

Amenities que respeitam a terra

Os ingredientes chegam de terras sem pesticidas e a produção não usa qualquer tipo de químico. Na 8950, a marca criada em Castro Marim, a palavra de ordem é sustentabilidade



O nome é de código postal: 8950 (Castro Marim). Mas o que pode chegar na volta do correio é toda uma linha de amenities que se quer saudável para a pele, ou não tivesse a produção em conta a preservação das plantas, a ausência de pesticidas nas plantas de cultura e embalagens livres de plástico. A marca, que se declina já num sabão líquido, champô, creme de corpo e acessórios, apresentou-se em Novembro e promete fazer diferente, segundo a sua mentora, Eglantina Monteiro. Antropóloga de formação, professora universitária, curadora de exposições que operam na fronteira entre arte e antropologia, Eglantina está, desde 2008, à frente de uma unidade hoteleira em contexto rural, a Companhia das Culturas, por si sonhada e criada. No barrocal algarvio, em terras de Castro Marim, a Companhia das Culturas começou por se afirmar antes como quinta de produção biológica, sendo que, de então até cá, tudo esteve alicerçado no equilíbrio ecológico, em termos de arquitectura, alimentação, oferta global, forma de estar e de receber.

Não é de estranhar, por isso, que se tivesse sentido a necessidade de alinhar pelo mesmo diapasão as próprias amenities do espaço. Depois de trabalhar com duas marcas portuguesas, a responsável começou a sentir-se defraudada com os produtos que apresentava aos clientes. Daí a sonhar ter uma linha que respondesse a todos os critérios da própria Companhia das Culturas foi um sopro. Mas foi há cinco anos, no momento em que se decidiu a criar um hammam [o sucessor dos banhos turcos] no espaço, que realizou ter chegado o momento. «Construímos o primeiro hammam de raiz no Portugal contemporâneo. Quando o fizemos, levantámos a dúvida: e agora como é que fazemos com os óleos, os cheiros, as massagens... Dentro daquilo que é o nosso guião, a paisagem que nos envolve, como já sabíamos que havia e há alambiques na serra do Caldeirão e como também já trabalhávamos com óleos essenciais de um artesão que tinha um alambique, comecei a querer fazer óleos de massagens», recorda.

Só que se colocavam limitações ao seu desenvolvimento e crescimento.



Alguma procura mais tarde, Eglantina percebe a existência da Pharmaplant em Alcoutim, uma pequena unidade de destilação a frio, que produz essencialmente a granel para grandes marcas mundiais. Faz o primeiro contacto, apenas a pensar numa oferta consentânea para o seu hammam. «Na altura, era a minha preocupação», conta.

Até que a conversa com a bióloga responsável pela Pharmaplant se desenrola ao ponto de perceber que o que faria sentido era dar o salto e desenvolver, ali, toda a linha de amenities que tanto procurava para a sua Companhia das Culturas.

Foi há dois anos e meio. Eglantina Monteiro sabia bem o que queria: «Tinha um caderno de encargos. Tinham que ser produtos



Eglantina Monteiro,
responsável
pela 8950

Os produtos

Sabão líquido: com aloé vera, a espuma provém de extractos de Quiluaia, conhecida como casca-de-sabão;

Champô: a proteína de trigo hidrolisada actua como condicionador e é um nutriente capilar, enquanto a glicerina vegetal proporciona humectação e protecção do couro cabeludo;

Creme de corpo: com óleo de grainha de uva que lhe dá suavidade, glicerina vegetal que reduz a perda de água, triglicérido cáprico e ácido esteárico, que têm acção emoliente e rejuvenescedora. O acetato de tocoferol, uma das formas da vitamina E, age como antioxidante natural e condicionador da pele;

Acessórios: escova de dentes em bambu, pasta dentífrica biológica, bálsamo labial, touca de banho compostável, cotonetes e discos de algodão biodegradáveis. Um exclusivo para hotelaria. A 8950 tem ainda frascos com doseador, embalagens de recarga e suportes de parede, sendo também possível personalizar todos os frascos dentro de uma gama de tons predefinidos.

sem níveis de toxicidade, e que houvesse uma articulação entre a ecologia e o território, valorizando-o, com os cheiros do próprio lugar e com alguma dimensão estética.» E seria com base nessa matriz que se começaria a desenhar a linha agora no mercado e que haveria ainda de contar com o trabalho imersivo do perfumista Lourenço Lucena. «Tínhamos definido que os aromas tinham que vir do lugar, do barrocal e das dunas, entre o tomilho e a melissa, a alfarroba, a esteva, o funcho ou o rosmaninho. Queríamos esta combinação e foi este o desafio que lançámos ao Lourenço, até chegarmos ao aroma final», descreve.

Alargar o mercado

200 mil euros de investimento mais tarde, ficaria tudo pronto para ser apresentado em Novembro do ano passado, entre o sabão líquido, o champô e o leite de corpo, que se apresentam em frascos de cerâmica de Alcobça desenhados pela ceramista Sofia Magalhães, enquanto as embalagens em papel de algodão têm assinatura de Joana Areal, que trabalhou a identidade visual da marca. E o que seria um projecto para “consumo doméstico”, começaria a ganhar contornos maiores.

Disponível na Companhia das Culturas, a linha 8950 entrou já também numa unidade hoteleira de Lisboa, o Art Gate Chiado, no Restaurante Epur, do chef estrela Michelin Vincent Farges e num Spa de Cascais, sendo que Eglantina mantém negociações com outros hotéis onde gostaria de a levar. Precisamente aqueles que se movem pelo mesmo posicionamento da marca - “just for sustainable hotels”.

Mas por aqui não se olha a grandes quantidades - para já entrou no mercado com 3000 litros - até porque se quer manter os princípios dos produtos e que os ingredientes continuem a chegar do território definido, o qual circula precisamente em torno da Companhia das Culturas. E, depois da linha de amenities, chegará a de produtos para Spa, com o primeiro teste a ser mesmo feito in house, no hammam da sua Companhia. «Agora, o trabalho é colocar tudo isto no mercado», lembra, enquanto destaca que em causa está «um projecto de articulação de vários saberes». ■