



Conquistados por sabores de origem

Já viveram em grandes cidades, mas decidiram trocar dias e vidas por sons mais bucólicos e ritmos mais calmos. Para uns, foi o regresso às origens e o pôr mãos à obra em negócios tradicionais ou de família. Para outros, a reconquista de alguma qualidade de vida entretanto perdida. São histórias de vida, de amor pela terra, e que acabaram por resultar em projectos com marca. Nas páginas que se seguem fique a conhecer as histórias da Azeitona Verde, da Belaberry, da Casa de Severi, da Fazenda do Crê, da Parceiros Na Criação, da Queijos Lagos e da Quinta da Porta. Dos vinhos aos azeites, passando pelo queijo, framboesas, compotas e licores, a oferta é vasta e estende-se mesmo a infusões e sabonetes! Deixe-se levar pelos sentidos...



Amor pela terra

O Marvão e as suas oliveiras centenárias transformaram a família de Cláudia Villax em agricultores

Numa determinada altura da sua vida trocou a confusão de Lisboa por uma vida mais pacata no Marvão. Hoje Cláudia Villax está à frente do projecto que dá pelo nome de Azeitona Verde. «Com o nascimento do meu filho mais novo, sentimos que estava na altura de descobrir o nosso lugar especial, um lugar onde pudéssemos criar raízes e fazer um projecto nosso», lembra Cláudia Villax. Um chamamento para estar de volta à terra que começou em 2003. «Para nós, era importante estar em contacto com a terra e a natureza, e ao mesmo tempo mostrar aos nossos filhos que há mais vida além das cidades, que há outros costumes e tradições, onde os dias são mais calmos e nos deixam mais tempo disponível para o que é importante», conta. Foi uma busca difícil, pois queriam encontrar um local bem preservado a nível ambiental, que não estivesse estragado do ponto de vista urbanístico e que mantivesse vivos hábitos e costumes tradicionais. A busca levou toda a família até ao Marvão, que é hoje o lugar a que

gostam de chamar “a nossa casa”.

Por estar inserido num Parque Natural, o primeiro instinto de Cláudia Villax e da família foi preservar e manter o património ambiental, flora e fauna. Antes mesmo de pensarem num projecto concreto, foi esta ideia que os moveu e que contagiou a família inteira, acabando por se tornar no projecto de vida.

Hoje, a Azeitona Verde é um projecto familiar, em que a família inteira está envolvida, do mais novo ao mais velho, em que todos vêem crescer a sua paixão pela terra onde estão. «É isso que nos move, esse deslumbre pela terra, pelo ambiente, que passa pelas pessoas e respectiva comunidade local», confessa. E acrescenta que «mais do que desenvolver um projecto para gerar riqueza pessoal, o “ser grande”, como é popular, queremos ir no sentido contrário, queremos ser pequenos para continuar a dar atenção aos detalhes».

A ideia começou a tomar forma há quatro anos, por um conjunto de razões. «Já fazíamos azeite por brincadeira, mas este começava a



Da Horta para a Mesa

«Para quem gosta de comida e de cozinhar, ter uma horta acaba por ser uma evolução lógica, pois começamos a querer saber mais sobre o que comemos, a origem, o que contém e como foi produzido. Depois, a juntar a isto, há o factor do sabor, a diferença da frescura e o prazer de colher o que se cultivou», defende Cláudia Villax. O livro "Da Horta para a Mesa, Boa Comida, Boa Vida" foi o passar para o papel desta sua experiência, mostrando que não é complicado ter a sua horta nem cozinhar o que ela dá. Com este livro, Cláudia quis aproximar as pessoas à terra e à natureza, e revelar como os ingredientes naturais requerem pouco esforço para serem transformados em pratos frescos e saborosos.



ter um sucesso cada vez maior entre amigos, muitos deles grandes conhecedores e bons apreciadores. O empurrão aconteceu há três anos, quando, por coincidência, uma amiga, que adorava o nosso azeite, o levou à acção de lançamento internacional de uma marca de automóveis, que contou com a presença de 600 jornalistas de todo o mundo», recorda Cláudia Villax. No evento estava agendada uma prova de azeites e o da Azeitona Verde foi um dos mais apreciados, a ponto de os jornalistas pedirem garrafas para levar.

«Depois, a juntar a isto, e talvez o que nos fez dar mais um salto em frente, foi o facto de me aperceber que existia um movimento global de pessoas que se preocupava cada vez mais com a sua alimentação, querendo saber mais sobre origem e a composição daquilo que come, valorizando ainda a qualidade e o impacto que esses mesmos alimentos têm no meio ambiente», conta. Cláudia Villax achou que estavam reunidas as condições para criar um produto diferenciador no mercado, um azeite puro e exclusivo, em que o objectivo não é a quantidade, mas sim a qualidade, a qualidade original do verdadeiro azeite.

A responsável pela Azeitona Verde confessa-se uma apreciadora de comer e de cozinhar. «Acho que quando desenvolvemos este gosto de verdade, é inevitável pensar de onde vem e como é feito o que ingerimos. Pelo que tenho aprendido nos cursos que fui fazendo e com as pessoas que vamos conhecendo, das muitas quintas e projectos por esse mundo

fora, que visitei, verifico cada vez mais que nós, como consumidores, estamos mal informados sobre os alimentos que escolhemos principalmente por vivermos numa sociedade que é movida pelo lucro e não pelo bem-estar», explica. E vai mais longe: «Tenho a convicção de que é possível termos uma agricultura que não consuma tantos recursos e com tão grande falta de respeito pela terra. Por isso, nós, na Azeitona Verde, queremos fazer o que achamos que é mais correcto, quase como dizer em voz alta "Somos pequenos e adoramos!". Não queremos ter muito, queremos ter bom!» Daí que tudo o que sai da Azeitona Verde seja feito com muito carinho, dedicação e respeito por quem vai consumir, mas também pela terra que lá está e que permanecerá depois de nós. «Para isso, apostamos numa agricultura biológica com ausência de poluentes e na tolerância à fauna e à flora que nos rodeia», assegura. E foram estes factores que fizeram a família tomar a decisão de voltar as atenções para a terra. Queriam o controlo sobre estas decisões.

«Por uma série de condicionantes, ainda não vivemos a 100% em Marvão. Por enquanto, a vida ligada ao marketing e aos computadores coabita alegremente com a vida no campo», admite Cláudia Villax. A mãe da família Azeitona Verde tem um "food branding studio", a Food, People & Design, onde, juntamente com um partner, desenvolve e cria conceitos para marcas, livros de cozinha, sites e blogues, fotografia culinária, entre outros. O pai da marca tem uma empresa de software onde cria e desenvolve plataformas de gestão de base de dados, ligados à qualidade.

Nem Cláudia nem o marido, Miguel, tinham algum tipo de experiência agrícola. Apenas a paixão que lhes fora passada pelos pais e avós. «A mim, graças às férias que passava com a minha avó, no Douro, e ao Miguel através do pai que, além de ser cientista, é um apaixonado profundo pela natureza, gozava herdado também de seu pai, agrónomo e um grande estudioso da flora», conta.

«Tínhamos algumas das infra-estruturas necessárias e as máquinas agrícolas básicas. Iniciámos o processo de certificação biológica e resolvi ir aprender sobre agricultura biológica e azeite/olivicultura, para transformar o que tinha num negócio», explica, lembrando que a quinta é um local especial com oliveiras milenares e com muita história...

O processo de aprendizagem foi, nas palavras de Cláudia, estimulante! «Adorei cada bocadinho, sobretudo pela oportunidade que

tive de conhecer pessoas muitíssimo interessantes, com imensa vontade de partilhar o seu conhecimento e com as mesmas preocupações», conta, ainda que considere que está em aprendizagem desde que começou a trabalhar e não tenciona parar de aprender.

Actualmente na loja da Azeitona Verde pode ser adquirido o Azeite Biológico virgem extra Azeitona Verde, e, a partir deste ano, o Castiço, o azeite biológico virgem de garrafão (5 l). No final do ano passado, lançaram as infusões para depois das refeições. Começaram com a lúcia lima, que foi um sucesso e esgotou rapidamente, «pois a diferença está na forma como é colhida, que lhe acentua o sabor». Por fim, têm produtos portugueses artesanais que seleccionam, criteriosamente, e que colocam à venda na loja.

A Azeitona Verde tem nos seus planos ir alargando a sua oferta. Além do Castiço está prevista a introdução de novas variedades de infusões e criar o conceito “pick your own”, com frutos e vegetais. «Queremos começar esta ideia com morangos biológicos, porque não há nada que iguale o sabor dos morangos quando se acabam de colher. É uma experiência que todos devíamos ter, pelo menos, uma vez na vida», refere.

A Azeitona Verde pretende, ainda, dar início ao projecto que lhe permitirá organizar visitas à quinta e eventos temáticos, e que deverá estar concluído no final deste ano.

Adoptar uma oliveira

Ao constatar que os olivais tradicionais e antigos estão em risco de desaparecer, para dar lugar a olivais com maior rendimento – os chamados intensivos e superintensivos – e, também, porque a “azeitona galega”, uma das variedades de azeitona que é mesmo portuguesa, está em risco de desaparecer surgiu a ideia de ter oliveiras para adoptar.

«Como acreditamos que estes olivais fazem parte da nossa história e identidade cultural, quisemos lançar uma espécie de alerta. Assim, ao mesmo tempo que fazemos este alerta, damos oportunidade às pessoas de adoptar uma das nossas oliveiras milenares», explica Cláudia Villax. E acrescenta: «Queríamos partilhar este nosso amor à terra, à história e ao azeite que produzimos. Queremos que apreciem, que desfrutem, mas, sobretudo, que criem uma ligação com o que comem. Que descubram a importância de saber de onde vem, como é feito e quem faz, que fiquem a conhecer o trabalho intenso que está

por trás da produção de alimentos são e isentos de pesticidas e herbicidas, que possam e se sintam a contribuir para preservar o nosso património natural.»

Para cada oliveira foram criadas personagens históricas, como Viriato, Luís de Camões, D. Dinis, Carlos Magno... O processo de adopção vigora por um ano, e inclui receber azeite Azeitona Verde e o kit de adopção, que é composto por um B.I., um certificado de adopção e surpresas. Durante o ano, a Azeitona Verde está em comunicação com quem adoptou, a dar todas as novidades inerentes à oliveira em questão.

E os portugueses têm reagido a esta oferta «espantosamente bem». Tão bem, que Cláudia Villax confessa ter sido apanhada desprevenida. «O que mais me surpreendeu foi o tipo de pessoas, fantásticas, que aderiram à ideia, pessoas com um espírito extraordinário de partilha, que sentiram a genuinidade da ideia que estava por trás do projecto e que ajudaram a divulgá-lo pelo mundo fora.» ■

