adequada		
Vinhos brancos	leves	6 a 8° C
	médios	8 a 10° C
	encorpados	12 a 14° C
Vinhos rosés e colheitas tardias		8 a 10° C
Vinhos tintos	leves	12 a 14° C
	médios	14 a 16° C
	envelhecidos e encorpados	16 a 18° C
Espumantes	jovens	6 a 8° C
	complexos e com idade	10 a 14° C
Vinhos licorosos	secos	5 a 8° C
	doces	14 a 18° C

Fonte: Manual Técnico de Vinhos, Turismo de Portugal, 2015

COPOS

A mensagem sensorial que o consumidor recebe é fruto da simbiose entre o copo e o vinho, pela qual a harmonia entre ambos deve ser perfeita.

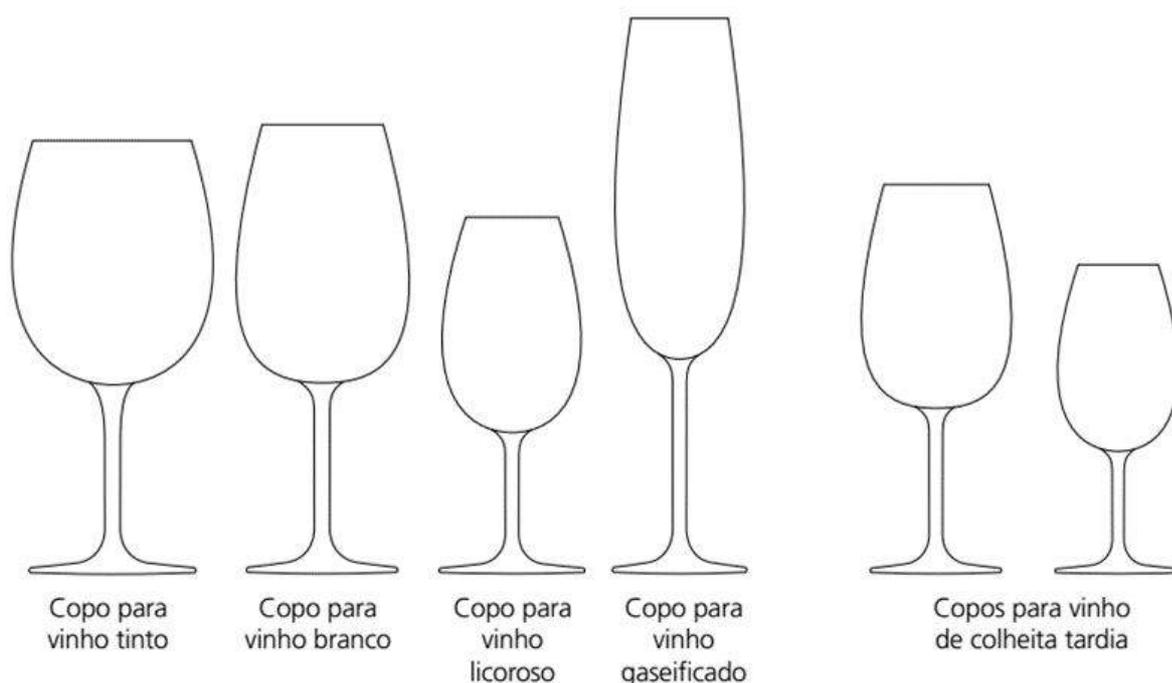
A utilização de dois copos com características distintas pode levar a diferenças na percepção organoléptica de um vinho, mesmo ao ponto de profissionais experientes afirmarem que não se trata do mesmo vinho.

A importância que o copo desempenha na expressão do vinho tem ganho tamanho relevo que, nas últimas décadas, certas marcas de copos mais sofisticadas têm realizado estudos para fabricar copos específicos para determinadas castas.

O copo é, pois, uma ferramenta-chave no prazer de captar as mensagens sensoriais de cada vinho respeitando a sua essência.

PRINCIPAIS TIPOS DE COPOS

Em baixo, estão alguns dos principais formatos de copos para a maioria dos tipos de vinhos.



A GESTÃO DO PREÇO DOS VINHOS



**A GESTÃO DO BEVERAGE COST, OU
CUSTO DAS BEBIDAS, É UMA PARTE
FUNDAMENTAL DA GESTÃO
FINANCEIRA DE UM NEGÓCIO DE
RESTAURAÇÃO.**



O *Beverage Cost* refere-se ao controle dos custos associados às bebidas servidas no estabelecimento, incluindo álcool, refrigerantes, sumos e outras bebidas.

Aqui estão algumas práticas comuns na gestão do *beverage cost*:

Controlo de Stock: Manter um controlo minucioso do inventário de bebidas é essencial para gerir o *beverage cost*. Isso inclui registar todas as entradas e saídas de bebidas, supervisionar o nível de stock regularmente e identificar possíveis perdas ou desperdícios.

Preços do Menu: Definir preços adequados para as bebidas no menu é crucial para garantir que o restaurante obtenha rentabilidade. Isso envolve considerar os custos de compra das bebidas, margens de lucro desejadas e preços competitivos no mercado.

Minimizar Perdas: Reduzir perdas e desperdícios é essencial para controlar o *beverage cost*. Isso pode incluir medidas como treino das equipas, técnicas de serviço responsável, controlo de porções e doses adequadas, controlo do consumo de bebidas durante o serviço.

Negociação com Fornecedores: Negociar preços favoráveis com fornecedores de bebidas pode ajudar a reduzir os custos de compra e melhorar a rentabilidade do negócio. Isso pode envolver comprar em grandes quantidades, procurar ofertas especiais e manter relações sólidas com os fornecedores.

Análise de Desempenho: Verificar regularmente o exercício financeiro do *beverage cost* é essencial para identificar áreas e oportunidades de melhoria.

A gestão eficaz do *beverage cost* é fundamental para a saúde financeira de um restaurante. A carta de vinhos e/ou bebidas é um instrumento fundamental na concretização desses objetivos.

ESTRATÉGIA DE PREÇOS



Segundo o quadro na imagem, 23% é o valor custo por parte das bebidas (vinhos, águas, cervejas, etc.), o *beverage cost* adequado à rentabilidade do negócio.

COMO CALCULAR O BEVERAGE COST?

1. Somar o custo dos produtos utilizados

2. Dividir pelo valor das vendas desses produtos

3. Multiplicar o resultado por 100 para obter a percentagem

$\text{Custo das Bebidas \%} = \frac{\text{Custo Total das Bebidas}}{\text{Receita Total de Vendas de Bebidas}} \times 100$

Exemplo:

Se o custo total das bebidas for de 500€

E as vendas forem de 2000€

O cálculo seria:

$\text{Custo das Bebidas (\%)} = (500 : 2000) \times 100 = 25\%$

Significa que para alcançar a média de 23%, de acordo com o primeiro quadro, os valores de vendas totais terão de ser maiores que 2.000€. Teriam de ser de 2.174€.

Uma forma prática de fazer o cálculo de *beverage cost* por vinho será como o exemplo que se segue:

- Custo do vinho – 10 €
- *Beverage cost* pretendido – 23%
- Preço de venda – $(10€ : 23) = 43€$

ESTRATÉGIA DE PREÇOS

Como cada bebida tem um custo diferente, o valor de *beverage cost* pretendido pode ser encontrado através da fórmula exemplificada, com todos os produtos sujeitos a 23%.

Ou usar o valor de 23% como uma média de percentagens em que cada vinho tem um cálculo independente.

Alguns dos aspectos na estratégia de preços a levar em consideração:



C\u00c1LCULOS COMUNS NOS NEG\u00d3CIOS DE RESTAURA\u00c7\u00c3O

CUSTO DA MAT\u00c9RIA-PRIMA OU COST OF GOODS SOLD (COGS)

A an\u00e1lise de cada item que disponibilizamos aos nossos clientes no restaurante leva a questionar: Qual o custo real por tr\u00e1s de cada produto vendido? Esta pergunta est\u00e1 estritamente ligada ao custo da mat\u00e9ria-prima que \u00e9 um dos maiores custos na gest\u00e3o de um restaurante e exige um acompanhamento rigoroso e constante do invent\u00e1rio.

Este acompanhamento ajuda a perceber e otimizar os custos. E, a partir dele, podemos melhorar muitos aspetos.

Isso inclui a negocia\u00e7\u00e3o com fornecedores e a gest\u00e3o eficiente de desperd\u00edcio. \u00c9 inevit\u00e1vel tamb\u00e9m implementar a\u00e7\u00f5es para redu\u00e7\u00e3o de custos. Com uma gest\u00e3o cuidadosa, visamos n\u00e3o somente o controlo das despesas mas tamb\u00e9m o aumento potencial de rentabilidade.

\u00c9 assim que se calcula:

$$\text{CUSTO DA MAT\u00c9RIA-PRIMA (COGS)} = \text{INVENT\u00c1RIO INICIAL} + \text{INVENT\u00c1RIO COMPRADO} - \text{INVENT\u00c1RIO FINAL}$$

CÁLCULOS COMUNS NOS NEGÓCIOS DE RESTAURAÇÃO

CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA OU COST OF GOODS SOLD (COGS)

Outro dado necessário a conhecer na gestão de restaurantes é o quanto nos custa produzir e servir os produtos, ou seja, quanto nos custa converter a matéria-prima em produtos que são servidos às mesas, já que há fatores que devem ser incluídos no preço final para que sejam rentáveis.

Para calcular o nosso custo de produção, há que somar todos os gastos relacionados com os empregados, a maquinaria e os serviços para funcionar, como os salários, a água, a luz, o gás, alugueres, gastos de manutenção, etc. e assim obtermos o nosso custo de trabalho.

A tudo isto, adicionaremos o nosso cálculo prévio de custo da matéria-prima (COGS) e obteremos o:

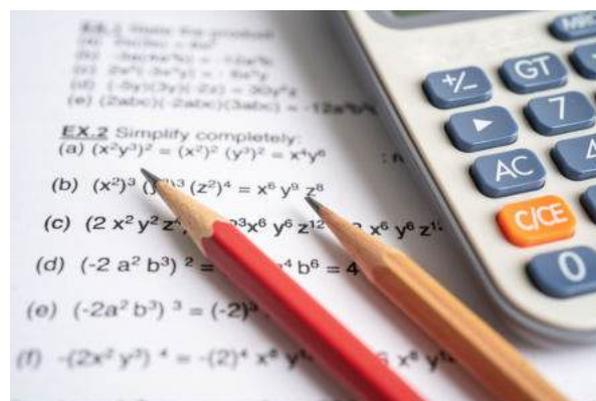
CUSTO DE PRODUÇÃO = CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA + CUSTO DE TRABALHO

LUCRO BRUTO

Ao entender o custo dos produtos vendidos e da matéria-prima, consegue-se determinar quanto dinheiro temos à disposição para cobrir as despesas fixas e financiar novos investimentos a partir do lucro bruto. Este cálculo é realizado durante um período de estudo específico, seja um mês, um trimestre ou um ano.

A fórmula é:

LUCRO BRUTO = RECEITAS TOTAIS - CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA (COGS)



PONTO DE EQUILÍBRIO OU “BREAKEVEN POINT”

Este cálculo fornece uma estimativa do número de vendas necessário para recuperar o investimento. Qualquer ele seja. Quer se trate do investimento para abrir um restaurante, lançar uma nova campanha de marketing, fazer melhoramentos e reparações ou fazer qualquer outra alteração necessária.

Esse cálculo é especialmente valioso quando se planeia pedir um empréstimo ou negociar com novos investidores para melhorias, pois ajuda a identificar o ponto de equilíbrio entre os novos custos e os lucros. Para aplicar esta fórmula, é necessário conhecer:

Custos fixos totais: aqueles que efetivamente temos para mantermos o restaurante aberto. Salários, aluguer, seguros, telefone, internet, água, luz, etc.

Custos variáveis totais: aqueles que temos quando entram clientes no restaurante. Custos de produção, horas extras dos empregados, limpeza, etc.

Vendas totais: o total das vendas obtidas durante o período em estudo.

Com estes dados aplicamos uma primeira fórmula para conhecer a margem de contribuição:

$$\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO} = \frac{\text{VENDAS TOTAIS} - \text{CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS}}{\text{VENDAS TOTAIS}}$$

Para depois aplicarmos a fórmula de:

$$\text{PONTO DE EQUILÍBRIO} = \frac{\text{CUSTOS FIXOS TOTAIS}}{\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO}}$$

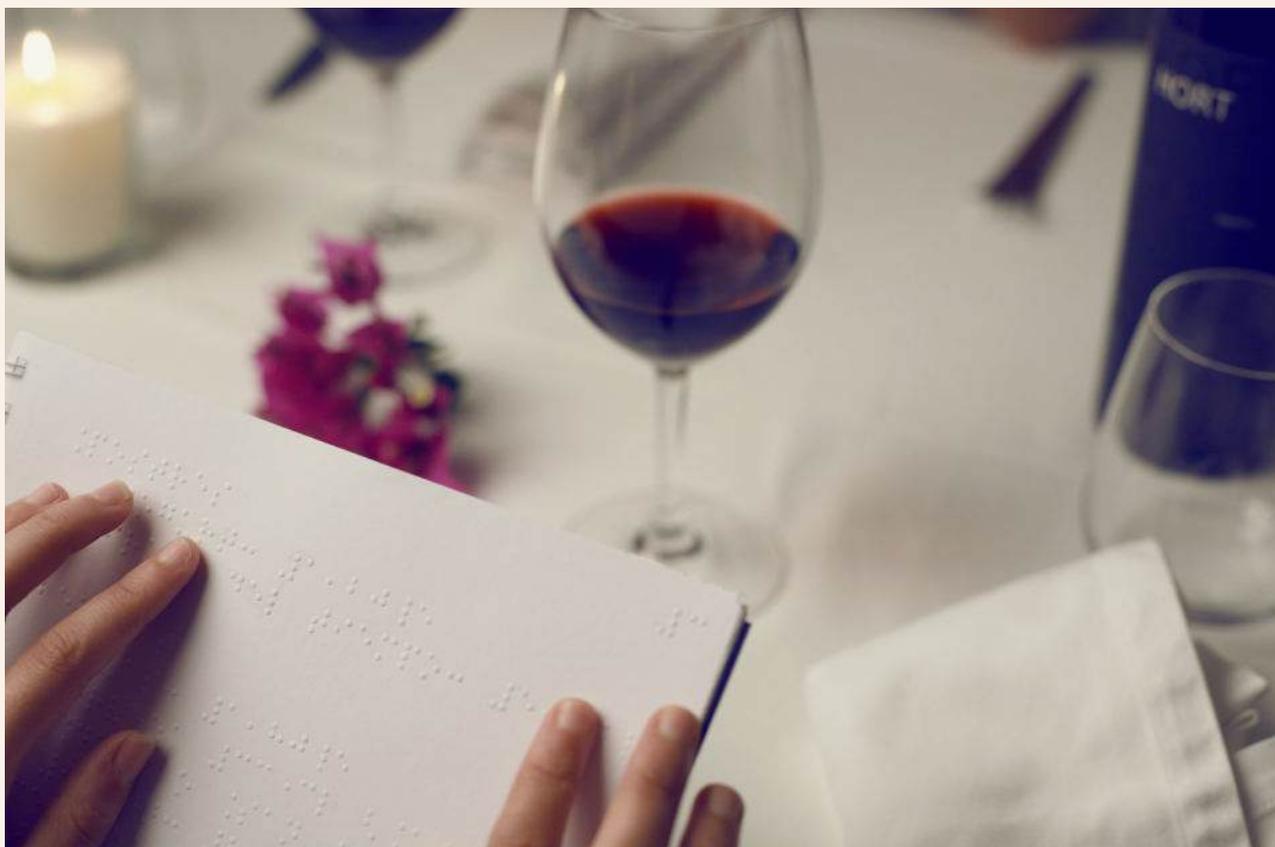
Para o visualizarmos mais claramente, se o nosso restaurante fizer 7 mil € de vendas totais durante o mês em estudo, e pagar 3 mil € de custos fixos e 2 mil € de custos variáveis, o seu ponto de equilíbrio aproximado é de 4 203 €, o que significa que se deve vender essa quantidade de produtos para obter lucro.

OUTROS MATERIAIS DE APOIO À GESTÃO FINANCEIRA E OPERACIONAL DO RESTAURANTE

<https://www.zenchef.com/pt/guides/gestao-financeira-de-restaurantes>

<https://www.theforkmanager.com/pt-pt/blog/como-aumentar-vendas-com-engenharia-menus>

CARTA DE VINHOS EFICAZ



**É ESSENCIAL TER UMA ESTRATÉGIA
PARA PLANEAR E CONCEBER UMA
CARTA DE VINHOS. NÃO DEVE SER A
DE SOMENTE JUNTAR VINHOS NUM
“PAPEL”**



Quando falamos da conceção de uma carta de vinhos, de que é que estamos a falar?

Na maior parte das vezes, estamos a falar da cuidadosa seleção das escolhas dos vinhos a incluir na lista.

Todavia, há outras vertentes menos pensadas na conceção de uma carta de vinhos. O aspecto dessa mesma carta de vinhos. Por exemplo, como é que a oferta ou a seleção de vinhos deve realmente aparecer ao cliente?

Estudos mostram que o cliente em média passa cerca de 109 segundos a olhar para o menu de um restaurante.

Escusado será dizer que é essencial ter uma estratégia para planear e conceber uma carta de vinhos. Quanto mais acessíveis forem as suas opções de vinho, mais feliz será o cliente (e o seu resultado).

Nessa estratégia não se deve somente juntar vinhos num “papel”. Deve haver também preocupações de estética, fundamentos do design gráfico, organização e legibilidade, contexto e criatividade.

É verdade que as listas de vinhos podem ser coisas assustadoras de fazer. Afinal de contas, são muitas vezes longas listas de combinações de palavras de aspeto semelhante. Mas é precisamente por isso que beneficiam da aplicação de princípios de design gráfico adequados. E a aplicação de alguns princípios simples, cuidadosamente empregues, podem realmente fazer uma grande diferença, tais como:

- **Legibilidade**
- **Layout**

LEGIBILIDADE

Esta é a primeira coisa em que qualquer pessoa repara numa carta de vinhos, e é surpreendente a quantidade de cartas de vinhos que não cumprem este princípio básico. Alguns dos erros mais comuns:

- Colocar demasiados vinhos numa página;
- Não distinguir entre o nome do produtor e o nome do vinho;
- Escolher tipos de letra difíceis de ler;
- Colocar imagens em fundo da lista;
- E isto sem contar com alguns dos erros de informação mais flagrantes:
 - datas de colheita em falta;
 - referência inconsistente ao local de origem do vinho;
 - até mesmo preços em falta.

LAYOUT

Quando se vai colocar uma grande quantidade de texto na página, é preciso fazer escolhas:

- Que quantidade de texto vai colocar na página?
- Qual será a largura das margens?
- Vai ter títulos grandes no topo da página?
- Haverá números de página?
- Onde é que esses números de página vão ficar?



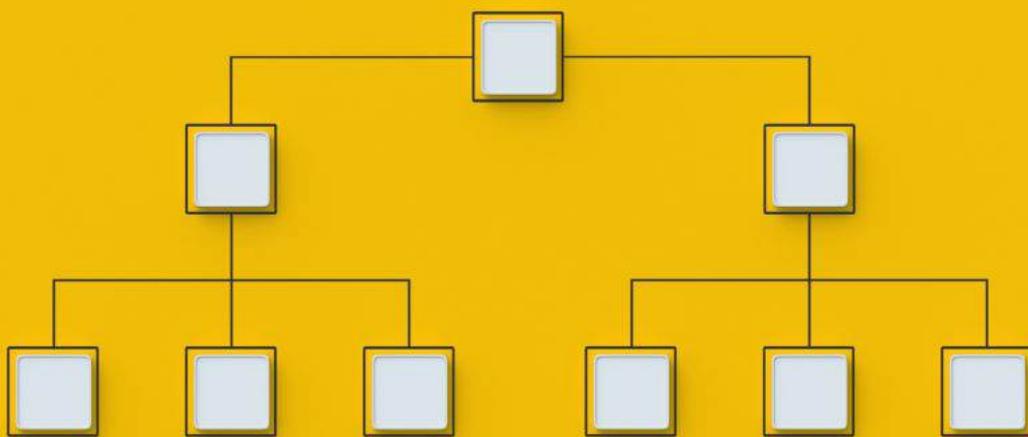
As melhores listas de vinhos são fáceis de ler e de navegar

Estas são apenas algumas das dezenas de escolhas que devem ser feitas conscientemente quando se desenham as páginas de uma lista de vinhos, e estas escolhas devem ser comunicadas tanto pelo conteúdo em si (extensão da lista) como pelo estilo e sensibilidade do estabelecimento de restauração.

A apresentação de uma carta de vinhos, apesar de muitas vezes consistir apenas em texto na página, continua a ser um exercício visual, capaz de exprimir a marca e a personalidade do restaurante.

As melhores listas de vinhos são aquelas onde os itens não se amontoam demasiado em cada página, deixando espaço em branco suficiente para facilitar a leitura e para distinguir os vários elementos da página.

ESTRUTURA ORGANIZACIONAL



ORGANIZADA PRIMEIRO POR PAÍS? OU POR CASTA? OU POR ESTILO? ISTO PODE PARECER TRIVIAL, MAS HÁ UMA VERDADEIRA ARTE EM DECIDIR QUAL SERÁ A ESTRUTURA DA LISTA.



Quais são as categorias de nível superior e como é que essas categorias são divididas em subcategorias e assim por diante? Isto pode parecer trivial mas há uma verdadeira arte em decidir qual será a estrutura da lista.

Organizada primeiro por país? Ou por casta? Ou por estilo?

E depois de selecionada uma dessas categorias, como é que os vinhos dessa categoria serão subdivididos?

Estas escolhas dependem, obviamente, da profundidade e amplitude da própria lista, mas também da visão e estratégia do autor da lista de vinhos.

As melhores listas de vinhos são estruturadas com cuidado e ordenadas de forma metódica, agrupando os vinhos em categorias hierárquicas de fácil entendimento.

NAVEGABILIDADE / NAVEGAÇÃO

Isto, claro, está intimamente relacionado com o princípio de organização.

O design de uma lista de vinhos deve, de maneira muito clara, proporcionar a boa navegabilidade ao longo da lista.

Os clientes devem ser capazes de compreender e reconhecer onde se encontram na lista de vinhos através das indicações fornecidas na página.

Estas podem ser tão básicas como um número de página e um título no topo da página que diz "Vinhos Tintos", para uma lista que pode ter apenas duas categorias (ou seja, Tinto e Branco).

As listas que se estendem por várias páginas devem oferecer maior número de indicações que podem e devem ajudar a orientar o cliente.

NAVEGABILIDADE / NAVEGAÇÃO

Uma forma moderna de organizar os vinhos é por estilo e/ou tema, como "fresco e crocante" ou "frutado e arrojado". Isto funciona melhor para listas de vinhos mais curtas e é uma ótima forma de ajudar os clientes a descobrir vinhos que possam gostar, com base em vinhos que tenham apreciado no passado.

A organização por estilo pode ser menos intimidante e fácil para muitos clientes. Só precisam focar no tipo de vinho que preferem (como "tintos fortes") e escolher um produtor ou marca de vinho que gostam ou achem interessante.

Em suma, as melhores listas de vinhos têm formas claras de indicar as diferenças entre os grupos de vinhos. Isto ajuda o cliente a compreender as várias categorias. Numa lista de várias páginas, impõe-se a criação de um índice que ajude na navegabilidade da lista.

ESTILO TIPOGRÁFICO

No contexto de qualquer texto numa página, a tipografia envolve a escolha do tipo de letra, claro, mas também muitas outras decisões subtis, mas determinantes, com implicações práticas e estéticas.

Decisões como:

- a quantidade de espaço entre linhas de texto;
- se o texto está centrado na página ou alinhado em colunas;

Tudo isto afeta a legibilidade da lista.

Outras decisões, como:

- palavras em maiúsculas;
- utilização de negrito ou itálico;
- tipos de pontuação a utilizar.

Não só afetam a legibilidade, como também constituem uma afirmação estética.

As boas listas de vinhos usam fontes legíveis e elementos tipográficos para aumentar a clareza, organização visual e destaque dos elementos na página. Como as listas são principalmente feitas de texto, a tipografia é crucial para a sua eficiência e aparência.

ELEMENTOS VISUAIS

De um modo geral, para além do conteúdo (ou seja, os vinhos), bastantes listas de vinhos não são muito interessantes de ver.

Muito poucas listas de vinhos tentam oferecer qualquer interesse visual para além da escolha do tipo de letra.

E isto estende-se à utilização da cor, que é descurada como ferramenta por aqueles que criam as listas.

ELEMENTOS VISUAIS

Algumas listas de vinhos, no entanto, são adornadas com elementos de interesse visual, que vão desde curvas puramente estéticas, a linhas de grelha e de separação para organização, a ilustrações reais (na maioria das vezes sob a forma de mapas e, em menor grau, imagens de rótulos de vinho).

Os elementos visuais, se utilizados corretamente, têm o potencial de enriquecer a experiência de leitura da lista, além de refletir a personalidade do restaurante.

No entanto, o uso excessivo ou inadequado desses elementos pode prejudicar a experiência do utilizador. Portanto, as cartas de vinhos eficazes podem incorporar elementos visuais, como cores, ilustrações e decorações, para complementar o texto na página, não para desviar a atenção do conteúdo da lista.

LISTAR OU NÃO LISTAR POR PREÇO

É importante organizar a sua lista de vinhos de forma a destacar aqueles com maior margem. Listar os vinhos do mais barato para o mais caro tende a levar os clientes aos itens mais baratos. Por outro lado, listar os mais caros primeiro pode estabelecer uma bitola demasiado alta e desincentivar a consulta da lista.

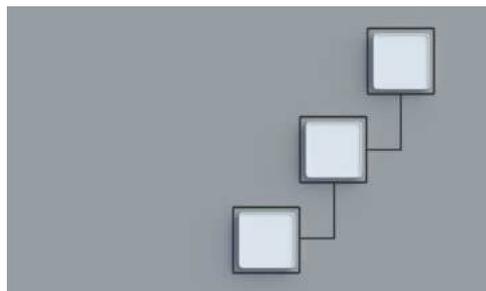
Sobre este tema, não existe consenso. Aqui a segmentação do restaurante tem papel importante na decisão.

Outra forma é incentivar os clientes a explorar a seleção de vinhos organizando a lista em categorias, como tintos, brancos, espumantes, região, tipo de uva ou notas de degustação. Os vinhos também podem ser dispostos por temas como “prestígio”, “clássicos” e “raridades”.

ATENÇÃO À PONTUAÇÃO E MOEDA

Sabia que anexar um sinal de Euro ao preço de um artigo aumenta a atenção do cliente para o facto de estar a gastar dinheiro? O mesmo se aplica à utilização de pontuação, como uma série de pontos ou traços, para ligar o nome do vinho ao preço, e à listagem de todos os preços numa coluna.

Em vez disso, mantenha o design simples e inclua o número diretamente após o nome do vinho. Também é estratégico terminar os preços com 0,95€ em vez de 0,00€ pois dá ao cliente a impressão de que está a gastar menos.





POSICIONAMENTO DOS ITEMS

Os clientes tendem a prestar mais atenção aos itens superiores e inferiores de cada área, pelo que os itens mais rentáveis são aí colocados, aumentando assim a popularidade do item do menu.

Adicione descrições atrativas para cada vinho, destacando os pontos fortes de cada vinho, assim como alguns detalhes técnicos sobre a elaboração dos mesmos, incentivando o cliente a escolher pelas características que vão ao encontro dos seus gostos ou necessidades.

Hoje em dia, é muito fácil ter acesso a muita dessa informação, seja por parte do produtor, do fornecedor ou mesmo em busca simples online.

DESTACAR OS ARTIGOS DE MELHOR MARGEM

Os artigos rentáveis são destacados através da utilização de caixas de chamada, texto a negrito ou imagens.

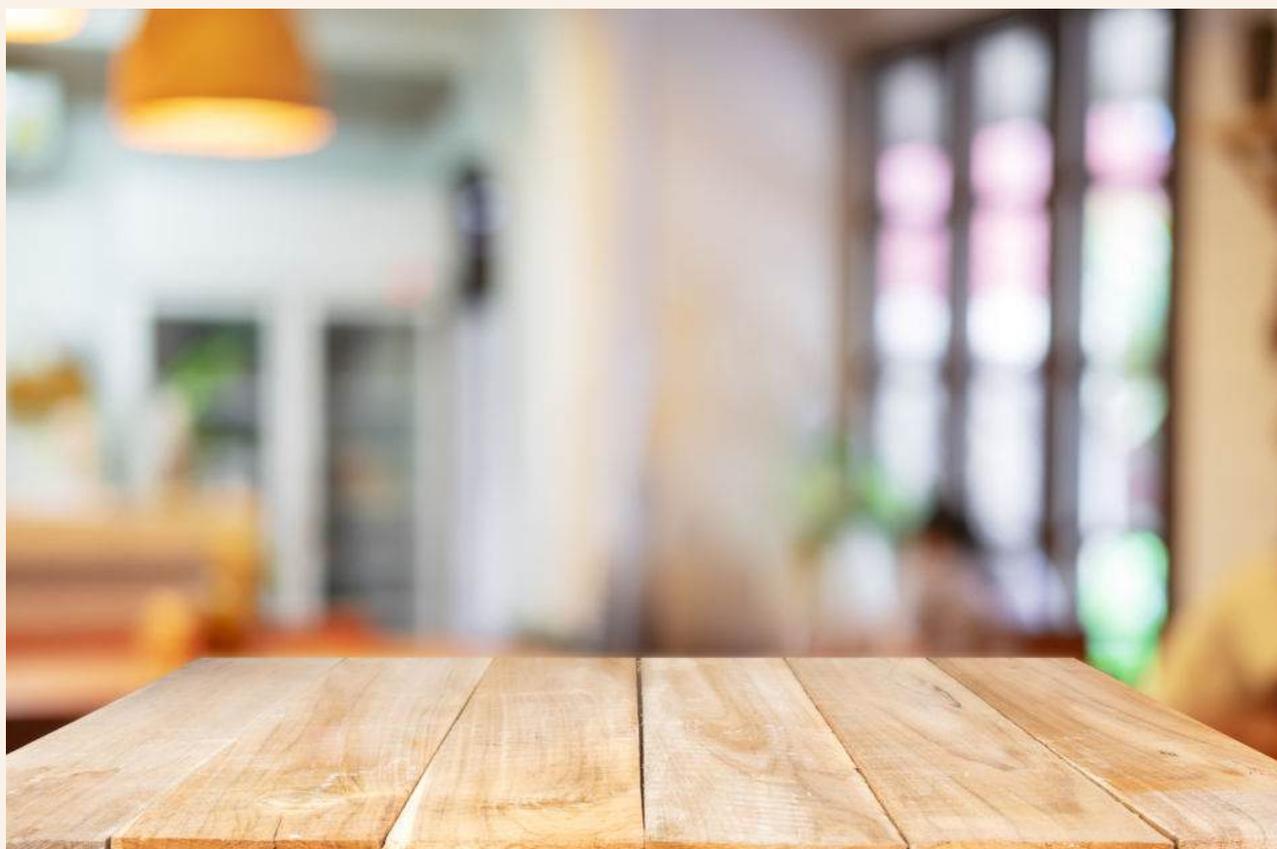
Estes sinais visuais chamam a atenção do cliente para estes pratos e ajudam a criar um menu mais rentável.

COLOCAÇÃO ESTRATÉGICA DE ITEMS NO MENU

Coloque os itens mais rentáveis ao lado de itens mais caros, mas menos rentáveis, na matriz de engenharia carta de vinhos.

Isto faz com que os itens de maior lucro pareçam ter um valor melhor, incentivando os clientes a escolhê-los.

CARTAS DE VINHOS ADAPTADAS A TIPOLOGIAS DE ESTABELECECIMENTOS



CADA ESTABELECIMENTO POSSUI A SUA PRÓPRIA PERSONALIDADE E CONCEITOS ÚNICOS, ADAPTANDO-SE À LOCALIZAÇÃO, AOS PRODUTOS DE PROXIMIDADE E TENTANDO PROPORCIONAR UMA OFERTA DIFERENCIADA.



No universo gastronómico, os tipos de restaurante são tão variados quanto os paladares dos clientes.

Cada estabelecimento possui a sua própria personalidade e conceitos únicos, adaptando-se à localização, aos produtos de proximidade e tentando oferecer uma oferta diferenciada.

A diversidade de opções vai desde os tradicionais restaurantes familiares até aos sofisticados estabelecimentos gourmet.

Uma carta de vinhos adequada ao estilo do restaurante potencia e valoriza a experiência gastronómica.

Aqui estão algumas características genéricas dos principais tipos de estabelecimentos, juntamente com sugestões para o que deve ser uma carta de vinhos adequada.

RESTAURANTE FINE DINNING

Um restaurante de alta gastronomia é um local elegante que oferece uma experiência culinária única, com atendimento personalizado e pratos de alta qualidade, feitos com ingredientes premium e apresentados sofisticadamente.

A equipa bem treinada e o ambiente formal complementam o serviço. Os preços são compatíveis com a experiência premium oferecida.

A carta de vinhos é cuidada, bem apresentada visualmente, é uma parte essencial da experiência. Pode-se esperar encontrar uma seleção de vinhos que foram cuidadosamente escolhidos para acompanhar os pratos propostos, com opções locais e internacionais.

RESTAURANTE CASUAL

Oferece um ambiente mais descontraído para os clientes desfrutarem das suas refeições. Isso significa que o nível de formalidade é reduzido sem prejuízo da qualidade de serviço. Comida e ingredientes de qualidade, eventualmente sem o nível de sofisticação do fine dining, mas fáceis de compreender e apreciar e com maior rotação da oferta gastronómica.

A carta de vinhos será relativamente pequena, de fácil consulta, com vinhos de preço competitivo e versátil.

RESTAURANTE CASUAL MODERNO

Semelhantes aos restaurantes casuais. Há um foco na estética para atrair clientes modernos que desejam tirar fotos das suas refeições e da sua experiência gastronómica para redes sociais.

Muitos também têm um apelo de nicho, de especialidade, com uma temática em destaque. Pode haver um foco na sustentabilidade, modernidade e apelo aos clientes mais jovens.

A carta de vinhos, embora pequena, apresenta um visual atraente e está pronta para ser compartilhada nas redes sociais. A seleção de vinhos pode incluir opções relacionadas ao tema, dando ênfase à sustentabilidade, vinhos biológicos e de produção local – critérios que se tornam cada vez mais populares.

RESTAURANTE CASUAL RÁPIDO

Os restaurantes fast-casual ocupam um segmento intermediário entre os restaurantes fast-food e os estabelecimentos de jantar casual.

Dão prioridade à agilidade no serviço, e muitos modelos modernos possuem atendimento tanto no balcão quanto à mesa.

Apresentam uma lista de vinhos concisa, curta e visualmente elaborada, que desperta curiosidade com um toque de humor, facilitando a escolha rápida do cliente.

RESTAURANTE DE ESTILO FAMILIAR

O conceito central é a partilha.

Podem ser formais ou casuais, embora o casual seja mais comum, o foco é colocado na comida servida em travessas, permitindo aos clientes compartilharem os pratos escolhidos servidos para os seus próprios pratos. O ambiente é voltado para o aconchego familiar. A seleção de bebidas alcoólicas tende a ser mais restrita comparada a restaurantes sofisticados e casuais.

A lista de vinhos é limitada, organizada por tipos de vinho que agradam a todos os convidados, enquanto oferece versatilidade para harmonizar com a variedade de sabores disponíveis na mesa.

RESTAURANTE DE BUFFET

Este modelo de restaurante funciona com base num sistema de self-service onde os clientes selecionam a sua comida num mostruário ou local específico e a levam para suas mesas.

Uma versão adaptada deste modelo pode ser vista em restaurantes em mercados ou praças de alimentação de grandes centros comerciais (shoppings), onde o cliente faz o pedido, recebe-o e consome numa mesa disponível.

A carta de vinhos deve ser sucinta, não mais de uma página, oferecendo uma seleção curta, apresentada de forma prática, funcional e simples para facilitar a decisão rápida do cliente.

A organização da lista feita por tipo de vinho, com descrições breves e claras, tornando a lista bastante útil. O mesmo se pode aplicar a conceitos de food trucks, barracas de comida e comida de rua.

RESTAURANTE EM ENOTURISMO

Restaurantes de enoturismo são espaços únicos que unem a gastronomia e cultura vínica. Proporcionam aos visitantes a oportunidade de apreciar vinhos, os seus ou os de proximidade, frequentemente harmonizados com pratos que destacam os sabores e peculiaridades dos vinhos locais. Estes restaurantes podem estar situados em áreas vinícolas, próximos a adegas ou até mesmo integrados numa adega.

Oferecem uma vivência que vai além da mera degustação, envolvendo os visitantes na história, tradição e processos de produção do vinho.

Numa unidade de restauração em adega, a lista de vinhos é composta pelo portfolio da mesma, pode ser organizada por variedades de uva, estilos ou quaisquer outros elementos que queiram realçar.

Inclui informação como notas de degustação, breves detalhes sobre a adega ou processo de vinificação, descrição das castas, origem da vinha, verticais de vinhos, relatos aliciantes sobre a marca, visando proporcionar a melhor experiência. Além disso, existe a possibilidade de venda cruzada com a loja da adega.

WINE BAR

Um Wine Bar é um estabelecimento especializado na venda de vinhos, oferecendo uma vasta seleção para consumo no local. É assinatura destes locais os clientes terem a oportunidade de degustar diferentes tipos de vinhos a copo. Alguns Wine Bars são temáticos ou especializados em vinhos de determinadas regiões.

São locais que, por norma, proporcionam um ambiente descontraído.

Muitas vezes, existe a oferta de uma variedade de petiscos ou pratos "gourmet" em porções reduzidas, criados para harmonizar com os vinhos disponíveis, oferecendo uma experiência gastronómica mais ou menos sofisticada, sempre em ambiente descomplicado e acolhedor.

A apresentação dos vinhos disponíveis pode variar, desde o tradicional quadro negro de ardósia até listas extensas e detalhadas, divididas em segmentos temáticos ou promocionais.

A venda de vinho a copo é uma característica marcante requerendo uma apresentação clara e precisa, especialmente no que se refere ao preço.

A forma de apresentação dos vinhos deve ser versátil, com flexibilidade para se ajustar à frequência das mudanças de vinhos em oferta, promoção ou destaque.

RESTAURANTE REGIONAL

Um restaurante regional ou típico é um estabelecimento que procura oferecer uma culinária genuína de uma região ou país específico.

São estabelecimentos identificados por servir pratos tradicionais, elaborados a partir de receitas que espelham a cultura e as tradições culinárias da região. Isso envolve o uso de ingredientes frescos e de qualidade, geralmente adquiridos a produtores locais.

A identidade regional é ainda mais realçada pela decoração, criando um ambiente que aprimora a experiência gastronômica.

Por tudo isto, têm papel fundamental na preservação da cultura e incentivam o turismo gastronômico, atraindo visitantes interessados em saborear a comida autêntica de um local específico, contribuindo na preservação dos saberes e produtos.

A seleção de vinhos deve estar em harmonia com esses princípios, dando primazia aos vinhos locais.

A lista deve apresentar a região e algumas das suas características marcantes, como o terroir, as variedades de uva, a história, entre outros aspectos.

Os vinhos locais ou regionais devem aparecer destacados no topo ou início da lista.

Organize-os pelas sub-regiões do território vitivinícola correspondente, acompanhadas por descrições relevantes.

Ao longo da lista, podem ser incluídos factos interessantes, citações, referências a figuras importantes, entre outros pormenores que possam valorizar a oferta e o ambiente do restaurante e a identidade regional.

RESTAURANTE VEGETARIANO

Um restaurante vegetariano ou "plant based", é um estabelecimento que prepara e serve alimentos exclusivamente derivados de plantas, como grãos, vegetais, leguminosas, cereais e frutas. Existem diversos tipos, entre eles, os ovolactovegetarianos, que incluem ovos e laticínios no menu, e os lactovegetarianos, que excluem ovos de suas preparações.

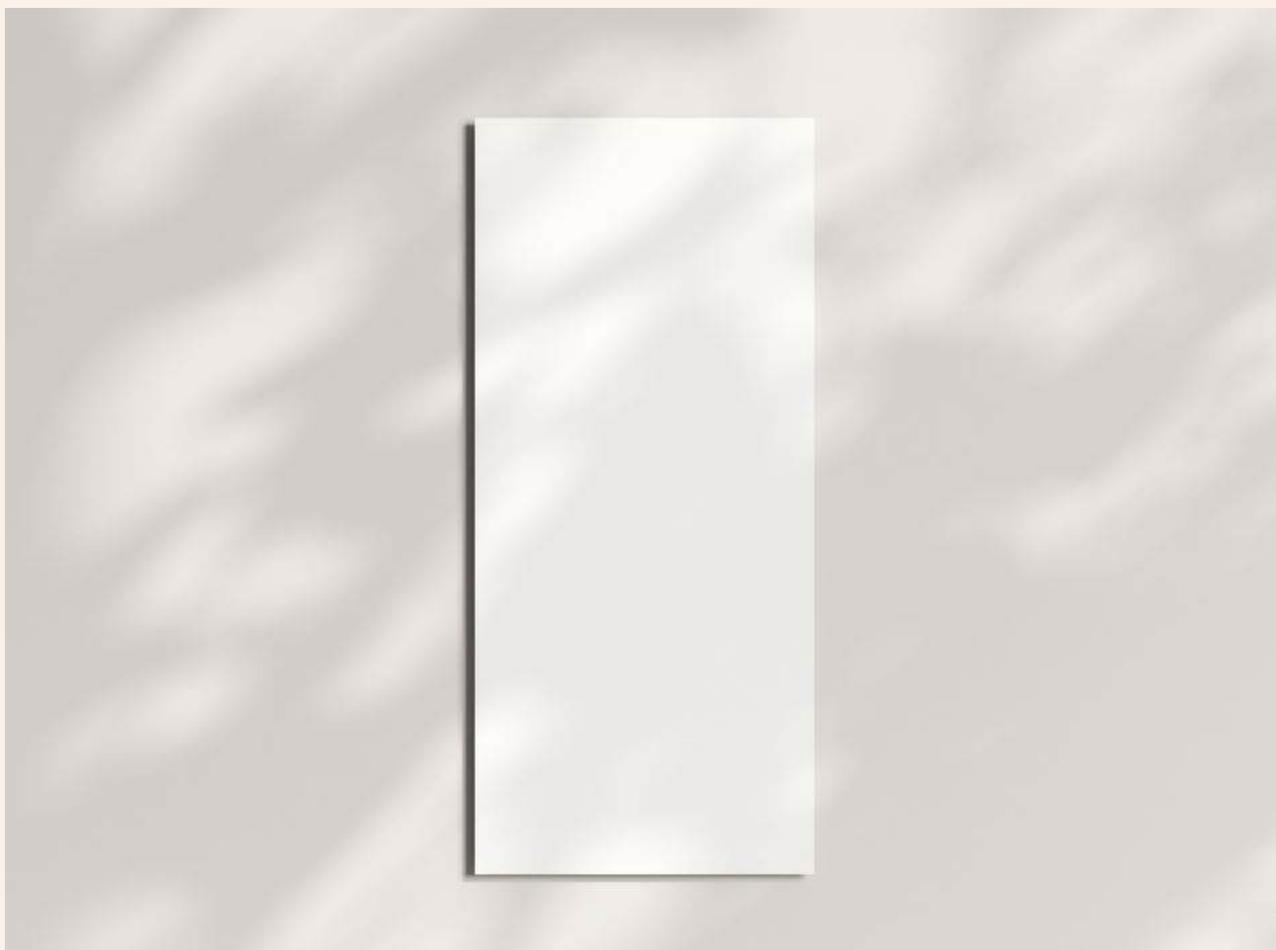
São conhecidos por oferecer uma ampla variedade de pratos criativos e saborosos, evidenciam a diversidade da cozinha vegetariana. Há também restaurantes "de autor" especializados nessa culinária. Mesmo nos restaurantes que oferecem comida dita "não vegetariana", é frequente a existência de opções vegetarianas.

Devem constar na oferta deste conceito determinados vinhos pensados para esse feito. Vinhos "vegan", vinhos biológicos, ou obtidos por métodos ou práticas ecológicas ou sustentáveis, vinhos de menor "intervenção" ou equivalentes.

Se o restaurante não estiver totalmente comprometido com o conceito, é racional ter uma seção da lista de vinhos bem sinalizada para os "vegetarianos".

Em alternativa, podem-se criar ícones ou símbolos a indicar que determinado vinho pode harmonizar com a opção vegetariana do cliente.

ORGANIZAÇÃO DA CARTA DE VINHOS



A CARTA DE VINHOS É UM DOS PRIMEIROS CARTÕES DE VISITA DO LOCAL, TENDO POR OBRIGAÇÃO CAUSAR A MELHOR SENSAÇÃO POSSÍVEL, A COMEÇAR PELO ASPECTO VISUAL CUIDADO, LIMPO E ATRATIVO



A PRIMEIRA IMPRESSÃO

Não há dúvidas da importância da Carta de Vinhos em qualquer que seja a tipologia de restaurantes ou atividades de hotelaria e restauração. Essa importância deve-se ao facto da carta de vinhos ser um dos primeiros contatos do cliente com a oferta de bebidas disponível.

A aparência deve provocar a vontade de a ter e consultar. Afinal, qualquer atividade, qualquer restaurante, deseja apresentar-se no seu melhor. Uma carta de vinhos que se apresente suja, de páginas danificadas e por isso mesmo pouco apresentáveis, concordamos que não deixará a melhor impressão do estabelecimento.

Importante!

Há que investir com determinação para tudo estar impecavelmente apresentável!

É inaceitável a lista ter páginas rasuradas, riscadas e manchas. Já sem falar da escrita à mão indecifrável, no papel ou nos quadros negros de ardósia.

Ter o cuidado de evitar os tipos de letras (fontes), muitas vezes tão rebuscadas que dificultam a leitura.

AS FUNÇÕES DA CARTA DE VINHOS

Se a carta de vinhos ajuda o cliente na sua escolha, não é menos verdade que também é ferramenta imprescindível de apoio à equipa do restaurante.

Um exemplo prático ocorre em locais de grande movimentação, cujo tempo despendido pelos colaboradores à mesa com os clientes é muito curto.

Uma carta de vinhos bem elaborada, informativa e muito bem organizada pode poupar tempo na recolha do pedido.

Na carta de vinhos podem constar um conjunto de informações que dão resposta a várias questões que, de outro modo, seriam colocadas aos funcionários. Questões que os iam deter na mesa por mais tempo. Esse é um ganho de tempo, muito precioso e necessário para outras tarefas, como o de possibilitar atender um maior número de clientes.

Significa que a carta de vinhos tem um imprescindível papel de suporte ao serviço, não somente pela sua natureza, de listar os produtos em oferta, mas por **contribuir na eficiência e rapidez do serviço prestado, uma das reclamações mais frequentes de clientes em restaurantes.**

ORGANIZAÇÃO DA OFERTA

Em todos os restaurantes há uma sequência de serviço ao cliente. Pois estes **vão solicitando serviços, numa sequência mais ou menos estabelecida, desde que entram até ao momento de partida.**

O mais frequente é solicitar um aperitivo após a chegada ou mostrar-se recetivo a uma sugestão. Essa é razão mais que suficiente para que a **oferta de aperitivos esteja na parte inicial de uma carta de vinhos.**

Imagine-se que numa lista de muitas páginas, o conviva tem de procurar por algum tempo onde se encontra a oferta de aperitivos. Há algum risco de não os encontrar facilmente e com isso suscitar uma eventual impaciência ou frustração e, por consequência, uma desistência.

Se os aperitivos constarem numa secção específica, facilmente acedida pelo cliente, há uma altíssima probabilidade de este fazer um pedido e com isso o estabelecimento começar a rentabilizar a presença do cliente.

ORGANIZAÇÃO DA OFERTA

Ainda mais eficaz é oferecer uma mini lista específica para o efeito, contendo produtos habitualmente considerados como aperitivo. Vinho a copo, espumantes, vinhos fortificados secos, cervejas, cocktails entre outros.

Se o estabelecimento tiver alguns produtos em promoção, divulgação, ou como sugestões da casa, estes devem imperativamente constar no início da carta de vinhos. Só dessa forma surtirá o efeito de destaque desejado.

Esta secção (**promoção, sugestão**), poderá, ainda, funcionar como ferramenta de gestão, através da rotação de inventário. Por exemplo, existe sempre aquele vinho que não é muito pedido, que está com colheitas mais atrasadas. Ou então se queremos descontinuar um vinho e retirá-lo da lista sem perda integral do investimento feito, estes vinhos ou produtos devem estar logo no início da lista. **Inclusive, devem ser promovidos, também, por recomendação dos funcionários.**

É crucial garantir a qualidade dos produtos em promoção, mantendo a honestidade e o bom senso para evitar danos à reputação e desconfiança do cliente.

Como orientação, a sequência da oferta dos vinhos numa lista deve seguir os momentos de consumo do cliente durante a sua permanência no restaurante.

Se no menu das comidas, a sequência mais habitual é: entradas, peixe, carne e sobremesas, **na lista de vinhos a ordem seguiria a mesma lógica: aperitivos, espumantes, vinhos brancos, vinhos rosados, vinhos tintos, vinhos doces, aguardentes e destilados.**

E é nessa sequência que os clientes também estão habituados a consultar uma carta de vinhos. Uma carta organizada numa sequência equivalente facilita a escolha das tipologias de vinho pretendidas pelos clientes.

Café, águas, refrigerantes, poderão estar dispostos na parte final da carta, pois são artigos na sua maioria vendidos sem consulta da carta de vinhos. Cada local tem as suas particularidades, servindo estas linhas como fio orientador.

Numa carta de vinho muito extensa, em que existam múltiplas páginas, é conveniente criar uma página com índice que oriente os clientes a navegar na lista.

CARTA DE VINHOS

ORGANIZAÇÃO



GESTÃO E MANUTENÇÃO DA CARTA DE VINHOS

Qualquer carta de vinhos tem necessidade de atos de gestão e manutenção. Por manutenção designa-se todas as ações que visam preservar o bom aspeto e integridade da carta de vinhos como visto no segmento anterior.

Se uma página, ou qualquer parte da lista estiver **danificada, rasurada ou manchada, esta terá de ser substituída.**

Por gestão da carta de vinhos entenda-se a atualização.

Seja quando há uma substituição de uma marca ou referência de vinho por outra. Ou quando um vinho já não existe e tem de ser retirado dessa carta.

Uma das maiores manifestações de desagrado dos clientes é quando pedem um vinho que consta na carta de vinhos e este não exista ou esteja em falta. Seja por faltar devido a rotura de stock ou porque deixará de ser vendido, ou por outra razão qualquer.

Essa situação é passível de desculpa ou de ser atenuada se a falta for momentânea e restabelecida num curtíssimo período (até o fornecedor fazer a entrega). Qualquer uma delas não invalida a informação prévia ao cliente da inexistência dessa referência.

Para o funcionário também não será confortável comunicar ao cliente que não existe determinado vinho cada vez que algum é pedido por constar na carta mas por não haver no estabelecimento.

INFORMAÇÕES A CONSTAR NA CARTA DE VINHOS

Apesar da criatividade presente numa carta de vinhos ser bem acolhida, há informações que são fundamentais, senão mesmo obrigatórias, para que uma carta de vinhos seja o mais explícita e rigorosa possível.

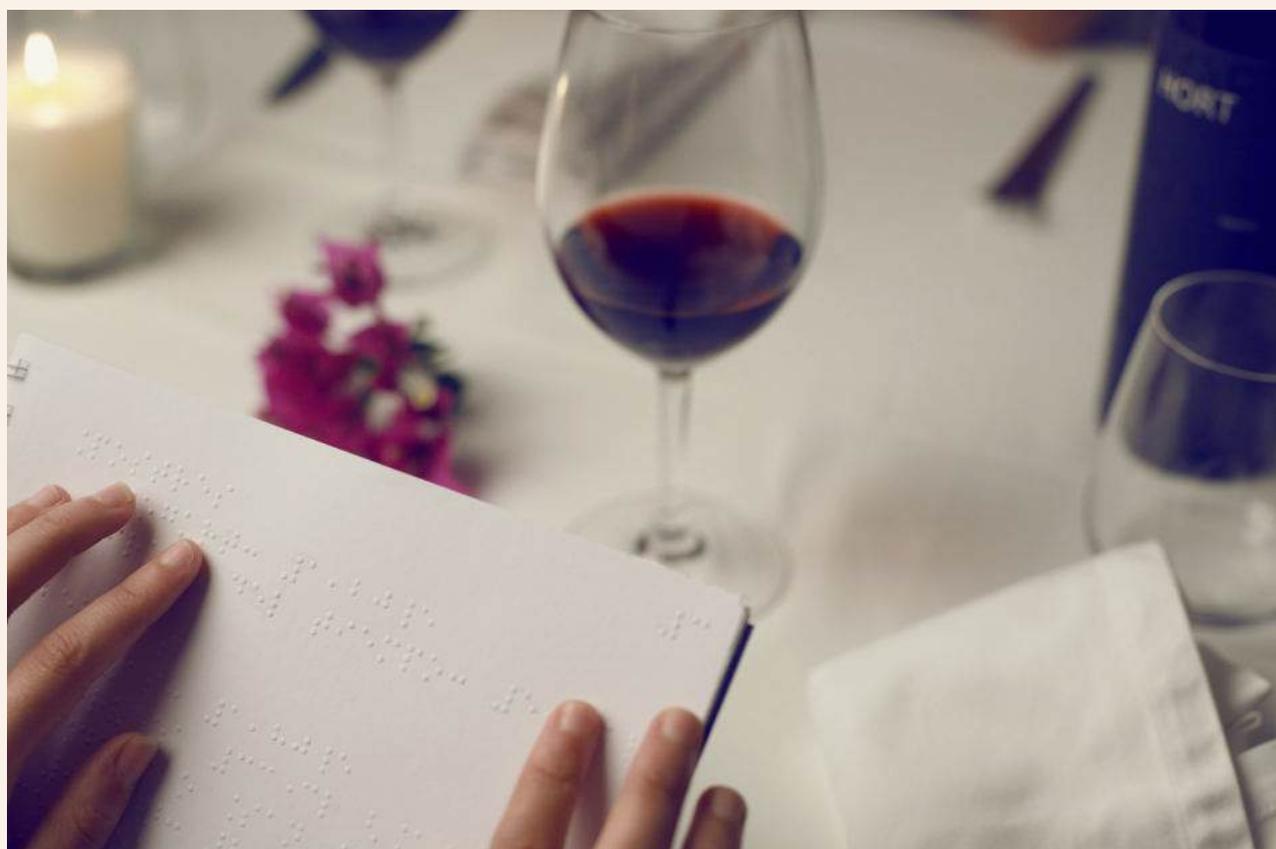
Algumas das fundamentais:

- **Indicação da cor ou tipo do vinho;**
- **País de origem do vinho;**
- **Indicação rigorosa e correta da Denominação de Origem do vinho**
 - Vinho Regional ou IG
 - DOC ou DOP
 - Portugal (quando o vinho não menciona nenhuma certificação);
- **Indicação da capitação / dose das bebidas**
 - Ex: vinho a copo 15 cl; 12 cl, etc.;
- **Indicação do tamanho /capacidade da garrafa**
 - Ex: garrafa 37,5 cl; 75 cl; 1,5 l, etc.;
- **Indicação do Preço com indicação da moeda**
 - 10€; 10,00€, etc.;
- **Indicação do IVA incluído no preço.**

Nestes links, encontram alguns templates que ajudam na criação de cartas de vinhos.

- [MustHaveMenus | Design for Print, Web and Digital Signage](https://www.musthavedesign.com/pt-pt/menus/modelos/)
- <https://www.canva.com/pt-pt/menus/modelos/>
- <https://wepik.com/templates/wine-menu>
- <https://create.microsoft.com/en-us/templates/menus>
- <https://www.template.net/design-templates/menu/wine-menu-templates/>
- <https://edit.org/blog/wine-list-templates>
- <https://edit.org/edit/all/2b5w0bmd6>

CARTA VINHOS TIPO





RESTAURANTE

Vinho a Copo

Wine by the Glass

Tinto Red	15 cl	Branco White	15 cl
	€ 🍷		€ 🍷
Vinho Tinto A 2020 DO / IG	0,00€	Vinho Branco A 2021 DO / IG	0,00€
Vinho Tinto B 2021 DO / IG	0,00€	Vinho Branco B 2022 DO / IG	0,00€
Vinho Tinto C 2022 DO / IG	0,00€	Vinho Branco C 2023 DO / IG	0,00€

Espumantes Sparkling Wines	15 cl	75 cl
	€ 🍷	€ 🍷
Vinho Espumante Bruto 2019 DO / IG Casta Grape: Arinto, Antão Vaz e Trincadeira	0,00€	0,00€
Vinho Espumante Bruto Rosé 2017 DO / IG Casta Grape: Castelão	0,00€	0,00€
Vinho Espumante Blanc de Noir 2020 DO / IG Casta Grape: Pinot Noir	0,00€	0,00€
Rosés Rosé Wines	15 cl	75 cl
	€ 🍷	€ 🍷
Vinho Rosé A 2022 DO / IG Casta Grape: Touriga Nacional	0,00€	0,00€
Vinho Rosé B 2023 DO / IG Casta Grape: Castelão	0,00€	0,00€
Vinho Rosé C 2023 DO / IG Casta Grape: Trincadeira	0,00€	0,00€

Aperitivos Aperitifs	€
Vinho Licoroso (7 cl)	0,00€
Vinho Licoroso (7 cl)	0,00€
Licores Regionais (3 cl)	0,00€
Licor Aperitivo (5 cl)	0,00€
Vermute Tinto (7 cl)	0,00€
Vermute Seco (7 cl)	0,00€
Vinho Licoroso Seco (7 cl)	0,00€
Cerveja Artesanal	0,00€
Gin Nacional	0,00€
Gin Internacional	0,00€

Cocktails Mixologia Cocktails Mixology	€ 🍸
Cocktail de Autor Licor Água Limão	0,00€
Cocktail com Vinho Vinho Laranja Canela	0,00€
Cocktail Clássico Licor Água Limão	0,00€
Cocktail Clássico Licor Água Limão	0,00€

Este estabelecimento possui Livro de Reclamações / This establishment has a complaint book at your disposal
IVA incluído à taxa legal em vigor / VAT included at legal tax



RESTAURANTE

Vinhos Brancos

White Wines

Jovens, Refrescantes e Irreverentes
Young, Refreshing and Vibrant White Wines



Aromáticos, Sedosos e Suntuosos
Aromatic, Silky and Gourmet White Wines

	75 cl	75 cl		
	€	€		
DO / IG	Vinho Branco A Colheita 2022	00,00	Vinho Branco A Colheita 2021	DO / IG
	Casta Grape: Arinto, Verdelho, Alvarinho, Fernão Pires		Casta Grape: Arinto	
	Cítrico, leve, vegetal, fresco e persistente <i>Tropical, intense floral, vibrant and mineral</i>		Acidez, textura, personalidade, persistência <i>Acidity, texture, personality, persistence</i>	
DO / IG	Vinho Branco B Colheita 2022	00,00	Vinho Branco B Reserva 2021	DO / IG
	Casta Grape: Antão Vaz		Casta Grape: Arinto, Verdelho, Alvarinho, Fernão Pires	
	Vibrante, mineral, cítricos, flores <i>Vibrant, mineral, citrus, flowers</i>		Tropical, rico, elegância, viçoso, persistente <i>Tropical, rich, elegant, lush, persistent</i>	
DO / IG	Vinho Branco C Colheita 2022	00,00	Vinho Branco C Reserva 2021	DO / IG
	Casta Grape: Arinto, Alvarinho, Fernão Pires		Casta Grape: Arinto	
	Expressivo, mineral, cítricos, vivacidade <i>Expressive, mineral, citrus, vivacity</i>		Intenso, pêra, avelã, textura, complexidade <i>Intense, pear, hazelnut, texture, complexity</i>	
DO / IG	Vinho Branco D Colheita 2023	00,00	Vinho Branco D Vinhas Velhas 2020	DO / IG
	Casta Grape: Arinto, Verdelho, Alvarinho, Fernão Pires		Casta Grape: Vinhas Velhas, Old Vines	
	Floral, macio, refrescante, aromático <i>Floral, sweet, refreshing, aromatic</i>		Rico, profundo, fresco, salino, persistente <i>Rich, deep, fresh, saline, persistente</i>	
DO / IG	Vinho Branco E Colheita Seleccionada 2023	00,00	Vinho Branco E Grande Reserva 2021	DO / IG
	Casta Grape: Arinto		Casta Grape: Arinto, Verdelho, Alvarinho, Fernão Pires	
	Fresco, notas tropicais, suave, seco <i>Fresh, tropical notes, smooth, dry</i>		Rico, profundo, cítricos, pêsego, refrescante <i>Rich, deep, citrus, peach, refreshing</i>	
DO / IG	Vinho Branco F Colheita 2023	00,00	Vinho Branco F Reserva 2018	DO / IG
	Casta Grape: Arinto, Alvarinho, Fernão Pires		Casta Grape: Arinto, Verdelho, Alvarinho, Fernão Pires	
	Intenso, tropical, vegetal, vivacidade <i>Intense, tropical, vegetal, liveliness</i>		Exuberante, fruta madura, cremoso, longo <i>Lush, ripe fruit, creamy, roasted, longo</i>	

Este estabelecimento possui Livro de Reclamações / This establishment has a complaint book at your disposal
IVA incluído à taxa legal em vigor / VAT included at legal tax



Vinhos Tintos

Red Wines

Vinhos Suaves, Frutados e Envolventes
Smooth, Fruity and Captivating Wines



75 cl

€

DO / IG

Vinho Tinto A
Colheita 2022

Casta | Grape: Syrah, Touriga Franca, Trincadeira

Leveza, vivacidade, frescura, versátil
Lightness, liveliness, freshness, versatile

DO / IG

Vinho Tinto B
Colheita 2021

Casta | Grape: Syrah, Touriga Franca, Trincadeira

Fresco, eucalipto, bagas vermelhas, leve
Fresh, eucalyptus, red berries, light

DO / IG

Vinho Tinto C
Colheita 2022

Casta | Grape: Syrah, Touriga Franca, Trincadeira

Balsâmico, ligeiro vegetal, pimenta, salino
Balsamic, lightly vegetal, chilli, salty

DO / IG

Vinho Tinto D
Colheita 2020

Casta | Grape: Syrah, Touriga Franca, Trincadeira

Frutos vermelhos, violeta, fresco, elegante
Red fruits, violet, fresh, elegant

DO / IG

Vinho Tinto E
Reserva 2022

Casta | Grape: Syrah, Touriga Franca, Trincadeira

Refinado, estruturado, fresco, persistente
Refined, structured, fresh, persistent

DO / IG

Vinho Tinto E
Reserva 2022

Casta | Grape: Castelão

Especiarias, elegante, macio, persistente
Spicy, elegant fruit, elegant and persistent



75 cl

€

Encorpados, Volumosos e Marcantes
Bodied, Structured and Remarkable

00,00

Vinho Tinto A
Colheita 2017

Casta | Grape: Touriga Nacional

Cereja, ameixa, cheio, fino e persistente
Cherry, plum, full, fine and persistent

00,00

Vinho Tinto B
Grande Reserva 2016

Casta | Grape: Alicante Bouschet, Touriga Nacional

Sedoso, amplitude, apimentado, longo
Silky, broad, spicy, long

00,00

Vinho Tinto C
Colheita 2006

Casta | Grape: Alicante Bouschet, Touriga Nacional

Profundo, volume, aveludado, persistente
Depth, volume, velvety, persistence

00,00

Vinho Tinto D
Colheita 2020

Casta | Grape: Alicante Bouschet, Castelão, Aragonez

Estruturado, fruta madura, fresco, longo
Structured, ripe fruit, fresh, long

00,00

Vinho Tinto E
Grande Reserva 2017

Casta | Grape: Syrah, Aragonez e Touriga Nacional.

Intenso, fruta negra, especiarias, sedoso
Intense, black fruit, spice, silky

00,00

Vinho Tinto F
Vinhas Velhas 2017

Casta | Grape: Vinhas Velhas, Old Vines

Frescura, fruta silvestre, firme, harmonioso
Freshness, wild fruit, firm, harmonious

Este estabelecimento possui Livro de Reclamações / This establishment has a complaint book at your disposal
IVA incluído à taxa legal em vigor / VAT included at legal tax



RESTAURANTE

Vinhos de Sobremesa

Dessert Wines

Portugal elabora alguns dos mais reputados vinhos de sobremesa do mundo. Moscatel de Setúbal, Vinho do Porto, Vinho da Madeira, estão entre os melhores. Outros vinhos, como os de Colheita Tardia alargam o doce leque de escolha. São o acompanhamento perfeito para a parte final de uma refeição.

Portugal produces some of the most famous dessert wines in the world. Moscatel de Setúbal, Port and Madeira are among the best. Other wines, such as the Late Harvest, broaden the sweet selection. They are the perfect accompaniment to the latter part of a meal.

	7 cl	7 cl		
	€	€		
DO / IG	Vinho Doce A Colheita 2021 Casta Grape: Moscatel	00,00	Vinho Doce F Colheita 2021 Casta Grape: Moscatel	DO / IG
	Fruta em calda, casca de laranja, doce e fresco <i>Fruit in syrup, orange peel, sweet and fresh</i>		Complexo, frutos secos, floral, fresco, longo <i>Complex, Dried Fruit, Floral, Fresh, Long</i>	
DO / IG	Vinho Doce B 10 anos Casta Grape: Moscatel	00,00	Vinho Doce G Licoroso 5 anos Casta Grape: Alicante Bouschet	DO / IG
	Alecrim, frutos secos, mel, fresco e persistente <i>Rosemary, nuts, honey, fresh and persistent</i>		Refinado, tangerina, aveludado, longo. <i>Refined, tangerine, velvety, long.</i>	
DO / IG	Vinho Doce C 20 anos Casta Grape: Fernão Pires	00,00	Vinho Doce H Abafado 5 anos Casta Grape: Fernão Pires	DO / IG
	Doce laranja, earl grey, equilíbrio, persistência <i>Sweet orange, earl grey, balance, persistence</i>		Profundo, figo seco, mel, intenso e longo <i>Deep, dried fig, honey, intense and long</i>	
DO / IG	Vinho Doce D 10 anos Casta Grape: Touriga Nacional, Touriga Franca, etc.	00,00	Vinho Doce I LBV 2018 Casta Grape: Touriga Nacional, Touriga Franca, etc.	DO / IG
	Elegante, frutos secos, suave e persistente <i>Elegant, dried fruit, smooth and persistent</i>		Fruta preta, chocolate, intenso, persistente <i>Black fruit, chocolate, intense, persistent</i>	
DO / IG	Vinho Doce E Colheita Tardia 2020 Casta Grape: Fernão Pires	00,00	Vinho Doce J Meio Doce 5 anos Casta Grape: Boal	DO / IG
	Exuberância aromática, elegância, delicioso <i>Aromatic exuberance, elegance, delicious</i>		Rico, intenso, figos, caramelo, fumados <i>Rich, intense, figs, caramel, smoked</i>	

Este estabelecimento possui Livro de Reclamações / This establishment has a complaint book at your disposal
IVA incluído à taxa legal em vigor / VAT included at legal tax



RESTAURANTE

Digestivos Regionais

Local Spirits | Liqueurs

		
Aguardente de Fruto (5 cl)	0,00€	
Aguardente de Fruto Envelhecida (5 cl)	0,00€	
Aguardente Bagaceira (5 cl)	0,00€	
Aguardente Vínica Velha (5 cl)	0,00€	
Licor de Fruta (3 cl)	0,00€	
Licor de Fruta (3 cl)	0,00€	
Licor de Ervas (3 cl)	0,00€	
Licor de Ervas (3 cl)	0,00€	

Refrigerantes | Água | Cerveja

Soft Drinks | Water | Beer

Água lisa	0,00€
Água c/Gás	0,00€
Refrigerantes	0,00€
Sumo natural	0,00€
Imperial	0,00€
Caneca	0,00€
Cerveja Garrafa	0,00€
Cerveja Artesanal	0,00€
Sidra	0,00€

Digestivos

Spirits | Liqueurs

		
Rum (5 cl)	0,00€	
Whisky Novo (5 cl)	0,00€	
Whisky 12 Anos (5 cl)	0,00€	
Whisky Single Malt (5 cl)	0,00€	
Vodka (5 cl)	0,00€	
Aguardente Vínica Velha XO (5 cl)	0,00€	
Cognac (5 cl)	0,00€	

Cafetaria

Coffee | Teas

Café Expresso	0,00€
Capuccino	0,00€
Chá Verde	0,00€
Chá Preto	0,00€
Infusões	0,00€

Este estabelecimento possui Livro de Reclamações / This establishment has a complaint book at your disposal
IVA incluído à taxa legal em vigor / VAT included at legal tax

ENOGASTRONOMIA:

ALENTEJO LITORAL, NORTE ALENTEJO, PENÍNSULA DE SETÚBAL E RIBATEJO



ALENTEJO LITORAL OS VINHOS

O território do Alentejo Litoral, do ponto de vista vitivinícola, está abrangido por duas regiões vitivinícolas, a Península de Setúbal e o Alentejo.

Um cruzamento de influências entre as duas regiões vitícolas a que se junta outra influência, a do Atlântico, mesmo ao lado. Logo por esta razão percebe-se que os vinhos aqui produzidos terão influências que determinam o seu perfil.

Comparativamente ao Alentejo interior, as temperaturas normalmente são amenas durante todo o ano, exceto em alguns períodos de ventos. Nas tardes de verão são comuns brisas marítimas intensas e carregadas de humidade que equilibram a maturação das uvas.

Relativamente à parte correspondente à Península de Setúbal, aqui a sul, o clima é mais quente e seco, do que nas áreas a norte, embora refrescado pelo Atlântico. Os vinhos desta zona são marcados pela intensa exposição solar mas equilibrados pelas temperaturas noturnas e a frescura da orla marítima.

As vinhas mais próximas do interior, inseridas em pequenas encostas com pequenas manchas de xisto, potenciam a produção de vinhos com superior teor alcoólico e concentração. Areias, calcários, grauvaques, são mais algumas das tipologias de solos.

Neste território há uma vaga de criatividade e inovação, com a introdução de castas inusitadas, sejam nacionais ou internacionais.

Também novos produtores, cada um à sua maneira, com a sua individualidade, contribuem com vinhos originais, de perfis diferenciados enriquecendo o património coletivo.

As características do território favorecem esta vaga. Apesar desta energia, os perfis de vinhos mais clássicos ou tradicionais ganham fôlego ou mantêm-se vivos e nas graças dos apreciadores.

Como perfil geral, os vinhos brancos evidenciam frescura aromática e estrutural, com vestígios de salinidade da proximidade atlântica. Os tintos conseguem o feliz equilíbrio entre alguma força alcoólica sem perder acidez que lhes confere forte vocação gastronómica.

Principais castas:

Castas Brancas: Antão Vaz, Roupeiro (Siria), Arinto, Fernão Pires, Alvarinho.

Castas Tintas: Alfrocheiro, Alicante Bouschet, Aragonês, Trincadeira, Castelão, Touriga Nacional.

ALENTEJO LITORAL

PATRIMÓNIO GASTRONÓMICO

O Alentejo Litoral abrange cinco concelhos: Alcácer do Sal, Grândola, Odemira, Santiago do Cacém e Sines. Esta região possui uma extensa faixa costeira, que se estende desde a Península de Tróia até ao limite do concelho de Odemira.

A gastronomia local é uma combinação de sabores do mar, da terra e do rio, resultante das influências do Alentejo Interior e da pesca ao longo da costa. Esta diversidade de recursos naturais contribui para uma culinária rica e variada.

Nos concelhos de Alcácer do Sal e Grândola, destaca-se a produção da Carne da Charneca – DOP, proveniente da raça bovina Preta, sendo consumida grelhada ou em diversos pratos típicos. Além disso, as carnes de porco e borrego são as mais utilizadas na confeção de muitos pratos locais.

Os enchidos tradicionais, incluindo linguiça, chouriço e farinheira, refletem a notoriedade do fumeiro alentejano.

As carnes de caça, como a lebre, o coelho, a perdiz e o javali, também são muito apreciadas, sendo utilizadas numa grande variedade de pratos e petiscos típicos da região.

Nos municípios costeiros de Grândola, Santiago do Cacém, Sines e Odemira, o peixe desempenha um papel central na gastronomia, integrando pratos como caldeiradas, sopas de peixe e ensopados.

O marisco é outro ingrediente fundamental em várias preparações que identificam esta região.

Para além dos produtos do mar, a terra também oferece uma variedade de ingredientes essenciais, como o arroz, o feijão, o azeite, o pão, o vinho, o mel, o pinhão e vegetais silvestres, como espargos selvagens, cogumelos bravos, túbaras, beldroegas, carrasquinhas, medronho e murtinhos.

Os queijos de ovelha, em especial os da Mimososa, produzidos em Alvalade, são muito apreciados. Estes podem ser adquiridos simples ou barrados com sal ou colorau. Outro destaque é o Queijo Serpa – DOP, cuja área de produção inclui algumas freguesias destes concelhos.

Na doçaria, uma das especialidades da região são os doces de pinhão, que fazem parte de um rico receituário, além de outras especialidades que enriquecem o património doceiro local como as Alcomonias.

ALENTEJO LITORAL

HARMONIZAÇÃO

CAÇA, LEBRE

A lebre possui um sabor profundo e acentuado, de textura firme, mas succulenta, tenra e saborosa, quando bem preparada. O uso de marinadas é comum, permitindo que a lebre absorva os sabores antes da preparação. Tradicionalmente, estes pratos são preparados com cozedura lenta, como ensopados e estufados. Métodos que ajudam a amaciar a carne e a intensificar o paladar. Ingredientes como vinho, ervas aromáticas, alho, cebola e especiarias, são frequentemente usados para complementar e realçar o sabor da carne.

Exemplo:

Lebre com Feijão Branco, Lebre (ou coelho bravo)
Assada no Forno com Arroz

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

Pratos de lebre exigem vinhos de corpo robusto e estrutura sólida para complementar a intensidade dos sabores da carne. A firmeza dos taninos é essencial para equilibrar a riqueza da carne, enquanto a sensação de secura dos taninos harmoniza com a gordura resultante do processo de cozedura.

Vinhos com complexidade aromática, com notas de especiarias, terra, couro e frutos negros, são ideais, pois ressoam com os aromas presentes nos pratos de lebre.

Essas características costumam ser encontradas em vinhos envelhecidos em barricas de carvalho e com algum tempo de garrafa, conferindo-lhes a profundidade e sofisticação necessárias para esse tipo de harmonização.

ALENTEJO LITORAL

HARMONIZAÇÃO

PEIXE DO RIO ENSOPADOS

Os pratos de ensopado de safio e de enguias são especialidades de sabor intenso. O safio, um peixe de carne firme e saborosa, que se mantém bem durante a confeção, absorvendo os sabores do ensopado. As enguias são conhecidas pela sua carne delicada, tenra e suculenta. O caldo do ensopado, é rico, geralmente feito com tomate, cebola, alho, pimento e azeite, resulta num paladar profundo e aromático.

Exemplo:

Ensopado de Enguias

Ensopado de Safio

Pitéu de enguia

VINHOS BRANCOS ADEQUADOS

A elevada acidez do vinho é essencial para equilibrar a riqueza do ensopado e a gordura natural dos peixes, refrescando o paladar. O corpo médio oferece a estrutura adequada para acompanhar a complexidade do prato, sem sobrecarregar os sabores.

Aromas herbáceos no vinho complementam as ervas utilizadas na preparação, criando uma harmonização aromática.

Uma leve mineralidade no vinho combina com o peixe e os sabores do caldo, enquanto a persistência marcante é fundamental para equilibrar a intensidade do ensopado, garantindo que ambos se valorizem mutuamente.

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

Um corpo moderado, mas assertivo, proporciona o equilíbrio ideal para contrapor a consistência e gordura do prato. A frescura dos taninos e a acidez vivaz garantem uma sensação de leveza e frescura. As notas de frutas vermelhas, ervas e um toque de especiarias complementam e realçam os aromas do prato, criando uma harmonização rica e envolvente. A persistência do sabor do vinho é fundamental, permitindo que ambos — vinho e prato — se destaquem em igual medida.

ALENTEJO LITORAL

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS DE AMÊNDOA, FRUTOS SECOS, OVOS, GILA

Sobremesas com frutos secos, ovo e gila são valorizadas pelo seu sabor intenso e marcante, com doçura elevada e variação de texturas, que podem ir da suavidade à crocância. O açúcar, mel e especiarias contribuem para intensificar ainda mais o sabor.

O ovo, dependendo da preparação desempenha um papel essencial na criação de uma consistência distinta, seja mais leve ou mais densa, proporcionando uma textura única.

Exemplos:

Rebuçados de Ovos

VINHOS ADEQUADOS

Os vinhos com doçura média a alta, corpo médio a elevado, e notas de frutos secos, mel, flores e especiarias, são uma excelente escolha para acompanhar sobremesas.

A acidez presente nesses vinhos equilibra a doçura, ao mesmo tempo que realça a possível textura crocante de certos doces.

A generosidade do álcool combina bem com a densidade das sobremesas.

Os vinhos que passam por algum estágio de envelhecimento, que intensificam os sabores de frutos secos, amêndoas e notas caramelizadas, são ideais para acompanhar sobremesas tradicionais que partilham desses mesmos perfis.

Além dos vinhos, licores de amêndoa, limão ou laranja também podem ser boas opções.

ALENTEJO LITORAL

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS BISCOITOS

Muito populares. Variam das texturas secas e crocantes a mais macias e perfumadas. O nível de doçura é variável. Muitas vezes incluem notas de baunilha, limão, canela, amêndoas ou outros ingredientes aromáticos. A harmonização de vinhos com estes doces deve considerar a textura, a doçura e os aromas característicos dos biscoitos.

Exemplos:

Popias

Biscoitos Fritos

Popias Caiadas de Alvalade

Alconcoras

Cachamurras

VINHOS ADEQUADOS

A doçura média do vinho é geralmente suficiente para equilibrar a doçura dos biscoitos, proporcionando harmonia sem sobrecarregar o paladar. A acidez é fundamental para manter a frescura e evitar que a combinação se torne enjoativa, além de realçar a textura crocante dos biscoitos.

Notas de frutos secos, mel, flores e laranja no vinho complementam os sabores presentes nos biscoitos, especialmente aqueles com ingredientes aromáticos. Para biscoitos mais "tostados", vinhos com toques de frutos secos e caramelizados são ideais. Espumantes com algum grau de doçura trazem um jogo de texturas interessante, enquanto licores de amêndoa ou outros de tradição regional fazem uma excelente combinação.

ALENTEJO LITORAL

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS, FRUTOS SECOS PINHÕES

Doces de frutos secos, como nozes, amêndoas, avelãs e pinhões, conferem um sabor intenso e torrado aos doces. Também a textura crocante que contrasta com a suavidade do mel, dos ovos e farinha. Os pinhões têm um sabor delicado e subtil, levemente adocicado e amanteigado que se integra na perfeição em confeitaria. Em doces como pinhoadas e torrões, os pinhões proporcionam uma crocância distinta.

Exemplos:

Pinhoadas
Alcomonias
Tarte de Pinhão

VINHOS ADEQUADOS

Vinhos com um certo nível de doçura são perfeitos para harmonizar com a doçura natural dos frutos secos e dos ingredientes doces. É importante que tenham uma generosidade no paladar, semelhante à das iguarias da confeitaria. Os vinhos licorosos, com teor alcoólico mais elevado, são especialmente eficazes, desde que apresentem acidez suficiente para evitar que a combinação se torne monótona, criando um contraste agradável. Optar por vinhos que tenham estagiado em madeira é uma excelente escolha, pois ganham notas caramelizadas e de frutos secos, que complementam de forma harmoniosa os sabores dos doces.

NORTE ALENTEJO

OS VINHOS

O Norte Alentejo contrasta com a imagem genérica de planície associada ao Alentejo. Aqui, no limite da fronteira com Espanha, a orografia é mais acidentada, com relevos proeminentes e com uma densa rede hidrográfica de superfície. O Parque Natural da Serra de São Mamede é o principal elemento definidor do seu carácter único. Além de outras atividades agrícolas, a vitivinicultura tem um papel preponderante na economia da região.

Este território, do ponto de vista vitivinícola, abrange as sub-regiões de Portalegre e Borba, às quais se junta Campo Maior. Borba reúne diversos estilos de vinhos alentejanos, refletindo todas as subtilezas associadas às castas. Entre as oito sub-regiões vitivinícolas do Alentejo, Portalegre destaca-se pela singularidade das suas condições.

Desde os solos às vinhas, da altitude média à idade das vinhas, aqui tudo é diferente.

Na sua maioria, os solos são graníticos, embora nas cotas mais baixas constem pequenas manchas de xisto e quartzitos. Encostas e o clima são outros elementos da assinatura do território.

Plantadas, na sua maioria, nos contrafortes da Serra de S. Mamede, cujos picos chegam a ultrapassar os mil metros de altitude, as vinhas usufruem de condições que lhes conferem frescura e complexidade.

O clima é variado, alterna entre o continental, o mediterrânico e o atlântico. Em geral, é mais fresco, o que leva a vindima a começar aqui quase um mês depois das zonas mais a sul.

As inúmeras pequenas parcelas de vinha dominam a paisagem. Boa parte delas está plantada com videiras velhas, não aramadas e em sequeiro, com idades que chegam a ultrapassar os setenta anos, algumas são centenárias.

Destas vinhas não se espera produção abundante, bem pelo contrário. Em compensação não lhes falta personalidade, equilíbrio e concentração de sabor.

Aqui, a combinação de castas é também muito distinta das outras zonas do Alentejo. A uva tinta Grand Noir, por exemplo, tem feito parte do encepamento tradicional do Norte Alentejo.

Os vinhos são reconhecidos por ter um pouco mais de acidez e frescura, sendo em regra elegantes e finos, com grande potencial de longevidade, evoluindo bem em garrafa.

Esta combinação de fatores distintivos, faz da serra e do Norte Alentejo um local muito especial. E por isso tem atraído produtores e enólogos de outras regiões.

No Norte Alentejo também se certifica como “Regional Alentejano”, permitindo, por exemplo, o uso de castas não tradicionais.

Principais castas:

Castas Brancas: Roupeiro (Siria), Arinto, Fernão Pires, Trincadeira das Pratas, Alicante Branco, Diagalves, Manteúdo, Malvasia Rei.

Castas Tintas: Aragonês, Grand Noir, Alfrocheiro, Alicante Bouschet, Trincadeira, Castelão, Touriga Nacional

NORTE ALENTEJO

PATRIMÓNIO GASTRONÓMICO

O território do Norte Alentejo abrange os concelhos de Arronches, Campo Maior, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Marvão, Monforte, Nisa, Portalegre e Sousel.

A paisagem do Norte Alentejo é bastante diversificada, com planícies, colinas suaves e algumas áreas montanhosas. A agricultura e a silvicultura continuam a ter um papel importante na economia local, com destaque para a vitivinicultura e outros produtos de qualidade, certificados a nível internacional.

A pecuária também tem grande relevância, especialmente na produção da Carnalentejana – DOP, uma carne de vaca conhecida pela sua suculência e sabor intenso.

Entre os produtos locais de destaque, encontra-se o Azeite do Norte Alentejano – DOP, de baixa acidez, frutado e suave, a Cereja de S. Julião-Portalegre – DOP, famosa pela sua cor preta e sabor doce, e a Castanha Marvão-Portalegre – DOP.

O Queijo de Nisa – DOP, um queijo curado e de pasta semidura, feito com leite cru de ovelha da raça Merina Branca, também se destaca e é apreciado além-fronteiras.

Na gastronomia tradicional da região, o porco, o borrego e as ervas aromáticas são ingredientes essenciais, a exemplo da Carne de Porco frita e do Ensopado de Borrego.

Pratos típicos como o Sarapatel e o Cachafrito fazem parte das especialidades mais famosas do Norte Alentejo.

A salsicharia é reconhecida pelos seus enchidos de qualidade, e o uso de ervas e plantas silvestres na culinária, que a par do pão, são elementos distintivos desta cozinha.

O pão é utilizado em diversas receitas, como açordas, gaspacho, migas e na famosa boleima.

A doçaria da região, especialmente a conventual, também se destaca, com exemplos como o Manjar Branco do Convento de Santa Clara de Portalegre e os Rebuçados de Ovos de Portalegre.

As Ameixas Doces d'Elvas – DOP são uma iguaria irresistível, e não podemos esquecer o café de Campo Maior, onde se encontra a maior zona industrial de torrefação de cafés da Península Ibérica.

NORTE ALENTEJO

HARMONIZAÇÃO

AÇORDAS – TRADIÇÃO E CONFORTO

As açordas são um prato tradicional a partir de ingredientes simples e acessíveis, como pão, azeite, alho, coentros, água ou caldo, e frequentemente enriquecidas com ovos ou peixe. De textura solta e líquida o pão é desfeito numa mistura de água ou caldo, criando uma espécie de sopa espessa e reconfortante, em que o sabor é marcado igualmente por coentros e alho.

Exemplo:

Açorda Alentejana

VINHOS BRANCOS ADEQUADOS

As açordas, combinam com vinhos brancos que têm acidez refrescante, aromas vivos e herbáceos que complementam os coentros e o alho, com frescura e elegância. Igualmente, devem ter uma textura cremosa para conciliar a suavidade da açorda. Já o corpo envolvente contribui na união de todos os sabores e componentes do prato.

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

Os vinhos tintos mais delicados, de corpo moderado, mas sempre envolventes, de taninos suaves, fluidos, ligam com a textura líquida e suave da açorda. Devem ser vinhos que preservam boa frescura de paladar e aroma, em clara associação aos coentros e alho. Aqueles trabalhados com barrica funcionam bem desde que a madeira não seja dominante.

NORTE ALENTEJO

HARMONIZAÇÃO

ENSOPADO DE BORREGO

O ensopado de borrego é um prato tradicional rico e saboroso, preparado com carne tenra, ervas aromáticas, especiarias e, muitas vezes, legumes e vinho. O borrego tem um sabor pronunciado e suculento, que é intensificado pela cozedura lenta. A carne geralmente fica tenra devido ao longo tempo de cozedura. Servido quente sobre fatias de pão rústico, permitindo que o pão absorva o molho, o que adiciona outra camada de textura.

VINHOS BRANCOS ADEQUADOS

Embora os vinhos tintos sejam geralmente os mais competentes, alguns vinhos brancos entroncados de corpo, conseguem lidar com a exigência dos sabores do prato e enfrentar a substância e firmeza da carne, assim como a envolvência do caldo. A inclusão de alguns elementos que acrescentem frescura, tal como cítricos e ervas aromáticas, podem facilitar a vida ao vinho branco. Possuir acidez intensa equilibra a consistência do prato. Vinhos com fermentação e maturação em madeira conferem na boca uma sensação mais rica e aveludada que apetrecha o vinho para uma harmonia bem sucedida.

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

Vinho de corpo médio a encorpado, boa carga de taninos, mas polidos e sem adstringência, de paladar cheio e envolvente, com pujança frutada e complexidade. O corpo médio a cheio do vinho equipara a riqueza do prato. O paladar abundante de fruta complementa a suculência, a tenrura da carne e sabor do caldo. Os taninos e acidez trazem balanço e frescura ao paladar, tal como potenciam a persistência de sabor.

NORTE ALENTEJO

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS BOLOS

São uma presença constante na gastronomia portuguesa, com uma grande variedade de sabores e texturas, desde os bolos simples e esponjosos até aos bolos mais ricos e densos com frutas, nozes e cremes. Harmonizar vinhos com estes doces requer atenção às características específicas dos bolos. Normalmente, os bolos são doces mas a intensidade pode variar significativamente.

Exemplos:

Sericaia com Ameixa d'Elvas, Bolo de Mel, Boleima de Portalegre

VINHOS ADEQUADOS

A doçura do vinho é essencial para harmonizar com a doçura dos bolos, criando um equilíbrio agradável. O corpo do vinho deve ser ajustado à consistência do bolo: vinhos mais encorpados combinam com bolos densos, enquanto vinhos de corpo leve ou médio são mais adequados para bolos mais suaves. A acidez desempenha um papel crucial, equilibrando a doçura e trazendo frescura, além de unir os sabores dos recheios ou outros elementos, como frutas e cremes.

Os aromas do vinho devem refletir os sabores do bolo, podendo ser mais ou menos caramelizados conforme o perfil do doce. Licores regionais, como os de amêndoa, limão ou laranja, são também opções interessantes para acompanhar sobremesas. Espumantes doces, com a sua acidez e efervescência, acrescentam equilíbrio à doçura e uma dinâmica de texturas.

NORTE ALENTEJO

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS CREMES, PUDIM

Doces ou sobremesas como o leite creme e o pudim, bastante populares e tradicionais, são apreciados pela sua textura cremosa, frequentemente semi-líquida, com uma consistência variável, mas sempre caracteristicamente doce. Estas sobremesas destacam-se por notas marcantes de baunilha e caramelo, que são elementos-chave no seu sabor. No caso do leite creme, há ainda a adição de uma crosta de açúcar queimado, que cria um contraste crocante e caramelizado, adicionando uma dimensão extra à sobremesa.

Exemplos:

Manjar Branco do Convento de Santa Clara de Portalegre

VINHOS ADEQUADOS

Considerar uma doçura equivalente à da sobremesa, garantindo o equilíbrio de sabores. Um vinho de corpo médio com boa sensação de álcool complementa a consistência dos doces, enquanto uma acidez equilibrada a intensa cria o contraste necessário para cortar a doçura e reduzir a sensação de revestimento na boca.

Servir as bebidas a uma temperatura mais fria ajuda a atenuar o açúcar, proporcionando um contraste agradável com a doçaria.

Espumantes doces são uma excelente opção, pois, graças à acidez e efervescência, conseguem "quebrar" a untuosidade e cremosidade das sobremesas, tornando a experiência menos enjoativa. Além disso, alguns licores bem gelados podem complementar o perfil doce, criando um equilíbrio refrescante e agradável.

PENÍNSULA DE SETÚBAL OS VINHOS

Foram os Fenícios e os Gregos que trouxeram do Próximo Oriente muitas castas para esta região. Perceberam que o clima ameno, as encostas da Arrábida e a zona ribeirinha do Tejo eram propícias ao cultivo da vinha.

Ao longo dos séculos outros povos promoveram a produção de vinho na região, tradição que ainda hoje prevalece.

A Península de Setúbal varia entre zonas planas e arenosas e a paisagem mais montanhosa da Serra da Arrábida.

E é aqui perto da Serra da Arrábida, com solos de argilo-calcário e clima suave, que se conjugam as condições perfeitas para produzir vinhos D.O. Setúbal, que inclui os tradicionais vinhos fortificados Moscatel de Setúbal e Moscatel Roxo de Setúbal.

Este clima e restantes condições também é favorável à produção de vinhos brancos de alta qualidade, com frescura, vigor e capacidade de envelhecimento.

Nas planícies com solos arenosos e grandes amplitudes térmicas, há ótimas condições para produzir vinhos tintos robustos, sendo a área predileta para a casta Castelão.

A qualidade dos vinhos desta região levou ao reconhecimento das Denominações de Origem Controladas “Setúbal” para a produção do vinho generoso (Moscatel de Setúbal e Moscatel Roxo de Setúbal) e “Palmela”, na qual, para além dos vinhos branco e tinto, se inclui também a produção de vinho frisante, espumante, rosado e licoroso.

Para o Vinho Regional ou IG “Península de Setúbal”, a palavra-chave é “diversidade” de castas. Produz vinhos tintos e brancos de alta qualidade com características distintas, atendendo a uma ampla gama de preferências do consumidor, graças à diversidade de solos, exposições, maior ou menor proximidade ao oceano Atlântico.

Principais castas:

Castas Brancas: Arinto, Moscatel de Setúbal, Fernão Pires.

Castas Tintas: Moscatel Roxo, Aragonês, Castelão, Touriga Nacional.

PENÍNSULA DE SETÚBAL

PATRIMÓNIO GASTRONÓMICO

Localizado na região de Lisboa e Vale do Tejo, este território destaca-se pelo seu vasto potencial agrícola, florestal e pesqueiro.

Aqui são produzidos produtos emblemáticos, como os vinhos DOC Palmela e DOC Setúbal, especialmente o famoso Moscatel de Setúbal.

O Queijo de Azeitão – DOP é um dos queijos mais prestigiados de Portugal. A sua qualidade deve-se às pastagens da Serra da Arrábida, que alimentam as ovelhas, e à utilização da flor de cardo (*Cynara Cardunculus L.*), uma planta selvagem do sul do país, para coagular o leite.

As Ostras de Setúbal são outro tesouro regional, apreciadas tanto em Portugal como no estrangeiro.

Na costa, o peixe-espada preto de Sesimbra, capturado artesanalmente, também goza de grande reconhecimento.

A tradição piscatória desta região deu origem às famosas caldeiradas dos diferentes concelhos. Antigamente, era preparada com "o peixe que houvesse"; atualmente, utiliza-se amêijoas, tamboril, safio, raia e cherne para conferir um sabor característico.

A Sopa Caramela – confeccionada à base de batata, feijão, hortaliças, cenoura, toucinho e enchidos – tem a sua origem atribuída às populações rurais que vinham da Beira Litoral em busca de trabalho, sobretudo para a zona de Rio Frio, a quem se dava o nome de "caramelos".

A ligação entre a terra e o rio é evidente em pratos como Carne de Porco com Enguias. O Pombo Estufado mantém viva uma tradição de Palmela.

A doçaria da região é também rica e variada, com destaque para as Tortas de Azeitão, os Barquinhos de laranja de Setúbal, os Esses de Azeitão e a Farinha Torrada de Sesimbra que atraem muitos visitantes.

A Fogaça de Palmela, bolo tradicional da vila de Palmela, era originalmente cozida sobre o borralho da lareira ou no forno.

A região, rica em plantas aromáticas, oferece excelentes condições para a produção de mel. O mel da Arrábida, em particular, destaca-se pelo seu sabor aveludado e único.

Outra especialidade local é a Maçã Riscadinha de Palmela – DOP, que só cresce nos pomares da região envolvente. Reconhecida pelo seu formato achatado e intenso aroma, esta maçã chegou a ser usada antigamente para perfumar as casas. Com a sua polpa sumarenta, doce e de textura macia, tornou-se um ingrediente popular na gastronomia regional.

PENÍNSULA DE SETÚBAL

HARMONIZAÇÃO

CALDEIRADAS DE PEIXE E MARISCO

A caldeirada é preparada com uma ampla variedade de peixes frescos e mariscos. Além destes, inclui legumes essenciais como batatas, cebolas, tomates, pimentos e alho, dispostos em camadas e cozinhados lentamente, permitindo que os sabores se integrem e se intensifiquem. Ervas aromáticas, juntamente com especiarias, adicionam profundidade e complexidade ao prato. A cozedura em lume brando, permite aos ingredientes libertar os seus sabores naturais, criando um caldo saboroso e aromático.

Exemplo:

Caldeirada à Fragateiro da Moita
Caldeirada à Sesimbrense
Caldeirada de Alcochete
Caldeirada de Sardinha
Caldeirada à Pescador
Caldeirada à Setubalense

VINHOS BRANCOS ADEQUADOS

Vinhos brancos são a opção mais habitual com pratos de caldeirada de peixe e marisco. A caldeirada, rica em sabores marinhos e complexidade de texturas, requer vinhos de algum corpo, não pesados, mas intensos de sabor e frescura. A acidez é um atributo elementar na ligação com peixe e marisco, com o caldo e elementos ácidos do mesmo. Os aromas frutados de citricos e florais complementam os sabores frescos e delicados da caldeirada. Persistência aromática e alguma salinidade são atributos que harmonizam bem.

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

Menos convencional, a harmonização de vinhos tintos com caldeiradas de peixe e marisco não invalida a possibilidade de boa experiência. Vinhos de corpo moderado, bem compostos de fruta, amplos e envolventes, sem perder noção de frescura. Evitar os vinhos muito estruturados ou opulentos. Os taninos suaves e pouco adstringentes são favoráveis. Esta suavidade permite que os sabores dos frutos do mar se mantenham presentes e equilibrados na boca. Componentes aromáticos de ervas aromáticas ou florais são bem-recebidos.

PENÍNSULA DE SETÚBAL

HARMONIZAÇÃO

SOPA RICA COM CARNE

Conjuga carne, leguminosas, enchidos e pão. É um prato robusto e saboroso, repleto de texturas e sabores intensos.

A combinação de carne, leguminosas e enchidos resulta em sabores profundos e ricos. As leguminosas e as carnes contribuem para uma textura espessa e substancial. Os enchidos adicionam notas condimentadas, picantes e fumadas. Elementos gordurosos, provenientes dos enchidos e das carnes transferidos para o caldo, promovem o acentuar da riqueza global do prato.

Exemplos:

Sopa Caramela

Sopa de ossos carregados

VINHOS BRANCOS ADEQUADOS

Vinhos de corpo médio a encorpado, para igualar a densidade e a complexidade da sopa e não ficar totalmente subjugada. A generosidade do álcool pode ser útil. A acidez elevada ajuda a cortar a gordura e a refrescar o paladar, equilibrando a riqueza da sopa. Características como aromas a fruta madura, especiarias e notas fumadas podem complementar os enchidos e a profundidade de sabor da sopa. Significa que os vinhos trabalhados com barrica e contato com borras finas ou curtimenta estão mais aptos a igualar a persistência do prato.

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

O vinho tinto para fazer face aos sabores ricos e robustos da sopa, deve ser encorpado o suficiente para igualar a densidade da sopa. Os taninos amplos, carnudos, complementam a textura da sopa sem adstringência exagerada. A acidez é crucial para equilibrar a gordura e refrescar o paladar. O aroma e paladar devem ser ricos em frutos maduros, envoltos em especiarias e fumados para complementar os enchidos e a carne. Persistência gustativa é vital para acompanhar os sabores prolongados da sopa. Vinhos submetidos a estágio em madeira exibem boa parte dos atributos referidos.

PENÍNSULA DE SETÚBAL

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS DOCE DE LARANJA, DE FRUTA, MEL

Doces e sobremesas em que os recheios integram fruta, como laranja, e mel, apresentam um sabor predominante doce, mas equilibrado com a acidez das laranjas. Propiciam um contraste delicioso entre a crosta exterior e a maciez do recheio. A pêra cozida no vinho Moscatel, que infunde a fruta, com humidade e sabor, ganha uma textura macia que se desfaz na boca. O vinho acrescenta igualmente as suas características ao conjunto.

Exemplos:

Barquinhos de Laranja de Setúbal

Dom Filipe

Pêra Cozida em Moscatel

Santiago

Pastel de Moscatel de Setúbal

VINHOS ADEQUADOS

Doçura média a alta, corpo médio a elevado, notas laranja, alperce, mel, flores e especiarias. A acidez elevada equilibra a doçura e realça eventual textura crocante da iguaria.

O vinho fortificado Moscatel de Setúbal ajusta-se a estas características, e os seus aromas de laranja, fazem-no naturalmente como opção certa. Não é necessário usar vinhos de estágio muito prolongado, de modo que o perfil aromático (a laranja e citrinos) se mantenha dominante.

Os Vinhos Colheita Tardia podem ser opção. Para harmonizar com a pêra, o vinho da receita serve perfeitamente.

PENÍNSULA DE SETÚBAL

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS

TORTA DE AZEITÃO

Especialidade doce que leva o nome da vila de origem, apresenta-se tipicamente enroladas em forma de cilindro, de massa leve e esponjosa. A massa (farinha, leite e ovos) depois da cozedura deve ficar com o aspecto meio cru, para manter a leveza e a textura macia. Depois é barrada com um creme de ovos e enrolada cuidadosamente para formar a torta.

VINHOS ADEQUADOS

A textura macia e cremosa da Torta de Azeitão, com seu sabor doce e aromático, harmoniza perfeitamente com o vinho licoroso Moscatel de Setúbal. A doçura e densidade do Moscatel equilibram a consistência e o doce da torta. É recomendável optar por vinhos de perfil mais jovem, onde notas de laranja, mel, alperce e tâmara se destacam. Um bom nível de acidez é essencial para manter a harmonia e evitar que a combinação se torne enjoativa. Servir o vinho a uma temperatura de 10°C-12°C potencializa essa harmonia. Vinhos doces de colheita tardia ou espumantes doces também podem surpreender de forma positiva.

PENÍNSULA DE SETÚBAL

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS BISCOITOS

Muito populares. Variam das texturas secas e crocantes a mais macias e perfumadas. O nível de doçura é variável. Muitas vezes incluem notas de baunilha, limão, canela, amêndoas ou outros ingredientes aromáticos. A harmonização de vinhos com estes doces deve considerar a textura, a doçura e os aromas característicos dos biscoitos.

Exemplos:

Farinha Torrada
Fogaças de Alcochete
Fogaças de Palmela
Esses de Azeitão

VINHOS ADEQUADOS

A doçura média do vinho é geralmente suficiente para equilibrar a doçura dos biscoitos, proporcionando harmonia sem sobrecarregar o paladar. A acidez é fundamental para manter a frescura e evitar que a combinação se torne enjoativa, além de realçar a textura crocante dos biscoitos.

Notas de frutos secos, mel, flores e laranja no vinho complementam os sabores presentes nos biscoitos, especialmente aqueles com ingredientes aromáticos. Para biscoitos mais "tostados", vinhos com toques de frutos secos e caramelizados são ideais. Espumantes com algum grau de doçura trazem um jogo de texturas interessante, enquanto licores de amêndoa ou outros de tradição regional fazem uma excelente combinação.

RIBATEJO OS VINHOS

O Ribatejo, localizado no centro de Portugal, é um território que faz parte de uma das áreas vitivinícolas mais antigas do país, hoje conhecida como Tejo. Antes de 2009, esta zona vitivinícola era conhecida como o Ribatejo.

O rio Tejo desempenha um papel vital na viticultura da região. Influencia a regulação da temperatura e, graças a esse efeito, a maturação das uvas na região tende a ser gradual e equilibrada. O rio também é responsável pela definição dos três terroirs de produção de vinho: o Campo, o Bairro e a Charneca.

A Denominação de Origem "Do Tejo" possui seis sub-regiões. O território rural do Ribatejo está inserido em duas delas: a sub-região Cartaxo (formada pelos concelhos da Azambuja e Cartaxo) e a sub-região Santarém (onde se incluem os concelhos de Rio Maior e Santarém). Ambas estão situadas na margem direita do rio Tejo.

A maior parte da sua área geográfica está situada entre o rio Tejo e o sistema montanhoso Sintra-Montejuento-Aire e Candeeiros-Estrela a Oeste, o que corresponde ao terroir do Bairro.

É uma zona composta por colinas e amplas planícies, ricas em solos de calcário e argila. Rio Maior é o único dos quatro municípios cuja área se encontra totalmente inserida no terroir do Bairro. Apesar da produção de vinhos brancos de qualidade, o Bairro é a zona ideal para as castas tintas com as quais se fazem vinhos bem amadurecidos, de forte estrutura e capacidade de envelhecimento.

Os outros três municípios incluem parte do seu território encostado ao rio, no terroir designado como Campo. Aqui os solos de aluvião, muito ricos, são responsáveis por elevados índices de fertilidade, condições favoráveis à produção de vinhos brancos. Em geral, macios, redondos, muito frutados. Aqui, a Fernão Pires é a uva rainha.

No Ribatejo, coexistem vinhos de estilo tradicional e moderno. Todos os tipos de vinho são produzidos, desde os mais leves até os mais robustos, incluindo espumantes de qualidade reconhecida. Vinhos de colheita tardia também estão disponíveis para acompanhar as sobremesas. Além disso, algumas variedades de uvas internacionais são utilizadas na produção de vinhos inovadores, que proporcionam novos sabores aos entusiastas.

Os vinhos que possuem a Denominação de Origem "Do Tejo" devem ser originários unicamente de uvas autorizadas que são cultivadas e vinificadas na área geográfica da DO "Do Tejo". Portanto, as sub-regiões Cartaxo e Santarém estão sujeitas às normas da DO "Do Tejo".

Nestas duas sub-regiões também se elaboram vinhos com direito à Indicação Geográfica "Tejo". A distinção reside na opção de usar outras variedades de uva além das aprovadas para a DO "Do Tejo".

Principais castas:

Castas Brancas: Arinto, Moscatel de Setúbal, Fernão Pires, Alvarinho.

Castas Tintas: Castelão, Tinta Roriz, Trincadeira, Touriga Nacional.

RIBATEJO PATRIMÓNIO GASTRONÓMICO

O Ribatejo é uma região que abrange os concelhos de Azambuja, Cartaxo, Rio Maior e parte de Santarém (exceto o núcleo urbano). Situado entre Lisboa e Porto e atravessado pelo rio Tejo, o território goza de uma localização central e privilegiada.

Com uma forte tradição rural, o Ribatejo oferece condições ideais para a agricultura, sendo o olival e a vinha culturas de grande importância.

Ingredientes como o pão, o azeite (Azeites do Ribatejo – DOP) e o alho são essenciais na cozinha local, complementados por uma grande variedade de produtos da horta.

O pão de trigo ou de milho, quando endurecido, é aproveitado para pratos típicos como a manja, o torricado (com ou sem bacalhau), as migas, o requentado e o magusto.

A carne de porco, galinha ou coelho era reservada para os domingos ou dias festivos. Carne de Porco à Cartaxeira, Coelho com ervilhas, Galucho, são alguns exemplos.

A Carne de Bravo do Ribatejo DOP está na base de receitas como o naco de boi com vinho tinto ou a carne de toiro com repolho.

A Sopa de Peixe do Rio é uma receita tradicional das populações ribeirinhas do Tejo, assim como a Fataça na Telha, assada no forno entre duas telhas de barro vermelho, seladas com massa crua de pão para reter os sucos.

O rio Tejo também inspira pratos como o ensopado de enguias, enguias fritas, açorda de sável, arroz de lampreia e a caldeirada à ribatejana.

A Tiborna de Bacalhau é outro prato típico, preparado pelos trabalhadores rurais em pouco tempo, durante a pausa do almoço.

O Cabrito Assado no Forno, do ecótipo “Serrano”, destaca-se pelo sabor distinto da carne, resultado das condições únicas de alimentação fornecidas pela flora e o clima do Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros.

Entre os queijos, os de cabra da Maçussa são apreciados nas melhores lojas e restaurantes.

A doçaria do Ribatejo é igualmente rica, com destaque para os Celestes de Santa Clara e o Pão de Ló de Rio Maior. Este último, criado na década de 1960, foi originalmente feito de forma artesanal, mas com o aumento da procura, passou a ser produzido industrialmente, mantendo, no entanto, as suas características tradicionais.

Destacam-se ainda os Arrepiados de Santarém, bolinhos de amêndoa com origem conventual, e as Queijadinhas de Azambuja, que possuem uma capa estaladiça e meia folhada, recheadas com um creme fresco e cítrico, enriquecido com pedaços crocantes de amêndoa, entre outras especialidades.

RIBATEJO HARMONIZAÇÃO

PEIXE DO RIO, ENSOPADOS

Os pratos de ensopado de safio e de enguias são especialidades de sabor intenso. O safio, um peixe de carne firme e saborosa, que se mantém bem durante a confeção, absorvendo os sabores do ensopado. As enguias são conhecidas pela sua carne delicada, tenra e succulenta. O caldo do ensopado, é rico, geralmente feito com tomate, cebola, alho, pimento e azeite, resulta num paladar profundo e aromático.

Exemplo:

Barbos de Molhata
Ensopado de Enguias
Molhata de peixe

VINHOS BRANCOS ADEQUADOS

A elevada acidez do vinho é fundamental para equilibrar a riqueza e a gordura natural dos peixes. Um corpo médio confere a estrutura necessária para acompanhar a complexidade do ensopado, enquanto aromas herbáceos complementam as ervas aromáticas utilizadas na receita. A mineralidade do vinho harmoniza com o peixe e os sabores do caldo, proporcionando uma ligação sutil. Além disso, a persistência do vinho é notável, contribuindo para um equilíbrio perfeito com o ensopado. Persistência notória para balancear o do ensopado.

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

Um corpo moderado, mas assertivo, é ideal para equilibrar a consistência e a gordura do prato. A frescura dos taninos e a acidez garantem uma sensação de vivacidade. Notas de fruta vermelha, ervas e sutis especiarias harmonizam-se bem com os aromas da preparação. Além disso, o sabor do vinho deve ter uma boa persistência, buscando igualar-se ao máximo ao perfil do prato, proporcionando uma harmonia coesa.

RIBATEJO HARMONIZAÇÃO

CARNE, BOVINOS

A carne bovina é cheia de sabor e suculência embora o corte específico da carne e o método de confecção possam influenciar a opção de vinho. Em geral, estas carnes têm um sabor profundo e robusto, especialmente em cortes mais gordurosos ou bem marmorizados. A textura pode variar de tenra e suculenta em cortes como o lombo, a mais firme em cortes como a alcatra. Pode ser preparada por diversos métodos de preparação, como ser grelhada, assada, estufada, entre outros, cada um trazendo nuances diferentes ao sabor da carne.

Exemplos:

Naquinhos de Vitela Brava com Carqueja
Pica-Pau de Bravo do Ribatejo DOP
Carne de Toiro Bravo. Carne de Toiro com repolho
Cozido Bravo à Ribatejana, Naco de Boi com Vinho Tinto

VINHOS BRANCOS ADEQUADOS

Embora os vinhos tintos sejam geralmente os mais capazes, alguns vinhos brancos bem encorpados podem ajustar-se com relativo sucesso. A inclusão de alguns elementos mais leves (cítricos, compota ácida, bom vinagre) ao prato ajudam o vinho branco.

Vinhos encorpados e bem volumosos para enfrentar a substância e firmeza das carnes. Com acidez intensa para equilibrar a consistência. O trabalho com madeira ajuda os vinhos a adquirir complexidade e persistência para complementar a do prato.

VINHOS TINTOS ADEQUADOS

Vinhos encorpados, de taninos firmes, acidez média, com aromas de fruta madura, notas de tostados, cedro, bosque e especiarias. A estrutura robusta de taninos de qualidade para enfrentar a suculência da carne, alguma complexidade de sabor e aroma para complementar o sabor da carne.

Para cortes como o bife de lombo e a costela, vinhos de boa estrutura tânica. Maior maciez, taninos moderados para cortes mais tenros como o 'filet mignon'. Bons taninos e acidez viva com notas frutadas e especiarias para cortes grelhados. Já os assados ou estufados pedem corpo cheio, boa carga de taninos, muita fruta e complexidade, especiarias que complementem estas confeções.

RIBATEJO

HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS

PÃO-DE-LÓ

Apesar das variações regionais, algumas características comuns são o uso profuso de ovos, batidos com açúcar e farinha até obter uma mistura muito fofo. Cozido a uma temperatura relativamente baixa para garantir que fique húmido no interior e levemente dourado por fora. O sabor tem bastante doçura a par de uma textura tipo esponja, húmida e cremosa no interior que reveste a boca.

Exemplos:

Pão-de-ló de Rio Maior

VINHOS ADEQUADOS

O vinho deve apresentar uma doçura abundante, suficiente para equilibrar o doce da receita. A acidez é fundamental para contrastar essa doçura, atravessando o revestimento cremoso e refrescando o paladar. Vinhos licorosos de perfil jovem, com notas de laranja e mel, são ótimas opções, assim como os de colheita tardia, que oferecem uma acidez abundante. Um espumante com açúcar residual em nível meio doce também proporcionará uma combinação deliciosa.

RIBATEJO HARMONIZAÇÃO

DOCES E SOBREMESAS GRÃO, AZEVIAS

As azevias de grão são um doce especialmente popular durante a época natalícia. São fritas e recheadas com um doce de grão-de-bico, têm uma textura crocante por fora e cremosa por dentro, com um sabor doce e especiado. O recheio é doce, aromatizado com canela e limão.

VINHOS ADEQUADOS

A sobremesa possui uma doçura equilibrada evitando excessos que poderiam sobrecarregar o paladar. A acidez vivaz complementa a crosta estaladiça, atenuando a doçura e mantendo uma sensação de frescura. Um corpo médio é ideal para acompanhar a consistência do doce, tornando desnecessário o uso de vinhos muito estagiados. Notas tostadas de madeira harmonizam bem com a canela. Espumantes com um bom nível de doçura são uma excelente escolha pois a interação entre a acidez e a efervescência combina perfeitamente com o crocante da fritura e a cremosidade do recheio.

BIBLIOGRAFIA

LIVROS

MOSER, Francisco, *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas*, Edições Cetop, 2002
GOMES, Vitor, *Gestão da Restauração*, Lidel, 2020
Manual Técnico de Vinhos, Turismo de Portugal, 2015
FATTORINI, J.E, *Managing Wine and Wine Sales*. International Thompson
Business Press, 1ª Edição, 1997
Receitas e Sabores dos Territórios Rurais, MINHA TERRA – Federação Portuguesa de
Associações de Desenvolvimento Local, Portugal 2013

TESES

PAULINO, Cristiano Morris Pereira, *Caracterização da Gestão de Vinhos nos Restaurantes do Segmento Médio Alto: Uma abordagem integrada*. Tese (Mestrado em Gestão Comercial) – Faculdade de Economia, Universidade do Porto. Porto, p.213. 2009.

SITES

<https://www.makro.pt>
<https://www.theforkmanager.com/pt>
<https://www.zenchef.com/pt>
<https://starwinelist.com>
<https://sommelierschoiceawards.com>
<https://melba.io/en>
<https://mag.sommtv.com>
<https://cardapioweb.com>
<https://marketing4restaurants.com>
<https://daily.sevenfifty.com>
<https://sommelierschoiceawards.com>
<https://www.usfoods.com>
<https://www.ice.edu/>
<https://www.barandrestaurant.com>
<https://www.menuzen.com>
[The Psychology of Restaurant Menu Design \[Infographic\] | On the Line | Toast POS \(toasttab.com\)](https://www.toasttab.com)
<https://www.researchgate.net/publication/322820565> [The Impact of Menus on the Customer Satisfaction in Restaurants Classified in Agaba Special Economic Zone Authority ASEZA](https://www.researchgate.net/publication/322820565)
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1467358417708228>
<https://www.cvrtejo.pt/>
<https://vinhosdapeninsuladesetubal.org/>
<https://winesofportugal.com/pt/>
<https://www.vinhosdoalentejo.pt/>



FICHA TÉCNICA

Coordenação do projeto:

ADREPES – Associação de Desenvolvimento Regional da Península de Setúbal (Parceiro Líder)

ADL – Associação de Desenvolvimento do Litoral Alentejano

ADER-AL – Associação para o Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejo

APRODER – Associação para a Promoção do Desenvolvimento Rural do Ribatejo

Elaborado por:

Associação dos Escanções de Portugal (AEP)



Design Gráfico e paginação:

Associação dos Escanções de Portugal (AEP)

“MANUAL DE ELABORAÇÃO DE CARTA DE VINHOS”, PUBLICAÇÃO PRODUZIDA NO ÂMBITO DO PROJETO “ENOTURISMO” UM MOSAICO DE EXPERIÊNCIAS



PARCEIROS DO PROJETO



PROGRAMA DE
DESENVOLVIMENTO
RURAL 2014 · 2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu Agrícola
de Desenvolvimento Rural
A Europa investe nas zonas rurais