



ID: 29975934

02-05-2010 | Domingo

**imperdível**  
GOURMET

POR EDGARDO PACHECO

# Um outro Porto

COM ESTE OFFLEY, TUDO LEVA A CRER QUE OS ROSÉS DE VINHO DO PORTO VENHAM A TRANSFORMAR-SE NUMA MODA

CASTAS TOURIGA FRANCA, TOURIGA NACIONAL E TINTA BARROCA  
PRODUTOR SOGRAPE  
ENÓLOGO L. SOTTOMAYOR  
PREÇO 5,5€

Na semana passada foi um vinho branco de uvas tintas, hoje, um rosé de vinho do Porto. Com ou sem crise (ou talvez por causa dela), o sector do vinho em Portugal está dinâmico e sem medo de apostar em novos conceitos, com ganhos para toda a gente. Em rigor, este Offley que hoje apresentamos nem é o primeiro rosé de vinho do Porto. Ele sucede ao caminho aberto o ano

passado pelo Croft Pink e já vem acompanhado de uma terceira marca que acaba de ser anunciada mas que ainda não provamos, o Cálem Porto Rosé. É a velha história. Um produto novo lançado com algum sucesso é de imediato imitado pela concorrência. E é assim que deve ser. Os consumidores agradecem. Este Offley, como os restantes rosés, resulta da exploração das castas do Douro e da tecnologia aplicada ao vinho do Porto, por forma a que se obtenha um vinho de cor rosada e cheio de aromas e sabores de fruta fresca,

com a eterna presença das notas doces na boca. Serve para várias ocasiões. Tanto funciona como vinho de entrada de uma refeição, como anima uma conversa de fim de tarde numa esplanada ou desafia a imaginação de um barman. Vinho doce e frutado, pode ser uma excelente solução para se entrar no complexo universo do vinho do Porto, sem aquelas complicações de se perceber qual a diferença entre um Vintage e um LBV. É um vinho para ser apreciado, sempre de forma muito descontraída. ☺

**NOTA DE PROVA:** No nariz sentem-se frutos vermelhos frescos e notas de rebuçado. A boca volta a revelar fruta, doçura e estrutura. O facto de se sentir a presença do álcool na boca fará com que este rosé esteja muito indicado para a criação de cocktails. Mas não só.

## A responsabilidade

Como líder em Portugal, a Sogrape, detentora da marca Offley, é signatária do projecto internacional Wine in Moderation. A empresa compromete-se assim a desenvolver uma cultura organizacional que promova nos agentes do negócio (com destaque para os consumidores) o consumo racional de bebidas alcoólicas.

