



ADEGA DE PALMELA "Mais que fazer vinhos, fazer história!"

> texto **Fernanda Silva Teixeira** > fotografia **D. R.**

Fundada em meados da década de 50, a Adega de Palmela, na Península de Setúbal, assume um papel ativo na economia da região, mantendo uma ligação afetiva e emocional no apoio à produção agrícola e vitivinícola. Contando com cerca de 300 associados e 66 anos de cooperativismo, a instituição tem ainda uma função social de relevo ao honrar o nome Palmela com os seus vinhos e o ousado designio de "Mais que fazer vinhos, fazer história!"

A Adega Cooperativa de Palmela é um dos principais polos de desenvolvimento de um concelho marcadamente agrícola. Potenciada pela ampla planície arenosa que constitui grande parte do concelho, a cultura da vinha e a produção de vinho têm, por razões históricas, um peso e uma importância bastante grande para a economia local.

Fundada em 1955 sob a designação de Adega Cooperativa da Região do Moscatel de Setúbal, a instituição iniciou a sua atividade três anos mais tarde, em 1958, com

50 associados e com uma produção que não excedia os 1,5 milhões de litros. Hoje, os 300 produtores que integram a associação possuem uma área combinada de mil hectares e asseguram uma produção que ultrapassa os 8 milhões de litros, dos quais 75% são de vinho tinto, 15% de vinho branco e 10% de famoso moscatel de Setúbal. Tendo apostado na atualização tecnológica, quer ao nível do fabrico, quer nível do engarrafamento, a Adega de Palmela é desde 2003 uma unidade de produção certificada (ISO 9001-2000) e dispõe de

5 linhas automáticas de engarrafamento, que garantem uma capacidade de produção de 10 mil garrafas/hora e de até os 10 milhões de litros anuais.

Contando com a dedicação e esforço dos seus 40 funcionários, a instituição produz marcas como Vale dos Barris (vinho regional Península de Setúbal branco, tinto e rosé), Adega de Palmela (DOC Palmela branco, tinto, Reserva, Premium Reserva e Grande Reserva), Adega de Palmela (DOC Vinho Generoso Moscatel de Setúbal e Espumante Moscatel Bruto), Villa Palma



"A Adega de Palmela tem feito investimentos elevados, principalmente nos últimos anos, mas que são necessários para o seu crescimento. Sem o apoio dos nossos associados, nada disto seria possível. Temos de ter sempre em mente que trabalhamos numa perspetiva de longo prazo", destacou Angelo Machado.

(DOC Palmela branco, tinto, rosé, Reserva branco e tinto e aguardente velha), Vale de Touros (DOC Palmela tinto Vinhas Velhas Reserva), Amus (aguardente bagaceira de Moscatel) e Pedras Negras (vinho de mesa branco, tinto, vinho licoroso abafado e aguardente bagaceira envelhecida), entre outras marcas próprias e exclusivas.

Por tudo isto, não é de estranhar que, nge-lo Machado, Presidente do Conselho de Administração da Adega de Palmela, faça um balanço positivo das mais de seis décadas de atividade da cooperativa. "São 66 anos de associativismo, em que as exigências são diárias. Ainda assim, apesar das dificuldades o balanço é positivo. A Adega de Palmela tem feito investimentos elevados, principalmente nos últimos anos, mas que são necessários para o seu crescimento. Sem o apoio dos nossos associados, nada disto seria possível. Temos de ter sempre em mente que trabalhamos numa perspetiva de longo prazo".

Apesar de contar hoje com cerca de três centenas de associados, "durante alguns anos não aceitámos novos associados. No entanto, no ano passado aceitámos a entrada de mais alguns novos sócios. A união de esforços traduz-se em melhores resultados", frisa nge-lo Machado. Por isso, não

é de estranhar que, a Adega de Palmela, marca de vinhos da Península de Setúbal, represente um papel meritório e ativo na região, mantendo uma ligação afetiva e emocional no apoio à produção agrícola e vitivinícola.

VINHOS DE EXCELÊNCIA

Reconhecida pela gama de vinhos de excelência que produz, vendidos para o mercado nacional e internacional, a Adega Cooperativa de Palmela tem conquistado um crescente reconhecimento. Prova disso mesmo, salienta o Presidente do Conselho de Administração, "há cerca de um ano lançamos uma gama de vinhos Premium Reserva, Vinhas Velhas Reserva e Grande Reserva, que nos trouxe alguma dimensão de perceção de qualidade e notoriedade. Não é que já não o tivéssemos, mas estas referências vieram dar-nos outra dimensão para outros mercados".

Quanto ao mercado nacional este é sem dúvida o mais importante. "Cerca de 70% da nossa produção vai para a Grande Distribuição, onde também fazemos marcas próprias e exclusivas, para além das nossas marcas principais (Vale dos Barris, Adega de Palmela, Vale de Touros, Palma e Pedras Negras). Ao canal Horeca juntam o Villa

Palma, marca exclusivamente dedicada a este canal. Não obstante, parte da estratégia de crescimento da Adega para os próximos anos passa por fomentar vendas na área da restauração. "Sentimos que neste canal ainda há um longo caminho a fazer" e, por isso, "estamos já a trabalhar nesse sentido", assume.

Por tudo isto, é muito difícil definir o público-alvo dos vários néctares que saem da Adega de Palmela. Angelo Machado admite que o consumidor dos "nossos vinhos é muito diversificado". "Temos clientes de todas as idades e de estratos sociais. Percebemos que o cliente está interessado e disponível para saber mais da história por detrás de um vinho". Por essa razão, em 2022, "iremos desenvolver mais dinâmicas de enoturismo na nossa Adega. Queremos fomentar a visita para nos conhecerem, e até fazer eventos na nossa cave". Para tal, terão uma equipa totalmente dedicada a este projeto que irá dar a conhecer e a provar as várias referências.

Em paralelo, a cooperativa apostou também recentemente numa nova identidade para a marca Vale dos Barris, de modo a ampliar a sua imagem junto de um mercado mais jovem, que alia a sofisticação e a qualidade na exigência das suas esco-



 ADEGA COOPERATIVA



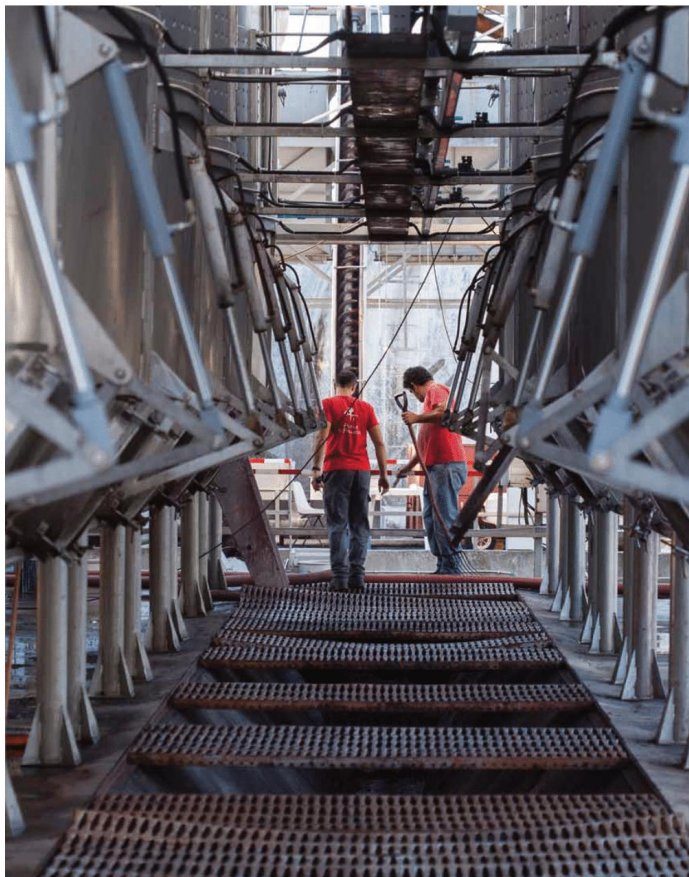
lhas. Nesse sentido, a nova imagem é visualmente mais apelativa e com uma linguagem mais próxima do consumidor. Os novos rótulos desta marca de vinho tinto, branco e rosé pretende destacar-se do restante setor vitivinícola, continuando a ser reconhecido nacional e internacionalmente.

ADEGA DE PALMELA DUPLICA VENDAS NOS MERCADOS EXTERNOS EM 2021

Tendo a consciência que, tantos os mercados, como os consumidores, de forma individual, são cada vez mais exigentes e informados, a Adega de Palmela, delineou uma estratégia de comercialização para os mercados interno e externo que assenta na oferta e na procura e identificação de novos clientes e mercados, assim como a consolidação dos atuais. "Temos a consciência de que cada mercado tem a sua especificidade, e temos de nos saber adaptar rapidamente ao pedido do nosso cliente. Atualmente, temos essa abertura e facilidade, resultado dos vários investimentos que fizemos na linha de produção nos últimos anos", indica o responsável. Mais, em 2021, no mercado de "exportação quase que duplicámos as vendas", sendo que os principais países com que trabalha-

No passado mês de Novembro, a Adega de Palmela celebrou os 25 anos da marca de vinho Vale dos Barris. Sob o mote "Há algo novo na paisagem", a instituição apresentou a renovação da imagem de uma marca registada desde 1996 e de inegável sucesso, com mais de 10 milhões de garrafas vendidas até à data.





ram foram a França, a China, a Rússia, o Brasil e a Alemanha. "Temos vindo a sentir um interesse crescente nas nossas referências", assume ngelo Machado. Contudo, o responsável admite que os dois últimos anos foram críticos devido à pandemia. Mesmo assim, "cimentamos as nossas marcas junto dos nossos clientes. Tivemos um volume de negócio anual que rondou os 7 milhões de euros, e perspetivamos que em 2022 esse volume se mantenha". Mas, reafirma, "vivemos tempos de incertezas. Pelo que não podemos dar nada como garantido".

A pensar no futuro, estão a desenvolver vários projetos em associação com várias instituições de forma a tornarem-se mais sustentáveis, potenciando a economia circular e procurando assegurar uma pegada ecológica mais pequena.

ADEGA DE PALMELA ASSINALA 25 ANOS DA MARCA VALE DOS BARRIS COM NOVA IMAGEM

No passado mês de Novembro, a Adega de Palmela celebrou os 25 anos da marca de vinho Vale dos Barris. Sob o mote "Há algo novo na paisagem", a instituição apresentou a renovação da imagem de uma marca registada desde 1996 e de inegável sucesso, com mais de 10 milhões de garrafas vendidas até à data. Com a assinatura do Atelier Rita Rivotti - Wine Branding & Design, agência de referência em Portugal no setor dos vinhos, a nova identidade da marca apresenta como intuito ampliar a sua imagem junto de um mercado atualmente mais jovem, que alia a sofisticação e a qualidade na exigência das suas escolhas. Visualmente apelativo e com uma linguagem mais próxima do consumidor, os novos rótulos desta marca

de sucesso de vinho tinto, branco e rosé pretende destacar-se do restante setor vitivinícola, continuando a ser reconhecido nacional e internacionalmente.

Susana Madeiras, Diretora Comercial da Adega da Palmela afirma que, "a marca Vale dos Barris, é a nossa marca mais vendida no mercado nacional e internacional, pelo que já merecia uma abordagem mais direta para o público, tornando-a mais apelativa e que a destaque dos restantes vinhos da concorrência com que partilha a prateleira. Estamos em crer que este vinho, com a imagem renovada, será uma afirmação de sucesso. É um vinho que se adequa a vários momentos, seja para beber no dia-a-dia, ou para um dia especial. Encontra-se nas prateleiras com preço a rondar os 3 euros, o que nos parece bastante acessível a todas as carteiras dos consumidores de vinho".



Quinta dos Nogueirões



**44 Adegas Cooperativas:
Palmela**