



Algarve Um mercado em expansão *que exige qualidade* acima de tudo



No Verão, o Algarve torna-se num dos mais importantes mercados turísticos, com natural destaque para a hotelaria e restauração. Que cada vez mais exige qualidade



Manuel Amaral, chefe de vendas da Vinalda, para a região do Algarve

Para uma empresa como a Vinalda, o Algarve tem vindo a ganhar uma importância cada vez maior, não só fruto da crescente procura, à qual a Vinalda consegue corresponder com o seu portfólio diverso, mas principalmente pela subida dos níveis de qualidade exigidos. "Hoje, o consumidor está mais vocacionado para o produto de gama média, média/alta, por isso é que nós estamos a vender mais no Algarve é a qualidade", confirma Manuel Amaral, chefe de vendas da Vinalda para aquela região.

Aliás, reflexo desta crescente exigência, é o reforço que a Vinalda efectuou na sua equipa de vendas da região: seis profissionais percorrem o Algarve, do Barlavento ao Sotavento, estando cada um deles responsável por uma zona e clientes específicos. Há um acompanhamento directo desta equipa por parte de Manuel Amaral, com um total e muito atento apoio por parte da sede, em Lisboa.

As viagens de dois semi-trailers, todas as semanas, carregados de mercadoria, de Lisboa para o Algarve, são a prova de um mercado em expansão, que reconhece cada vez mais a qualidade da oferta da Vinalda. "A Vinalda tem um enorme prestígio no Algarve, e os clientes têm um grande respeito por esse nome, até porque nós acompanhamos os clientes de muito perto, partilhando alguns problemas deles em conjunto", explica Manuel Amaral. Uma filosofia de defesa do sector como um todo, abdicando da atitude mercantilista só atenta ao lucro, que ainda caracteriza muitos sectores do nosso mercado. Para a Vinalda, um vinho de qualidade merece uma hotelaria de qualidade, e vice-versa. "Os nossos clientes costumam dizer que, se todos agissem como a Vinalda, o mercado nacional estaria muito melhor", sublinha Manuel Amaral. O Vinalda News foi conhecer dois dos mais importantes clientes da Vinalda, na região: o Supermercado Apolónia e o Restaurante Camané.

Avelino Apolónia e Artur Ribeiro, respectivamente proprietário e gerente do Supermercado Apolónia

Supermercado **Apolónia** *Diversidade e originalidade*

O Supermercado Apolónia nasceu no dia 23 de Março de 1983, com cerca de 100 m² e dois empregados, Avelino Apolónia (proprietário) e a sua mulher. Hoje, tem cerca de 700 m² e vai aumentar brevemente para 1400 m², fruto de um trabalho consciente, assente na selecção de produtos de qualidade desde a primeira hora, onde o portfólio da Vinalda encaixa com naturalidade, constituindo a maior parte da oferta de vinhos naquele espaço. Avelino Apolónia, proprietário, e Artur Ribeiro, gerente, explicam as razões do sucesso.

Qual a razão do sucesso do Supermercado Apolónia? Avelino Apolónia: Pela qualidade e honestidade, por me ter dedicado logo aos produtos importados: fui imigrante no Canadá, trabalhei lá como cozinheiro e foi assim que conheci uma vasta gama de produtos. Antes de abrir a casa fui logo a Lisboa falar com as principais marcas e conhecer os principais espaços de distribuição para perceber o que fazer de diferente. Começámos logo com uma gama de produtos diferente da mercadoria tradicional.

Ninguém nos deu nada pela abertura, nunca pensaram que isto teria sucesso, derivado ao facto desta zona



Os produtos da Vinalda constituem a maior parte da oferta de vinhos do Supermercado Apolónia

não ter grandes aglomerados de população. Mas hoje, os nossos clientes são basicamente de Vale do Lobo, Quinta do Lago, Vilamoura, Tavira, e até mesmo de Lisboa, que vêm de propósito à procura de certos produtos que não encontram em mais lado nenhum. E os vinhos acompanham naturalmente essa selecção?

AA- Fui sempre muito cuidadoso na escolha dos vinhos, sempre estive muito atento àqueles que os clientes pediam e fui, aos poucos, construindo uma selecção que lhes agradasse. Nunca tivemos um vinho que ficasse muito tempo agarrado à prateleira. Como é que caracteriza o mercado do Algarve, no que toca ao consumo de vinhos? Sentem a sazonalidade?

AA- Nos trabalhamos os vinhos muito bem durante o ano inteiro, mesmo no Inverno. Sentimos um acréscimo natural no Verão e no Natal, mas sem muitas discrepâncias. As pessoas vêm cá porque encontram quantidade e variedade, derivado ao nosso investimento nos stocks.

Artur Ribeiro: Se compararmos as nossas frentes com as de outros percebe: nós só temos uma frente de cada variedade de vinhos, cada metro de prateleira tem umas 8 ou 9 variedades. É, como compramos em grandes quantidades, porque sabemos que o nosso cliente compra durante o ano inteiro, também temos sempre uma reserva de anos anteriores para colocar ao lado das colheitas novas. A nossa gama é média/alta, devido ao nosso tipo de cliente.

Como caracteriza a vossa relação com a Vinalda? AA- Temos uma boa relação fornecedor-cliente. A Vinalda tem uma gama de produtos muito vasta, da qual nós vendemos praticamente tudo, ou seja, não há fornecedor nenhum que tenha uma gama tão completa daquilo que nós vendemos.

Sentem alguma evolução nas tendências de consumo no Algarve, uma mudança de atitude das pessoas para com o vinho?

AR- Vendemos mais do que vendíamos, sempre a tender mais para a qualidade, para a gama média-alta. Devese também à nossa relação qualidade-preço, porque nós vendemos sempre consoante o preço a que compramos: temos uma bitola, uma certa margem de lucro, e nunca a inflacionamos.

Camané (ao centro), com José Casais e Manuel Amaral, brindam à "relação de confiança e compreensão" entre a Vinalda e o Restaurante