



# Treading the Algarve wine route

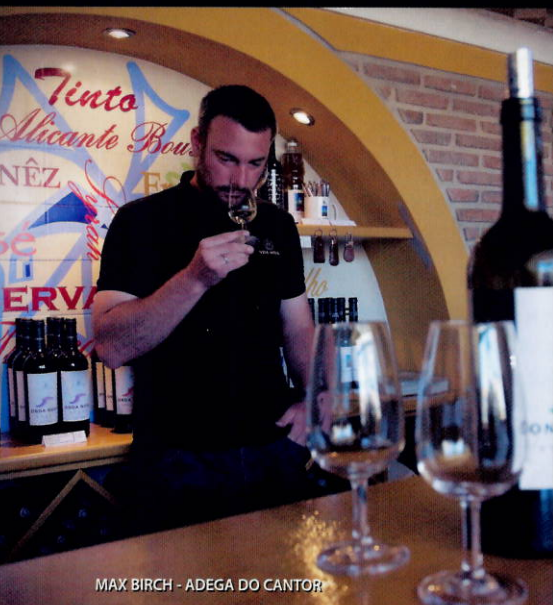
**A ESSENCIAL PERCORREU A NOVA ROTA  
DOS VINHOS DO ALGARVE**



PATRICK  
AGOSTINI -  
QUINTA DO  
FRANCÊS

**T**he launch in June of a new Algarve wine guide – *Guia de Vinhos do Algarve* – has been welcomed by wine producers across the region.

Of the 16 wineries listed in the publication, seven are currently able to offer guided tours and tasting sessions to the general public and *Essential Algarve* visited each facility to gauge reaction to the guide and to find out what else needs to be done to further promote the Algarve wine industry.



MAX BIRCH - ADEGA DO CANTOR

“It’s been a long time coming but I love the fact that everyone’s in it,” says Max Birch, the managing director of Adega do Cantor, the winery near Guia that’s owned by singer and musician Cliff Richard. “What we [the wine producers] have been pushing for is some kind of wine route that directs people to all the different facilities and the book is certainly a step in the right direction.”

At 136 pages, the guide is the most comprehensive of its kind published to date. “It’s quite unique,” says Patrick Agostini, the owner of Quinta do Francês, located near Silves. “The Turismo do Algarve and the ministry of agriculture have succeeded in producing something which is a big help for the producers.”

João Mendes agrees. “It works very well,” says the owner of Quinta do Morgado da Torre, located near Alvor. The next step, he adds, is the creation of an Algarve wine route.

“This is something we all want,” declares José Cabrita of the Lagoa-based Quinta da Vinha. “The guide has arrived at a very opportune time and the publicity will, I think, help us to sell more wine – and a wine route will generate even more interest.”

Establishing a *Rota dos Vinhos do Algarve* will be, in part, the responsibility of the Lagoa-based *Comissão Vitivinícola Regional Algarvia* (CVR), which operates under the auspices of the *Instituto da Vinha e do Vinho*, and Paulo Nogueira, the CVR’s new executive director, is set to implement changes that will see the setting up of a Casa do Vinho – an office that will incorporate a central reservation system to facilitate visits to the various different wineries. He’s also looking to re-brand the image of the Algarve wine industry. (See boxed text.)

“It’s important to have the support of the CVR,” emphasises Aníbal Neto, an agronomic engineer and viticulturist based at Quinta dos Vales in Estombar, which is owned by German businessman Karl Heinz Stock. “It’s also important for the producers to have one collective voice. Together, we can all go forward.”

Having in place an official Algarve wine route can work on several levels, believes Guillaume Leroux, the owner of Monte da Casteleja, situated just outside Lagos. “The wine world is one we need to discover in ▶▶



JOSÉ CABRITA -  
QUINTA DA VINHA

**O** lançamento em Junho de um novo guia de vinhos do Algarve – *Guia de Vinhos do Algarve* – foi muito bem recebido pelos produtores de vinho da região.

Das 16 adegas listadas na publicação, sete fazem visitas guiadas e sessões de degustação abertas ao público em geral. A *Essential Algarve* visitou estes espaços para medir as reacções ao guia, e para descobrir o que falta fazer para promover mais a indústria vinícola do Algarve.



ANÍBAL NETO - QUINTA DOS VALES

“Já devia ter sido publicado há mais tempo mas agrada-me o facto de todos aparecermos,” afirma Maxwell Birch, o director da Adega do Cantor, uma adega perto da Guia, que é propriedade do cantor e músico Cliff Richard. “Aquilo em que nós [produtores vinícolas] temos insistido é numa espécie de roteiro que guie as pessoas por todas as diferentes adegas e o livro é, sem dúvida, um passo na direcção certa.”

Com 136 páginas, este é um dos guias mais abrangentes publicados até à data. “É bastante único,” comenta Patrick Agostini, proprietário da Quinta do Francês, perto de Silves. “O Turismo do Algarve e o Ministério da Agricultura foram bem-sucedidos na criação de algo que é muito útil para os produtores.”

João Mendes é da mesma opinião. “O guia funciona muito bem,” afirma o proprietário da Quinta do Morgado da Torre, perto de Alvor. O próximo passo, acrescenta, é criar uma rota dos vinhos no Algarve. ▶▶

**LOOKING TOWARDS THE FUTURE**

The new executive director of the *Comissão Vitivinícola Regional Algarvia* (CVR) sees the sense in establishing an Algarve wine route. "The CVR represents the best interests of the wine growers and the idea of establishing a *Rota dos Vinhos do Algarve* is how I see the industry moving forward," believes 36-year-old Paulo Nogueira. "Certainly the idea of a *Casa do Vinho*, or a central office, is something we've been thinking about for some time now."

Having in place a dedicated central reservations system to facilitate visits to the various wineries is another idea that Nogueira wants to study in more detail. "But it's not easy," he admits. "We need to work together with other institutions like the Turismo do Algarve and DRAPALG [Algarve Regional Directorate of Agriculture and Fisheries] and this is a process that will take time and money."

One consequence of having in place an official Algarve wine route will be improved road signage indicating the location of each winery. This is currently very poor, with most *adeegas* tucked away in the countryside well off the beaten track. "Our main priority would be to place signs along the EN125 and the A22," reveals Nogueira. The signage would eventually be complemented by the publication of a detailed map highlighting the exact locations of each winery.

A more immediate priority for the new executive director is the re-branding of the CVR, something he feels is long overdue. "In fact, my idea is to create a new brand – Vinhos do Algarve – and to design a strategic image around the name, something fresher and more contemporary. I want the image to associate wine with tourism, which I believe is a very harmonious partnership." A new website will also debut shortly.

"We are making a break with the past," he adds, "but only with regards to image. Our heritage is very important. But it's the future I'm thinking about and these are very exciting times for the Algarve wine industry."

Meanwhile, it's anticipated that the building of a new, state-of-the-art *adeega* in Lagoa will go ahead as expected although the timeframe for completion is still unknown.

**OLHAR PARA O FUTURO**

O novo director executivo da Comissão Vitivinícola Regional Algarvia (CVR) acha que implementar uma rota dos vinhos do Algarve é uma ideia com sentido. "A CVR representa os



PAULO NOGUEIRA - CVR

interesses dos produtores e a ideia de estabelecer a Rota dos Vinhos do Algarve é uma forma de fazer a indústria avançar," acredita Paulo Nogueira, 36 anos.

"Criar uma Casa do Vinho, ou um escritório central, é algo em que pensamos há já algum tempo."

Ter no local um sistema central de reservas para facilitar as visitas às *adeegas* é outra ideia que Nogueira pretende estudar ao pormenor. "Mas não é fácil," admite. "Precisamos de trabalhar em conjunto com outras entidades, como o Turismo do Algarve e a DRAPALG [Direcção Regional de Agricultura e Pescas do Algarve], e este é um processo moroso e que acarreta custos."

Uma das consequências imediatas da implementação do roteiro vinico do Algarve seria a melhoria da sinalética, indicando

as direcções certas a tomar para chegar a cada *adeega*. Actualmente, este aspecto é muitas vezes descuidado, dificultando o acesso às *adeegas*, muitas vezes escondidas na paisagem rural entre estradas de terra batida. "A nossa principal prioridade seria colocarmos sinais por toda a EN125 e A22," revela Nogueira. A sinalética poderia eventualmente ser complementada pela publicação de um mapa, que destacaria a localização precisa de cada *adeega*.

Uma prioridade mais imediata para o novo director executivo é mudar a imagem de marca da CVR, algo que, na sua opinião, já deveria ter sido feito há mais tempo. "Na verdade, a minha ideia passa pela criação de uma nova marca – Vinhos do Algarve – e pelo design de uma imagem estratégica à volta deste nome, algo mais fresco e contemporâneo. Quero que a imagem associe vinho e turismo, uma parceria muito harmoniosa, na minha opinião. O novo site também vai estar pronto em breve."

"Estamos a tentar quebrar a imagem do passado," acrescenta, "mas só em relação à imagem. A nossa herança é muito importante. Mas é no futuro que pensamos, e esta está a ser uma altura muito agitada para a indústria vinícola do Algarve."

Até lá, vai ser construída uma nova *adeega* em Lagoa, com equipamento moderno, mas a sua data de conclusão ainda não é conhecida.



GUILLAUME LEROUX - MONTE DA CASTEJEJA

►► the Algarve, and a wine route, for example, could help re-evaluate the use of local [grape] varieties."

Nuno Magalhães shares the same sentiment. "I feel the Algarve can become a really good wine-growing region," insists the resident winemaker at Quinta de Mata-Mouros, which overlooks Silves. "In fact, what I want to see are more people around the country drinking Algarve wine. And it can happen!"

But how best to introduce the nearly 80 different wines currently being produced across the region to a wider audience?

"Drinking an Algarve wine is still more about curiosity than about knowledge," bemoans Mendes. "But I am seeing a lot of people, especially the Portuguese, showing more interest in what we are doing."

Obviously, joining a wine tour at any one of the seven *adeegas* is the best way to learn about the wine making process. "It also allows you to meet the winemaker in person and to discover first-hand the methods used in producing a bottle of wine," says Cabrita.

"We call it 'tutored tasting,'" elaborates Birch. "It's about educating the visitor in the art of winemaking which is very much perceived as a romantic process. Wine is also about fashion and the Algarve is quickly becoming the new thing to talk about."

And the evolution of wine is inexorably linked with gastronomy, notes Leroux, who farms organically at Monte da Casteleja. ►►

►► “É algo que todos queremos,” refere José Cabrita, da Quinta da Vinha, em Lagoa. “O guia chegou numa altura muito oportuna e a publicidade vai, penso eu, ajudar-nos a vender mais vinho. Um roteiro vínico iria gerar ainda mais interesse.”

Estabelecer a Rota dos Vinhos do Algarve vai ser, em parte, uma função da Comissão Vitivinícola Regional Algarvia (CVR), sediada em Lagoa, que funciona sob a supervisão do Instituto da Vinha e do Vinho. Paulo Nogueira, o novo director executivo da CVR, está a preparar a implementação de mudanças que conduzirão à criação da Casa do Vinho – uma entidade que irá englobar um sistema central de reservas para facilitar as visitas às diferentes adegas. Nogueira pretende ainda mudar a imagem corporativa da indústria vinícola algarvia. (Ver caixa de texto.)

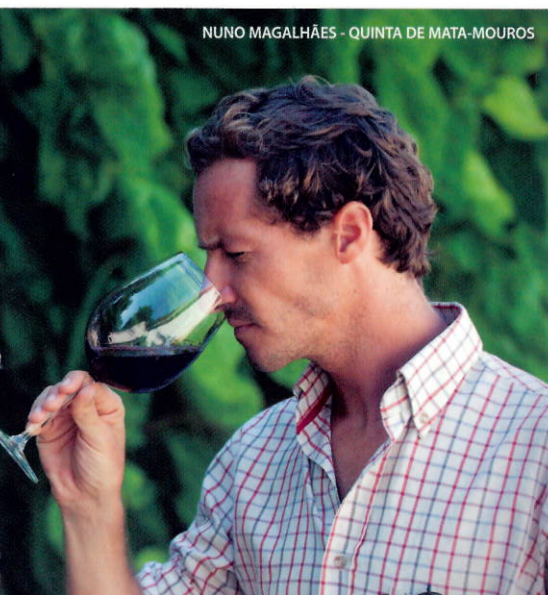
“É importante termos o apoio da CVR,” realça Aníbal Neto, engenheiro agrónomo e viticultor sediada na Quinta dos Vales, em Estombar, que é gerida pelo empresário alemão Karl Heinz Stock. “É também importante que os produtores tenham uma voz colectiva. Juntos, podemos evoluir.”

Uma rota oficial de vinhos no Algarve pode funcionar a vários níveis, acredita Guillaume Leroux, o proprietário do Monte da Casteleja, nos arredores de Lagos. “O mundo do vinho ainda precisa de ser descoberto no Algarve, e um roteiro vínico, por exemplo, pode ajudar a repensar o uso das variedades [de uva] locais.”

Nuno Magalhães pensa o mesmo. “Acho que o Algarve se pode tornar numa região bastante boa para a produção de vinho,” insiste o residente e produtor da Quinta de Mata-Mouros, perto de Silves. “De facto, gostaria de ver mais pessoas por todo o país a beberem vinho do Algarve. E é possível que aconteça!”

Mas qual é a melhor forma de apresentar cerca de 80 vinhos diferentes, produzidos actualmente por toda a região, a um público mais alargado?

“Beber vinho do Algarve ainda é mais uma questão de curiosidade do que de conhecimento,” lamenta-se Mendes. “Mas vejo cada vez mais ►►



#### GUIDING THE WAY

The new 136-page *Guia de Vinhos do Algarve* is far more than just about where you can go to try the region's red, white and rosé wines – it's a highly informative summary into the wine making process. No less than 16 wineries are profiled, with 76 regional wines described in detail, with technical descriptions of their composition, flavours and aromas complemented by first-class photography.

During the launch of the high-quality guide, which took place at Estoi Palace on June 26, one wine grower quipped that it was probably the first time all the region's producers had met under one roof. And this is partly representative of what the publication has set out to achieve – to galvanise a collective spirit and to celebrate the undoubted quality that many Algarve wine growers are now achieving.

The guide is currently only available in Portuguese but is shortly due to be translated into English and then later into German and Spanish.

Published as a joint venture between Turismo do Algarve (the regional tourism board) and the ministry of agriculture, the guide is available for purchase from tourist offices across the region.

#### A GUIAR O CAMINHO

O novo Guia de Vinhos do Algarve, com 136 páginas, é mais do que uma simples descrição dos locais onde pode ir e experimentar os



vinhos tintos, brancos e rosés da região – é uma compilação extremamente informativa sobre o processo de produção de vinho.

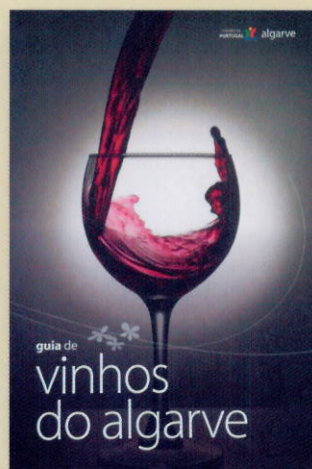
Contém o perfil de 16 adegas, a descrição pormenorizada de 76 vinhos regionais, e descrições técnicas da sua composição, sabores e aromas, complementadas por excelentes fotografias.

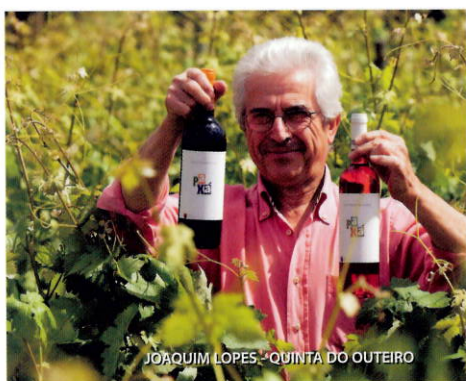
Durante o lançamento do guia, que decorreu no Palácio de Estoi a 26 de Junho, um produtor observou que era provavelmente a primeira vez que todos os produtores da região se reuniam no mesmo local. Isto era um dos objectivos da publicação – potenciar o espírito colectivo e celebrar

a qualidade inquestionável de muitos dos produtores do Algarve.

O guia ainda só está disponível em português mas será traduzido em breve para inglês, e depois para espanhol e alemão.

Publicado em conjunto pelo Turismo do Algarve e pelo Ministério da Agricultura, o guia pode ser comprado nos postos de turismo da região.





JOAQUIM LOPES - QUINTA DO OUTEIRO

### BEST OF THE REST

Unfortunately, not all the quintas listed in the *Guia de Vinhos do Algarve* are open to the public – there are nine that presently do not have the facilities to offer guided tours and wine tasting sessions. However, this is not to belittle the excellence of the wine being produced at these premises. In fact, there are several that deserve a mention for their outstanding quality, notably Quinta do Barranco Longo near Algoz, where Rui Virgínia is producing an array of reds, a white and some rosés, including an espumante.

At Paxá Lda-Quinta do Outeiro near Silves, Joaquim Lopes is also producing a rosé, together with a red. And at Quinta João Clara near Alcantarilha, Joaquim Alves is equally known for his red, white and rosé selections.

### IGUALMENTE BOAS

Infelizmente, nem todas as quintas listadas no Guia de Vinhos do Algarve estão abertas ao público – nove ainda não dispõem de instalações que lhes permitam fazer visitas guiadas e sessões de prova.

No entanto, isto não diminui de modo algum a excelência do vinho produzido nestas adegas. De facto, muitas merecem ser mencionadas pela sua excepcional qualidade, como a Quinta do Barranco Longo, perto de Algoz, onde Rui Virgínia produz uma grande variedade de tintos, um branco e alguns rosés, incluindo um espumante.

Na Paxá Lda – Quinta do Outeiro, perto de Silves, Joaquim Lopes também produz um rosé e um tinto. E na Quinta João Clara, nos arredores de Alcantarilha, Joaquim Alves é igualmente conhecido pelos seus tintos, brancos e rosés.



QUINTA DOS VALES

“This means we need a lot more support from the big hotels and the region’s restaurants.”

On this subject, the wine growers are unanimous in their opinion.

“We need to have more Algarve wines on restaurant tables,” urges Agostini, “and in order to do this we must first win the confidence of the restaurateurs.”

Actually, a fair proportion of the Algarve’s upscale hotels and resorts, plus a number of quality branded supermarkets, are already taking serious note of what is being produced

on home soil and a good wine list will often include a selection of the region’s finest labels. Meanwhile, shoppers are finding more choice available on supermarket shelves.

“Everyone is raising their game and the only way to compete is to make better wines,” says Birch. Neto concurs. “These days it’s about quality rather than quantity.”

“A vineyard is one of the few ways that agriculture can be linked with tourism,” Birch continues. “In turn, wine tourism can support agriculture financially. This marriage of tradition with technology really suits the Algarve and is another reason why the industry needs to be promoted more rigorously.”

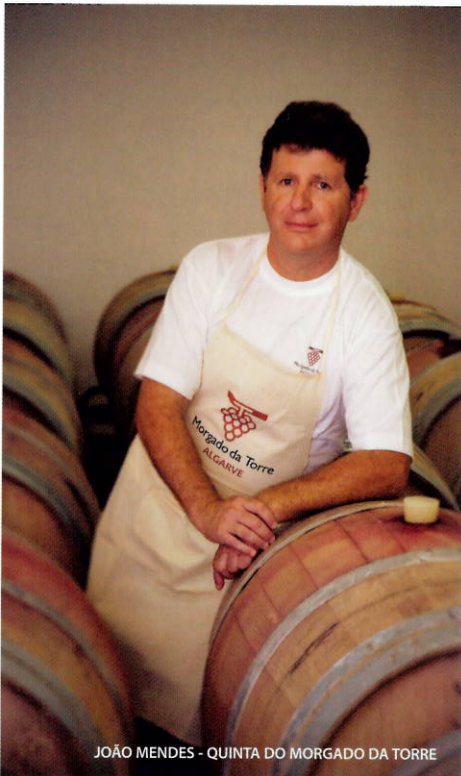
This year has seen a number of Algarve wineries recognised in competitions at national and international level, with local reds and whites collecting a clutch of gold, silver and bronze medals. Others have been noted in influential trade magazines and prestigious websites such as Sogrape’s Clube Reserva 1500. The Algarve’s unique climate, influenced by the ocean and the Monchique hills, plus generally more forgiving daytime temperatures and cooler nights, conspire to create very favourable conditions for winegrowers.

“But to reach – and maintain – high quality requires a lot of hard work,” admits Cabrita.

“I feel the best way forward is never to try and imitate other regions but to continue making our own wines to the standard we have set,” adds Leroux. “We need to find our own identity and to build upon our reputation here in the Algarve. ■



RUI VIRGÍNIA - QUINTA DO BARRANCO LONGO



JOÃO MENDES - QUINTA DO MORGADO DA TORRE

►► pessoas, especialmente portuguesas, a mostrarem interesse no que fazemos.”

Como é óbvio, a melhor forma de aprender mais sobre o processo de produção de vinho é visitando qualquer uma destas sete adegas. “Poderá conhecer pessoalmente o produtor e descobrir, em primeira mão, quais os métodos usados para produzir uma garrafa de vinho,” afirma Cabrita.

“Chamamos-lhe ‘degustação acompanhada,’” explica Birch. “Trata-se de educar o visitante para a arte de produção de vinho, que é muitas vezes vista como uma espécie de processo romântico. O vinho também é susceptível a modas e o

Algarve está a tornar-se rapidamente no próximo tópico de conversa.”

A evolução do vinho está intrinsecamente relacionada com a evolução da gastronomia, assinala Leroux, que produz de forma biológica no Monte da Casteleja. “Isto significa que precisamos de muito mais apoio da parte dos grandes hotéis e restaurantes da região.”

Relativamente a este assunto, os produtores são unânimes. “Precisamos de ver mais vinhos do Algarve nas mesas dos restaurantes,” apela Agostini. “Para que isto aconteça, temos de ganhar primeiro a confiança dos restauradores.”

Na verdade, alguns dos hotéis e resorts de segmento alto do Algarve, bem como alguns supermercados de qualidade, estão já a prestar mais atenção ao que é produzido localmente. Uma boa carta de vinhos, por exemplo, já inclui muitas vezes uma selecção das melhores marcas da região. O mesmo sucede nas prateleiras dos supermercados, onde os clientes já podem encontrar uma maior variedade de vinhos nas prateleiras.

“Todos estão a fazer mais e melhor, e a única forma de competir é produzindo melhor vinhos,” diz Birch. Neto concorda. “Hoje em dia, vale mais a qualidade do que a quantidade.”

“A vinha é um dos poucos pontos de ligação entre a agricultura e o turismo,” acrescenta. “Por sua vez, o enoturismo pode sustentar financeiramente a agricultura. Este casamento entre tradição e tecnologia encaixa perfeitamente na região do Algarve e é outra das razões pela qual a indústria precisa de ser promovida com mais rigor.”

Este foi o ano do reconhecimento público das adegas do Algarve em competições nacionais e internacionais, em que tintos e brancos locais levaram para casa várias medalhas de ouro, prata e bronze. Outros foram referidos em revistas influentes do sector e em prestigiados sites, como

o Clube Reserva 1500 da Sogrape. O clima único do Algarve, influenciado pelo mar e pela Serra de Monchique, em conjunto com as temperaturas amenas que se fazem sentir durante o dia, e as noites mais frescas, conspira na criação de condições favoráveis para os produtores de vinho.

“Mas alcançar – e manter – a qualidade requer muito trabalho,” admite Cabrita.

“Acho que a melhor forma de evoluir é nunca cair na tentação de imitar outras regiões, mas antes continuar a produzir os nossos vinhos de acordo com os padrões que criámos,” acrescenta Leroux. “Temos de encontrar a nossa própria identidade e reforçar a reputação que já construímos aqui no Algarve.” ■

### THE BEST IN THE REGION

Wine produced across the region won a clutch of medals this year for its outstanding quality.

CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES 2009, BRUSSELS  
**Marquês dos Vales Selecta Lote 2 – gold.** Quinta dos Vales Agriculuta e Turismo SA.

**Paxá 2007 – silver.** Quinta do Outeiro.

**Quinta do Francês Odelouca River Valley 2006 – silver.** Patrick Agostini.

**João Clara Tinto 2007 – silver.** Quinta João Clara.

WINE MASTERS CHALLENGE 2009, ESTORIL  
**Paxá 2007 – Gold Vine Leaf.** Quinta do Outeiro.

**Tapada da Torre Reserva Tinto 2007 – Gold Vine Leaf.** Quinta do Morgado da Torre.

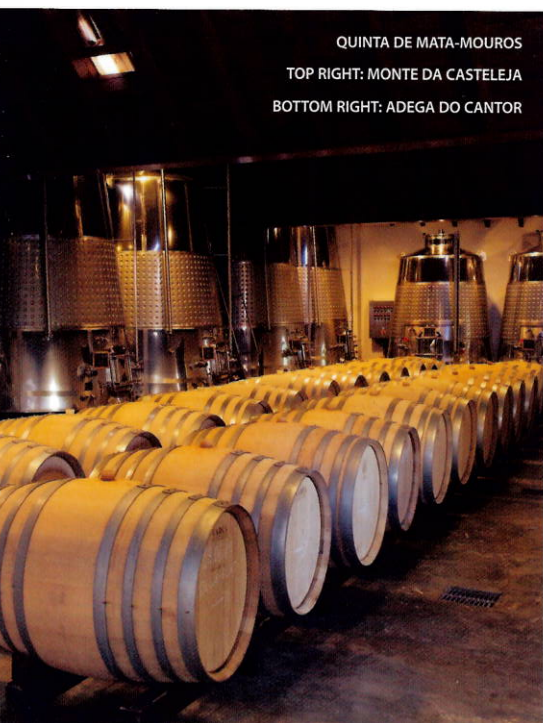
**Alvor Reserva Tinto 2007 – silver.** Quinta do Morgado da Torre.  
**João Clara Tinto 2007 – silver.** Quinta João Clara.

**Cabrita Tinto 2007 – silver.** Quinta da Vinha.

**Fuzeta Tinto 2007 – bronze.** Quinta dos Correias.

**Quinta do Francês Tinto 2006 – bronze.** Patrick Agostini.

INTERNATIONAL WINE CHALLENGE 2009, LONDON  
**Marquês dos Vales Primeira Selecção Branca 2008 – gold.** Quinta dos Vales Agriculuta e Turismo SA.



QUINTA DE MATA-MOUROS  
TOP RIGHT: MONTE DA CASTEJEJA  
BOTTOM RIGHT: ADEGA DO CANTOR

