

Exame

01-09-2016

Periodicidade: Mensal

Classe: Economia/Negócios

Âmbito: Nacional

Tiragem: 43817

Temática: Diversos

Dimensão: 2477 cm²

Imagem: S/Cor

Página (s): 74 a 77

NEGOCIAR

RESTAURAÇÃO

Transformar comida numa SGPS

José Avillez faz crescer o seu grupo de restauração com a abertura do Bairro do Avillez, onde investiu o mesmo que já gastou em todos os outros restaurantes / Texto Catarina Nunes / Fotos José Carlos Carvalho

○ José Avillez não gosta de falar de dinheiro. Prefere ocupar a cabeça com novas criações culinárias e a idealização de novos restaurantes, como o recente Bairro do Avillez, no Chiado, onde acaba de investir o mesmo que já gastou em todos os outros restaurantes que detém em parceria com o Grupo Arié, sem contar com a compra do novo imóvel.

O não gostar de falar de dinheiro não significa que o negócio corra mal. Muito pelo contrário. O Grupo José Avillez (restaurantes Cantinho do Avillez, Mini Bar, Belcanto, Pizzaria e Café Lisboa, entre outros negócios, como o *take-away*, os programas de televisão e rádio, os livros de receitas e os vinhos) faturou 6,3 milhões de euros em 2014, a crescer 50% em relação a 2013, com lucros de 339 mil de euros, mais 23% do que no ano anterior, segundo números a que EXAME teve acesso. José Avillez garante que estes números se mantiveram em 2015 e que em 2016 também não serão muito diferentes.

A grande diferença em 2016 é a abertura do Bairro do Avillez, o mais recente espaço de restauração com a sua assinatura, que ocupa uma área de 1200 metros quadrados na Rua Nova da Trindade, a poucos metros de distância da Cervejaria Trindade. Aqui é recriado um bairro típico lisboeta, apesar de a assinatura deste novo conceito ser 'Bairro do Avillez - Atipicamente Lisboa'. "A ideia é poder olhar para a oferta tradicional, por exemplo de uma taberna, e reinterpretar cada um dos pratos. O atípico pode ser na maneira de servir. Temos

o prego, que é vendido espetado num prego de inox, porque a tradição do prego nasce de uma carne dura, que tinha de ser batida com um martelo. Outro exemplo: o gaspacho ser servido numa garrafa de leite Vigor. Ao dizer atipicamente, há uma parte que é típica", justifica José Avillez.

Além desta explicação relacionada com a oferta, há também a variável 'procura', que diz respeito à explosão do turismo em Lisboa e à escassa oferta de espaços de restauração com vários conceitos de cozinha de autor. "Estes espaços de maior escala começaram a abrir um pouco pelo mundo inteiro, mesmo em Portugal, com conceitos variados, uns mais no sentido de restaura-

ção coletiva, de andar de tabuleiro. Achei que havia um mercado para preencher, que era ter um espaço maior mas com serviço personalizado à mesa. O único espaço *self-service* aqui é um carrinho, em que a ideia é os miúdos estarem nas mesas e irem lá diretamente comprar algodão doce ou um gelado", explica, acrescentando que com o Bairro do Avillez são também criados cerca de 70 postos de trabalho.

Se as coisas correrem bem, dependendo da clientela e dos custos, o investimento neste projeto (cujo valor não revela) deverá estar amortizado nos próximos três a cinco anos. "O investimento foi feito com recurso à banca e a capitais próprios. Até agora não distribuímos quaisquer dividendos aos sócios, que acreditam mesmo no projeto para lá da vertente financeira, apesar de o mais importante ser viabilizar financeiramente o projeto", revela Avillez, referindo-se ao Grupo Arié, que se afirmou no mercado como representante de marcas de moda e cosmética, como, por exemplo, Stefanel e La Prairie, bem como proprietário da rede de lojas Perfumes e Companhia. No ano passado reforçou a presença neste sector com a aquisição das mais de 100 lojas das perfumarias Barreiros Faria.

Apesar deste forte apoio, José Avillez acompanha diariamente a gestão dos restaurantes, por saber que é por aí que tudo pode correr muito bem ou muito ➤

Está longe de ser um negócio de alta rentabilidade. Se há um desvio mínimo que seja de controlo em algo, pode ser um negócio em que se perde dinheiro

José Avillez Gigante é a varina desenhada pela artista francesa Henriette Arcelin (e pintada por Patrícia Braga), como é o novo espaço com 1200 m2 do chefe de cozinha empresário

Exame

01-09-2016

Periodicidade: Mensal

Classe: Economia/Neócios

Âmbito: Nacional

Tiragem: 43817

Temática: Diversos

Dimensão: 2477 cm²

Imagem: S/Cor

Página (s): 74 a 77



Exame

01-09-2016

Periodicidade: Mensal

Classe: Economia/Negócios

Âmbito: Nacional

Tiragem: 43817

Temática: Diversos

Dimensão: 2477 cm²

Imagem: S/Cor

Página (s): 74 a 77

NEGOCIAR



► mal. “O nosso diretor financeiro, que já trabalhou em vários negócios, diz que esta é a área mais difícil. Trabalhamos com bens perecíveis, que é uma das variáveis mais relevantes, porque as matérias-primas representam 30% dos nossos custos. O grande valor está em peixe e carne, em coisas que se estragam, o que obriga a um controlo rigorosíssimo”, sustenta o chefe de cozinha, que começou por estudar Comunicação Empresarial. A qualidade e quantidade dos funcionários (que no grupo são 250 pessoas) para transformar e servir a comida é outra das variáveis determinantes neste negócio, o que levou à contratação de uma diretora de recursos humanos no início do ano.

Não só a formação inicial em Comunicação Empresarial e, no ano passado, o MBA na escola de negócios AESE contribuem para esta visão de negócio e gestão

na cabeça de alguém que, naturalmente, estaria mais vocacionado para pensar em combinações de ingredientes e respetivo empratamento. “Quando tinha 10 anos e fazia e vendia bolos e tortas com a minha irmã, fazia as continhas todas. A minha mãe pagava o gás e a luz, eu comprava os ingredientes. Desde muito pequeno tenho esse lado de ganhar dinheiro e ser rico, de viabilização de um projeto. As coisas fazem sentido quando tudo faz sentido”, recorda, acrescentando que sempre foi muito preocupado com o dinheiro dos outros. “O meu dinheiro respeito menos, apesar de o respeitar por me custar muito a ganhar, mas mais facilmente acabo por gastar o meu dinheiro do que o dos outros, por isso sou muito cauteloso com o dinheiro da empresa.”

No mesmo ano em que se aventura num novo projeto, reabre o Belcanto (que

subiu 13 posições na lista dos melhores restaurantes do mundo e tem duas estrelas Michelin), soma seis espaços e serve um total de 20 mil refeições por mês, entre todo o grupo, mas nega que seja uma estrutura muito lucrativa. “Está longe de ser um negócio de alta rentabilidade, porque tem muitos custos e riscos muito grandes. Se há um desvio mínimo que seja de controlo em algo, pode ser um negócio em que se perde dinheiro. Tem de haver um controlo rigoroso. Não é um negócio que se diga que quanto mais cheio melhor, porque se estiver demasiado cheio pode ser pior, posso não conseguir dar a qualidade, e a médio prazo prejudicar o restaurante. Recusamos muitas reservas. Das 20 mil refeições que servimos, recusamos umas seis mil, 20% do que servimos”, explica.

Para melhor otimizar os espaços que detém, optou por criar uma central de re-



servas com sete pessoas a darem vazão às marcações, apesar de cada um dos restaurantes manter o seu próprio número de telefone. O cliente liga para o restaurante que quer e é atendido pela central, o que permite evitar os telefones a tocar e direcionar clientes para outro dos seus espaços caso o pretendido não tenha mesa livre. Fora da estratégia estão as reservas *online*, que representam apenas 5% das marcações, por ele considerar que este sistema permite mais desistências sem aviso, por o grau de compromisso ser menor.

O chefe está a viver um ano de glória, mas considera que está longe da consagração, porque ainda tem muito trabalho pela frente, pois na restauração, ao contrário da construção civil ou da arquitetura, inaugurar um espaço significa o verdadeiro arranque dos trabalhos e das preocupações. Já tem em mente um pró-



NEGÓCIO

6,3

milhões de euros foi a faturação do Grupo José Avillez em 2014, a crescer 50% em relação a 2013, e com lucros de 339 mil euros, mais 23% do que no ano anterior, segundo dados a que a **EXAME** teve acesso. Em 2015 estes números mantiveram-se e são os mesmos estimados para 2016, de acordo com José Avillez, que se escusa a divulgar valores.

300

é o número de lugares sentados no Bairro do Avillez, incluindo os cerca de 100 lugares na *mezzanine*, destinados a refeições de grupos.

500

mil euros foi quanto José Avillez perdeu no negócio com os antigos sócios, no *take-away* em Cascais JA Em Casa, e que teve de pagar durante oito anos com recurso a créditos e com acertos com o sócio seguinte, o Grupo Arié.

Detalhes Em 1200 m², num espaço ocupado no antigo ateliê do arquiteto José Anahory, no Chiado, há lugar para praticamente tudo. Uma taberna, uma mercearia, um pátio direcionado para peixes e mariscos e uma *mezzanine* para refeições de grupos. À entrada, um painel com porcos e iguarias portuguesas (desenhado por Henriette Arcelin e pintado por Fernando Duarte, da empresa de azulejos Viúva Lamego) faz as honras da casa. Lá dentro, o exterior faz-se interior, com uma porta e janelas típicas da arquitetura lisboeta a enquadrarem a clientela do Bairro do Avillez. Neste novo projeto de José Avillez há espaço ainda para duas instalações de Joana Astolfi, inspiradas nas fachadas dos prédios da cidade. A arquitetura e *design* de interiores pertencem ao Ateliê AnahoryAlmeida.

ximo projeto (um livro com o chefe Adria), que, por enquanto, mantém em segredo. Apesar de ter um Cantinho no Porto, não tenciona expandir-se, para já, nesta cidade. De fora está também o Algarve, que o inspira do ponto de vista gastronómico devido à proximidade do mar e à qualidade dos produtos e onde passa férias com a família. A mesma família com a qual fecha o círculo da sua vida, em paralelo com os negócios. "Prescindindo de imensas coisas, estou um ano sem ver os meus melhores amigos, por exemplo. A única coisa de que não prescindir é dos momentos em que tenho de estar com a família. A minha vida é trabalho e família", garante.

Com uma energia natural inesgotável (não bebe nem fuma), faz desporto (menos do que gostaria) e leva muito trabalho (criativo) para casa. Desligar só consegue quando está debaixo de água. No mar. ●