

<b>Jornal Negócios</b>  31-05-2006	Periodicidade:	<b>Diário</b>	Temática:	<b>Agro-alimentar</b>
	Classe:	<b>Economia/Negócios</b>	Dimensão:	<b>36 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>N/PB</b>
	Tiragem:	<b>17000</b>	Página (s):	<b>46</b>

EMPRESAS

## Fonte Viva apresenta nova imagem

A Fonte Viva, empresa detida pelo Grupo Aquajet e pela Nutrinveste, renovou a sua imagem corporativa para apostar na entrada no mercado doméstico e na introdução de novos produtos. Desenvolvido pela BMS - Brand Mind and Strategy, o novo "branding" surge associado à campanha do Mundial que a Fonte Viva lançou na Internet, possibilitando aos clientes irem assistir ao jogo Portugal-Angola. A nova imagem será implementada ao longo do mês de Junho. "Em todos os momentos" é o novo "slogan" da Fonte Viva.



<b>Diário Económico</b>  16-05-2006	Periodicidade:	<b>Diário</b>	Temática:	<b>Agro-alimentar</b>
	Classe:	<b>Economia/Negócios</b>	Dimensão:	<b>671 cm²</b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>S/PB</b>
	Tiragem:	<b>21862</b>	Página (s):	<b>18</b>

# Fonte Viva vai apostar no mercado residencial

**A MAIOR EMPRESA IBÉRICA de distribuição de água é portuguesa e quer explorar mercado nacional residencial de 150 milhões de euros.**

**Alexandra Noronha**  
 anoronha@economicasgpps.com

A Fonte Viva quer apostar no segmento residencial, através da distribuição de água directamente nas casas de portugueses e espanhóis, um mercado que poderá valer, só no nosso país, 150 milhões de euros. Segundo Miguel Ribeiro Ferreira, presidente da Fonte

Viva, a empresa acha que há um grande potencial no mercado doméstico em Portugal, que ainda está muito pouco explorado e que poderá eventualmente ser ainda aproveitado para expandir os novos produtos da empresa, como por exemplo os cafés e outros

que a Fonte Viva querará aproveitar para explorar. A empresa, que é participada pela Nutrinveste, ainda tem a maioria do seu negócio no sector empresarial, cerca de 90%, mas Miguel Ribeiro Ferreira explicou que, por exemplo, nos Estados Unidos, as quotas das empresas se dividem em partes iguais entre o

sector doméstico e o empresarial e que “há apetência em Portugal para este negócio”. Em Espanha a quota (de apenas 2%) é menor mas a empresa frisa que o mercado espanhol também é importante para a sua actividade. A empresa tem crescido cer-



**Miguel Ribeiro Ferreira** acredita que o mercado doméstico é o futuro para a Fonte Viva.

Victor Machado

## Fiche Técnica

**Fonte Viva**

**Negócio: distribuição de água**

**Clientes: 60 mil**

**Países em que actua: Espanha e Portugal**

**Interesses: mercado doméstico nacional, no valor de 150 milhões**

**Principal concorrente: Nestlé**

*Este ano a empresa já investiu cerca de 8 milhões de euros no seu crescimento orgânico e via aquisições.*

ca de 20 a 30% ao ano, explicou o responsável que acrescentou que a Fonte Viva tem neste momento 60 mil clientes e é a quarta empresa no sector a nível europeu. Neste

momento, a empresa aposta apenas na Península Ibérica depois de ter comprado os distribuidores que garantiam o negócio.

Este ano, a Fonte Viva já in-

vestiu 8 milhões de euros em aquisições e em crescimento orgânico, em distribuidores e numa empresa na Madeira, que segundo Miguel Ribeiro Ferreira tem uma quota de

90% no sector naquela zona do país.

Por outro lado, a empresa também adquiriu uma sociedade em Málaga, a Águas Luzia, para crescer naquele mercado.



<b>Diário Económico</b>  16-05-2006	Periodicidade:	<b>Diário</b>	Temática:	<b>Agro-alimentar</b>
	Classe:	<b>Economia/Negócios</b>	Dimensão:	<b>671 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>S/PB</b>
	Tiragem:	<b>21862</b>	Página (s):	<b>18</b>

A Fonte Viva, que este ano conta facturar cerca de 22 milhões de euros, face aos 17 milhões que registou no ano passado, tem uma implanta-

ção ibérica, que sempre foi um dos pilares da sua sobrevivência. Mas o presidente da empresa frisa que o mercado ibérico é constituído por 50 milhões de pessoas. Neste

momento, a empresa encontra-se em fase de reestruturação da imagem, um processo que a Fonte Viva acredita que será importante para expandir a sua imagem. A principal

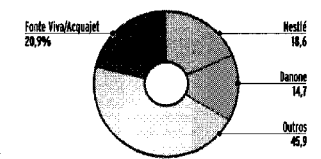
concorrente da Fonte Viva, a Selda, detida pela Nestlé é líder de mercado em Portugal, mas a empresa liderada por Miguel Ribeiro Ferreira quer atacar essa liderança. ■

Diário Económico	Periodicidade:	<b>Diário</b>	Temática:	<b>Agro-alimentar</b>
	Classe:	<b>Economia/Negócios</b>	Dimensão:	<b>671 cm²</b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>S/PB</b>
	Tiragem:	<b>21862</b>	Página (s):	<b>18</b>

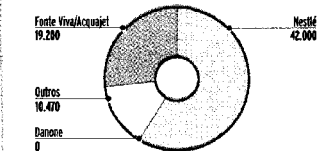
16-05-2006



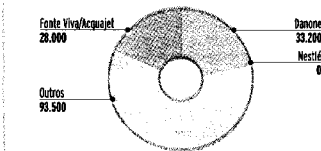
**QUOTAS DE MERCADO NA PENÍNSULA IBÉRICA**  
Valores referentes ao ano de 2004.



**QUOTAS DE MERCADO EM PORTUGAL**  
Valores referentes ao ano de 2004, em número de máquinas de água colocadas



**QUOTAS DE MERCADO EM ESPANHA**  
Valores referentes ao ano de 2004, em número de máquinas de água colocadas

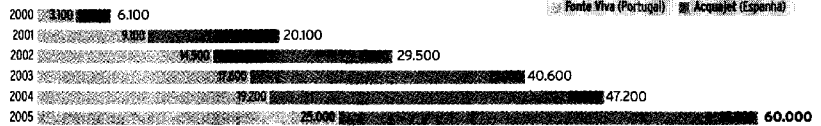


Fonte: fonte viva

**FRONTE VIVA AINDA TEM MAIORIA DAS VENDAS NAS EMPRESAS**

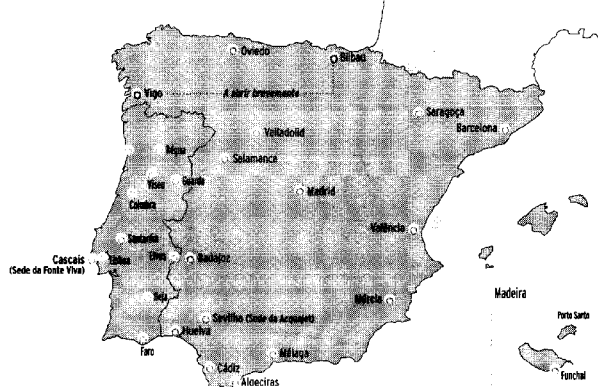
Apesar da aposta da empresa ser neste momento no mercado doméstico, a Fonte Viva tem ainda a maioria dos seus clientes na área empresarial, com Portugal a ser mais receptivo nos lares do que Espanha.

**Evolução do número de máquinas de água instaladas na Península Ibérica**  
Valores em unidades

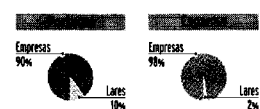


**Pontos de distribuição das duas marcas**

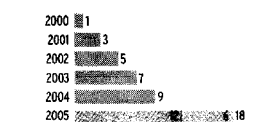
A marca vai abrir novos pontos de distribuição em Vigo e Bilbao.



**Segmentação das vendas**  
Valores em %



**Evolução das vendas do Grupo**  
Valores em milhões de euros



**Trabalhadores da companhia**  
Valores em unidades



Infografe: Mário Machado | mmachado@economicas.com

<b>Diário Notícias</b> Economia 18-04-2006	Periodicidade:	<b>Diario</b>	Temática:	<b>Agro-alimentar</b>
	Classe:	<b>Informação Geral</b>	Dimensão:	<b>115 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>N/PB</b>
	Tiragem:	<b>79040</b>	Página (s):	<b>14</b>

## BEBIDAS

# AquaJet aposta no mercado doméstico das águas

📍 Cátia Almeida

O grupo AquaJet, distribuidor de água através de refrigeradores, vai apostar no segmento doméstico, ao mesmo tempo que procura consolidar o negócio empresarial. A empresa, que em Portugal opera com a marca Fonte Viva, registou um crescimento de 30% em 2005, esperando registar valores um pouco inferiores este ano.

A AquaJet tem apenas 10% da sua carteira de clientes no segmento residencial, mas “acreditamos que este mercado estará massificado em Portugal dentro de dois ou três anos”,

afirmou ao DN Miguel Ribeiro Ferreira, presidente do grupo. Em Espanha, “o segmento doméstico está mais atrasado”.

A AquaJet está ainda a estudar a possibilidade de distribuir outros produtos no canal ibérico *home and office delivery*, distribuindo actualmente café como complemento à água. Sumos e refrigerantes são alguns dos produtos em análise.

A empresa ocupa a segunda posição tanto em Portugal como em Espanha, competindo com multinacionais na liderança. A Nestlé é número

um em Portugal e a Danone tem o mesmo lugar em Espanha.

Gigantes que não têm impedido o crescimento da AquaJet, que passou de nove para 17,5 milhões de euros em vendas. A empresa é controlada por Miguel Ribeiro Ferreira e pela Compal/Nutriveste.

Recentemente a AquaJet adquiriu a Dima, uma empresa da Madeira, com 1300 máquinas instaladas. “Com este negócio ficamos a controlar 90% do mercado”, sublinha o empresário. ■

## O SECTOR

### 📍 Selba Bebagua

A empresa que lidera em Portugal faz parte do grupo Nestlé e foi criada por Miguel Ribeiro Ferreira. Posteriormente foi vendida aos chineses da Watson Water e depois à Nestlé.

### 📍 Mercado

Vale cerca de 30 milhões de euros.



<b>Expresso</b> Economia 08-04-2006	Periodicidade:	<b>Semanal</b>	Temática:	<b>Gestão</b>
	Classe:	<b>Informação Geral</b>	Dimensão:	<b>619 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>S/PB</b>
	Tiragem:	<b>167000</b>	Página (s):	<b>12</b>

# O rei ibérico do 'cooler'

Ribeiro Ferreira é líder no negócio dos «water coolers», as máquinas de água que invadiram os escritórios

**ÁLVARO DE MENDONÇA**

EM ESPANHA, a AcquaJet é a segunda maior empresa no negócio dos «water coolers», atrás da multinacional Danone. Em Portugal, a Fonte Viva está logo abaixo da Nestlé. Mas somados os dois mercados, o grupo português controlado por Miguel Ribeiro Ferreira e pela Compal/Nutrinveste é líder num negócio, que, só na Península, já vale €10 milhões/ano.

Para Miguel Ribeiro Ferreira, a aventura das «water coolers» iniciou-se há dez anos. Criador de cães de raça desde a adolescência e dotado de um apurado espírito comercial, Miguel sempre sonhou lan-

çar-se como empresário. A ideia inicial era abrir em Portugal o primeiro hipermercado para animais de estimação, um conceito que sabia já existir nos EUA. Jorge Espírito Santo, amigo de infância de Cascais, está por essa altura a trabalhar no Espírito Santo Bank, na Florida. Miguel aproveita o facto e instala-se em Miami, onde inicia contactos de prospecção do negócio. Estávamos em 1995 e Miguel tinha 25 anos. Em Miami apercebe-se de que em praticamente todas as empresas existem «water coolers». Uns cálculos rápidos, depois de se inteirar sobre os segredos do negócio, fazem-no mudar de ideias: decide

investir em «coolers». Funda uma empresa com os amigos Jorge Espírito Santo e Pedro Chaves, e torna-se, aos 25 anos, o primeiro empresário português neste negócio, com um parque inicial de 25 máquinas directamente importadas dos EUA. A Bebáguas arranca com um capital de 50 mil euros, em 1995. Desde então nunca parou de crescer.

Em 2000, já com o mercado nacional na mão, Miguel recebe uma proposta irrecusável da Watson Water. Vende a Bebáguas, na altura com um parque de 6500 máquinas, e assina uma cláusula que o impede de actuar no negócio em Portugal, duran-

te três anos.

Com o encaixe da venda, muda-se para o sul de Espanha. A partir de uma primeira base, em Sevilha, investe 4,5 milhões de euros numa nova empresa, a AcquaJet, repetindo o sucesso obtido em Portugal. No final de 2004, já com mais de 28 mil máquinas e uma presença alargada de Sevilha a Madrid, vende 40% da AcquaJet ao grupo Compal/Nutrinveste. Quase em simultâneo, e com este novo parceiro, compra a portuguesa Fonte Viva, constituindo o maior operador ibérico. Em Espanha, a AcquaJet é a segunda no «ranking» e, em Portugal, a Fonte Viva ocupa idêntica posi-

ção, atrás da líder Selda/Bebáguas, entretanto comprada pelo grupo Nestlé. Somados os dois mercados, Fonte Viva e AcquaJet terminam 2005 com um parque de 60 mil «coolers» e vendas de 20 milhões de euros. Valores suficientes para garantir a liderança na Península.

Em Portugal, a Fonte Viva dispõe hoje de 25 mil máquinas e de uma quota de 28%. Depois da entrada no mercado madeirense, em associação com um parceiro local, a aposta passa agora por alargar o leque de serviços e investir em novas áreas, como a distribuição de cafés, sumos, néctares e águas com gás.

*Depois da Bebáguas, RIBEIRO FERREIRA instala-se no Sul de Espanha. Em 3 anos torna-se líder*



<b>Expresso</b> Economia 08-04-2006	Periodicidade:	<b>Semanal</b>	Temática:	<b>Gestão</b>
	Classe:	<b>Informação Geral</b>	Dimensão:	<b>619 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>S/PB</b>
	Tiragem:	<b>167000</b>	Página (s):	<b>12</b>

