

“Por trás de todos estes reconhecimentos, há uma história real”

Vinte anos de Chez Sónia e mais uma distinção nos Prémios Cinco Estrelas Regiões 2026. Sónia Melo volta à IN Corporate com a sua marca consolidada e com a certeza de que o reconhecimento diz muito, mas a persistência que o antecede diz ainda mais.



Depois de vários reconhecimentos nos últimos anos, que significado particular tem para si esta nova distinção nos Prémios Cinco Estrelas Regiões 2026?

Tem um significado muito especial, porque este reconhecimento chega numa fase em que sinto que a nossa marca já não é apenas um projeto em crescimento, mas uma marca com caminho feito, identidade própria e uma ligação muito forte às pessoas. Este ano celebramos 20 anos de Chez Sónia, e sinto que esta distinção acaba por refletir muito desse percurso: a consistência, a dedicação e a forma de receber. Os Prémios Cinco Estrelas Regiões têm uma importância particular por valorizarem aquilo que nasce e se afirma a partir de cada região. No meu caso, receber esta

distinção nos Açores é também sentir que o meu trabalho, a minha forma de receber e a minha cozinha continuam a fazer sentido para quem vive e visita este território.

Sente que este novo prémio confirma uma fase de maior maturidade do projeto, mais do que apenas acrescentar mais uma distinção ao percurso?

Sim, absolutamente. Mais do que somar mais um prémio, sinto que esta distinção confirma uma fase de maior consolidação. O Chez Sónia tem crescido sem perder a sua escala humana, e isso é muito importante para mim. Cada reconhecimento mostra que é possível construir uma marca com consistência, sem deixar de respeitar o tempo e a essência do projeto. Não encaro os reconhecimentos como um ponto de chegada, mas como sinais de que o caminho escolhido tem sido coerente.

O prémio volta a colocar em evidência a relação entre gastronomia, território e experiência. Algo que tem muito que ver com a identidade do Chez Sónia, certo?

Exatamente. O Chez Sónia vive dessa relação entre a gastronomia, o território e a experiência. Para mim, cozinhar nos Açores não é apenas usar produtos locais; é contar uma história através deles. É levar para a mesa o ananás, o chá, os lacticínios, o peixe, as ervas, os doces tradicionais, mas também a paisagem, a hospitalidade e a forma açoriana de receber. O cliente não procura apenas uma refeição. Procura um momento, uma memória e uma ligação ao lugar onde está.

Nos últimos anos, tem falado de autenticidade, raízes gastronómicas, produtos locais e capacidade de dar novo fôlego à tradição. Esse equilíbrio tornou-se mais exigente à medida que o seu projeto ganhou notoriedade?

Tornou-se mais exigente, sim, porque a notoriedade traz uma maior atenção sobre aquilo que fazemos. Mas essa exigência também é positiva. Obriga-nos a pensar melhor, a respeitar ainda mais os ingredientes e a tradição, e a encontrar formas de inovar sem descaracterizar. Para mim, dar novo fôlego à tradição não é transformá-la ao ponto de a tornar irreconhecível; é valorizá-la com outro olhar, outra apresentação e outra sensibilidade. A autenticidade continua a ser o ponto de partida.

ID: 123731175

01-06-2026



O reconhecimento dos consumidores tem sido uma constante nas distinções recentes do Chez Sónia. Sente que essa validação traz mais responsabilidade ao seu trabalho?

Sem dúvida. Quando um reconhecimento vem dos consumidores, tem um peso emocional muito grande. Significa que aquilo que fazemos é sentido por quem vive a experiência. Essa validação traz orgulho, mas também uma responsabilidade acrescida. Cada cliente chega com expectativas, e eu sinto que tenho de honrar não só o prémio, mas sobretudo a confiança que depositam em mim. No fundo, é uma responsabilidade bonita: continuar a receber bem, a cozinhar com verdade e a criar momentos memoráveis.

A Sónia já afirmou que “a essência do Chez Sónia será sempre a mesma”. Perante o crescimento, os prémios e a maior exposição pública, como se preserva essa essência?

Preserva-se tomando decisões conscientes. O crescimento pode trazer muitas oportunidades, mas nem todas fazem sentido. Eu tenho aprendido a perceber o que está alinhado com a nossa marca e o que poderia afastar-me daquilo que sou. A essência preserva-se na proximidade com o cliente, na atenção ao detalhe, na escolha dos produtos, na forma como recebo e até na forma como digo “não” quando sinto que algo não respeita o projeto. Quero crescer, sim, mas não crescer por crescer.

Depois de várias entrevistas em que falámos de percurso, empreendedorismo, cozinha, território e prémios, que dimensão sua sente que ainda não foi totalmente contada?

Talvez a dimensão mais íntima e mais humana. Muitas vezes fala-se dos prémios, da televisão, das entrevistas, dos eventos e do empreendedorismo, mas há uma parte silenciosa que sustenta tudo isso: a persistência, as dúvidas, o cansaço, a disciplina e a coragem de continuar. O Chez Sónia não nasceu de uma estratégia perfeita. Nasceu de uma necessidade, de uma paixão e de uma vontade muito grande de construir algo com verdade. Essa parte, difícil de explicar, mais vulnerável e mais real, talvez ainda esteja por contar com mais profundidade.

Que imagem gostaria que estas páginas deixassem da Sónia Melo e do Chez Sónia neste momento concreto do seu percurso?

Gostaria que deixassem a imagem de uma marca que, apesar de ter nascido por acaso, foi com consistência, e sem nunca perder a alma. De uma mulher que construiu o seu caminho passo a passo, com trabalho, resiliência e respeito pelas suas raízes. São 20 anos de caminho que ganham expressão, se consolidam e que se refletem em reconhecimentos. Neste momento, o Chez Sónia representa maturidade, confiança e reconhecimento, mas continua a ser, acima de tudo, uma forma muito pessoal de receber à mesa. A minha essência. Nada mais.

Gostava que quem lesse esta entrevista sentisse isso: que por trás de todos estes reconhecimentos, há uma história real, feita de pessoas, território, memória e muita dedicação. 

