



BEBIDAS

Bebidas de soja para crianças

Nutri Ventures é a parceira da produtora de bebidas de soja na criação da linha Shoyce Júnior

Menos de um ano depois de ter chegado ao mercado, a marca portuguesa de bebidas de soja Shoyce prepara-se para lançar uma linha para crianças, desenvolvida em parceria com a Nutri Ventures, empresa que criou desenhos animados cujo objetivo é promover a alimentação saudável.

“Em setembro, vai ser feito o lançamento em Portugal e internacionalmente através dos nossos importadores. Além da distribuição a retalho, queremos estar em colégios e nas escolas para despertar sensibilidades não apenas para as intolerâncias alimentares e alergias à proteína do leite, mas também para a importância de oferecer às crianças produtos alimentares genuinamente saudáveis”, explica Cristina Faria Macedo, administradora da Nutre Indústrias Alimentares, empresa responsável pela produção da Shoyce.

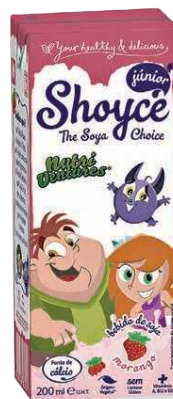
A semelhança do que tem sido a estratégia desde o lançamento da marca, em finais de 2014, os mercados asiáticos onde a Shoyce está presente — a empresa refere a China continental e também Macau, Hong Kong e Taiwan — são também o destino da nova variedade júnior.

“O interesse específico pela Ásia tem a ver com o hábito de consumo massificado de produtos alimentares desenvolvidos à base de soja e na elevada percentagem de indivíduos que demonstram intolerância à lactose”, justifica Cristina Faria Macedo, acrescentando que a Shoyce está em vias de começar a ser distribuída no Vietname, Nigéria, Dinamarca e Finlândia.

Ano zero da internacionalização

A responsável da Nutre explica que este ainda é o ano zero da internacionalização e espera que, nos primeiros 12 meses, este negócio represente cerca de dois milhões de litros vendidos — o mercado nacional de bebidas de soja equivale a 18 milhões de litros e, em 2015, este mercado a nível mundial irá corresponder a 19,2 mil milhões de litros.

Questionada sobre a quantidade de litros vendidos pela Shoyce até agora, a administradora escusa-se a revelar esses dados, alegando tratar-se de informação que só estará disponível no final de 2015.



NOVIDADE Bebida de soja dirigida a crianças é lançada em setembro com duas variedades (banana e morango), além do sabor original. Incentivar hábitos alimentares é o objetivo da parceria com os desenhos animados da Nutri Ventures. A Shoyce é produzida na fábrica em Vagos, em Aveiro, e grande parte do investimento na marca foi feito nos equipamentos tecnológicos

GANHAR COM A SOJA

13

milhões de euros foi quanto a Nutre Indústrias investiu no lançamento da Shoyce, em particular em equipamento tecnológico

40

milhões de litros é a capacidade produtiva da fábrica da Shoyce, em Vagos (Aveiro), que produz ainda para cerca de 70% das marcas próprias de bebidas de soja

Mas adianta que a faturação ascenderá a €1 milhão no primeiro ano completo, sendo a maior parte do negócio da Nutre Indústrias Alimentares feita com a produção para marcas próprias de distribuição (€8 milhões/€9 milhões). Entre os dois negócios, as vendas

Os mercados asiáticos onde a Shoyce está presente são também o destino da nova variedade júnior

deverão aproximar-se dos €10 milhões.

“De todas as marcas que produzimos, a Shoyce é a mais jovem, só foi lançada no final de 2014, altura em que demos também início ao processo de internacionalização”, justifica, avançando que a empresa produz praticamente para todas as cadeias de distribuição em Portugal e algumas das principais em Espanha.

A nível nacional, a Shoyce está presente em 500 pontos de venda, quase na totalidade de grandes superfícies, mas assinou recentemente um contrato de distribuição com a Nutricafés, que lhe permitirá chegar a cerca de 5000 pontos de venda do canal HO-RECA (hotéis, restaurantes e cafés). Os cafés Nicola, Box e Ferrari, em Lisboa, bem como

os ginásios Virgin e o Urban Cicle Café, no Porto, são alguns dos espaços fora dos supermercados onde os produtos à base de soja da Shoyce estão disponíveis.

Cafés a crescerem

Em 2016, este segmento deverá representar cerca de 10% do negócio. “Queremos ter parcerias com hotéis, ginásios, restaurantes vegan, hospitais, clínicas, colégios e escolas, locais onde o público está mais atento e mais sensível às questões ligadas à alimentação saudável. Também temos parcerias com a Alimentar, a associação portuguesa de alergias e intolerâncias alimentares, e com a Associação Portuguesa de Celiacos”, conta.

CATARINA NUNES
cnunes@expresso.imprensa.pt

1

milhão de euros é quanto será a faturação da Shoyce no primeiro ano completo de atividade, sendo a maior parte do negócio da Nutre Indústrias Alimentares feita com a produção para marcas próprias da distribuição (€8 milhões/€9 milhões)