

Designação do projeto	DIVAI WINES WORLWIDE
Código do projeto	ALT20-01-0752-FEDER-043873
Objetivo principal	OT 3 - Reforçar a competitividade das PME
Região de intervenção	ALENTEJO
Entidade beneficiária	DIVAI HOUSE OF WINE, LDA
Data da aprovação	2019-11-20
Data de início	2019-03-01
Data de conclusão	2021-02-28
Custo total elegível	252 085,00€
Apoio financeiro nacional/regional/ União Europeia FEDER	113 438,25 €

ENTIDADE

DIVAI é vinho em língua Suaáli. É sonho nascido que renasce em cada garrafa aberta. É o saber tradicional que sabe como é importante aprender com as técnicas de vinificação mais modernas.

A DIVAI House of Wines, Lda é uma empresa que aproveita legados, incluindo o saber, a marca e a reputação da Marca DIVAI - um conceito, uma marca, um portefólio de vinhos de grande qualidade e seu lançamento comercial com sucesso em diversos mercados.

A história começa em 2013/14 quando um grupo de apaixonados por vinho e de pessoas ligadas ao canal HoReCa (Hotelaria, Restauração e Cafetaria) decidiu lançar um projeto baseado em vinhos alentejanos, com perfis próprios e de elevada qualidade. O enólogo Luís Duarte, considerado o melhor enólogo do mundo na PROWEIN em 2010 (Revista Der Feinschmecker) e que esteve na base de projetos como os das Herdades do Esporão, Malhadinha Nova, São Miguel ou Servas, entre outras, foi uma dessas pessoas e tem capitaneado o projeto no que toca às questões de desenvolvimento e qualidade do portefólio, e nos aspetos de produção e engarrafamento. Encontrou, entre aqueles que a



ele se juntaram, apoio, entusiasmo, e canais de escoamento privilegiados em Portugal e no exterior, sobretudo nos canais HoReCa.

Esse grupo de pessoas puseram ao dispor do projeto o seu saber e a sua criatividade, algum apoio logístico e financeiro e uma rede de contatos nacionais e internacionais que levaram ao referido sucesso. Isso obrigou o grupo a encontrar novas pessoas, dispostas a pegar no projeto e levá-lo mais longe em termos de notoriedade e prestígio de marca, de mercados, de portefólio e de inovação, de capacidade de resposta e organização.

Novas pessoas, que partilham o conceito de paixão da DIVAI, decidiram então dar continuidade a este desígnio e lançam-se agora na DIVAI como projeto empresarial apostado na Paixão e em vender Portugal na sua mesa. Na mesa de todo o mundo e na:

- Excelência da Portugalidade (Alentejo mas não só; matérias primas, saberes, territórios)
- Inovação em métodos e portefólio
- Sustentabilidade empresarial e ambiental.

Hoje, tem uma gama de quatro vinhos diferentes: Branco, Rosé, Tinto e Tinto Reserva. Os aromas do DIVAI refletem a alma lusitana e a qualidade dos solos e das vinhas alentejanos. A gama DIVAI resulta das técnicas de vinificação mais modernas aliadas às tradições centenárias encerradas nas barricas de carvalho das velhas Adeegas. Alia a tecnologia com o artesanal. Cheira a história, a especiarias, a Alentejo lusitano. Sabe a vida, vai saber-lhe pela vida.

OBJETIVOS

Os objetivos são o de desenvolver o negócio já existente, dar-lhe um cariz mais estruturado na resposta ao cliente, apostar na inovação e gestão de marca e portefólio, e acima de tudo iniciar na promoção internacional.

Atingir estes objetivos passam por criar mais perfis, novos vinhos e bebidas, alargar portefólio, inovar em termos organizacionais e melhorar capacidade de resposta, expandir na internacionalização (apostando em novos modelos de distribuição - Distribuidores e o E-commerce e não apenas o canal HoReCa que até aqui tem sido pilar base) mantendo a paixão, a qualidade e a Portugalidade como chave desse crescimento.



RESULTADOS ESPERADOS

A DIVAI é, pois, uma marca portuguesa que vende apenas produtos portugueses, na sua maioria alentejanos (principalmente vinho, azeite, e mais tarde turismo). No futuro tem como estratégia vir a tornar-se produtor (subida na cadeia valor). Objetivos, em números:

- Vendas pelo menos 600.000 € em 2022
- Entrada em pelo menos 6 mercados até 2022
- Criação e consolidação de equipa e empresa DIVAI
- Cumprir o Projeto SI Internacionalização
- Ter uma gama que passe dos atuais 7 para 12 produtos e um produto *Premium*.

A partir da Excelência (dos produtos e dos saberes), da aposta na Inovação e adaptação aos mercados e total compromisso com as questões da sustentabilidade, o projeto aponta a diversos mercados, onde já há contactos/vendas (razão concreta de escolha dos mercados foi devidamente sustentada em estudos e análise de circunstâncias):

- EUA e Canadá
- China e outros mercados asiáticos (com base online)
- Angola e outros mercados Africanos onde há networking prévio
- França, Suíça, Bélgica, onde já há distribuidores e se pretende reforçar.

RESULTADOS ATINGIDOS (Acompanhamento/Revisão Janeiro 2020)

A implementação do projecto decorre a bom ritmo e foi bem-sucedida (taxa de realização já superior a 30%), acima do esperado, apesar da demora na aprovação da candidatura.

Os resultados foram ainda mais encorajadores: empresa atingiu, já em 2019, volumes de venda praticamente ao nível dos esperados para 2022, e bem assim tem já estruturado uma equipa comercial e preparou muito do seu trabalho de marketing e promocional (estratégia, criatividade), além de ter estado em vários certames internacionais e ter ganho diversos prémios, somando agora perto de 30 prémios internacionais.

Última Revisão: 07. Fev.2020

