

ENTREVISTA

José Alexandre Oliveira
Presidente da Riopele

“Precisamos de sangue novo”

MARGARIDA CARDOSO

Empresário, com carreira como dirigente associativo, José Alexandre Oliveira sempre acreditou no futuro dos têxteis e, a prová-lo, assumiu o controlo acionista da empresa familiar quando a Riopele vivia momentos difíceis. Pronto a “pensar fora da caixa”, quer ir às escolas lançar “sementes de empreendedorismo” e conquistar vocações para a indústria.

Como está a correr o ano?

Está a caminho de ser o melhor ano da última década. Estamos a crescer desde 2012 e, em 2015, as vendas consolidadas vão passar os €80 milhões.

O passado recente foi difícil...

Chegámos a ser 4300 nos anos 80. Depois, diminuímos, reestruturámos, porque houve contextos de consumo complicados e a abertura dos mercados trouxe grandes desigualdades nas regras do jogo. Em 2010, estivemos perto do encerramento, mas estamos a dar a volta.

Porquê assumir o controlo da empresa nesse período difícil?

Porque tenho paixão pelo que faço, sempre acreditei que os têxteis portugueses têm futuro, acredito no potencial da empresa e nos seus trabalhadores e as entidades financeiras que me ajudaram confiaram na minha capacidade. Agora (desde 2013) sou o único acionista da família, com 90% do capital. Os restantes 10% são da PME Capital Growth.

E apostou na gestão profissional?

Completamente. Tenho mais dois administradores executivos: o Bernardino Carneiro e o Duarte Araújo. E tenho o apoio do Melo Ribeiro (Siemens) e do Lobo Xavier (advogado e comentador político) como não executivos porque percebi que era importante ter gente com um olhar diferente, capaz de me fazer pensar fora da caixa. Uma vez por mês falamos de estratégia em geral, saímos das fronteiras dos têxteis.

Porque é que a Riopele esteve perto do encerramento?

Além da conjuntura, a empresa não estava a atingir os objetivos, não eram tomadas as decisões necessárias. O ciclo descendente começou antes de eu chegar à presidência, em 2007, e foi acelerado por investimentos no retalho, em especial a compra da Chocolate, no Brasil. Acreditou-se no salto da indústria para uma cadeia de lojas internacional. Ainda dei o benefício da dúvida à ideia, mas isso custou-nos milhões. A opção como presidente foi estancar perdas e focar no que sabemos fazer bem: produzir tecidos para vestuário. Sou um homem da indústria.

Criou a Riopele Fashion Solutions (RFS) com que objetivo?

É um centro de modelagem com

BI DA RIOPELE

Fundação 1927, em Famalicão, com dois teares

Capacidade de produção 700 mil metros de tecido/mês

Trabalhadores 1076

EBITDA €10 milhões (€2 milhões em 2012)

Volume de negócios €79 milhões (€57 milhões em 2012)

Exportações 98%

Principais mercados Espanha, Alemanha, EUA, Itália, França, Reino Unido, Japão

Investimento €14 milhões

Cientes de referência Max Mara, Burberry, Giorgio Armani, Versace, Inditex, Hugo Boss, Diane Furstenberg, Calvin Klein

Marcas próprias Ceramica, Vicri
Riopele Fashion Solutions Tem 4 anos, dedica-se à confeção de artigos complexos para clientes do grupo

uma microconfeção onde desenvolvemos peças para os nossos clientes de tecidos que depois mandamos confeccionar fora. Já contribuí com €6 milhões para as vendas do grupo.

E a Vicri como se encaixa aqui?

É um projeto jovem. Usa tecido da Riopele, tem coleções desenvolvidas na RFS e é uma marca forte em Portugal no vestuário masculino. Tem duas lojas no Porto e outra em Lisboa. Estamos a repensar todo o projeto e queremos dar-lhe um novo impulso.

Portugal é forte no têxtil, mas não tem marcas de peso, como Espanha...

Nós apostamos na indústria e eles no comércio. Se olharmos para Espanha vemos marcas fortes, mas a indústria praticamente desapareceu. Já a nossa indústria está ao nível do que de melhor há no mundo e eu penso que é melhor ter o controlo da produção.

Como se coloca uma marca Riopele (Ceramica) junto à etiqueta da Zara?

Perceberam que tínhamos tecidos e conceitos que os podiam ajudar a vender o seu produto, designadamente fatos de homem. Já acontece com outros clientes, na Europa e nos EUA.

É amigo do Amâncio Ortega (Inditex). Isso tem impacto nos negócios?

A amizade nasceu da relação criada nos negócios, mas não misturamos as coisas. Agora, talvez por sermos amigos, emoldurei um telex dele a pedir mais tecido com urgência, do tempo em que o crescimento da Zara e da



“Sou um homem da indústria”, diz José Alexandre Oliveira, presidente da Riopele FOTO RUI DUARTE SILVA

Inditex foi tão rápido que precisavam de abastecimento contínuo...

Agora a Riopele é mais proativa?

Muito mais. A postura passou a ser agressiva no esforço de criação de pontes com os clientes, dar valor acrescentado ao produto. Quando assumi o controlo da empresa andei pelo mundo num esforço de aproximação aos clientes para apoiar o nosso crescimento. Trouxe-os cá. Transformámos a relação comercial fornecedor/cliente em parcerias de verdade. Encurtei os prazos de entrega em duas semanas. Hoje marcamos tendências. Os nossos clientes veem as nossas coleções antes de verem o trabalho dos outros fabricantes. Estão sempre disponíveis para nos receberem no imediato. Antes, tínhamos de esperar a nossa vez. E estamos num espaço de exposição, em parceria com a Bonotto (fabricante italiano de tecidos), no palácio que já foi a casa Armani, para mostrar o que fazemos a pessoas de todo o mundo que passam por Milão.

Qual foi o momento mais difícil?

Foram dois: a mudança acionista que me trouxe ao controlo da empresa, creio que no momento mais difícil dos seus 88 anos, e o despedimento de mais de 400 pessoas em 2009, numa decisão que fui adiando até ao limite.

Qual foi a receita que aplicou para dar a volta à empresa?

Investimos na qualificação dos trabalhadores, no trabalho em equipa, na juventude. Precisamos de uma trans-

fusão de sangue novo e de cruzar isso com a nossa experiência. É fundamental um empresário ter mentalidade aberta e a juventude é importante para nos questionar, fazer mexer, manter a flexibilidade. Temos pessoas em áreas novas, como a pesquisa de tendências globais. Trabalhamos com o Nuno Baltazar e mais três jovens designers. Somos um fabricante criativo de tecidos com uma área de 1800 m² dedicados a I&D, a que chamo a Casa dos Einsteins. Investimos na inovação. Temos projetos a correr que nos podem levar a novos caminhos, como os têxteis técnicos na área da saúde.

Um indicador para destacar?

Não é económico. É a qualidade do produto e o reconhecimento da Riopele no mercado internacional.

Porque diz que tem 60 anos de vida e 57 de Riopele?

Porque comecei a vir para aqui com três anos. Tenho isto no sangue. Se tivesse vindo da Universidade para aqui, provavelmente não tinha ficado com a empresa.

E porque quer ir à escola, falar com crianças?

Temos de lançar as sementes de empreendedorismo e temos de conquistar vocações para a indústria. Isso não se faz no final do liceu. É por isso que estou disponível para ir à escola e para abrir as portas da Riopele às crianças, tal como abri as portas a uma incubadora de empresas.

mcardoso@expresso.imprensa.pt

ACERCA DE...

LÓBI

“O grande retalho tem um lóbi poderosíssimo. A indústria só precisava de metade dessa força”

CONCORRÊNCIA

“Está em todo o lado, mas o país mais focado nos têxteis é a Turquia. Tem grande potencial”

POLÍTICA/GOVERNO

“Demoram muito tempo a pensar, a reunir. No mundo globalizado as decisões têm de ser imediatas”