

**E**m 2002 houve um funeral na estação central de comboios de Nova Iorque. De dentro de um carro funerário, ao som de um triste solo de trompete, saiu um caixão onde ia um boneco de cortiça chamado Thierry Bouchon, uma aproximação ao termo francês para saca-rolhas (*tire-bouchon*). Era o funeral da rolha de cortiça. Coube à influente guru de vinhos Jancis Robinson dizer as últimas palavras. “Ó cortiça, ó cortiça, ó corticinha, corticinha. Como iremos sentir a falta da tua cilíndrica e corticenta majestade...” A brincadeira, encenada por um grande produtor de vinhos da Califórnia desiludido com os problemas das rolhas de cortiça, não tinha graça para os monopolistas mundiais das rolhas. Para a indústria portuguesa era mais um sinal de que não era só esse monopólio que estava em risco – era todo o negócio. “Estávamos assustadíssimos sobre o que iria acontecer”, admite à **SÁBADO** António Rios Amorim, presidente da maior empresa no sector, a Corticeira Amorim.

Pouco antes do funeral simbólico da rolha, o próprio gigante mundial da cortiça chegou a ponderar se não valia a pena saltar a bordo do comboio dos vedantes artificiais, revela António Amorim. “Houve uma reflexão interna sobre esse tema e a opção tomada foi não [entrar]”, conta. A indústria tinha a noção de que o conforto do seu monopólio tinha levado ao laxismo no produto, à arrogância na relação com os produtores de vinho em todo o mundo – e que havia muita margem para a rolha de cortiça evoluir e enfrentar as cápsulas de alumínio e as rolhas de plástico.

Quinze anos depois, a aposta dos que sobreviveram nesta indústria está a dar frutos – nada como ouvi-lo de quem recitou o elogio fúnebre à rolha. “Penso que, com todas as melhorias de qualidade instigadas pela indústria da cortiça, o pêndulo está a balouçar um pouco de novo para o lado da cortiça”, reconhece Jancis Robinson à **SÁBADO**. Robinson vê sinais encorajadores até na Austrália que, como

Uma rolha natural passa pela linha de produção – as rolhas são resultado de tradição e tecnologia



FOTOS: JORGE M. GONÇALVES

CORTIÇA. A GUERRA CONTRA OS VEDANTES ARTIFICIAIS

# A LEI DA ROLHA ESTÁ PARA DURAR

Portugal esteve em risco de perder o mercado em que é líder mundial, mas a maré mudou. A ciência foi crucial. A China e a tendência bio ajudaram. Por **Bruno Faria Lopes**

a Nova Zelândia e parte da Califórnia, lidera os críticos da cortiça. “Há um subgrupo de produtores de vinho jovens e *trendy* na Austrália que está deliberadamente a escolher cortiça para se diferenciar da moda dominante do *screwcap* [cápsula de alumínio]”, indica.

Os anos em que a cortiça perdia quota de mercado sem fim à vista parecem ter ficado para trás. A indústria portuguesa, que tinha mais de 90% do mercado mundial em meados dos anos 90, tem agora cerca de 65%. O rombo foi grande mas parece ter sido estancado, nota João Rui Ferreira, presidente da associação do sector, a APCOR – as rolhas de cortiça (12 mil milhões unidades por ano) estão a recuperar quota, as cápsulas de alumínio (4,5 mil milhões) crescem pouco e os vedantes de plástico (1,5 mil milhões) estão em queda. A batalha aconteceu em vários tabuleiros – o da ciência foi determinante.

## Derrotar o inimigo TCA

O “sabor a rolha” torna-se uma triste realidade para quem abre uma garrafa contaminada com o composto químico 2,4,6 tricloroanisol, ou TCA. A contaminação pode ter várias origens, mas a rolha de cortiça é o suspeito principal. No início da ofensiva dos vedantes artificiais circulou o rumor de que 15% a 20% das rolhas de cortiça estavam contaminadas – na realidade seria cerca de metade disso, uma taxa já muito alta – e a indústria portuguesa lançou-se num esforço concertado para eliminar o TCA. Logo entre 2000 e 2002 lançou um código de boas práticas industriais, com certificação sujeita a auditoria. A partir de 2008, quando 150 milhões de euros em exportações foram vaporizados num só ano, lembra João Ferreira, houve um momento de “toca a reunir” e foram investidos mais de 500 milhões em inovação.

Uma visita a uma



## Exportações

A cortiça a caminho de furar a barreira dos mil milhões

**Portugal** exportou um valor-recorde de 937,5 milhões de euros em produtos de cortiça no ano passado, um **crecimento anual de 4%**. As rolhas lideram (valem cerca de 70% do negócio), seguidas pelos materiais de construção (25%). A APCOR tem a expectativa de chegar à barreira dos mil milhões este ano.

fábrica como a Amorim & Irmãos em Santa Maria de Lamas lembramos como uma rolha é hoje uma mistura do tradicional com o moderno. Ao lado de processos ainda com muita intervenção manual (como a perfuração das pranchas de cortiça para fazer rolhas) há salas silenciosas com máquinas de cromatografia gasosa (a mesma que vemos em séries policiais televisivas) para detectar indícios ínfimos de TCA (o equivalente a uma gota

de água em 800 piscinas olímpicas). A tecnologia ND Tech permite à Amorim garantir que uma rolha natural – as melhores, usadas em grandes vinhos – não tem TCA. Nas rolhas com aglomerado,

Um operário trabalha nas pranchas de cortiça, na fábrica da Amorim em Santa Maria de Lamas

**“O PÊNDULO ESTÁ A BALANÇAR PARA O LADO DA CORTIÇA”, DIZ A INFLUENTE JANCIS ROBINSON**

**8.000** pessoas

têm emprego no sector da cortiça em Portugal. A indústria está concentrada no distrito de Aveiro

António Rios Amorim, 50 anos, lidera a corticeira desde os 33. É sobrinho de Américo Amorim

usadas nos vinhos correntes, o problema foi quase eliminado.

A melhoria nas rolhas libertou a indústria para competir no tabuleiro onde tem vantagem: a tradição. As campanhas da APCOR – que abrangem hoje *sommeliers* reputados, chefes de cozinha e outros influenciadores em mercados importantes – comunicam essa tradição e a sustentabilidade do negócio, numa altura em que o “sustentável” e o “biológico” são valores que ganharam peso para os consumidores. Quem compra rolhas são os produtores, mas quem compra vinho são os consumidores – e estes associam a cortiça à qualidade e à experiência de beber vinho. O sector tem promovido estudos empíricos sobre o impacto neurológico positivo do som (“poc”) e do ritual de abertura da garrafa.

Esta preferência de quem bebe é muito importante nos dois grandes mercados de vinho em ascensão, Estados Unidos (em valor) e China (em quantidade). Os produtores australianos fizeram do mercado chinês o alvo prioritário e tiveram a contragosto de voltar à cortiça – o charme “ocidental” da cultura do vinho é central para os chineses. Nos EUA os vinhos que mais quota ganham são os de gama média, que usam mais a cortiça (as rolhas ficaram também mais baratas).

Outro factor importante foi a descoberta de que os vedantes artificiais também têm problemas. O prestigiado produtor francês Domaine Laroche, por exemplo, explicou o seu regresso à cortiça com o facto de os vinhos envelhcerem melhor. A microoxigenação do vinho é relevante e o alumínio sela por completo a garrafa – um julgamento disputado pela indústria dos vedantes.

A batalha pelo domínio deste mercado continua acesa – com debate entre cientistas, produtores e influenciadores – e a evolução das rolhas “não pode parar”, diz António Amorim. Em 2017 há, contudo, uma certeza que não havia no ano do funeral da rolha. “Nunca nos vamos ver livres dos vedantes alternativos – mas eles também nunca se vão ver livres da cortiça”, garante. ■