



DESAFIO É CRESCER NO MERCADO NACIONAL, REFERE O ADMINISTRADOR ALEXANDRE GOMES

A&D Wines exporta 97% da produção

MARC BARROS
marcbarros@vidaeconomica.pt

A empresa A&D Wines, que opera na região dos vinhos verdes, regista um volume de vendas ao exterior de 97%. Trata-se de um resultado notável, conseguido sobretudo porque, como explicou o seu administrador, Alexandre Gomes, "o lançamento das primeiras produções coincidiu com o surgimento da crise económica, pelo que tivemos que nos voltar para o exterior".

A empresa, que arrancou em 2007 com uma pequena produção de 12 hectares proveniente de duas propriedades localizadas na sub-região de Baião - Casa do Arrabalde e Quinta dos Espinhosos -, adquiriu em 2015 a Quinta de Santa Teresa com 33 hectares de vinha, na mesma sub-região de Baião.

Neste momento, a estratégia passa por concluir um investimento de sete milhões de euros, sobretudo em meios de produção, construção de uma nova adega e espaço de enoturismo. Deste montante, cerca de 40% do investimento já foi realizado e prevê-se que até 2019 esteja concluído.

De dentro para fora

Empresário na área da eletrónica, em sistemas e softwares de controlo de acesso, Alexandre Gomes e a esposa arrancaram em 2007 com este projeto na área dos vinhos. Trata-se de "uma paixão de família", como explicou Alexandre Gomes, uma vez que detinha já a Casa de Arrabalde. "Era a casa-mãe onde passava férias; em 1991 comecei a reestruturar a vinha, sendo que nessa altura vendíamos o vinho a granel".

Em 2007 "comercializámos o primeiro Casa dos Arrabalde e, em 2009, o primeiro Quinta dos Espinhosos, propriedade que adquirimos em 2007", recorda.

A A&D Wines "nasceu como uma forma de profissionalizar a estrutura". Desde o início "decidimos autonomizar as produções, com marcas próprias", mas também "um vinho comum". Trata-se de uma referência para a gama de entrada, chamada Liv, "com uma imagem fresca, que se destina ao consumo mais fácil e para uma faixa etária mais jovem".

Os primeiros anos desta empresa coincidiram com o surgimento da crise económica. "O lançamento dos primeiros vinhos, cerca de 50 mil garrafas, enfrentou uma grande dificuldade junto da distribuição nacional", recorda aquele empresário: "A grande distribuição não está muito vocacionada para pequenas marcas; a pequena e média distribuição não queria ouvir falar de novidades, e a restauração nem pensar, apesar da reação positiva que nos chegava dos consumidores nacionais", disse.

Daf a atenção aos mercados externos. "Iniciámos um processo de internacionalização, fomos a várias feiras internacionais e os vinhos tiveram um bom resultado; começámos a exportar bem para a Bélgica, Suíça, Inglaterra, através de importadores, e esse mercado exterior reagiu muito bem", explica Alexandre Gomes.

Os primeiros resultados fizeram os responsáveis da empresa acreditar



Alexandre Gomes entende que "é necessário estar presente no mercado nacional e ter a aprovação do consumidor português".

nesta área de negócio, com diferentes margens e formas de atuação, com uma forte concorrência e cuja projeção inicial "fazia-nos pensar que teríamos que ter maior dimensão".

Estratégia de diferenciação

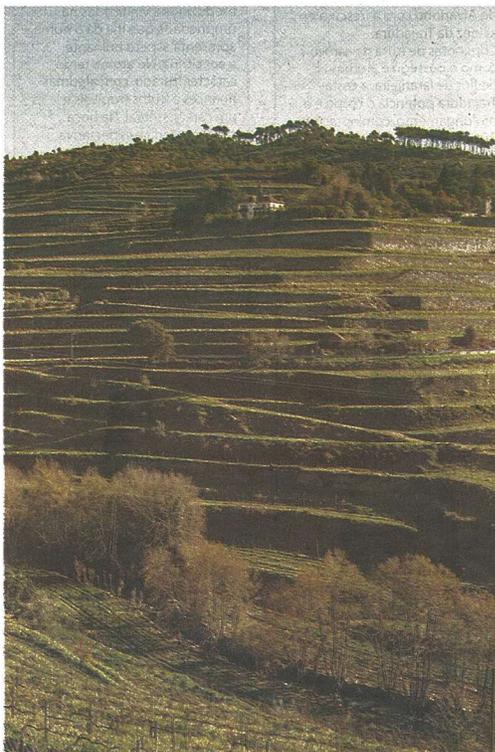
Nesse sentido, a A&D Wines

avançou para a aquisição da Quinta de Santa Teresa. "Exportamos hoje 97% da produção — o desafio agora é ganhar espaço no mercado nacional. Estamos num esforço de promoção para chegar junto dos consumidores, sentimos que a reação é positiva, mas quando queremos comprar não encontramos no mercado".

A compra daquela propriedade

permitirá à A&D Wines "ganhar massa crítica para entrar nestes canais de distribuição e consolidar alguns mercados onde entramos recentemente, como os EUA, Brasil e Canadá", reforça Alexandre Gomes.

Da Quinta de Santa Teresa, propriedade com 60 hectares, dos quais 33 de vinhas e um potencial de crescimento para mais 30 hecta-



Investimento de sete milhões abrange nova adega e enoturismo na Quinta de Santa Teresa

Japão é a próxima meta dos vinhos deste produtor de Baião

res, saíram já nesta última campanha 70 mil litros de vinhos. Estes sairão para o mercado de baixo de uma marca, Monólogo, com um grupo de três referências de vinhos monocasta — Aveso e Arinto, com uvas produzidas na Quinta de Santa Teresa e Chardonnay oriunda da Quinta dos Espinhosos. "São vinhos de uma única casta e única parcela, ou seja, vinhos de terroir, em que cada ano traduzirá a parcela", resumiu. A empresa conta ainda com "um vinho do enólogo, uma seleção de Fernando Moura, chamado Singular". Ou seja, "são vinhos não com um perfil de quinta, mas sim de casta única e parcela exclusiva". A empresa pretende chegar em breve aos 300 mil litros de vinhos com marcas próprias, "mas a limitação é própria do mercado".

Todo o excesso de produção é comercializado no mercado a armazémistas da região dos vinhos verdes. A produção atual ronda as 450 toneladas de uva. "Ainda é uma fatia importante do negócio — o preço do mercado ronda 45 a 60 centimos para a uva de casta —, pois não gera valor acrescentado significativo, mas também não faz sentido transformá-las em vinho e vender a granel".

Portugal com 30 a 40% das vendas

Exportar 97% da produção, com "os vinhos paletizados, colocados no camião e cobrados praticamente no momento da expedição" e, em simultâneo, apostar no crescimento do mercado nacional, pode parecer um contrassenso. Alexandre Gomes diz mesmo que o objetivo é, dentro de quatro anos, ter pelo menos 30 a 40% das vendas no mercado nacional.

E explica: "Faz falta estarmos inseridos no mercado nacional e ter a aprovação do consumidor". "O que sentimos é que vários importadores querem vir à propriedade, ou estão em Portugal e querem provar os nossos vinhos em restaurantes em Lisboa ou no Algarve. Para isso, é necessário que um vinho produzido em Portugal tenha uma plataforma de comercialização no país".

Se, no início, o mercado interno estava fechado às novas marcas, "sabemos que essa presença é importante para a imagem da empresa, para consolidar a estrutura e dar suporte à nossa estratégia e não sermos vistos meramente como comerciantes de vinho", adiantou Alexandre Gomes.

Mas os mercados externos não serão negligenciados. "Vamos fazer uma abordagem no mercado japonês", tendo como referência a participação no Sakura, concurso nipónico onde são as mulheres quem atribui os prémios. O Quinta de Espinhosos obteve duplo ouro — "foi o único vinho branco português premiado", nota Alexandre Gomes, e Diamond Trophy numa segunda fase, sendo que apenas quatro vinhos portugueses foram premiados — um branco, um tinto e dois fortificados.

Investimento de sete milhões em Santa Teresa

Para além da aquisição da Quinta de Santa Teresa, a A&D Wines tem em curso um investimento, em várias fases até 2019, na reestruturação da adega, que "servirá todas as propriedades e será uma parte significativa do investimento, com uma sala de provas e uma pequena loja", disse Alexandre Gomes.

O enoturismo está também no centro desta estratégia. A propriedade tem uma casa-mãe, construída em 1951, e um conjunto de pequenas habitações, que serviam as atividades agrícolas. "Entendemos que a propriedade potencial para receber tem clientes, hóspedes, especialistas, provedores nacionais e estrangeiros, amadores de vinhos, nunca em grande dimensão mas em pequenos flats que respeitem essas habitações rurais".

Serão disponibilizados cerca de 15 quartos, não "numa dimensão de pura exploração hoteleira", mas para que os hóspedes "possam permanecer três ou mais dias, usufruam da propriedade e termos assim um pequeno retorno do investimento principal, que é o vinho".