

Tema: Sector Vitivinícola			Ámbito: Nacional	Tiragem: 128332	
Título: Vinhos portugueses à conquista da china				Temática: Gestão/Economia/Negócios	GRP: 11.4
2007/03/01	JORNAL DE NOTÍCIAS – NEGÓCIOS	Pág.10	Imagem: 1/1	Periodicidade: Semanal	Inv.: 4537.00

Vinhos portugueses à conquista da China

• Empresa foi das poucas que acompanharam Sócrates e regressou já com negócio feito • Mercado chinês estava a ser preparado há dois anos

Tânia Moita

Trouxe na bagagem, no regresso da viagem à China, um duplo negócio, de produção e distribuição de vinhos com o cunho "Caves Arcos do Rei", mas Rui Ribeiro rejeita a suposta facilidade que a integração na comitiva de acompanhamento de José Sócrates conferiria para a conquista do mercado Chinês. O administrador de uma das "mais pequenas empresas que acompanhou o primeiro-ministro" explica que os dois acordos firmados resultam de "dois anos de trabalho prévio de parceria com uma empresa chinesa, de conhecimento do mercado e dos empresários chineses". Este período "em que andámos às cabeçadas" permitiu conhecer, além dos costumes e rituais dos chineses, os seus gostos, de forma a por-lhes um produto de fácil aceitação: os primeiros 94 mil litros de vinho, suave, não muito forte em termos de sabor e que case bem com a diversidade de paladares que os chineses experimentam numa só refeição, já seguiram viagem. Apesar de estar habituado a negociar em várias partes do Mundo, já que 50% da pro-



Rui Ribeiro já enviou o primeiro contentor de 94 mil litros de vinho rumo a Cantão

dução das Caves Arcos do Rei é para exportação, nomeadamente para mercados tão distintos e exigentes como o alemão, canadiano ou japonês, na China de hoje, em que se nota uma "grande apetência por produtos ocidentais", tudo continua a ser difidente. Não há pressas nem negócios agressivos, "tudo é muito cordial, pausa-

Ficha

Sede: Anadia
Actividade: Produção e engarrafamento de vinhos de várias regiões do país. Cerca de 50% destinam-se à exportação para mercados como Canadá, Alemanha, Europa de Leste, Japão e China.

Volume de Negócios: Em 2006, a empresa atingiu os 2,9 milhões de euros
Certificação: Foi a segunda empresa portuguesa a ser certificada pelas normas alemãs
Colaboradores: 22

do - "é impensável reunir meia hora para definir a estratégia de um ano como acontece com os empresários dinamarqueses" - e pensado ao pormenor, desde os cartões-de-visita aos nomes escolhidos para as marcas de vinho. As Caves Arcos do Rei apostaram no Lao Pngyou (que significa "velhos amigos") depois de um concurso universitário para definição da marca e vai entrar agora com um vinho cujo nome significa cor púrpura.

Para Rui Ribeiro, que a par da qualidade - que motivou a certificação pelas normas alemãs da empresa - defende "a inovação e o estar sempre à frente do mercado", o mercado chinês é para exportar, mas também traduz um retorno. É que a China tem, actualmente, 450 mil hectares de vinha, mais do dobro de Portugal. "Daqui a cinco, 10 anos, vamos ter a concorrência deles cá na Europa, mas nós já lá estamos, já o estamos a fazer agora", refere, explicando que as Caves Arcos do Rei são pioneiras a trazer vinho chinês, essencialmente para a Europa de Leste e Reino Unido, já com "resultados apreciáveis". Com uma produção anual de 2,5 milhões de litros de vinho, 75% dos quais de tintos oriundos de várias regiões do país, a estratégia das Caves Arcos do Rei passa por aumentar os 50 por cento de exportação, apostando, para isso, em criar produtos ao gosto do consumidor. "Se a República Checa aprecia vinhos doces, é estes que vamos fazer, se o Japão aceita de forma excepcional os nossos espumantes, é nestes que vamos apostar".