



J. Portugal Ramos rendido à aguardente

Enólogo traz CR&F de novo para **mãos portuguesas** e alarga oferta



João Portugal Ramos investiu €4 milhões para controlar a CR&F FOTO RUI DUARTE SILVA

A Gestvinus, de J. Portugal Ramos, protagonizou uma das maiores transações do ano no sector das bebidas em Portugal e trouxe a centenária CR&F-Carvalho Ribeiro & Ferreira de volta a mãos portuguesas. O investimento, na ordem dos €4 milhões, alarga o portfólio de vinhos, azeite e vinagre do grupo João Portugal Ramos Vinhos à aguardente e ao brandy.

“Já comercializávamos em exclusivo a marca CR&F no mercado nacional desde 2006, através da Active Brands (empresa do grupo dedicada à distribuição de vinhos e bebidas espirituosas em Portugal), e pensamos que fazia sentido esta aquisição”, diz ao Expresso João Portugal Ramos, que disputou o negócio com outros grupos portugueses e estrangeiros convicto de que pode, assim, criar “oportunidades para aumentar a eficácia operacional, gerando sinergias entre marcas, rapidez na execução e redução de custos”.

Fundada em 1895, a Carvalho Ribeiro & Ferreira, começou como armazenista e numa segunda fase chegou a fazer vinificação, passou para o controlo de uma multinacional nos anos 90 e, agora, pertencida à Beam Suntory, a terceira maior empresa de bebidas do mundo, que decidiu alienar este ativo centenário.

Com um volume de negócios próximo dos €5 milhões, a CR&F tem como produto mais representativo a Aguardente Reserva CR&F, líder em Portugal no seu segmento de bebidas, com uma quota de mercado de 64%. Nas vendas da empresa, esta aguardente responde sozinha por 46% do volume e 66% do valor, mas é acompanhada pela Aguardente CR&F Reserva Extra, comercializada em garrafas numeradas, e responsável por mais de 11% da margem bruta total do negócio.

No plano de trabalhos, o enólogo espera um crescimento consolidado de 2% a 4% ao ano na aguardente reserva, mas

O GRUPO EM NÚMEROS

33

milhões de euros é o volume de negócios consolidado do grupo João Portugal Ramos Vinhos

6

milhões são as garrafas de vinho comercializadas pelo grupo somando as cinco regiões onde está presente

64%

é a quota de mercado da Aguardente Reserva CR&F na categoria aguardentes em Portugal, em 2015

prevê, em simultâneo, “um aumento da participação na margem do negócio” da Aguardente Reserva Extra, uma vez que “há uma maior procura do consumidor nacional por produtos posicionados em patamares *superpremium*”.

Na frente externa, a tendência é, também, de crescimento. Na fatia atual de 25% de vendas no exterior, o foco tem estado nos mercados onde existem comunidades portuguesas, com os Estados Unidos a responderem por 40% da volume. No futuro próximo, a atenção continuará a estar no mercado da saudade, sem esquecer novas geografias como a Ásia, onde a procura de bebidas espirituosas está em crescimento. Para isso, a estratégia combina os canais de distribuição do grupo João Portugal Ramos Vinhos no estrangeiro e os serviços comerciais da Beam Suntory. O objetivo é garantir “uma melhoria imediata da distribuição e o incremento das vendas no exterior” com resultados na notoriedade da marca a nível internacional.

Na categoria dos *brandies*, o grupo João Portugal Ramos Vinhos fica, também, com o rótulo “1920”, que tem uma quota de mercado de 16%. “É uma categoria que tem vindo a crescer nos últimos anos, mas

em que esta marca apresenta volumes estáveis, melhorando, assim, a sua quota de mercado”.

Consolidar nos vinhos

O perfil multirregional assumido pelo grupo no sector dos vinhos, levou João Portugal Ramos a marcar presença em cinco regiões: Alentejo, onde começou a carreira, em 1981, Beiras, Tejo, Douro e, por último o Vinho Verde. Agora, apesar de haver mais regiões no país, o enólogo diz estar “numa fase de consolidação”, sempre atento à vinha, empenhado em cimentar novos mercados, sem fechar as portas a oportunidades de negócio como a da CR&F.

“Houve um crescimento forte na última década e a aposta feita para entrar no Douro, em 2007, está a correr bem, mas exigiu muito tempo e trabalho”, justifica o empresário, à espera de um volume de negócios de €33 milhões este ano, a refletir um

crescimento orgânico no ordenado dos 5%.

Soma 700 hectares de vinhas próprias e arrendadas a produtores locais, 400 dos quais no Alentejo, onde produz três milhões de garrafas por ano e tem o seu Marquês de Borba como campeão de vendas do grupo, com um total de um milhão de garrafas vendidas/ano ao lado de outros rótulos, do Duorum à Quinta Foz de Arouce, Conde de Vimioso e vinhos Loureiro e Alvarinho vendidos com o próprio nome (João Portugal Ramos).

No total, somando as cinco regiões, a sua equipa de 140 pessoas, nove das quais dedicadas à enologia, apresenta anualmente ao mercado seis milhões de garrafas. 60% das vendas do grupo são canalizadas para a exportação, com destaque para o Norte da Europa, Estados Unidos, Canadá, Ásia, Brasil, Reino Unido e Angola.

MARGARIDA CARDOSO
mmcardoso@expresso.imprensa.pt

QUATRO PERGUNTAS A

João Portugal Ramos

Presidente da Gestvinus

■ A aguardente está na moda?

■ O mercado das bebidas espirituosas é um mercado em constante concorrência, com tendências novas, como é o caso do crescimento da categoria de gin. Uma dessas tendências mostra que na geração entre os 30 e os 40 anos está a haver uma transferência do consumo do whisky para a aguardente. A verdade é que, entre as bebidas espirituosas, a aguardente tem vindo a ganhar quota de mercado ao whisky.

■ Depois do alargamento do portefólio do grupo à aguardente e ao brandy, com a aquisição da CR&F, o que podemos esperar em termos de diversificação de negócios?

■ Agora, é tempo de trabalhar para consolidar o que temos. Tivemos um crescimento forte na última década e o Douro, onde entramos em 2007, exigiu-nos muito tempo e trabalho. No que respeita à aguardente, é imperativo trabalhar para captar novos consumidores de diferentes faixas etárias que irão ser atraídos se o produto for percebido como moderno, comunicado com o seu mercado-alvo. Este é, sem dúvida, um dos principais desafios da marca CR&F.

■ E podem surgir novas aguardentes?

■ Faz parte da nossa filosofia estarmos sempre abertos a novos produtos, alargarmos o portefólio e apresentarmos uma oferta com perfis diferentes. Neste caso concreto, ficámos com as aguardentes Reserva CR&F e Reserva Extra, mas poderá surgir uma aguardente de uma região, por exemplo.

■ Como vê o futuro da sua empresa e de que forma podem aproveitar a posição de Portugal no mundo dos vinhos?

■ Portugal só agora começa a estar no mapa-mundo dos vinhos, mas acreditamos que é o país que apresenta maior potencial de crescimento nesta fase. Nós esperamos acompanhar essa tendência e ter um crescimento orgânico ao ritmo do crescimento das vendas dos vinhos de Portugal no mundo. Foi para isso que trabalhamos, investimos e organizámos a empresa nos últimos anos.