

Data: 2015/12/05 **EXAME - PRINCIPAL**

Título: Os negócios da Riberalves além do bacalhau

Tema: Riberalves

Periodicidade: Mensal

Âmbito: Especializada

Temática: Gestão/Economia/Negócios

Imagem: 1/4

Pág.: 1

GRP: 2.3 %

Inv.: 15034.74 €

Tiragem: 18400

Área: 141274 mm2



OS NEGÓCIOS DA RIBERALVES... ALÉM DO BACALHAU

NEGOCIAR

VINHOS

O outro lado da Riberalves

Há mais vida além do bacalhau no grupo de Torres Vedras. Nos últimos anos, além do fiel amigo, a Riberalves tem apostado nos cafés e no vinho / Texto Joana Madeira Pereira / Fotos João Lima

◦ Fala-se de bacalhau apenas em duas ocasiões. Quando, à entrada da imponente AdegaMãe, encontramos em exposição um antigo dóri, pequeno barco a remos usado pelos portugueses na pesca à linha do 'fiel amigo' nos mares da Terra Nova e da Gronelândia, e quando, ao almoço, se prova a receita de bacalhau com broa da 'dona' Manuela Alves, como é conhecida a matriarca da família que construiu o Grupo Riberalves. É, aliás, a esta influência feminina que a adega foi buscar a inspiração e o nome. Para que ninguém se esqueça, numa das paredes está gravada uma frase do ensaísta norte-americano Ralph Waldo Emerson, que na família ninguém contesta: "Os homens são o que as mães fazem deles."

De resto, fala-se principalmente de vinho. Mesmo que uma das marcas da AdegaMãe tenha sido batizada de Pinta Negra, uma espécie mais valorizada de bacalhau, e outra Dory, uma homenagem aos tais pequenos barcos, a piscar o olho ao mercado internacional (a que acresce a insígnia AdegaMãe, dedicada a monocastas).

É bem verdade que o 'fiel amigo' constituiu a grande fatia do grupo, fundado em 1985: afinal, estamos a falar de uma faturação de 148 milhões de euros. Contudo, a Riberalves, com sede em Torres Vedras, tem trilhado o caminho da diversificação. Primeiro, com a área imobiliária, depois com o café Novo Dia e, desde 2011, com os vinhos da AdegaMãe.

João Alves, o fundador, de 65 anos, já gosta de aparecer pouco. São os filhos, Ri-

cardo e Bernardo (cujas primeiras sílabas dos nomes dão nome ao grupo, 'Riber'), que tomam o pulso ao negócio. Ricardo, o mais velho (37 anos), administra o negócio do bacalhau e passa os dias na fábrica da Moita, na margem sul do Tejo, onde se situa a principal unidade de transformação da Riberalves (a outra fica em Torres Vedras), que anualmente transforma 29 mil toneladas de 'fiel amigo'. E é Bernardo, 34 anos, que faz a visita guiada entre as vinhas destas encostas ligeiramente inclinadas, a 10 km da costa atlântica e das praias da Ericeira. Licenciado em Engenharia Civil, é ele que toma conta das restantes atividades do grupo, dedicando-se agora ao vinho, "como daqui a pouco" à agência imobiliária da Riberalves em Torres Vedras. Uma alternância que condiz com a sua inquietude: "Eu gosto de fazer coisas. E preciso de estar sempre a fazer alguma coisa."

A força do vinho de Lisboa

São precisamente a "influência marítima e os solos argilocalcários" que dão identidade aos vinhos da AdegaMãe, explica Diogo Lopes, o enólogo residente da empresa, que trabalhou ao lado de Anselmo Mendes (nome sonante do sector vitivinícola, muito conotado com o Alvarinho) na criação dos vinhos desta casa. Sobre tudo os brancos. Daí que nos 30 hectares de vinha daquela propriedade – comprada pela família em 2006, apostada em replicar em grande escala a pequena vinha que já o pai



de João Alves cultivara há muitas décadas naquela região – apenas haja castas brancas. As uvas tintas crescem a menos de 30 km dali, em Alenquer, num terreno de 100 hectares que os Alves arrendam.

A primeira vindima decorreu em 2010. "Foi quase como criar um campo de experimentação, onde ensaiámos diversas variedades de vinha. Ao fim de cinco vindimas, já estamos muito seguros relativamente às variedades que temos de utilizar para atingir os mercados que queremos", conta o enólogo. Atualmente, 60% da produção da AdegaMãe, que conta com 17 referências entre branco e tinto, destinam-se ao exterior. Principalmente Estados Unidos, Brasil e Angola, mercados onde a marca Riberalves está há muito implantada com o seu bacalhau. Mas há



Alternância O engenheiro civil Bernardo Alves, 34 anos, é o filho mais novo de João Alves, o fundador da Riberalves, criada em 1985. É ele quem lidera os negócios do vinho, os cafés Novo Dia e a área imobiliária do grupo. Com o enólogo Diogo Lopes (em baixo), 37 anos, tem dado notoriedade ao vinho da Região de Lisboa

outros países, como a China, mas também Canadá, Inglaterra, Holanda, Suíça ou França.

No mercado norte-americano, os vinhos da AdegaMãe tem conquistado reconhecimento. Em maio, a revista especializada *Wine Enthusiast* atribuiu 92 pontos (em 100 possíveis) ao Dory Reserva Tinto 2011 e ao Dory Reserva Branco 2013. Além disso, a gama Colheita do Dory, além de 88 pontos, recebeu ainda o selo *best buy* (recomendação de compra). Distinções que têm permitido à adega atingir "volumes de venda muito interessantes". Acrescenta Diogo Lopes: "Tem a ver com a originalidade do vinho. Queremos que as nossas castas exprimam o nosso carácter atlântico, mais fresco. Hoje já existe tanta oferta em termos de vinhos que os consumidores estão ávidos de sabores diferentes."

Todavia, não é só lá fora que a AdegaMãe cresce. "O mercado interno tem muito espaço de expansão", acredita Bernardo Alves, apontando para a notoriedade que mais recentemente os vinhos da Região de Lisboa têm vindo a granjear. "Nos últimos 10 anos, o nível qualitativo dos vinhos desta região subiu muito, devido ao aparecimento de alguns projetos, como o nosso, mais apostados na qualidade e não tanto na quantidade. Por outro lado, os produtores de hoje têm ferramentas de *marketing* mais fortes, há uma maior pressão comercial. A nossa equipa de vendas em Lisboa tem, por exemplo, seis comerciais na rua", indica.

No último ano venderam-se 130 mil garrafas de AdegaMãe através da restauração lisboeta. O número é várias vezes salientado pelo empresário. "Somos um vinho de Lisboa, temos de ter uma oferta forte na nossa região. É um mercado que tem uma janela de oportunidade enorme, a começar pelos dois milhões de habitantes, mais a sua população flutuante", explica. O crescimento da AdegaMãe em Lisboa, aliás, não tem sido indiferente ao *boom* turístico que se tem registado ▶





NEGOCIAR



► em Portugal, e particularmente na capital. “Quando estão em Lisboa [os turistas], querem experimentar produtos regionais, daí que seja natural este crescimento na restauração”, garante.

Aposta no enoturismo

O investimento vitivinícola do Grupo Riberalves ascende a cinco milhões de euros e resulta numa avançada adega (traçada pelo lápis do arquiteto Pedro Mateus), altamente tecnológica e mecanizada, com capacidade para receber, em período de colheita, até 120 toneladas de uva por dia. Todo o processo, incluindo as temperaturas que se fazem sentir nas gigantescas cubas onde o vinho fermenta, são controladas a partir de um simples computador.

A cave, onde ficam a repousar em barricas os melhores vinhos monocasta da insígnia AdegaMãe, é a sala primordial da AdegaMãe – e por isso mais bonita, a fazer lembrar uma biblioteca, com as garrafas arrumadas em grandes estantes, onde só é possível aceder subindo a uma escada de madeira deslizante, que Bernardo Alves mostra com evidente orgulho. É aqui, quando as luzes de presença se acendem, que os turistas que a visitam mais se impressionam com a adega. “Desde o primeiro dia que este projeto foi concebido já a pensar num projeto de enoturismo. Estamos muito próximos de Lisboa e podemos oferecer uma rota interessante: além do vinho, há serra e mar para mostrar”, explica.

DIVERSIFICAÇÃO

Cafés e imóveis com sabor Riberalves

Uma volta pela Região Oeste, sobretudo em Torres Vedras, a terra do Grupo Riberalves, dá a conhecer ao português e aos turistas um novo sabor de café. Mas a marca Novo Dia Cafés, gerida por Bernardo Alves, é tudo menos nova na região: existe desde 1965, e desde 1998 que pertence ao universo Riberalves.

A insígnia triplicou a faturação nos últimos sete anos, atingindo atualmente quatro milhões de euros. A aposta no alargamento da oferta (que passa pelo lançamento de cápsulas), a mudança de imagem e o novo posicionamento (que fez da Novo Dia a marca oficial de cafés em eventos como o Rock in Rio Lisboa, NOS Alive, Moda Lisboa ou Volvo Ocean Race) ajudaram. E a exportação já é uma realidade: Estados Unidos, França, Angola e surpreendentemente Ucrânia (é, aliás, o principal destino exportador) conhecem o gosto do café da Riberalves. E o Novo Dia também está em algumas zonas do Alentejo, Coimbra ou Braga, conta o empresário, que também lidera a Riberalves Imobiliária, empresa que gere o património do grupo.

Distinções A revista americana *Wine Enthusiast* atribuiu este ano 92 pontos (em 100 possíveis) ao Dory Reserva Tinto 2011 e ao Dory Reserva Branco 2013. A gama Colheita do Dory, além de 88 pontos, recebeu ainda o selo *best buy*.

Em várias salas do edifício estão montados ecrãs de televisão que explicam cada um dos momentos chave do processo de fabrico do vinho. Desde o início do ano, já recebeu perto de mil visitantes, que terminam a sua visita com uma prova de vinhos e, claro, a possibilidade de experimentar o almoço (naturalmente bacalhau) numa grande sala envidraçada, com vista privilegiada para as encostas de vinha.

Em 2015, a faturação desta componente turística deverá representar 150 mil a 200 mil euros. No conjunto, as receitas da AdegaMãe deverão atingir 1,5 milhões de euros, mas o objetivo é chegar a 2,5 milhões em cinco anos. “Quando comparamos com os quase 150 milhões do bacalhau, achamos esta soma ridícula. Mas a escala será sempre completamente diferente. No sector vitivinícola, uma empresa que fature 30 milhões de euros já é uma empresa muito, muito grande”, afirma Bernardo Alves. Para já, a atual faturação é “bastante interessante” e o caminho da expansão será trilhado lentamente, com “paciência, já que só se vende vinho quando se constrói confiança. E isso demora tempo”.

Por agora, a empresa está a reposicionar os seus vinhos no mercado, “até porque têm-nos dito que os nossos vinhos valem mais do que os preços que estamos a praticar”, assegura o empresário. Os preços variam entre 2,99 euros (para a gama mais baixa, a Pinta Negra) e 12,95 euros, do Dory Reserva Branco. A aposta nas monocastas, uma estratégia pouco seguida pelos vinhos portugueses, é para manter e apurar na AdegaMãe, até porque “lá fora ninguém diz vou beber um copo de vinho, mas sim um copo de Chardonnay”. Atualmente, a marca disponibiliza as castas de Petit Verdot, Cabernet Sauvignon, Touriga Nacional, Riesling, Chardonnay, Viognier, Alvarinho, Viosinho e Sauvignon Blanc.

Até ao final do ano, deverá colocar no mercado mais duas referências. Um espumante e uma aguardente vinícola da Lourinhã (a menos de 20 km de Torres Vedras), que deverá estar a ser comercializada ainda antes do Natal. ●