



Monte da Ravasqueira factura um milhão de euros em 2010

A quinta da família José de Mello quer vender mais de 500 mil garrafas em 2011.

Hermínia Saraiva
herminia.saraiva@economico.pt

Outubro queima os últimos dias, mas o sol alentejano não dá descanso. Já passa das três e o calor na vinha no Monte da Ravasqueira, propriedade do grupo José de Mello, é só ligeiramente suportável. Pedro de Mello mostra as uvas que serão vindimadas no dia seguinte (ontem), as últimas da colheita deste ano. E está satisfeito com o resultado.

“Conseguimos vinhos francamente bons”, dirá mais tarde já no fresco da adega. Uma colheita com qualidade para o fazer acreditar que no próximo ano a Sociedade Agrícola D. Dinis, conhecida pela marca Monte da Ravasqueira, conseguirá duplicar a facturação para os dois milhões de euros.

“Este ano devemos atingir cerca de um milhão de euros de vendas, na ordem das 300 mil garrafas. Para o ano temos uma

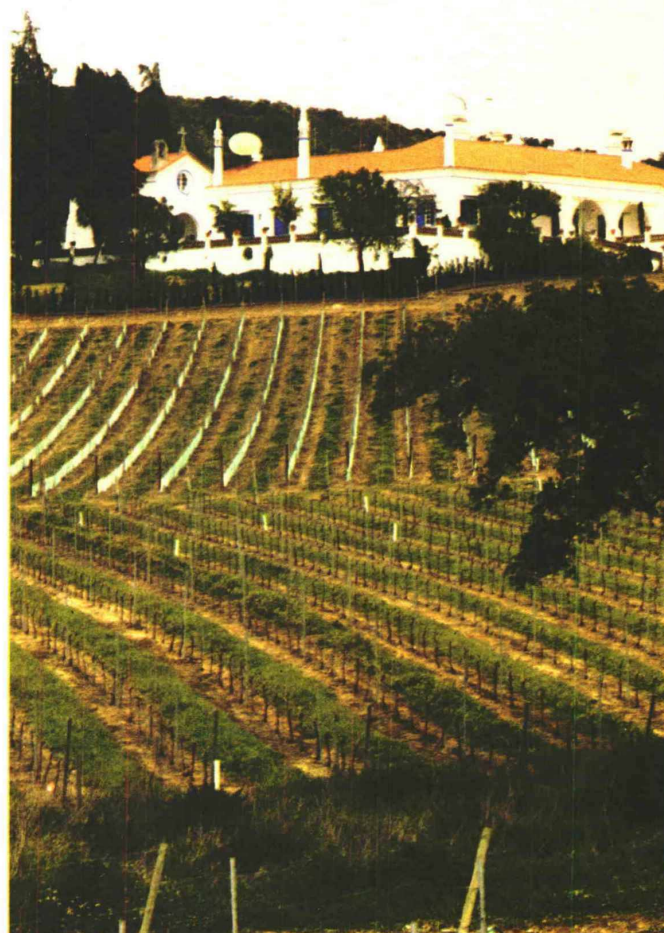
previsão de 500 mil garrafas e de uma facturação na ordem dos dois milhões de euros”, revela Pedro de Mello ao Diário Económico. Hoje o Monte da Ravasqueira comercializa cinco referências, estando na calha o lançamento de um novo vinho para o início de 2011, depois de no início deste ano ter colocado no mercado o Monte da Ravasqueira Premium, uma edição especial de cerca de 3.700 garrafas.

Apesar da conjuntura económica – que leva o vice-presidente do grupo José de Mello e presidente da Sociedade Agrícola D. Dinis a olhar para o próximo ano “com grande preocupação” –, a empresa acredita que terá nos mercados externos a resposta para as duas preocupações. “Temos que criar alternativas na exportação.” (ver entrevista).

O Monte da Ravasqueira ocupa uma área de cerca de 3.000 hectares na região de Arraiolos, mas destes apenas cerca de 45 estão ocupados com vinha. Um espaço que é ainda rentabilizado com a aposta no enoturismo, que se traduz em provas de vinhos, passeios a cavalo, eventos para empresas, piqueniques na barragem, actividades realizadas através de uma parceria com a Vida é Bela e operadores turísticos. “O problema do enoturismo é a falta de uma oferta integrada”, lamenta Pedro Mello. É que apesar de existirem mais de 52 produtores associados à Rota dos Vinhos do Alentejo não serão mais de meia dúzia aqueles que apostam nesta forma de negócio.

Além do negócio do vinho, há a criação de cavalo Lusitano, ou de gado bovino para a venda de carne, o azeite, o mel e a extracção de cortiça. Pedro de Mello reconhece que todas estas actividades são ainda residuais nas contas da empresa, mas fala com orgulho da produção de cavalos: “Fomos campeões do mundo em 1996, ganhámos o campeonato da Europa há dois anos e no ano passado o campeonato de França.” ■

Dos 3.000 hectares do Monte da Ravasqueira, em Arraiolos, apenas 45 são vinha.



João Paulo Dias

PALAVRA-CHAVE



O Monte

O Monte da Ravasqueira, que ocupa cerca de 3.000 hectares junto a Arraiolos, pertence à família José de Mello, sendo um dos negócios periféricos do grupo que se distingue na área das concessões. Além da produção de vinhos, do Monte saem ainda azeite, cortiça, mel, carne de bovino e cavalos Lusitanos.

TRÊS PERGUNTAS A...



PEDRO DE MELLO

Presidente do conselho de administração da Sociedade Agrícola D. Dinis

“Queremos exportar entre 25% a 30% da produção”

Pedro Mello, responsável pelo Monte da Ravasqueira e vice-presidente do Grupo José de Mello, aposta no reforço da presença nos mercados internacionais. Essa é a grande aposta da Sociedade Agrícola D. Dinis para contornar a eventual quebra da procura no mercado interno.

O Monte da Ravasqueira vai facturar este ano cerca de um milhão de euros. Quanto vem dos mercados externos?

Entre 25% a 30%. A exportação é

crítica, todos sabemos como está o mercado nacional: difícil. A exportação será crítica e todos os esforços que estamos a fazer para cativar novos mercados, novos clientes na exportação.

Quais são os principais mercados de exportação e quais os mercados que tencionam abrir para o ano?

Na Europa, França, Bélgica, Alemanha para nós são mercados chave. Fora da Europa, EUA, Brasil e Angola. Angola é incontornável. Depois esporadicamente estamos a trabalhar com Macau, Hong Kong, mas são passos muito lentos que demoram muito tempo. Mas acredito muito nos EUA e no Brasil.

O próximo ano será de consolidação dos mercados onde estão presentes ou pretendem conquistar novos mercados?

Vamos apostar nestes e consolidar. Não recusamos é nenhum mercado se surgirem, mas a aposta tem que ser nos mercados onde já estamos a trabalhar, onde já temos algum conhecimento porque os recursos humanos também são limitados.