



CR ATI VA

UMA PUBLICAÇÃO DA MERCEARIA

NÚMERO 1

SÓ O QUE NÓS GOSTAMOS

NESTE NÚMERO

01

A MERCEARIA

Seja bem-vindo	05
Criativa: uma publicação da Mercearia	08
15 anos 15 momentos	10

02

PRODUTORES

Argilla Wines	14
Chá Camélia	18
Feitoria do Cacao	22
Cabra d'Ouro	26
Ice Gourmet	30
Conservas Corretora	34
Pão do Rogil	38
Granja dos Moinhos	42
Ana Paula Custódio	46
António Rosa	50

03

AS NOSSAS SUGESTÕES 54

04

NOTA FINAL

Santa Gula	56
Conservas Dâmaso	57

CR ATI VA



SEJA BEM-VINDO

Somos uma mercearia tradicional de produtos exclusivamente portugueses, preparados de forma criativa. O nosso lema nuclear é gostar destes produtos. Se não gostamos, não vendemos.

Há 15 anos que, no número quatro da Avenida Guerra Junqueiro, vendemos só o que gostamos. Mas o que quer isto dizer?

A nossa definição de gostar é complexa e religiosa, não abdicamos dela.

Gostar é conhecer. Em cada produto vive a história de um ou mais produtores e cada item das nossas prateleiras é bom em virtude dessas histórias. É por isso que visitamos regularmente os nossos fornecedores: conhecê-los faz parte de conhecer o produto, perceber o que motiva as opções que tomam, se estão alinhados com as nossas ideias de sustentabilidade social e ambiental, saber o que os apaixona naquilo que nos entregam. Conhecê-los dá uma dimensão emocional ao que vendemos.

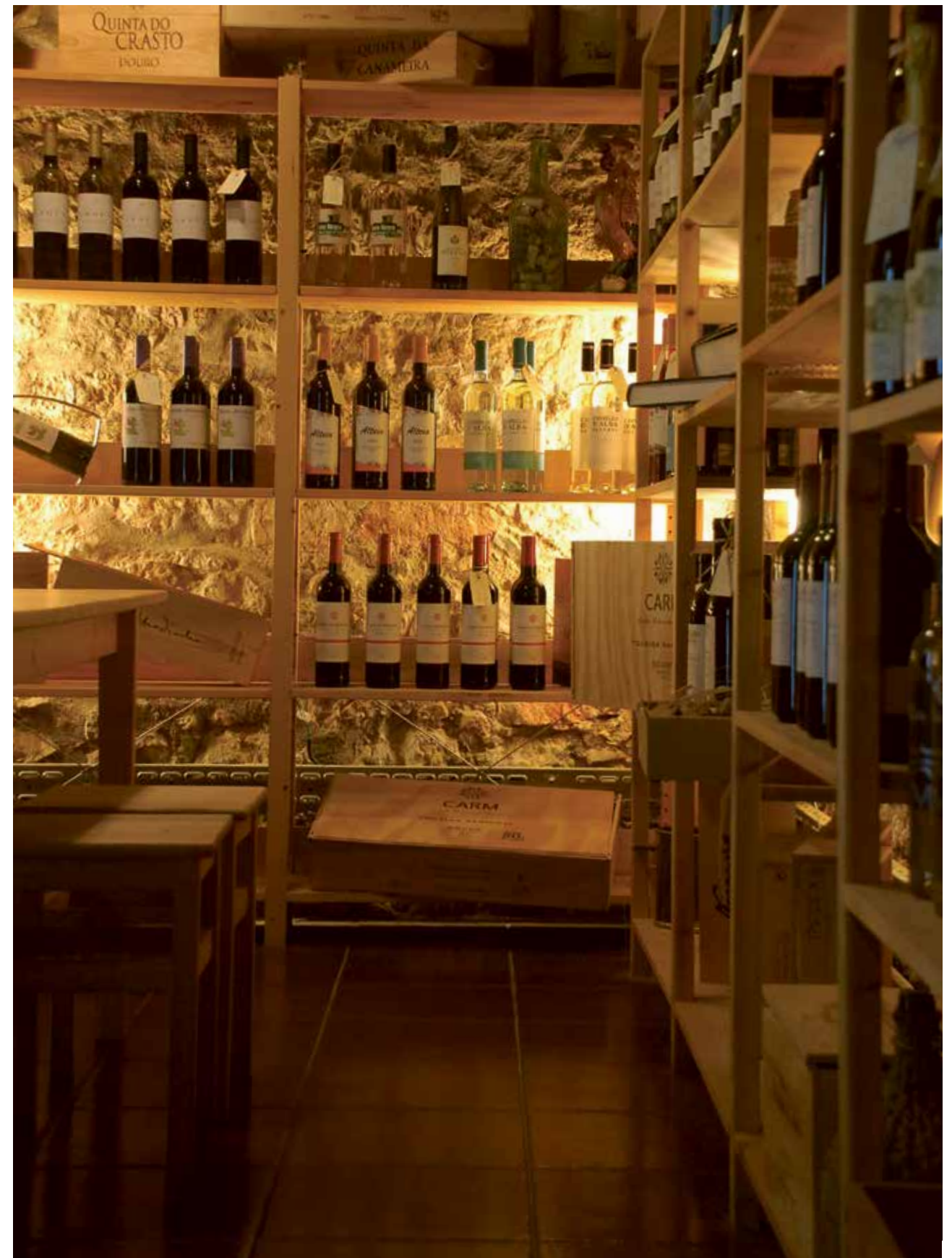
Gostar é explorar. Demora algum tempo até gostarmos realmente de um novo produto. Ele anda pela nossa cozinha em experiências durante semanas, marinamo-lo (literalmente ou não) até o entendermos em toda a sua potência. É a melhor forma de testarmos a qualidade que os pequenos produtores portugueses sabem oferecer.

Gostar é partilhar. Ao pedir uma recomendação na nossa mercearia é provável que a resposta não seja curta, porque esta loja é maior do que as suas prateleiras. Queremos contar tudo o que sabemos sobre estes produtores e o seu trabalho e explicar por que são tão bons. O bom tem um preço e esse valor paga estruturas familiares de produção, horas de dedicação, qualidade das matérias-primas, riscos criativos.

Não somos uma mercearia gourmet e queremos manter o preço acessível aos nossos clientes, retribuindo o que é justo aos produtores que trabalham connosco. Só assim, a pequena produção nacional, feita de conhecimento ancestral, continuará a perdurar no tempo.

Para nós, gostar é sério. É a nossa filosofia, o nosso método de trabalho — e de vida.

A Mercearia é um espaço para vender iguarias produzidas de norte a sul do país e das ilhas. Neste espaço servimos também durante o dia e aos jantares esses produtos preparados de forma atrativa com o objetivo de os nossos clientes tomarem um conhecimento real das potencialidades das nossas sugestões. Em paralelo, organizamos oficinas, cursos e workshops na nossa adega com esses mesmos produtos: oficinas de pão, de vinhos, de como ter uma mini horta em casa, mini chefes, e muito mais.





CR ATI VA

UMA PUBLICAÇÃO DA MERCEARIA

Em 2017/18 começámos a sentir a urgência de registar as visitas que fazíamos aos produtores com quem trabalhamos e deixar escrito quem são as caras, onde vivem e como trabalham as matérias-primas até chegarem a nós. Pensámos então juntar tudo num livro da Mercearia Criativa. Ter perdido o Sr. Armando, que vendia as batatas fritas do Oeste, e o Dâmaso, que fazia a muxama de atum de Vila Real de Stº António, foram as ignições para começar este trabalho de recolha de imagens e histórias. Com uma pandemia pelo meio, o projeto de fazer um livro com todos os produtores foi perdendo força, pois necessitávamos de fazer várias deslocações... ainda assim, não estava nos nossos planos desistir. Com 15 anos de vida, faz ainda mais sentido mostrar o que nos move e nos apaixona naquilo que fazemos todos os dias. Não lhe chamamos livro, chamamos-lhe publicação, porque esta é a primeira edição de várias que irão surgir. Temos caminho para percorrer e muitas histórias para contar, ou não fossemos a Mercearia Criativa.

Rita Duarte



É preciso entrar pela mercearia adentro e descobrir cada recanto.



Aprender a desfrutar das frutas e frescos biológicos de cada época e a sentir o aroma e sabor das nossas memórias.



Pouca produção mas de qualidade extrema. Mizuna, ruibarbo, rabanetes, cenoura com rama, rúcula, ervas aromáticas, cebolinha fresca, etc. Tanta frescura e excelente sabor.



A nossa adega onde fazemos provas de vinho, workshops e jantares por reserva.

15 ANOS 15 MOMENTOS

Recuamos ao tempo da Lisboa antiga, a cheirar a campo, com roupa estendida, luzes nas janelas e de portas abertas, entre prédios e garagens, do nosso pátio vemos as estrelas. Não é um pátio qualquer, é a nossa mercearia a céu aberto. É tímido, pequeno e desarrumado, mas tornamo-lo acolhedor em ocasiões especiais, com luz suave e silêncio para não incomodar os vizinhos e, às vezes, para se ouvir o fado.

15 ANOS 15 MOMENTOS

1

Nascemos para o bairro.
Em 2010 abrimos como mercearia local. Não queremos ser uma mercearia fina, mas sim oferecer produtos diferentes, artesanais e com histórias, frescos biológicos e pão artesanal.

2

Inauguramos as visitas aos produtores.
Desde os primeiros tempos, vamos às quintas, fábricas e campos que nos fornecem. Percebemos rapidamente que o cerne do nosso trabalho é passar ao cliente final todo o conhecimento que os produtores nos passam nestas visitas.

3

Fazemos o primeiro jantar com clientes na Granja dos Moinhos com o Adolfo Henriques.
O ambiente de festa e a partilha enriquecedora entusiasma e repetimos estes eventos até hoje.

6

Criamos produtos de marca própria.
Em 2014 inspiramo-nos em receitas tradicionais e produtos para criar frascos de conservas, como as cenouras à Algarvia e os pickles de batata doce.

4

Impulsionamos o movimento de comerciantes do bairro.
Em 2013, numa época de crise no comércio local da Av. de Roma, Guerra Junqueiro, João XXI e Praça de Londres, fazemos parte de um movimento de cerca de 200 lojas que dinamiza o nosso bairro com concertos e eventos ao longo do ano.

5

Abrimos à noite para o Open Night.
O movimento de comerciantes põe música na rua, petiscos e animação para lembrar que um comércio local ativo faz um bairro vibrante.

7

Cozinhamos refeições com os produtos que vendemos.
É a melhor forma de mostrar por que gostamos do que está nas prateleiras e de sugerir formas de utilizar os produtos mais originais. A vossa Mercearia Criativa é, no fundo, a nossa despesa quando chega a hora do almoço.

8

Surge a Mercearia Vai a Casa.
Continuamos com este serviço, desde 2015, não só para entregas de compras ao domicílio, mas também para serviços de catering em casa de clientes

14

Retomamos as visitas aos produtores em 2022.
As restrições à circulação diminuem, e regressamos aos Açores, com paragens no Pico e no Faial e, em 2023, em S. Jorge e na Terceira.

15

Lançamos a nossa publicação: Criativa.
A partir de 2024 vamos registar e publicar os nomes e as histórias dos produtores que insistem em produzir alimentos de verdade e de qualidade. Destes 15 anos fica a certeza de um caminho difícil, mas que nos deixa orgulhosos.

12

A pandemia é uma realidade — em todo o mundo e na nossa rua.
Num telefonema com o Adolfo Henriques, nosso produtor e amigo, recebemos um novo olhar sobre a realidade: “As batatas vão continuar a nascer na terra, as cabras vão continuar a dar leite e eu vou continuar a fazer queijo e pão, por isso...” Ganhamos alento para não parar. Vizinhos como a D. Cândida ou a D. Filomena, de 96 anos, incentivam-nos. Passamos a funcionar apenas com entregas ao domicílio.

13

Vamos ao Preço Certo!
É bom mostrar o nosso projeto ao grande público na televisão, mas desta não estávamos à espera. Somos recomendados por vários clientes para um programa especial com negócios de proximidade que não baixaram os braços durante a pandemia. Chegamos à montra final, mas falhamos o preço certo por 1500 euros. Temos desculpa, não eram os preços da nossa mercearia.

11

Fazemos a nossa primeira viagem aos Açores.
Em S. Miguel conhecemos o fabrico das Conservas Corretora ou da Ana Paula Custódio, que mostramos nesta revista.

9

Aproximamo-nos da cultura.
Começamos, em 2016, por fazer o catering do Teatro Maria Matos, um vizinho, continuamos com o Festival Alcântara e com o Teatro Nacional Dona Maria II. Unimos assim os produtos artesanais portugueses à arte nacional.

10

Os Açores invadem a mercearia.
Aumentamos a presença de produtos deste arquipélago na nossa mercearia através da parceria com a Marca Açores, em 2018.

PORTALEGRE

ARGILLA WINES

Herdade da Anta de Cima

Depois de uma década a produzir porco alentejano e ovelhas na Herdade da Anta de Cima, na Serra de Montargil, fronteira do Alentejo com o Ribatejo, Paulo Tenreiro quis pôr a uso a sua paixão pelo vinho. Pegou nos seus solos argilosos para fazer nascer vinha e em talhas de barro para fazer nascer vinhos: criou a Argilla Wines, hoje com sete vinhos no mercado.

“Acreditamos que o vinho é cultural e socialmente importante, prende-nos à terra e é muito versátil na forma como fala do lugar onde é produzido”, diz Rita Tenreiro, filha de Paulo, rapidamente envolvida neste projeto. Em 12 hectares com castas como Alvarinho, Alfrocheiro, Castelão ou Viosinho, fazem vinhos com potencial de guarda e que conseguem manter frescura, sejam brancos ou tintos.

Desde 2010, com a plantação das vinhas, e 2012, com o primeiro vinho, o caminho tem sido de aprendizagem e definição de uma filosofia: como se transporta para o vinho um desejado respeito pela terra, pela liberdade da vida na natureza e pela herança a deixar às gerações futuras? A resposta está numa escolha cuidadosa das castas — ainda que não sejam as mais tradicionais do Alentejo — quantidades mínimas de sulfuroso e leveduras indígenas que “deixam o vinho falar por si”, diz Rita.

“Para nós, cada ano é um ano, não fazemos vinhos de receita. Cada vinho é uma expressão do que foi esse ano na vinha — da meteorologia, do fator humano. São vinhos com baixa intervenção, mas em que a nossa intervenção é essencial”, resume Rita. Vinhos com a marca da terra e do tempo.



Nos 12 hectares da Herdade da Anta de Cima há essencialmente castas portuguesas



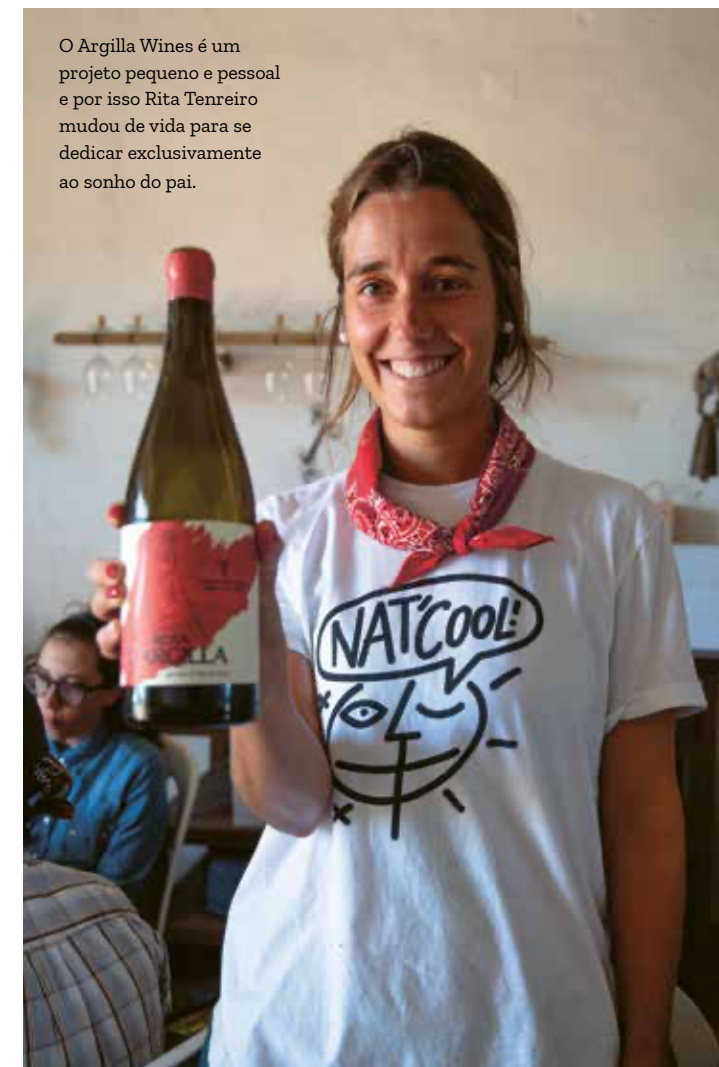
O vinho de talha está na genética desta marca que puxou para o seu nome a influência do barro nos vinhos.

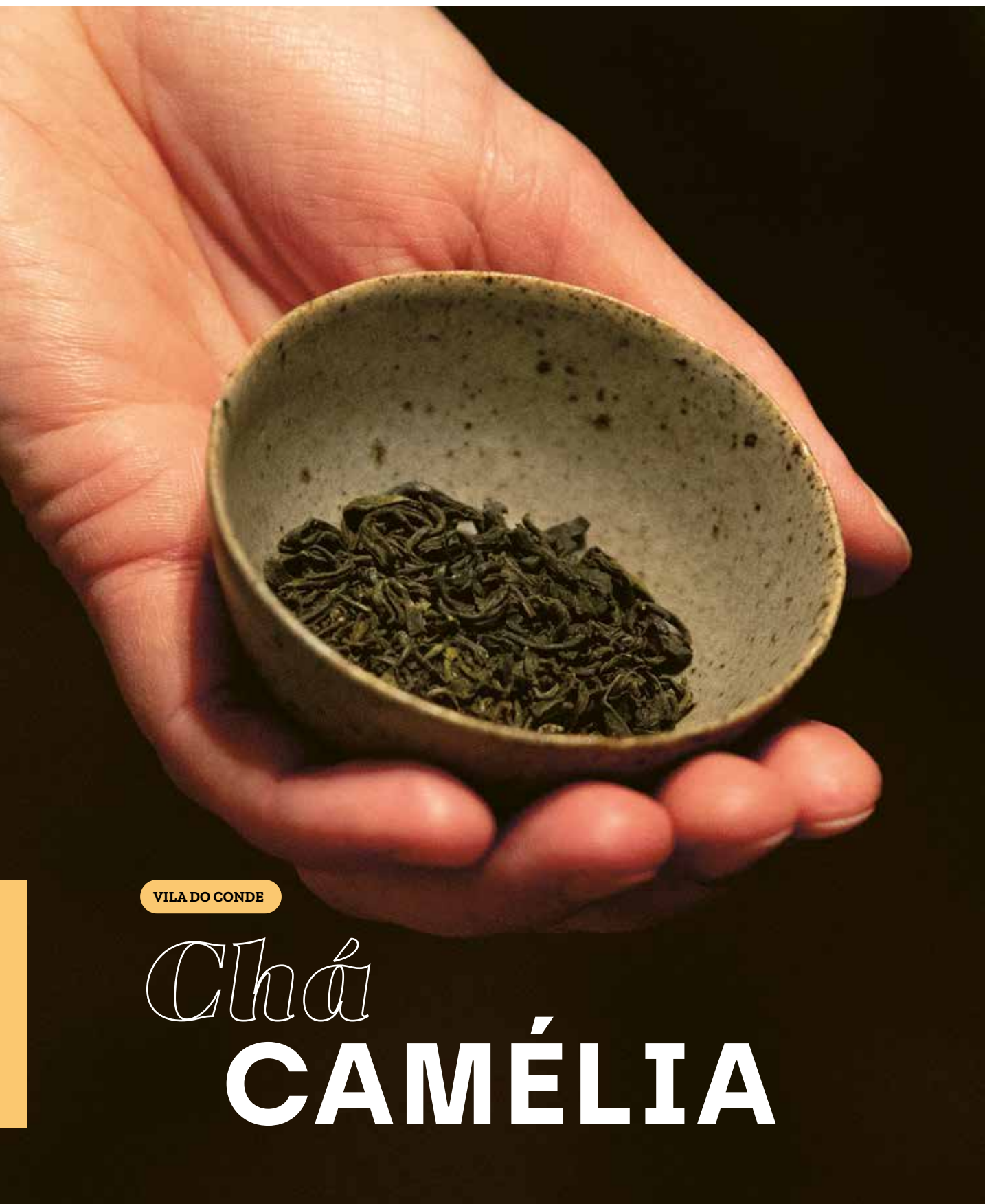


"Acreditamos que o vinho é cultural e socialmente importante, prende-nos à terra e é muito versátil na forma como fala do lugar onde é produzido", diz Rita Tenreiro.



O Argilla Wines é um projeto pequeno e pessoal e por isso Rita Tenreiro mudou de vida para se dedicar exclusivamente ao sonho do pai.





VILA DO CONDE

Chá CAMÉLIA

Nina Gruntkowski aproveita as flores da *Camellia sinensis*, embora os chás se produzam apenas a partir das folhas.

“Este chá não sabe a China, não sabe a Japão, sabe a Fonrelo”. Foi assim que um especialista japonês resumiu um dos primeiros chás de Nina Gruntkowski, cultivados e produzidos na povoação de Vila do Conde. Era o início dos chás Camélia, hoje com mais de 10 anos. São a prova de que não é difícil preparar e beber um bom chá: basta uma caneca, um filtro de inox e folhas de qualidade. “O nosso objetivo sempre foi aprender técnicas para exprimir o *terroir*, criar novos estilos”, diz Nina Gruntkowski sobre o início deste projeto. Os primeiros cinco anos foram dedicados à plantação, antes de lançar um chá no mercado. Esse foi também um tempo de criação de público: tornou-se distribuidora de chás japoneses e chineses de alta qualidade. Foi preciso começar a mostrar o que é um bom chá, com notas de prova tão ricas quanto o vinho e que, apesar disso, é “muito maltratado na Europa”, afirma a produtora. “O que chega aqui barato é o resto do resto do resto na China. Só paga os intermediários”, diz. Nina, anteriormente jornalista, sempre quis produzir alguma



No caso do chá verde, uma boa infusão deve fazer-se numa taça tapada com a água entre os 60° e os 75°.

coisa que durasse mais do que os seus programas de rádio. O legado está na primeira plantação continental, em todas as pessoas que a procuram para aprender a complexa técnica de cultivo e colheita da *Camellia sinensis*, a sua variedade de planta do chá, e no perfil único dos seus chás verde, verde vaporizado e do novo oolong.

“São chás mais para a fineza e complexidade, com um toque marítimo, um final mais prolongado e que se mantêm com uma certa doçura”, descreve a autora. “Sempre quisemos fazer chás que tocam a alma.” Não é uma imitação de nada, sabe simplesmente às manhãs de nevoeiro de Vila do Conde e à praia ali tão perto.



Colhidas no outono, as flores das camélias são colocadas a secar e seguem para cilindros de desidratação. Toda a água deve ser eliminada para que não se desenvolvam aromas desagradáveis.



Com as flores, Nina criou o Flor Chá, uma infusão com taninos delicados e aromas frescos. Quando as flores são re-hidratadas, trazem um pouco da beleza da plantação para a chávena.



Nina sempre quis fazer algo que durasse mais do que os programas de rádio que fazia na Alemanha. Criou, então, a primeira plantação de chá em Portugal continental.



“O nosso objetivo sempre foi aprender técnicas para exprimir o terroir, criar novos estilos”, diz Nina Grunkowski sobre o início deste projeto.

AVEIRO

FEITORIA DO CACAO

Tomoko Suga e Sue Tavares já tinham um curso de *chocolatier* marcado quando visitaram a roça Diogo Vaz, em São Tomé, e o plano mudou. Aí quem colhe cacau “tem vidas muito humildes porque não fazem chocolate”, explica Sue Tavares. Simplesmente não sabiam transformar cacau em chocolate, ficando à mercê da indústria. Foi o incentivo para que Sue e Tomoko fossem além do curso de *chocolatier*, onde aprenderiam a fazer doces como bombons. Fizeram uma formação de *chocolate maker* e aprenderam a tornar grãos de cacau em barras de chocolate. No final de 2015, um ano depois da viagem, abriram a Feitoria do Cacao, em Aveiro, e inauguraram o movimento *bean to bar* em Portugal.

Sue e Tomoko precisaram de construir um público. “Ninguém estava habituado a uma tablete que custasse 5 euros”, recorda

Tomoko os preços iniciais. Nestas barras está trabalho remunerado e sem exploração humana, cacau de alta qualidade, produzido sem desflorestação, e evidenciam-se os seus sabores desta fruta. “As grandes empresas sempre dominaram a compra de cacau com preços baixos e os processos de torra que usam, os alcalinizantes, tornam o cacau amargo. Depois adicionam-lhe aromatizantes, mas cacau de qualidade é uma fruta com muitas notas de prova, conseguimos sentir a sua origem”, resume Sue. No início dos anos 2000 começou o movimento *bean to bar* em resposta a este contexto. A Feitoria do Cacao foi o primeiro caso em Portugal. A cada ano, o chocolate de Nicarágua, Peru ou Colômbia (entre outros) resulta em aromas diferentes, consoante a colheita. Sue e Tomoko fazem também receitas inusitadas

A fábrica da Feitoria do Cacao, em Aveiro, continua a ser um lugar de educação sobre o chocolate. Sue e Tomoko dão a provar, explicam o processo e como funciona a indústria do chocolate.



Depois de torrados, os grãos de cacau vão a um moinho que os parte em pequenos pedaços, os nibs. Em seguida, moem-se até criarem uma pasta que dará origem às barras.



A cada ano, o chocolate de Nicarágua, Peru ou Colômbia (entre outros) resulta em aromas diferentes, consoante a colheita.

a piscar o olho aos produtos nacionais, como o sabor a pastel de nata num chocolate de leite. “Um quadrado de um destes chocolates dura muito mais na boca, ninguém vai comer uma tablete de uma vez”, explica Sue. Tomoko e Sue ainda não voltaram a São Tomé para ensinar aquilo que sabem sobre a transformação do cacau em chocolate — era essa a sua primeira ideia. Mas algum ciclo se fechou de forma inesperada, em 2020, quando por um acaso lhes forneceram uma saca de cacau da roça Diogo Vaz. Com ela fizeram o “primeiro chocolate de São Tomé a ganhar um prémio”, recorda Sue. “sinto que devolvi àquelas pessoas um bocadinho do que me deram”.



Com uma pistola de ar quente, Tomoko e Sue secam rapidamente o chocolate para conseguirem um produto de qualidade.



CORUCHE

CABRA D'OURO

Há 30 anos dois casais de holandeses escolheram a pequena aldeia de Rebocho para pastorear 300 cabras e fazer queijo. Uma queijaria não era comum na região e as receitas vinham com eles do outro lado da Europa: queijos frescos de cabra ou aquilo a que chamaram o queijo campestre, bolinhas de queijo fresco temperadas com ervas e conservadas em óleo de girassol.

As receitas mantêm-se, tal como os métodos de produção artesanais. Hoje, a queijaria, ainda naquela aldeia de Coruche, é também um estábulo e uma maternidade para mais de 600 cabras, ordenhadas duas vezes por dia, sem pausas para feriados ou fins de semana. Todos os dias saem queijos frescos desta morada, queijos frescos fermentados, os tais queijos campestres e queijos com um mês de cura. Esses assemelham-se a um *Gouda*, honrando a origem dos fundadores e a dos novos donos, também um casal de holandeses.

A Cabra d'Ouro tem sete variedades deste curioso *Gouda* português, uns temperados com tomate seco, outros com pimenta preta, outros com urtiga. Para todos, o segredo parece ser uma raça de cabra produtiva — a suíça Saanen —, a qualidade de vida de um estábulo espaçoso ao ar livre e a alimentação cuidada. Um leite de cabra suave resulta num queijo equilibrado.



A edição completa da revista **Criativa #01**
está à venda na nossa Mercaria Criativa,
na Av. Guerra Junqueiro, Lisboa. Visite-nos.

AGRADECIMENTOS



Precisava de três páginas para agradecer e escrever todos os nomes a quem dedico esta publicação, mas não posso deixar de mencionar aqueles que realmente permitiram esta concretização. Ao meu filho Francisco, à minha mãe, ao meu pai e à minha querida amiga Ana Oliveira. Ao Carlos Moura-Carvalho, Susana Prudêncio e António por desde sempre inspirarem e motivarem a consolidação do conceito “só o que nós gostamos” e por terem estado sempre presentes nos mais difíceis e mais criativos momentos do nosso percurso. À Ana Gamito, Patrícia Cuan e Ana Catarina Alves pela amizade, por sempre terem sido pilares de força, resiliência, por me terem ajudado a não desistir desta luta constante, a fazer este projeto permanecer por muitos anos.

Um especial agradecimento à Catarina Luís Moura, ao João Pascoal, Pedro Mourinha e Miguel Canaverde, a equipa maravilha de copy, design, fotografia e toda a produção de imagem, esta publicação não teria sido possível sem a vossa dedicação, disponibilidade e profissionalismo. A todos os produtores portugueses, merceiras, merceiros, parceiros, fornecedores que estão connosco desde a primeira hora e a todos os que por aqui passaram e que sempre de forma positiva deram o seu contributo e prestação dedicada e familiar. Obrigada aos que cruzam este caminho, que nos acordam com “Bom Dia”, em especial para dar força, coragem e fazer acreditar que é possível amar e ter fé no que fazemos todos os dias. Muito Obrigada!

Rita Duarte

DIREÇÃO

Rita Duarte

TEXTOS

Catarina Luís Moura

FOTOGRAFIA

Pedro Mourinha

Miguel Canaverde

Vasco Célio

Rita Duarte

DESIGN GRÁFICO

João Pascoal Design Studio

www.joaopascoal.com

REVISÃO

Catarina Luís Moura

Ana Gamito

IMPRESSÃO

Gráfica Maiadouro

TIRAGEM

600 exemplares

DEPÓSITO LEGAL

539934/24

PROPRIEDADE

Mercearia Criativa

MERCEARIA
CRIATIVA



SÓ O QUE NÓS GOSTAMOS
LISBOA 2025