

# Riopele cria serviço de pronto-a-vestir e contrata estilistas

**Têxtil** nortenha fornece Furstenberg, Armani, Calvin Klein, Diane, Zara e Max Mara

**Ilídia Pinto**

ilidia.pinto@dinheirovivo.pt

A PRÓXIMA vez que for comprar um fato de homem à Zara, verifique se junto à etiqueta da marca do grupo Inditex – sim, aquela grande de cartão, que indica o tamanho –, não está uma outra mais pequena com o nome Çerâmica. Se estiver, saiba que acabou de escolher um fato produzido com tecidos da Riopele, em Vila Nova de Famalicão. O grupo espanhol é, apenas, um dos muitos e conceituados clientes da têxtil portuguesa, que fornece nomes tão distintos como a Armani, a Calvin Klein, Diane Furstenberg ou Max Mara; a diferença é que a marca do tecido, a Çerâmica, está em grande destaque.

José Alexandre Oliveira, presidente da Riopele, reconhece que “é uma honra” e uma “força de vendas” ter o nome em destaque nas lojas da Inditex. E porque as parcerias são fundamentais nos negócios de hoje, a Riopele acrescentou a confecção às suas valências têxteis. Criou a Riopele Fashion Solutions e presta um serviço de “pronto-a-vestir de excelência”, que combina “a elevada qualidade” dos tecidos do grupo com o design, a produção e entrega personalizadas.

## Instalações e empregos

Localizada em Pousada de Saramagos, Vila Nova de Famalicão, e fundada há 88 anos pelo avô de José Alexandre Oliveira, a Riopele tem as suas origens em dois teares instalados num moinho no rio Pele. Hoje, as instalações industriais ocupam 140 mil m<sup>2</sup> e dão emprego a 1100 pessoas. É das poucas têxteis que ainda integra, verticalmente, as áreas de fição, tecelagem, tinturaria e acabamen-



**José Alexandre Oliveira** acredita que o negócio de pronto-a-vestir tem futuro

tos, sendo uma das maiores “fiandeiras europeias”.

Mas o mundo não para e a empresa sentiu necessidade de criar uma nova área de negócio, apostando na confecção. “Antigamente dizia-se que era preciso fidelizar os clientes. Hoje já não é por aí, porque os clientes já acreditam na Riopele. E, por isso, temos o modelo de negócio que os clientes pretendem, um modelo completo, do fio à peça”, diz José Alexandre Oliveira.

Criada há três anos, a Riopele Fashion Solutions conta com 24 colaboradores e “uma vasta equipa de agentes” no mercado europeu. De entre os clientes deste novo serviço de pronto-a-vestir, destaque para a Kookai, as Galerias Lafayette, 5 Preview, Tara Jamon ou Roberto Cavalli. Um negócio que valeu, em 2014, apenas seis milhões de euros – dos 79 milhões de euros que o grupo faturou –, mas que é uma grande aposta de José Alexandre Oliveira.

**A RIOPELE FASHION SOLUTIONS FOI CRIADA HÁ TRÊS ANOS E TEM 24 COLABORADORES**

A Riopele tinha já alguma experiência na confecção, desde que integrou a marca Vicri, que se dedicava inicialmente apenas à produção de camisas e gravatas de homem e evoluiu, depois, para um conceito de look total. Agora, a intenção é ir mais longe. “Os clientes entusiasmaram-me a avançar com este negócio e acredito que podemos, no mínimo, em dois anos, duplicar as vendas”, confidenciou o empresário.

## Nuno Baltazar contratado

José Alexandre Oliveira contratou já o estilista Nuno Baltazar para trabalhar consigo na Riopele Fashion Solutions e prepara mais contratações de criadores para o desenvolvimento do pronto-a-vestir. “Tenho outros nomes, não só portugueses, em vista para ajudar ao crescimento desta área, mas não quero avançar quais”. A aposta é grande – “não vamos buscar essas pessoas para sermos mais uns”, garante –, mas a Riopele não deixará, nunca, o core-business. “Sou um homem do têxtil e serei sempre.”

Não admira, por isso, que a Riopele tenha investido 12 milhões, só em 2014, na modernização das instalações, essencialmente em novos equipamentos. ●

## PORMENORES

# 79

**milhões de euros**

A Riopele fechou 2014 com um volume de negócios de 79 milhões de euros, oito milhões mais do que no ano anterior. Exporta, diretamente, 98% do que produz e mesmo o que vende no mercado interno é “praticamente todo reexportado”.

## Mercados

Além da União Europeia e dos EUA, a empresa tem presença no Japão, China, Austrália ou a Coreia do Sul. A Rússia era um mercado em crescendo, mas a instabilidade na região e a desvalorização do rublo aconselham prudência. A América Latina é a única região onde a marca não está presente, por opção própria.

## Organização do espaço

Cada segmento de negócio e marca dentro do universo Riopele terá a sua ilha específica nos 1800 m<sup>2</sup> do espaço, que conta com uma miniplataforma para receber os clientes e onde instalou antigas cadeiras do Teatro Circo em Braga, um tear antigo, fotografias históricas.