

| | | | | |
|---|----------------|-------------------------|-------------|---------------------------|
| Expresso Economia 11-11-2006 | Periodicidade: | Semanal | Temática: | Agro-alimentar |
| | Classe: | Informação Geral | Dimensão: | 113 cm² |
| | Âmbito: | Nacional | Imagem: | S/PB |
| | Tiragem: | 167000 | Página (s): | 20 |

Ravasqueira afina estratégia

Joaquim Guimarães, antigo responsável pela Quinta de Pancas, é o mentor do plano estratégico para o vinho produzido na herdade do empresário José Manuel de Mello

Para contrariar a crise, o Monte da Ravasqueira vai criar uma marca de vinho de 'combate' e reforçar a internacionalização.

O impulsionador desta nova estratégia é Joaquim Guimarães, o novo administrador que chega à Ravasqueira — uma herdade alentejana perto de Arraiolos, propriedade do empresário José Manuel de Mello — depois de mais de duas décadas de experiência na Quinta de Pancas.

“Para evitar a venda de vinho a granel, criámos uma marca de combate: o Calantica, posicionado no segmento igual ou abaixo dos dois euros”, explicou Joaquim Guimarães.

Com o Calantica, nome dado pelos romanos a Arraiolos, o responsável dá por encerrada a segmentação do portfólio de vinhos que inclui ainda o Fonte da Serrana (gama média) e o Monte da Ravasqueira (gama alta).

Face ao excesso de oferta e para adequar os vinhos ao mercado, a nova estratégia implicou também um reposicionamento de preço: o Monte da Ravasqueira passou de €9-10 para €6,5 euros, o Fonte da Serrana de 7 para €3,3.

A colheita de 2006 correu bem, diz Joaquim Guimarães que quer fazer dois vinhos de

qualidade superior: um Touriga Nacional e um «blend», que deverão estar prontos no início de 2008.

Quanto à internacionalização, “o objectivo é escoar metade da produção nos mercados internacionais dentro de dois a três anos, contra os actuais 10%”, diz.

“Entrámos já nos EUA com o Fonte da Serrana. E na Alemanha e em Angola com toda a gama. Ainda este ano vamos entrar no Brasil”, afirmou. Está também a ser reforçada a rede de agentes comerciais na Bélgica, Canadá e Irlanda.

“O negócio do vinho deverá representar cerca de 500 mil euros este ano e o objectivo é chegar a uma facturação da ordem do milhão de euros até 2010”, salientou.

Com cerca de quarenta hectares de vinha, o Monte da Ravasqueira produz entre 280 e 300 mil garrafas no conjunto das três marcas.

HELDER C. MARTINS

NÚMERO

50%

da produção de vinho vendida nos mercados internacionais dentro de dois a três anos é uma das metas do Monte da Ravasqueira

