

ADEGAS
ADEGA DE BORBA

Manuel Rocha, CEO da Adega de Borba

Vinhos com arte e

HISTÓRIA

Inegável imagem de marca vínica do Alentejo, pela Adega de Borba se conta, também, parte da história do sector dos vinhos nos últimos 60 anos. Liderada por Manuel Rocha e com a enologia a cargo de Óscar Gato, tem sido casa de sucessos nacionais e internacionais. Com cerca de 300 produtores, dispersos por dois mil hectares de vinhas, é uma das maiores produtoras nacionais e, além-fronteiras, está presente em cerca de 25 países, em competição directa com os melhores do mundo

texto e fotografia Gonçalo Guedes

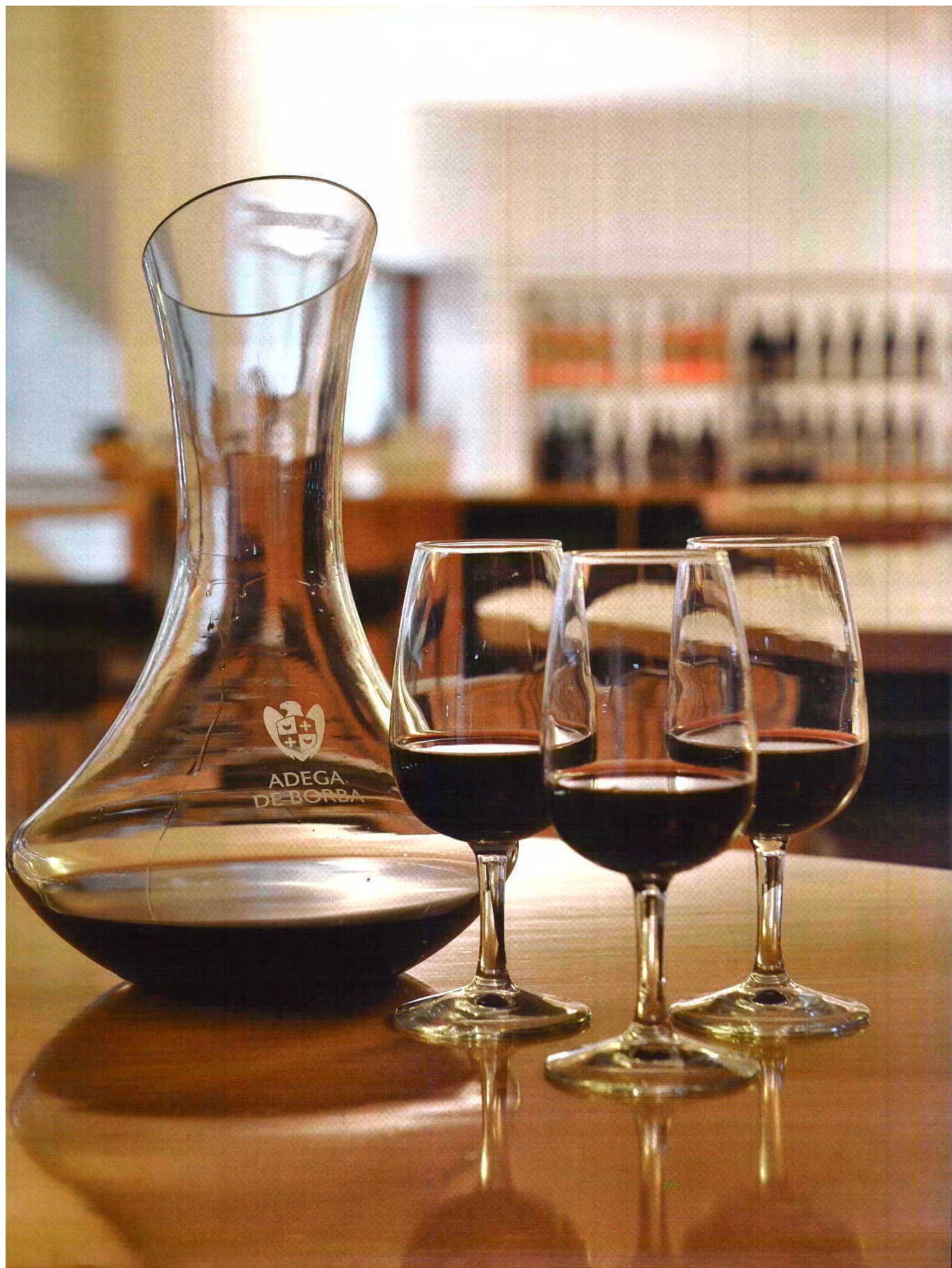
■ Adega de Borba

Largo Gago Coutinho
e Secadura Cabral, 25
7151-913 Borba
tef: 268 891 660
faxe: 268 891 664
<http://www.adegaborba.pt>



■ Vinhos produzidos

Adega de Borba Premium
Saltes
Adega de Borba
Convento de Vila Vinte e cinco
Pétalo de Cortiça Verde Reserva
Pétalo de Cortiça Verde Reserva
Pétalo de Cortiça Verde Reserva
Montes Claros
Senses
Aguardente
Vinho Licoroso





ADEGAS
ADEGA DE BORBA



Ainda a segunda metade do século XX dava os primeiros passos (1955) quando se começaram a constituir as primeiras adegas alentejanas que haveriam de revolucionar o sector dos vinhos em toda a região. A pioneira foi a Adega Cooperativa de Borba (ACB) – a qual teve por sócio número um José Ferreira Coelho –, que durante as décadas seguintes haveria de construir uma casa de renome com marcas das mais conceituadas do país no que à produção de vinho de qualidade diz respeito.

O crescimento chegou ao impressionante número de 300 viticultores, que dividem as suas vinhas por uma área de dois mil hectares de terrenos (70 por cento de tinto e 30 de branco), permitindo uma produção que a coloca entre as dez maiores do país.

Manuel Rocha – engenheiro químico, 43 anos – é quem está actualmente ao leme (CEO) dos destinos da Adega da Borba, depois de, em 2010, ter aceitado o convite para liderar uma casa cheia de história e de pergaminhos.

Desde sempre admirador dos vinhos daquela adega, revelou, em conversa com a revista Mais Alentejo, que quando recebeu o primeiro ordenado da sua vida profissional – já lá vão uns anos, dezoito – foi jantar com amigos e fez questão de beber Adega de Borba Reserva. Coisas do destino.

Estava, então, muito longe de imaginar que viria, um dia, a liderar uma adega que “tem uma equipa fantástica, que sua a camisola e dá tudo por tudo pela empresa”, assegurou, revelando que “é uma equipa em que tenho muito orgulho, quando lanço um desafio, ninguém diz que não”.

E isso implica gerir as sensibilidades e interesses das três centenas de produtores que anualmente produzem a uva com que a Adega de Borba chega ao exigente mercado dos vinhos, com néctares desenhados pelo saber do enólogo Óscar Gato.

“Existem vários campos onde tentamos chegar aos nossos viticultores, envolvendo-os com os

interesses e a estratégia da adega, apostando na sua formação e tentando passar a mensagem de que sem eficiência e economia de escala é difícil ter responsabilidades”, frisou Manuel Rocha.

“Grande parte deles já tem certificação em produção integrada, o que significa que estamos a falar de um nível de viticultura muito elevado”, sustentou ainda o mesmo responsável.

Num contacto permanente entre todos, escolhem as castas mais importantes, existe um entendimento daquilo que se pretende, em termos de qualidade da uva e, afiançou ainda, “temos evidenciado um cuidado muito grande em valorizar a qualidade que depois vai compensar o viticultor”.

Na produção da adega, localizada perto de uma das entradas da cidade de Borba, a maior parte das uvas de grande qualidade resulta de viticultores profissionais com competências muito acima da média.

“Cada vez mais, o trabalho de aproximação dos viticultores é muito importante na estratégia da adega porque só se caminhararmos todos juntos é que conseguimos”, garantiu Manuel Rocha.

APESAR DE TUDO, CRESCER

Em Portugal há, actualmente, um menor consumo de vinho, em virtude de vários factores, nomeadamente, a crise económica e as alterações das taxas de alcoolemia permitidas para condução, sendo necessário que a qualidade seja cada vez mais uma aposta por parte dos produtores, com a relação qualidade preço a marcar a diferença entre ganhar ou perder quota de mercado. “As alterações dos hábitos de consumo fazem com que cada vez menos as pessoas bebam vinho, que passou a representar um consumo maioritariamente de celebração” e ao fim-de-semana, o que faz com que “as oportunidades de crescimento em mercado interno sejam cada vez mais pequenas”, lembrou.

Ainda assim, a Adega de Borba tem crescido no mercado português, acrescentou, “provavelmente, porque tem apresentado aos consumidores



propostas mais vantajosas versus os seus concorrentes”.

As gamas mais “premium” continuam a crescer, bem como as de preço mais baixo, quer nas vendas em supermercados, quer no canal da restauração, o que demonstra a força que os vinhos daquela adega têm em Portugal. Lá fora a “guerra” é ainda maior num mercado vastíssimo onde a adega assume ter por concorrentes os melhores produtores do mundo.

“Apostamos no cluster dos maiores mercados do mundo, ou seja, Reino Unido, Alemanha e Estados Unidos”, adiantou, aclarando ainda que os dois primeiros são “muitos difíceis de conquistar”, uma vez que estão lá todos os grandes produtores de vinhos do mundo.

A aposta forte nos países emergentes surge com a China e a Rússia à cabeça, mercados onde mantêm grande optimismo para o desenvolvimento futuro das marcas da casa, estando ainda presentes em mais 20 países dispersos por todos os continentes.

“Eu, sendo português, tenho que apresentar vantagens competitivas que sejam superiores a outros produtores de outros países”, explicou Manuel Rocha garantindo que apresenta vinhos de boa qualidade, com preços razoáveis.

“Portugal ainda não tem a notoriedade que devia possuir, isso faz com que, por vezes, outras propostas de pior valor e qualidade nos possam passar à frente”, lamentou, acreditando, contudo, que, mais tarde ou mais cedo, o país vai afirmar-se como um produtor de qualidade.

“Nos últimos anos Portugal tem melhorado muito a sua imagem, o ano passado foi fantástico em termos de resultados nas revistas internacionais como a Wine Spectator onde teve vários vinhos no top 10”, salientou.

O objectivo da Adega de Borba, no que respeita ao mercado externo, a curto prazo, consiste em chegar aos 20 por cento, mas a meta que Manuel Rocha quer atingir é a metade do total da produção vinica da casa que dirige.

Dentro de portas pede-se nada menos que a excelência e por

isso “o trabalho que temos feito nos últimos anos tem a ver com o incremento médio da qualidade dos nossos vinhos em todas as gamas”, disse ainda.

No seguimento dessa política a Adega de Borba fez recentemente um investimento numa adega mais pequena, com uma mesa de escolha diferente, para onde segue uma vindima 100 por cento manual, realizada à noite, em caixas pequenas, de onde resultam os “topo de gama”.

Para o futuro, os grandes projectos da Adega de Borba passam pela vertente tecnológica na produção e, igualmente, pela conquista de mais mercado. No primeiro, acrescentou, “queremos continuar a pensar no desenvolvimento da tecnologia da empresa, investir mais na área da produção, de maneira a que “a empresa continue muito de ponta em tudo o que faz”.

Por seu turno, a nível dos mercados, concluiu Manuel Rocha, a aposta passa por marcar presença nos mais importantes, mas com representantes directos da adega, o que configura a passagem de uma lógica de exportação para internacionalização. ■

