



unicer

A CONSTRUIR O FUTURO





Pessoal e administração da CUPF, assinalando o enchimento do 25.000.000º litro de cerveja, em 25 de setembro de 1970. Foto Costa. Arquivo Unicer.



Fábrica Leão, c.1915



Pessoal da CUPF
em meados do século XX.
Foto Bazar
Electro-Fotográfico,
22 de dezembro de 1952.
Arquivo Unicer

IMAGENS COM HISTÓRIA

Frota de camiões da CUPP, junto à fábrica de Júlio Dinis, com publicidade às laranjas Invicta e às cervejas Super Bock, Além-Mar e Cristal.
Fotografia de Platão Mendes, c. 1950. Arquivo Unicer



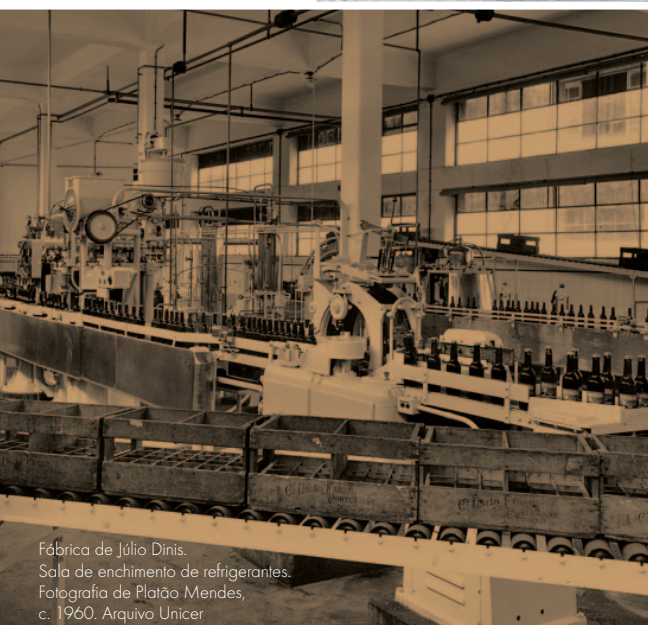
Barril de cerveja da CUPP, em madeira. Col. Unicer.
Fotografia de José Eduardo Cunha, 2014



Vista geral da Fábrica da CUPP, na rua de Júlio Dinis e Rua da Piedade, Porto. Fotografia de Platão Mendes, c. 1960. Arquivo Unicer



Fábrica de Júlio Dinis.
Sala de Fabrico.
Fotografia de Platão Mendes, c. 1960. Arquivo Unicer

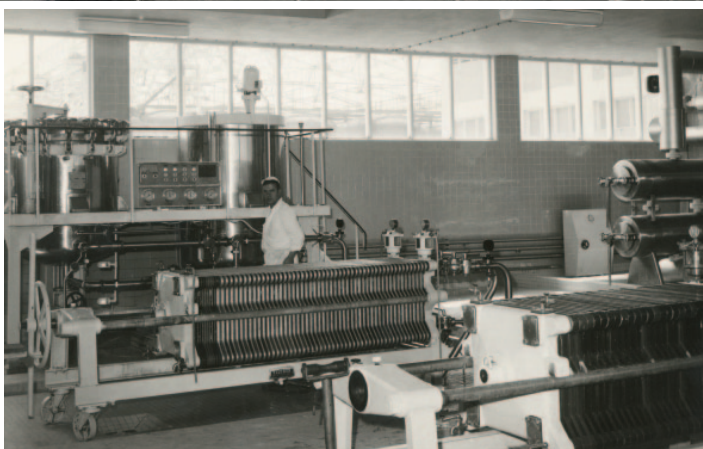


Fábrica de Júlio Dinis.
Sala de enchimento de refrigerantes.
Fotografia de Platão Mendes, c. 1960. Arquivo Unicer





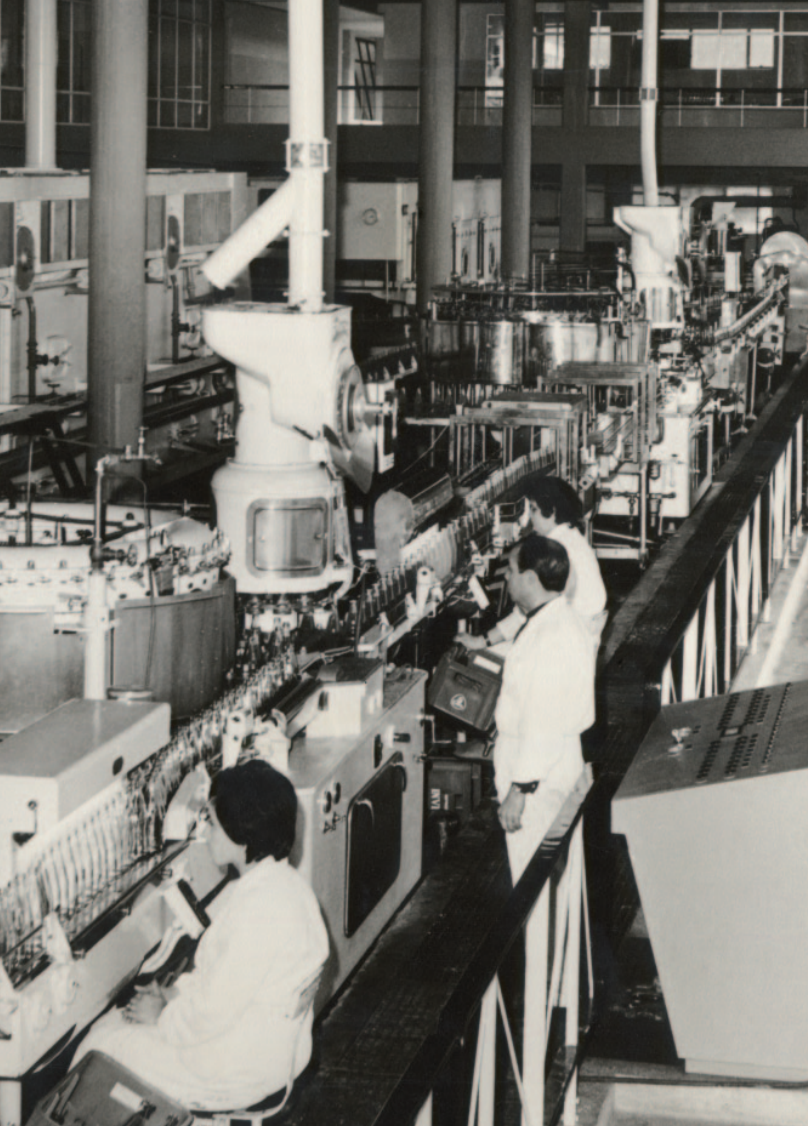
Fábrica da CUPF de Leça do Balio. Fotografia de Teófilo Rego, 1964. Arquivo Unicer



Sala de filtração da fábrica de Leça do Balio. Foto Costa, c. 1970. Arquivo Unicer



Camiões da frota de distribuição direta da CUPF em Lisboa e respetivas equipas de trabalho. Foto Santos Roxo, 1972. Arquivo Unicer



Sala de enchimento na fábrica de Leça do Balio.
Foto Costa, 1971. Arquivo Unicer

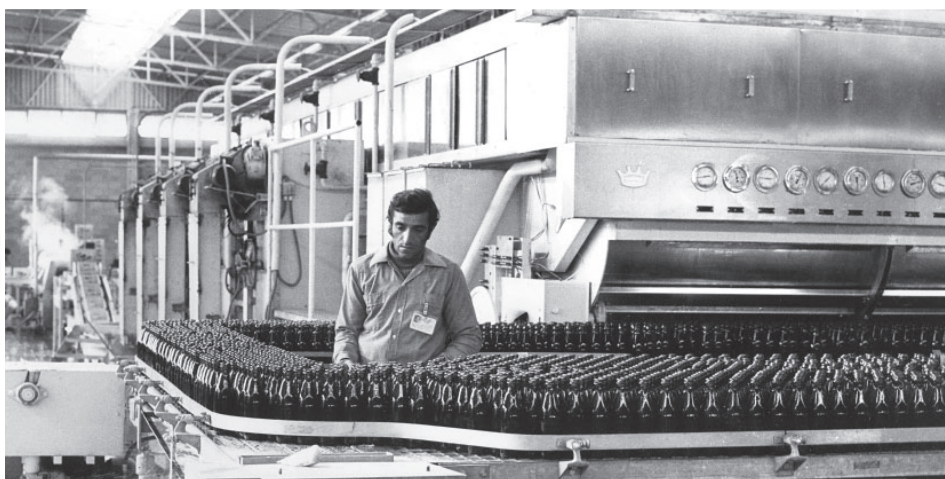


Camião da frota de distribuição direta da CUPP em Lisboa, com publicidade à Super Bock, «A cerveja feita desejo».
Foto Santos Roxo, 1972. Arquivo Unicer

Linha de enchimento da Fábrica de Santarém, após a ampliação de 1979. Arquivo Unicer



Super Bock, 1970.
Arquivo Unicer



[1890 - 1930]

O INÍCIO DE UMA LONGA HISTÓRIA DOS PRIMÓRDIOS DA COMPANHIA UNIÃO FABRIL PORTUENSE (CUFP) À CRIAÇÃO DA SUPER BOCK

"O Grupo do Leão"
na Cervejaria Leão
de Ouro. Pormenor
de óleo sobre tela de
Columbano Bordal
Pinheiro. 1885
Fotografia de
Luísa Oliveira, 2010
(Direção-Geral do Patri-
mónio Cultural/Arquivo
de Documentação
Fotográfica).

COMPANHIA UNIÃO FABRIL PORTUENSE (CUFP)

A Companhia União Fabril Portuense (CUFP), antecessora da Unicer, surgiu a 7 de março de 1890, com a união das principais fábricas de cerveja e refrigerantes do Porto, que se propuseram a reunir capacidades financeiras e técnicas para desenvolver o seu setor de atividade. Foram sete fábricas ao todo, seis do Porto e uma de Ponte da Barca, entre 19 sócios fundadores, que deram origem a uma

sociedade anónima de responsabilidade limitada, com um capital inicial de 125 contos.

A primeira direção da CUFP foi formada por Francisco Monteiro de Menezes e Mello, Maximiliano Schreck e João José Monteiro. Os dois últimos eram cervejeiros que três anos antes (em 1887), num prenúncio à constituição da CUFP, criaram um cartel cervejeiro com o objetivo de impor condições e preços de venda entre as pequenas cervejeiras no mercado. Maximiliano Schreck e João José Monteiro, refira-se, eram proprietários das duas maiores e mais bem equipadas fábricas de cerveja (fábricas da Rua da Piedade e da Rua do Melo respetivamente), onde, nestes tempos fundadores, a CUFP concentrou toda a sua atividade. A Companhia começou a laborar com 13 trabalhadores, produzindo, essencialmente, cervejas, gasosas e gelo, em quantidades limitadas, alargando os negócios aos vinhos, licores, cognacs e outras bebidas alcoólicas. Com uma produção de cerveja inferior a 400 mil litros anuais, as vendas da CUFP concentravam-se no



A 7 de março, é constituída no Porto a Companhia União Fabril Portuense (CUFP). Uma sociedade anónima de responsabilidade limitada, antecedente à Unicer, com um capital de 125.000\$000réis, iniciando atividade com 13 trabalhadores e com uma produção de cerveja inferior a 400 mil litros anuais.

Serpa Pinto foi a primeira marca lançada pela empresa

1890



Registo pela primeira vez da
Cerveja Pilsener da CUFP

1897

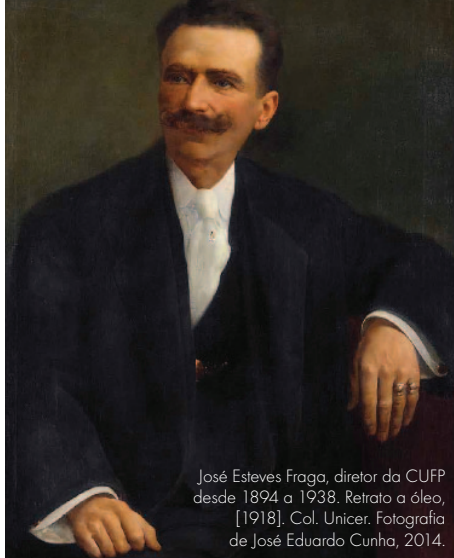
CRONOGRAMA HISTÓRIA DA UNICER



1893

A CUFP comercializa os tipos de
cerveja Pilsener, Lusitana, preta
Alemã, Danúbia, Bock e Nacional





José Esteves Fraga, diretor da CUPF desde 1894 a 1938. Retrato a óleo, [1918]. Col. Unicer. Fotografia de José Eduardo Cunha, 2014.

mercado nortenho, com maior incidência na cidade do Porto.

O PRIMEIRO GRANDE IMPULSO MODERNIZADOR

Depois de uma gestão inicial ruínosa, com Francisco Monteiro de Menezes e Mello, Maximiliano Schreck e João José Monteiro, a chegada à direção da CUPF de José Esteves Fraga, em 1894, viria a revelar-se fundamental, mantendo-se à frente da empresa durante mais de quarenta anos, até morrer, em 1938, lançando grandes investimentos. Em 1903 dá-se o primeiro grande impulso modernizador. É construída a nova fábrica da Piedade, aumentada mais tarde, em 1909, com uma nova fábrica de gelo e outras dependências. Em 1913, a produção da CUPF aumenta para mais de um milhão de litros de cerveja

(emprega 91 trabalhadores na produção e distribuição) e a empresa investe na construção de uma nova fábrica de cerveja e gelo na Rua da Restauração, a Fábrica Leão. Esta unidade fabril, equipada com a mais moderna tecnologia da época e inaugurada em 1914, viria a funcionar só até ao início de 1916 devido ao impacto negativo da grande guerra. As dificuldades de aprovisionamento de matérias-primas e a queda nas vendas, em especial de gelo, aconselharam a reconcentração da atividade produtiva na Fábrica da Piedade. Até 1964, foi nesta unidade fabril, sucessivamente ampliada e modernizada, que decorreu a atividade da CUPF. Nos “loucos” anos vinte, o crescimento da procura conduziu a grandes obras de expansão e de reapetrechamento técnico para aumentar a produção, ao mesmo tempo que se introduziram outras novidades, como a admissão do primeiro pessoal feminino ou a aquisição de camiões para distribuição da cerveja, substituindo as tradicionais «galeras» puxadas por muare.

A APOSTA NAS MARCAS: A CONSAGRAÇÃO DAS CERVEJAS PILSENER CRYSTAL E SUPER BOCK

A cerveja Serpa Pinto foi a primeira marca lançada pela CUPF. Em 1897, a companhia procede aos primeiros registos de marcas, entre os quais seis tipos de cerveja (Pilsener, Alemã, Danúbia, Lusitana, Nacional e Licor) e três tipos de refrigerantes (groselha, limonada e gasosa). A diversificação do negócio das bebidas, oferecendo uma vasta gama de produtos, foi a orientação seguida durante muito tempo.

Sabia que a CUPF no início da sua atividade produzia para além de cerveja, gasosas e gelo?

PILSENER CRYSTAL. Desde 1903 que a CUPF anunciava em jornais do Porto a sua Pilsener Crystal, essa “deliciosa e nova marca de cerveja, a única que afoitamente rivaliza com as melhores e reputadas marcas estrangeiras, ao preço de 60 réis o copo e 80 réis a meia-garrafa”



1900

A Companhia União Fabril Portuense regista as marcas de cerveja Tentadora e Delícia. Neste período, a CUPF vende uma média de 300 mil litros de cerveja por ano

Em outubro de 1903, a CUPF lança no mercado a cerveja Pilsener Crystal (apenas registada em 1915). A cerveja Cristal foi criada pelo mestre cervejeiro alemão Anton Durrer, contratado em fevereiro de 1901

1903



1913

A produção de cerveja da CUPF ultrapassa o milhão de litros (1.415.357 litros, entre julho de 1912 e junho de 1913). Neste mesmo ano a CUPF emprega 91 trabalhadores na produção e na distribuição (além dos técnicos e empregados administrativos)

Em 1914, a CUPF assumia já um lugar importante na produção cervejeira nacional, dominando o mercado portuense e nortenho. A distribuição era feita, diretamente, pelos carroceiros da CUPF, nas típicas carroças puxadas a mulas, que abasteciam os cafés, cervejarias, restaurantes e mercearias



SERPA PINTO, DELÍCIA, TENTADORA, LEÃO...

As marcas comerciais próprias, desde a fundacional Serpa Pinto às mais requintadas Delícia e Tentadora, na viragem do século, passando pela marca Leão, associada à fábrica com o mesmo nome, não passaram de investidas efémeras por parte da CUPF. A renovação da Fábrica da Piedade e as inovações técnicas introduzidas pelo mestre cervejeiro Anton Dürer levaram à concentração no negócio da cerveja e, subsidiariamente, de refrigerantes e de gelo, e ao aperfeiçoamento das características e da qualidade dos tipos de cerveja produzidos.

CRISTAL

Colocada à venda desde 1903, devido à mestria técnica de Anton Dürer, a Cristal (inicialmente, com a grafia Crystal), registada a 16 de junho de 1915, absorve grande parte das vendas de cerveja da empresa pelo menos desde 1909. A Cristal era a grande aposta da CUPF, cuja qualidade do produto permitiu alargar a clientela no reduzido mercado nortenho que a empresa monopolizava desde a segunda metade dos anos noventa. Nos anos 20 surgiram duas das marcas mais emblemáticas da CUPF: a Invicta, para refrigerantes, registada em 1921, e a Super Bock, para cerveja, registada em 1927.

INVICTA

A invicta, tornou-se numa marca de longa duração da CUPF, que viria a ser sucessivamente renovada até aos nossos dias.

SUPER BOCK

Alberto Marques da Fonseca criou, em 1926, a Super Bock, tendo sucedido a João Pinto Ferreira na direção técnica da fábrica em 1924. A Super Bock, inspirada no tipo de cerveja Bock, revelava-se uma cerveja mais forte que a Cristal. Aparece como cerveja de prestígio e é lançada como marca de inverno. Nos anos seguintes foi sempre produzida em pequeníssimas quantidades, estrategicamente resguardada das crises financeiras, da crise internacional de 1929, da grande depressão dos anos 30, da Guerra das Cervejas nesse período e da 2ª guerra mundial.

Algumas das sete fábricas que constituíram a CUPF tinham já várias décadas de existência. Foram essas fábricas que iniciaram o abastecimento de cerveja nacional aos cafés e cervejarias do Porto, substituindo gradualmente a cerveja importada, numa época de mudança dos hábitos de consumo. Num país de tradições vinícolas, a cerveja passava de "bebida estranha" a "bebida da moda"

Verifica-se, pela 1ª vez, a admissão de pessoal feminino para trabalhar na CUPF. A primeira colaboradora foi a Dona Maria Engrácia. Neste mesmo ano, as carroças de transporte de cerveja na cidade, puxadas por muare, começam a ser substituídas por camiões, sendo adquiridos três camiões, um deles com capacidade para transportar uma tonelada de carga

1920



A Pilsener Crystal e a nova Super Bock ganham medalhas de ouro. Em outubro, a CUPF participava na Exposição Industrial realizada no Palácio de Cristal

1926



1921

É registada, a 28 de maio, a marca Invicta para a nova laranjada da CUPF



1927

A 3 de março é requerido o registo da nova marca de cerveja Super Bock (despachado a 9 de novembro)

[1931 - 1945]

GUERRA DAS CERVEJAS

DA GRANDE DEPRESSÃO À 2.ª GUERRA MUNDIAL

Durante grande parte dos anos trinta, a direção da CUFP continuou a ser liderada por José Esteves Fraga, o maior acionista da Companhia, que neste período teve que fazer face aos efeitos da crise internacional, à forte (e desregulada) concorrência do mercado e impacto da grande depressão. É um período também ele marcado pelo fim de um modelo inicial de governação personalizada da CUFP, com a morte do então diretor em 1938.

AS OBRAS DE AMPLIAÇÃO E MODERNIZAÇÃO DA FÁBRICA DA PIEDADE

Os efeitos da crise, agravados por um verão muito frio, em 1931, geraram fortes quebras de vendas, obrigando a CUFP a suspender as obras de ampliação e modernização da Fábrica da Piedade, que se tinham iniciado nos anos 20, concretamente em 1927, com o crescimento da procura e o sucesso crescente das marcas Crystal e Super Bock. Conclui-se apenas (em 1931) a renovação de algum equipamento, destacando-se a substituição das velhas máquinas a vapor por energia elétrica.

Por ocasião da grande Exposição Colonial de 1934, no Palácio de Cristal, a execução de um projeto já



antigo da Câmara do Porto, que visava a continuação da Rua Júlio Dinis (que atravessaria parte das instalações fabris da CUFP) tornou forçosa a realização de dispendiosas obras na fábrica da Piedade. Sem dúvida uma oportunidade para concluir a modernização e o reapetrechamento técnico da fabri-

Diploma de Honra conferido à CUFP na 1.ª Exposição Colonial Portuguesa

O impacto da crise internacional obriga a suspender as obras de ampliação e modernização da Fábrica da Piedade, iniciadas nos anos 20

1931



1932

A CUFP participa na Exposição Industrial Portuguesa, em Lisboa, onde as suas cervejas voltam a ser distinguidas com vários prémios

É assinado um acordo comercial entre a CUFP e as fábricas de Lisboa e Coimbra agrupadas na Sociedade Central de Cervejas com o objectivo de uniformizar os preços e as condições de venda da cerveja

1934



Em 1931, na Fábrica da Piedade, substituem-se as velhas máquinas a vapor por energia elétrica

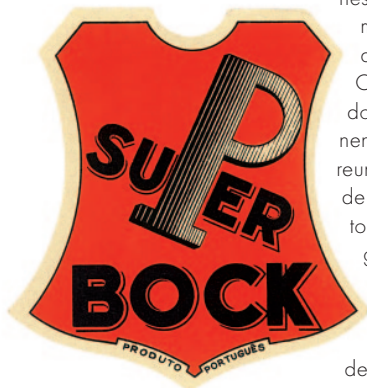
ca, que mais uma vez viria a ser adiada por falta de capacidade financeira da empresa em contexto de crise, deixando também de ser uma prioridade em período de agressiva concorrência entre as cervejeiras.

ACORDO DESEQUILIBRADO ENTRE A CUPF E A SOCIEDADE CENTRAL DE CERVEJAS

O período mais agudo da crise internacional, entre 1931 e 1933, é marcado por uma forte concorrência entre as cervejeiras do setor, onde resultam quebras significativas de preços, com a CUPF empenhada em estabelecer um acordo de condições de vendas com as respetivas concorrentes de forma a limitar os efeitos da concorrência desregrada. Esse acordo surge em 1934, já com as fábricas de Lisboa e Coimbra agrupadas na Sociedade Central de Cervejas (Consórcio criado nesse ano), visando assim uniformizar os preços e condições de venda da cerveja.

O acordo assumia a repartição do mercado nacional (no Continente) entre a CUPF e as fábricas reunidas na Sociedade Central de Cervejas (Companhia Produtora de Malte e Cerveja Portuguesa Estrela, Companhia da Fábrica de Cerveja Jansen e Companhia de Cervejas de Coimbra). O Norte do país

Rótulo da cerveja Super Bock, provavelmente para exportação. Arquivo Unicer.



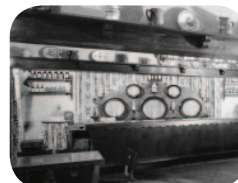
1938

Além das marcas de cerveja Cristal (incluindo a variante Super Cristal) e Super Bock e da Laranjada Invicta, a CUPF lança um conjunto de novas marcas: as cervejas Zirta, tipo Munique, Além-Mar e Estádio e os refrigerantes Romária, Cidra Invicta e Lima Invicta. É registado um novo rótulo para a Cerveja Cristal, integrando a simbologia portuense dos dragões. No final do ano é ainda registado um novo modelo de garrafa para refrigerantes, a "garrafa granitada", que se torna muito popular

No ano das Comemorações Centenárias, e também do 50º Aniversário da CUPF, a empresa aposta na Exposição do Mundo Português, inaugurada em Belém, em Junho. Para além de estar representada com um stand no "Bairro Comercial", consegue o exclusivo em muitos dos restaurantes e cervejarias do recinto da Exposição

1940

CERVEJA



1941

Em novembro, a CUPF arrenda a exploração dos seis bares do Coliseu do Porto (que seria inaugurado no mês seguinte), para venda em exclusivo das suas marcas de bebidas

era considerado mercado preferencial da CUPF. O Centro e o Sul eram os mercados das fábricas de Lisboa e Coimbra. No entanto, verificou-se mais tarde que as condições deste acordo eram desequilibradas. Para vender as suas marcas de cerveja em Lisboa, o maior mercado do país, a CUPF era obrigada a colocá-las com um aumento de vinte centavos sobre os preços de tabela da Sociedade Central de Cervejas, ao passo que o aumento de preço das cervejas das fábricas do Sul vendidas no Porto era apenas de dez centavos sobre os preços de tabela da Companhia portuense. Em 1938, a rutura do acordo com o consórcio do Sul deu origem a uma autêntica “guerra das cervejas”.

AUTÊNTICA “GUERRA DAS CERVEJAS”

Em 1939 inicia-se uma autêntica “guerra das cervejas”, com a Sociedade Central de Cervejas a tentar entrar no mercado nortenho dominado pela CUPF e esta a criar depósitos em Lisboa e Coimbra para a conquista dos mercados do Sul e do Centro. Esta “guerra” conduziu à aposta em marcas mais baratas, com o relançamento da cerveja Delícia e em marcas como a Além-Mar, Zirta ou Stadium, preservando a produção da

Super Bock, para oferecer no mercado marcas de preço inferior, que, a par da Cristal, permitissem maior capacidade de concorrência. Intensificaram-se campanhas promocionais e desenvolveram-se novas formas de distribuição, com a assinatura de contratos de exclusividade com cafés e cervejarias.

No final do ano de 1939, começam a sentir-se os efeitos da II Guerra Mundial, multiplicando-se as dificuldades de abastecimento das principais matérias-primas, sobretudo malte e lúpulo, assim como de combustíveis e equipamentos. Nesta conjuntura desfavorável, a CUPF conseguiu resistir e até beneficiar do forte crescimento do setor, tornando-se, no entanto, evidente a urgência de renovação das instalações fabris e equipamentos, entretanto gastos e obsoletos.



Numa ação inovadora, a CUPF consegue garantir, na Exposição Histórica do Mundo Português em Belém, em 1940, o exclusivo da venda de cerveja em muitos dos restaurantes e cervejarias do recinto da Exposição

As dificuldades de navegação do atlântico dificultam o transporte de malte americano importado. A CUPF passa a utilizar, exclusivamente, maltes nacionais

1942



Devido à dificuldade de abastecimento de matérias-primas de qualidade, continua a produzir-se reduzidíssimas quantidades de Super Bock. As vendas centram-se na cerveja Cristal, apostando-se também numa diversidade de marcas de segunda linha (Stadium, Além-Mar, Zirta, Invicta, Dragão e Delícia), para mercados específicos ou para enfrentar a concorrência

1944

1943

Na conjuntura adversa da II Guerra Mundial, os stocks de matérias-primas atingem mínimos preocupantes. Em vários momentos a fábrica é forçada a diminuir o ritmo de produção. A falta de combustível obriga o governo a tomar medidas de apertada restrição. A maior parte dos camiões de distribuição da CUPF passavam a ser equipados com gasogénios (gás pobre para movimentar motores, criado através de uma máquina que transforma combustíveis sólidos em gasosos).



[1945 - 1975]

EQUILIBRIO, CRESCIMENTO FULGURANTE E MODERNIZAÇÃO

UMA NOVA VIRAGEM NA VIDA DA CUFP

No final dos anos quarenta e na década seguinte, a fábrica Júlio Dinis sofreu

profundas obras de expansão e modernização, equipada com a tecnologia mais avançada da Europa

Novas e arrojadas orientações na gestão, grandes investimentos a par de uma inovadora estratégia de integração no setor cervejeiro nacional. Um período de vida marcado por um novo ambiente económico e novas políticas de desenvolvimento.

EQUILIBRIO: RECOMPOSIÇÃO ACIONISTA

A CUFP resistiu ao período da “guerra das Cervejas”, à crise internacional, à grande depressão dos anos 30 e à 2ª guerra mundial. Dos tempos de crise herdou, no entanto, muitas dificuldades. A sua fábrica estava esgotada, o apetrechamento era antiquado e pedia urgente renovação. É um período importante na história da empresa que fica marcado pela compra de várias ações da CUFP por parte de investidores ligados à Sociedade Central de Cervejas, traduzindo-se numa **recomposição acionista** em 1947. Esta recomposição teve como efeitos imediatos a renovação dos seus órgãos sociais, com a entrada de novos administradores, com destaque para o Eng. Augusto Seguro Ferreira e para o Eng. João Sanguinetti Talone, assim como a reorganização, a nível nacional, das condições de venda de cerveja, extinguindo as práticas agressivas de concorrência que se tinham verificado no período anterior. A estratégia dos novos acionistas respeitou a autonomia e identidade regional da cervejeira portuense, ao mesmo tempo que investiu no seu desen-



Fábrica de Júlio Dinis. Enchimento de garrafas de cerveja. Fotografia de Platão Mendes, c. 1950. Arquivo Unicer.



1948

João Talone toma posse, em agosto, do cargo de director técnico da Fábrica da CUFP, com o ordenado inicial de cinco contos mensais

É inaugurada a fábrica de Luanda da CUCA, sendo a CUFP a principal acionista. Dois dias depois, iniciam-se as vendas com tal sucesso que se equaciona, de imediato, a ampliação da fábrica

1952



1960

Em janeiro decide-se acabar com o engarrafamento e distribuição da cerveja Stadium, mantendo-se apenas as marcas Cristal e Super Bock. A marca Cristal é registada em diversos países. Em dezembro, a administração aprova um novo rótulo para a Cristal de exportação.

Engenheiro JOÃO TALONE

“É um orgulho ver as novas instalações da Unicer que projetam um futuro ambicioso”

Atualmente com 91 anos, João Sanguinetti Talone deixou na CUFP um legado que ultrapassou gerações e ainda hoje perdura na Unicer.

Primeiro como administrador-delegado (1953-1975), depois como Presidente do Conselho de Administração (1964-1975), Presidente da Comissão Executiva (1975) e Presidente da Comissão Administrativa da CUFP (1975-1976), introduziu uma nova e inovadora concepção de gestão na empresa, adotando uma cultura de responsabilidade social, valorização e qualificação dos trabalhadores, fomentando um espírito de equipa e amor à camisola. João Talone eternizou a sua visão inovadora na vida da empresa, liderando projetos arrojados em períodos marcantes da cervejaria, como a modernização da Fábrica Júlio Dinis e a sua obra mais representativa, a construção da Fábrica em Leça do Balio. A partir de 1952 estaria também ligado à fase final de montagem da fábrica da CUCA em Luanda (onde a CUFP era a principal acionista), acompanhando depois em 1953 a sua ampliação e a instalação de uma nova

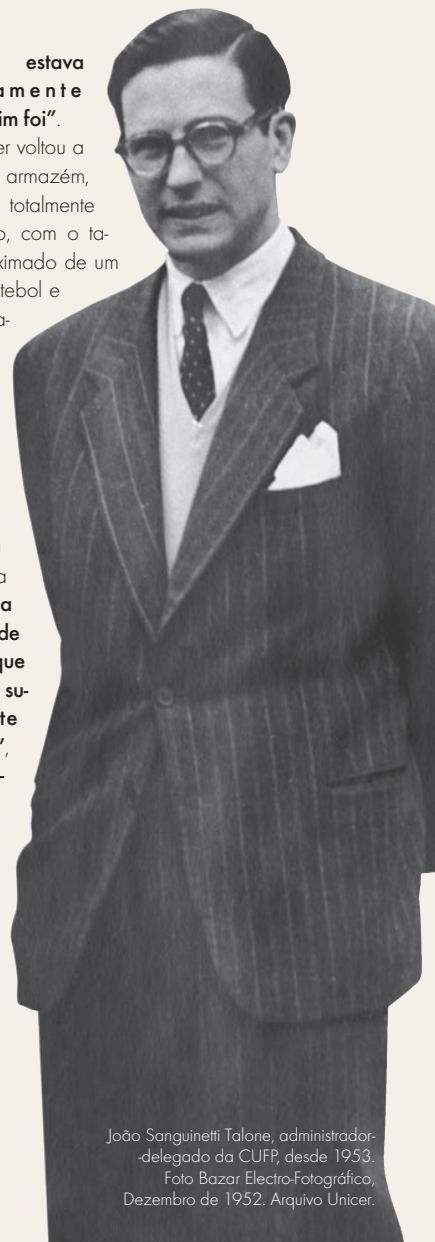
unidade fabril em Nova Lisboa. Com um carácter e uma personalidade inconfundível de liderança, que não se perdeu no tempo, o Engenheiro olha hoje com orgulho para o passado e presente da Unicer e para a sua capacidade de renovação.

“É uma felicidade enorme assistir ao crescimento e renovação das ideias que deixei na empresa. A vida das organizações é isto mesmo, é a rotação da modernidade para acompanharem as tendências. Modernizei a fábrica em Júlio Dinis e depois fiz essa atualização já em Leça do Balio. É um orgulho ver as novas instalações da Unicer que projetam um futuro ambicioso, que faz parte da nossa cultura. Recordo-me aquando da construção da fábrica em Leça, José Manuel Martins, um dos acionistas da época, quando vê o armazém de produtos e embalagens diz-me «Oh João você fez isto do tamanho de 3 campos de futebol?», ao que lhe respondi que em

três anos estava completamente lotado e assim foi”.

Hoje a Unicer voltou a construir um armazém, desta feita totalmente automatizado, com o tamanho aproximado de um campo de futebol e com 10 andares de altura. É uma história que se repete no seu sucesso e inovação ou não fosse a História **“uma sucessão de sucessos que se sucedem sucessivamente sem cessar”**, cita João Talone, antes de contar como a CUFP estava quase sempre um passo à frente da

“Um dos acionistas da época vê o armazém de produtos e embalagens e diz-me «Oh João você fez isto do tamanho de 3 campos de futebol?”



João Sanguinetti Talone, administrador-delegado da CUFP, desde 1953. Foto Bazar Electro-Fotográfico, Dezembro de 1952. Arquivo Unicer.



João Sanguinetti Talone, Administrador-delegado (1953-1975),
Presidente do Conselho de Administração (1964-1975),
Presidente da Comissão Executiva (1975) e Presidente da Comissão
Administrativa da CUPF (1975-1976).
Presidente Honorário vitalício da Unicer, desde 2004.
Pormenor de Óleo sobre tela. Col. Unicer.
Fotografia de José Eduardo Cunha, 2014.

“O meu grande desafio foi vender qualidade e hoje sinto um orgulho enorme com tudo o que está a ser feito na Unicer”

concorrência. A empresa desenvolveu na década de 50 uma equipa de assistência técnica para dar suporte aos pontos de venda com cerveja de barril, o que ainda hoje prevalece com grande força e importância, instalou uma cervejaria na fábrica Júlio Dinis, promovendo a qualidade da cerveja, tal como acontece hoje com o programa Experiência Autêntica de demonstração de mestria cervejeira. Está em fase de construção de uma fábrica em Angola, onde já construiu duas ao longo da sua história.

Hoje em dia o que se faz muitas vezes é copiar o que já foi feito no passado. **“O que eu quero é que me copiem a ideia de qualidade e inovação”**, refere o engenheiro. **“Tudo o que nós fizemos foi sempre feito primeiro que a concorrência. Seguíamos as tendências internacionais e inovávamos nos processos. Visitei mais de 200 fábricas e ainda tenho comigo a minha agenda onde anotei todas as inovações que queria trazer para Portugal. Fomos pioneiros quando substituímos os barris de madeira**

por barris de alumínio e as grades de madeira por grades de plástico. Para além de copiarmos boas ideias no estrangeiro, também inovávamos. Recordo-me quando começámos a produzir a cerveja com cilindro – cónicas. A cerveja Tuborg tinha um processo de decantação e fermentação que demorava 3 meses e na altura quando fizemos os primeiros ensaios para produzir a Tuborg em Leça do Balio, testámos a produção desta cerveja com cilindro-cónicas, que permitia reduzir o processo de produção para 15 dias, otimizando custos. A Tuborg internacional aprovou a nossa cerveja, feita com este processo, como a melhor e a mais igual ao padrão.”

Num passado recente, a Carlsberg produzida em Leça do Balio foi também votada como a melhor Carlsberg produzida em todo o mundo.

Ao longo dos anos a CUPF deparou-se com várias dificuldades e limitações. Estava limitada na sua expansão geográfica para sul e não tinha uma malteria própria (a Maltibérica apenas surge quando a Unicer já tem mais de 100 anos). A sua constante superação nos processos técnicos e na qualidade do produto definiu o seu crescimento. **“O meu grande desafio foi vender qualidade e hoje sinto um orgulho enorme com tudo o que está a ser feito na Unicer. Com a inovação e qualidade que a empresa procura aperfeiçoar sempre”**, refere João Talone.



Augusto Seguro Ferreira, presidente do Conselho de Administração da CUPP entre 1947 e 1964. Col. Unicer. Fotografia de José Eduardo Cunha, 2014

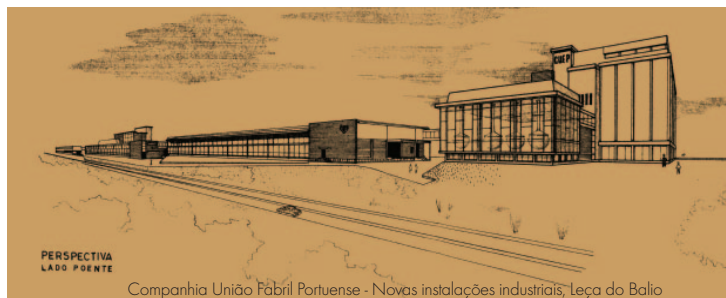
volvimento e formação do conselho de administração, tendo subsidiado a reforma da Fábrica da Piedade/Júlio Dinis, que sofreu profundas obras de expansão e modernização, e os estudos do engenheiro João Talone na Universidade de Lovaina, com a condição dele vir a assegurar mais tarde a direção técnica da fábrica da CUPP.

CRESCIMENTO FULGURANTE E MODERNIZAÇÃO [1964 - 1975]: A NOVA FÁBRICA DE LEÇA DO BALIO

Com a integração de Portugal na EFTA - Associação Europeia de Comércio Livre -, o Ministério da Economia apostou na reestruturação do setor cervejeiro, com a concentração e modernização técnica das cervejeiras, dotando-as de maior capacidade concorrencial a nível internacional. O programa aconselhava a construção de duas novas unidades fabris. A da CUPP no Norte, com a condição da empresa integrar a recentemente criada Nacerel - Sociedade Nacional de Cerveja e Refrigerantes; e outra no Sul, da Sociedade Central de Cervejas. Concebida por

João Talone, com o apoio de Arménio Losa, nos projetos de arquitetura, e de Armando Campos e Matos, nos projetos de engenharia, a nova fábrica de Leça do Balio da CUPP, construída e apetrechada com as técnicas mais avançadas da época, entrou em funcionamento em março de 1964, iniciando um período de crescimento fulgurante da empresa: de menos de 9 milhões de litros em 1965, passou para mais de 25 milhões de litros em 1970 e para mais de 50 milhões de litros em 1973. A passagem das instalações fabris de Júlio Dinis para as de Leça do Balio constituiu para todos os trabalhadores da CUPP, tanto operários como quadros técnicos, uma viragem profunda no seu quotidiano de trabalho. Era incomparável o grau de inovação tecnológica, para além das condições de trabalho e áreas destinadas aos serviços sociais como o restaurante, assistência médica, atividades culturais e de formação. O rápido crescimento da empresa neste período foi acompanhado por um excelente ambiente laboral, em que cada trabalhador sentia orgulho em vestir a camisola da CUPP.

A passagem das instalações fabris de Júlio Dinis para as de Leça do Balio constituiu para todos os trabalhadores da CUPP, tanto operários como quadros técnicos, uma viragem profunda no seu quotidiano de trabalho



1964

Inauguração oficial da nova fábrica em Leça do Balio

Em janeiro, a CUPP e a Sociedade Central de Cervejas criam um Gabinete Comum de Exportação, com sede em Lisboa, para coordenar a atividade comercial nos mercados externos. Neste mesmo ano, é vendido o edifício da Fábrica Leão, na Rua da Restauração



1966

1967



Em 1967 inicia-se a substituição das grades de madeira por grades de plástico

DOMINGOS MOTA

CHEFE DE DEPARTAMENTO
DE FABRICAÇÃO DE MOSTO [1967-2004]

“Uma empresa que está para além dos homens”

“Entrei na Unicer a 27 de março de 1967 para a função de chefe de departamento de fabricação de mosto. Não tinha hora de entrada nem hora de saída, o que tinha era uma grande paixão e dedicação à CUFP, que passou depois a chamar-se Unicer”, afirma Domingos Mota, de 77 anos, colaborador da Unicer durante 37 anos, na área de produção de cerveja.

“Não foi uma passagem, foi uma estada da qual guardo muito boas recordações. A empresa comportava-se como uma verdadeira família, era apaixonante viver o ambiente da CUFP, muito marcado naquela época, e ainda agora, por uma cultura de união, espírito de equipa e luta pela qualidade, impulsionada pelo engenheiro João Talone. Quem daquele tempo não se recorda do almoço que antecedia o



natal e que se realizava todos os anos? Era dita uma missa e o engenheiro João Talone discursava e anunciava aumentos salariais para todos a partir de 1 de janeiro. Era maravilhoso. Ainda me recordo o que o engenheiro disse nas divergências provocadas pelo 25 de abril e seguintes: «eu sou a ligação entre o capital e o trabalho». E foi da harmonização destes dois fatores que a CUFP evoluiu e depois a Unicer tem

progredido até atingir os 125 anos, que agora honrosamente celebra”, refere.

Nas décadas de 50 e 60 a empresa investiu na valorização dos recursos humanos, num ambiente empresarial inclusivo (exemplo disso é o almoço de natal) e na formação dos seus colaboradores, sempre sob a liderança de João Talone. “A CUFP foi sempre muito preocupada com a formação dos seus quadros. Participei em formações que a empresa dava periodicamente, sobre diversas matérias, entre as quais a regulamentação do trabalho e teorias sobre como conduzir e dirigir os trabalhadores. A empresa sempre tratou bem o seu pessoal. Pagávamos 5 escudos por uma refeição completa, com sopa, fruta, pão, cerveja e um prato de peixe ou carne. Às quartas-feiras, por exemplo, (semana sim semana não) o dia era mais curto. Terminava às 17h (o horário oficial era das 8h às 17h30) e havia cinema nas instalações para quem quisesse. Só me posso sentir honrado por ter feito parte de uma empresa que tem hoje a dimensão que tem. Já na altura a nossa cervejeira teve sempre um nome com crédito até na Europa. É uma empresa que está para além dos homens, sinal de que os homens a têm servido bem”.



Domingos Mota na sala de fabrico da Unicer, em Leça do Balio, c. 2005. Arquivo Unicer.

1972: A APOSTA NA SUPER BOCK E O LANÇAMENTO DE NOVAS MARCAS

Neste período, a Cristal continuava a ser a marca de cerveja mais vendida pela CUPF, mas os maiores investimentos elegiam a **Super Bock** como marca de futuro, que viria em 1972 a constituir a grande aposta da empresa face à expansão das vendas para Sul nesse período. No início dos anos 70 lançaram-se também novas marcas, para segmentos específicos do mercado, como a **Da Gama**, em 1971, ou a dinamarquesa **Tuborg**, que a CUPF começou a produzir e comercializar em 1973. Aumentou ainda a aposta nos refrigerantes, com o lançamento de

novos produtos (Sumos, Cola, Água Tónica, Ginger Ale), sob a marca **Invicta**.

Face ao aumento das vendas a CUPF envolvia-se em novos negócios, sendo o mais importante o das Águas engarrafadas, com a aquisição da Empresa das Águas Alcalinas Medicinais de **Castelo de Vide**.



1968

É lançado um novo sistema de distribuição direta na cidade do Porto e concelhos limítrofes. É adquirida uma frota de 19 camiões, para garantir uma distribuição bissemanal a todos os locais de venda. Os novos camiões passam a ostentar slogans das principais marcas, como "Cristal - o sabor de um bom encontro" e "Super Bock supera a sua exigência"

São lançados os novos sumos pasteurizados Invicta Ananás e Invicta Laranja, com uma imagem mais moderna, alcançando uma grande aceitação no mercado. São lançados também novos refrigerantes com a marca Invicta: um novo tipo de Invicta Cola, a Invicta Água Tónica e a Invicta Ginger Ale. Em novembro, são lançadas, com grande sucesso, as embalagens familiares (de um litro) de gasosa e de laranja. A 25 de setembro, a chegada aos 25 milhões de litros é festejado por todo o pessoal da empresa

1970



APOIO AOS PONTOS DE VENDA

A partir de 1947 assistiu-se a importantes transformações na relação com os pontos de venda, nomeadamente no controlo de qualidade das vendas e modernização da frota transportadora.

Desde 1950 que a CUPP desenvolve ações de suporte e acompanhamento junto dos pontos de venda (apoio técnico e inspeção de vendas) com o objetivo de promover a venda dos produtos da empresa e garantir o seu fornecimento com qualidade aos consumidores. Em 1953 foi criada uma brigada técnica de assistência aos clientes com cerveja de barril, que iniciou a sua atividade em 1954. A qualidade do serviço prestado, com geral satisfação dos clientes, levou à criação de uma nova brigada no início de 1955. Hoje a assistência técnica da Unicer é um apoio importante à manutenção da qualidade dos pontos de venda. A sua eficácia cresceu e é hoje um serviço integrado e obrigatório, que a Unicer oferece aos estabelecimentos.

CAFÉ ÂNCORA D'OURO "O PIOLHO" - cliente da Um ponto de encontro



Grupo de estudantes em frente ao Piolho

Em tempos com a Cristal, hoje com a Super Bock, entre várias outras marcas. O **Café O Piolho** é um dos clientes mais antigos da Unicer, que remonta ao tempo da CUPP. É um ponto de encontro com as marcas da empresa, com a sua história e com a história e cultura da cidade do Porto. É um lugar onde se cruzaram e continuam a cruzar gerações, gostos, tendências e onde ainda hoje prevalece a preferên-



1971

Iniciam-se grandes obras de ampliação da fábrica de Leça do Balio. É instalada uma nova linha de engarrafamento de refrigerantes, com capacidade para 24 mil garrafas/hora

É constituída a empresa COPEJA - Companhia Portuguesa de Cerveja, SARL, para construir e explorar uma unidade fabril de cerveja em Santarém

1972



1973

É criada a Imperial - União Cervejeira Portuguesa, SARL, que viria a construir a sua unidade fabril em Loulé, lançando a marca Marina. Em 1977 seria integrada na Unicer

Unicer há mais de 50 anos com a história da CUPP



cia por uma boa cerveja da Unicer. **“Ao longo dos tempos fomos sendo um ponto de encontro de estudantes, um lugar de convívio e de passagem de figuras importantes do nosso país, como o Escritor Manuel António Pina, o Dr. Albino Aroso, “pai” do planeamento familiar em Portugal, Amália Rodrigues, entre inúmeras outras personalidades ligadas à arte, teatro,**

ciência. Mas fomos também um ponto de encontro com as marcas da Unicer. A preferência dos clientes pela qualidade dos produtos da Unicer tem sido evidente ao longo dos anos, fazendo perdurar uma parceria que ultrapassa a minha gerência”, refere José Martins, gerente do Café Âncora D’Ouro desde 1979. O responsável define a parceria com a Unicer como mais uma “âncora”

no sucesso e crescimento do espaço ao longo dos anos. Uma parceria que acompanhou a evolução dos tempos e as necessidades do mercado. **“Hoje a capacidade de resposta às solicitações e necessidades do consumidor é maior. A qualidade, a inovação e a formação estão muito presentes no âmbito da parceria com a Unicer e isso permite-nos oferecer mais sofisticação ao nosso cliente, no produto e no serviço”,** refere. Apelidado de **“Piolho”** devido à aglomeração de estudantes que se concentravam no estabelecimento, é um espaço com mais de um século de vivência e com muitas histórias para contar. Foi o primeiro café do Porto a ter eletricidade (pagava treze centavos por ano) e ainda hoje mantém o conjunto de 12 lâmpadas na sala. Foi também o primeiro café da cidade a adquirir a famosa máquina “La Cimbali”, que deu nome ao “cimbolino” - **“aquela coisa que nós em Lisboa chamamos bica”,** como terá dito um dia Amália Rodrigues de passagem pelo estabelecimento. A partir de 1957 era o único café a ter televisão. Foi também um local de convívio que acompanhou as tendências das marcas e o consumo crescente de Cerveja como bebida da moda. **“Uma mostra”** da qualidade dos produtos da CUPP/Unicer.



José Martins, gerente do Café Âncora D’Ouro



Praça Parada Leitião

A CUPP é nacionalizada juntamente com as outras empresas cervejeiras nacionais - Decreto-lei n.º 474/75, de 30 de Agosto, do Ministério da Indústria e Tecnologia

1975



1984

É lançada a nova marca de refrigerantes da Unicer, Snappy, com sabor a lima-limão, que rapidamente conquista uma quota importante no seu segmento de mercado. Três anos depois, o Snappy ocupa já o segundo lugar em volume de vendas entre todos os refrigerantes

É lançada a nova marca de água Vitalis, responsável por um aumento de 28% do volume de vendas da empresa Águas de Castelo de Vide

1985



VITOR MARQUES

COMERCIAL DA UNICER
DESDE 1975, AINDA NO ATIVO

“O objetivo sempre foi vender valor e não preço”



“Com 40 anos de Unicer, o meu dia-a-dia ainda hoje é preenchido com visitas aos clientes. Iniciei o meu trajeto na empresa em Cabo Ruivo e era responsável pela venda de cerveja de barril em toda a zona de Lisboa. Cheguei a fazer 1 milhão de litros por ano”, refere Vitor Marques, o comercial mais antigo da Unicer ainda no ativo.

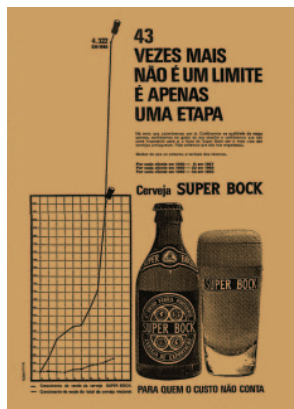
Sinto-me orgulhoso por trabalhar numa empresa que valoriza a união, o espírito de equipa, a qualidade e a formação

Hoje são muitas as diferenças na atividade comercial, que o tempo fez questão de ir acentuando. “Algumas deixam saudades, outras nem por isso. São memórias de um tempo que não volta atrás. Antigamente a abordagem ao mercado era focada exclusivamente na venda e no produto. Hoje o foco está no cliente, a abordagem é mais emocional e dedicada a perceber as reais necessidades do estabelecimento. Há um

maior aconselhamento sobre o portfólio de produtos a oferecer ao consumidor, com dicas a nível promocional e de visibilidade. A abordagem e postura perante o cliente é sempre no sentido de dar resposta aos obstáculos e desafios que forem surgindo. O nosso objetivo sempre foi vender valor e não preço, assim como garantir a visibilidade dos produtos, o que já acontecia outrora, mas não de forma tão estruturada”, refere Vitor Marques.

Outra das grandes evoluções ao longo dos anos foi o trabalho em equipa (distribuidor, vendedor, assistência técnica). Quanto maior a exigência do mercado e do cliente, maior a necessidade de trabalhar de

forma integrada. “Para se ter sucesso é muito importante trabalhar em equipa e para os mesmos objetivos, colocando os clientes em primeiro lugar. E é isso que a Unicer tem feito ao longo dos anos. Ainda me recordo quando fui contactado por um cliente (na altura a Discoteca Indochina) à 1h da manhã porque tinham o espaço completamente lotado e não conseguiam tirar uma única gota de cerveja. Alguém deve ter desligado o compressor sem querer. Salvei a noite e a responsável ficou-me eternamente grata. A paixão pelo que fazemos é a nossa sede de conquista, é aquilo que nos permite sermos cada vez melhores e ajudarmos a empresa a crescer”, afirma o responsável comercial, sublinhando o orgulho que sente em trabalhar na Unicer. “Sinto-me orgulhoso por trabalhar numa empresa que valoriza a união, o espírito de equipa, a qualidade e a formação. Sinto orgulho na minha empresa por oferecer os melhores produtos e o melhor serviço aos clientes. Trabalhei nesta casa ao longo da minha vida sempre com excelentes profissionais e gestores e enquanto puder fazer o que faz um jovem de 30 anos faço questão de continuar a vestir a camisola da Unicer”, refere Vitor Marques.



CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

Em 1950, a administração da CUPF decidiu mandar pintar reclames nas camionetas de distribuição. A partir de 1955, as campanhas publicitárias tornar-se-iam mais estruturadas e profissionais, definindo-se um orçamento anual e apostando-se numa maior diversidade de suportes, incluindo o recurso crescente à rádio e ao cinema.

Para além dos meios tradicionais (cartazes nos estabelecimentos, anúncios na imprensa e na rádio, stands em Feiras ou Exposições Industriais, participação em desfiles carnavalescos, patrocínios de eventos desportivos, com publicidade nos estádios de futebol, particularmente no Porto, ou outros), em 1972 a CUPF recorre a spots televisivos. O início dessa nova forma de publicidade data do verão desse ano, coincidindo com o lançamento da distribuição direta em Lisboa e com uma maior cobertura do mercado nacional.

SABIA QUE . . .



- Em **1946** a CUPF decide acabar definitivamente com a tração animal.



- Em **1950** começam a ser substituídos os velhos barris de madeira por barris de alumínio



- A CUPF construiu, em **1957**, uma cervejaria aberta ao público na fábrica Júlio Dinis, promovendo a qualidade da cerveja da empresa



- Em **1964** foi aprovado um novo modelo para as carrocerias dos novos veículos de carga da CUPF



- Em **1967** inicia-se a substituição das grades de madeira por grades de plástico



A Unicer lança a marca dinamarquesa Carlsberg, que rapidamente passa a liderar o segmento de cervejas premium. A empresa lança novas marcas de cerveja sem álcool ou com baixo teor alcoólico, entre as quais a Cheers, sem álcool

1992



1989

A Unicer associa-se à empresa espanhola Intermalta na criação da Maltibérica - Sociedade Produtora de Malte, SA, para construir e explorar uma malteria própria, em Palmela, que iniciaria a laboração em 1992



1993

A Unicer renova a imagem da marca Cristal. Lança um modelo de garrafa de abertura fácil

[1976 – 1999]

PÓS-NACIONALIZAÇÃO DA CUFP: CRIAÇÃO DA UNICER

UNICER EP E REPRIVATIZAÇÃO



Linha de enchimento da fábrica de Santarém, após a ampliação de 1979. Arquivo Unicer.

No final dos anos 80, as vendas de cerveja da Unicer ultrapassavam os 300 milhões de litros e a Super Bock tornava-se líder incontestada do mercado

REESTRUTURAÇÃO DO SETOR CERVEJEIRO: CRIAÇÃO DA UNICER EP

No período revolucionário a seguir ao 25 de abril, em 1975, a CUFP, tal como todas as empresas cervejeiras nacionais, foi nacionalizada. A nacionalização conduziu a um processo de reestruturação do setor cervejeiro nacional, com a criação de duas empresas públicas em finais de 1977: a Unicer - União Cervejeira (agregando a CUFP, a Copeja de Santarém

- que traria a marca Clok, e a Imperial de Loulé com a marca Marina) e a Centralcer (reunindo a Sociedade Central de Cervejas e a Cergal). Esta reorganização revelou-se desigual com claro prejuízo para a Unicer, que integrava na altura unidades cervejeiras dispersas por todo o país (Leça do Balio, Santarém,

EXPANSÃO DA REDE DE DISTRIBUIÇÃO

Ao longo dos anos noventa, a Unicer prosseguiu com investimentos de modernização tecnológica em todos os setores, a par da valorização dos recursos humanos, do aumento da produtividade, de racionalização e expansão da rede de distribuição. Recorde-se que a reorganização da rede comercial da empresa tornou-se uma questão prioritária a partir da entrada em funcionamento da fábrica de Leça do Balio.

A Unicer lança em Portugal a prestigiada marca de cerveja irlandesa Guinness

1994



É criado um novo logótipo da empresa, em que o "U" aparece estilizado simbolizando um copo, o consumo e o universo de bebidas

1997

1995

A 8 e 9 de julho realiza-se a primeira edição do emblemático festival Super Bock Super Rock na Gare Marítima de Alcântara. Neste mesmo ano a empresa decide apostar no negócio do vinho à pressão, com a marca Vini



Santa Iria e Loulé), sem malterias próprias, com menor capacidade de vendas e com grandes passivos financeiros. Contra as piores previsões e com muita criatividade e competência, a Unicer EP em poucos anos aumentou a produção e as vendas. Em 1986 passaria mesmo a liderar o mercado nacional de cerveja com quase 200 milhões de litros vendidos e uma quota de cerca de 51%, para além de importantes volumes de vendas nos refrigerantes e nas águas.

REPRIVATIZAÇÃO DA UNICER

A impressionante consolidação financeira e económica da Unicer EP nos anos oitenta levaram a que fosse escolhida pelo Governo para iniciar o processo de privatizações. A 26 de Abril de 1989, em sessão pública realizada na Bolsa de Valores do Porto, decorria, com grande sucesso, a privatização de



49% do seu capital. No ano seguinte decorria a sua reprivatização total.

Com a reprivatização, iniciou-se um novo ciclo de gestão na Unicer com Mário Machado de Abreu a ser substituído, em 1989, na presidência da administração da empresa por José Manuel Capelo Soares da Fonseca.

A produtividade mais do que triplicou entre 1979 e 1989. Foi neste período que a empresa iniciou uma aposta consistente na exportação. Tendo criado um Gabinete de Exportação em dezembro de 1979, ultrapassando um milhão de litros de cerveja exportada em 1983, com crescimentos contínuos nos anos seguintes, atingindo mais de 4 milhões de litros, em 1988



1998

Realiza-se em Lisboa a Expo 98, a cuja organização se associou a Unicer, que se tornava assim primeira empresa patrocinadora oficial deste evento internacional, garantindo o apoio e a exclusividade das suas marcas Super Bock e Vitalis

É formalizada a mudança da denominação de Unicer - União Cervejeira, SA, para Unicer - Bebidas de Portugal, SA, correspondendo a um novo enfoque da atividade empresarial que, apesar de manter a maior parte dos negócios no setor cervejeiro (cerca de 80%), visa alargar a sua posição no mercado nacional de bebidas

2000



2002

Um ano excepcional na história da Unicer. Concretiza-se a integração na empresa do Grupo VMPS - Vidago, Melgaço e Pedras Salgadas

SOTARVIL - Distribuidor desde sempre com ligação à Unicer “Nascemos para comercializar os produtos da Unicer”

Nos anos 80 e 90 o mercado funcionava por venda direta, onde o distribuidor saía do armazém com os produtos à consignação e a faturação era feita no cliente, com livros e manualmente. “Hoje é tudo planeado e feito em pré-venda, o que beneficia o ponto de venda”, refere Vasco Trindade, um dos sócios gerentes da Sotarvil, distribuidor de bebidas que nasce do grupo Pralibel, cuja ligação à Unicer remonta ao período da reestruturação do setor cervejeiro – pós nacionalização (1977).

Das grandes evoluções na distribuição, passou-se da venda direta para a pré-venda: “na venda direta era feito um roteiro, o produto saía do armazém à consignação e ia sendo entregue mediante os pedidos feitos no momento pelos clientes, com risco de faltar produto para alguns pontos de venda. Hoje o processo é incomparável. O vendedor visita o ponto de venda, verifica as suas necessidades, as encomendas são feitas e

no dia seguinte o distribuidor está a entregar o produto. É prestado um serviço com mais qualidade”. Vasco Trindade sublinha outra das alterações no processo de distribuição onde a Sotarvil integrou a experiência piloto da Unicer. “Antigamente a mercadoria era carregada diretamente na Unicer. Mais tarde a Unicer modificou o sistema e passou a fazer entregas diretas nos distribuidores. Servimos de experiência piloto nesta fase de transição”.

A Sotarvil é uma empresa, localizada em Viseu, que nasce do grupo Pralibel, em 1992, para comercializar em exclusivo os produtos da Unicer - cervejas, refrigerantes e águas. A Pralibel-empresa que comercializa todo o tipo de produtos alimentares - tem ligação à Unicer desde o período da nacionalização, quando transitou da Copeja de

Santarém (com a marca Clok), para comercializar as cervejas Super Bock, Cristal, Tuborg e mais tarde a marca Carlsberg, ainda com a sua garrafa castanha e gargantilha dourada.

“Nascemos da exigência do mercado para comercializar os produtos da Unicer em exclusividade, com decoração da marca Super Bock nas viaturas, roteiros definidos e estratégias de vendas”, afirma Vasco Trindade, sublinhando que “nos anos 90, a Super Bock já era líder de mercado e representava cerca de 70% da distribuição no distrito de Viseu”.

A Sotarvil tem sido distinguida anualmente como um dos melhores distribuidores a nível nacional no âmbito do programa PEX - Programa de excelência da Unicer, conquistando, em 2013, a Estrela d’Ouro, o mais alto galardão deste programa.

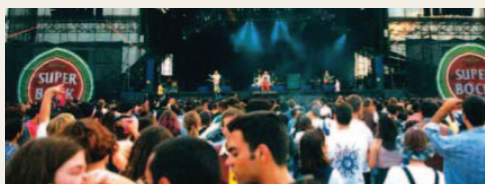
Camião de distribuição da CUPF, com publicidade à cerveja Cristal e aos refrigerantes Invicta «sumo natural de frescura». Foto Costa, c. 1972. Arquivo Unicer.



Vasco Trindade, um dos sócios gerentes da Sotarvil

O passe para o primeiro festival, que decorreu há 20 anos, custava 4 contos (20€) Super Bock Super Rock

Foi há 20 anos, em 1995, à beira rio, que o Super Bock Super Rock revolucionou o conceito de espetáculos ao vivo. Na Gare Marítima de Alcântara, 13 bandas nacionais e internacionais e cerca de 40 mil litros de cerveja davam o pontapé de saída a um espírito festivo irreverente, que entrava na elite do circuito europeu dos grandes festivais. **Miguel Araújo**, atualmente **Diretor de Patrocínios e Comunicação da Unicer**, estava lá como adepto e amante de boa música, com mais cerca de 25 mil pessoas (que totalizou 50 mil nos dois dias), para ver e ouvir "The Jesus and Mary Chain" no primeiro dia e os "The Cure" no segundo dia, dois dos grandes nomes do primeiro festival de música Rock realizado em Lisboa. **"O Super Bock Super Rock veio romper com o conceito de espetáculos nos estádios ou pavilhões. É um concerto que não tem bancadas, onde as pessoas circulam livremente. Uma tendência que se viria a afirmar e instalar com grande sucesso até hoje"**, refere **Miguel Araújo**. O festival manteve-se nos anos seguintes com a mesma toada, **"com mais público e bandas, muitas em ascensão, ainda desconhecidas mas promissoras"**, sublinha, destacando momentos como **"o concerto dos Cold Play em Madrid, o concerto dos Xutos & Pontapés em Angola (2008) ou**



a experiência única de ver o Prince a acompanhar à guitarra Ana Moura no palco do Meco". O passe para o primeiro festival custava 4 contos (20€).

"O Super Bock Super Rock nunca pertenceu a um espaço ou lugar, é um festival que muda de data e de local de acordo com as tendências do mercado", afirma o responsável. Depois da Gare Marítima de Alcântara, passou pela Expo, por salas que lhe deram um ambiente mais intimista (1999 a 2003), pelo Parque Tejo (2004), Queimódromo do Porto (2008), Estádio do Bessa e do Restelo (2009), e Meco, onde se realiza desde 2010. Em 2015 volta a ter um conceito mais urbano, regressa a Lisboa ao Parque das Nações, uma zona ribeirinha que oferece outros encantos e surpresas. Prestes a completar 21 edições (nos dias 16, 17 e 18 de julho 2015), o festival já fez subir ao palco mais de 500 artistas, com uma afluência de cerca de 1 milhão de pessoas.

Foto da esquerda: Concerto da 1ª edição do Festival SBSR na Gare Marítima de Alcântara, em Lisboa, a 8 e 9 de julho de 1995
Foto da direita: Miguel Araújo, Diretor de Patrocínios e Comunicação da Unicer com Zé Pedro dos Xutos & Pontapés

É lançada a cerveja preta Super Bock Stout, que rapidamente atinge a liderança na sua categoria.



2003

São lançadas duas novas cervejas da gama Super Bock, a Super Bock Mini, produzida exclusivamente com malte de cevada nacional, e a Super Bock Abadia, de tipo artesanal. A Unicer amplia a oferta das águas com sabores às marcas Pedras e Vitalis

2006



2007



2004

É lançada a Super Bock Green, uma novidade no novo segmento das cervejas-Limão



É lançado o primeiro Barril Tara Perdida (TP) em Portugal, em PET e com uma capacidade de 20 litros. Logo a seguir, a Unicer lança a Super Bock Xpress, em barril de tara perdida de 5 litros, acompanhado do respetivo equipamento de extração

[2000-2015]

UNICER-BEBIDAS DE PORTUGAL

EXPANSÃO, INTERNACIONALIZAÇÃO E COMPETITIVIDADE



Nesta fase a Unicer alterou a sua natureza

jurídica, transformando-se numa sociedade gestora de participações sociais (SGPS)

Este período da história da Unicer fica marcado por duas estratégias distintas de liderança, correspondentes às administrações lideradas pelo Eng. Manuel Ferreira de Oliveira, entre 2000 e 2006, e pelo Dr. António Pires de Lima, entre 2006 e 2013 e continuada até 2015 pelo Dr.

João Abecasis. A primeira seguiu uma estratégia de diversificação e expansão em diversos setores de bebidas, reforçando a posição da empresa nas águas e nos vinhos, entrando ainda no setor do café. Neste período destaca-se a compra, em 2002, da totalidade do capital do Grupo VMPS - Vidago, Melgaço e Pedras Salgadas. Alargou-se o portfólio de marcas e referências comercializadas pela Unicer, ao mesmo tempo que se aumentaram as exportações.

A partir de 2006 a Unicer foca-se no seu core business e aposta nas áreas da cerveja e águas, com destaque para as marcas Super Bock e Pedras. Esta fase fica ainda marcada pela aposta na internacionalização, por uma crescente atenção à sustentabilidade ambiental e à responsabilidade social. Nesta fase foram encerrados os centros de produção de Loulé e Santarém, concentrando-se toda a produção em Leça do Balio, onde se iniciou a construção de um novo complexo industrial, em 2012, (com um novo centro de produção com capacidade para 450 milhões de litros/ano, nova sede-administrativa e um armazém logístico criado de raiz, totalmente automatizado), projectando o futuro com elevados padrões de qualidade e eficiência.

É instalada, em Leça do Balio, uma mini-fábrica de cerveja para produção de novas cervejas, com características especiais. A Unicer passa a dispor de uma inovadora infra-estrutura para produção de cervejas em pequena escala, destinada a clientes ou momentos especiais. Neste ano é também modernizada a imagem tradicional da garrafa de tara retornável de 33cl da Super Bock, inalterada desde há quase quatro décadas

2008



Em abril, a empresa lança em Portugal uma nova marca de sidra, a Somersby, criada três anos antes pela dinamarquesa Carlsberg.

2011

2010

No verão, após grandes obras de requalificação, é reaberto o sumptuoso Vidago Palace. Neste ano, a marca Vini lança a Vini Sangria, sendo distinguida com o selo "Sabor do Ano 2010"



BARBOSA E ALMEIDA [VIDRO] - FORNECEDOR DA UNICER HÁ VÁRIAS DÉCADAS

“Desejamos que a Unicer continue a crescer”



Um bom produto exige cada vez mais uma garrafa com design e personalidade. A Unicer ao longo da sua história tem lançado novos produtos e renovado inúmeras embalagens de vidro, inovando e acrescentando valor ao mercado e para os consumidores.

Com mais de um século de existência, a Barbosa e Almeida (BA) está na base do sucesso de várias garrafas de vidro da Unicer que marcaram importantes momentos de viragem na sua história e que hoje definem tendências.

“Dos vários projetos desenvolvidos em parceria com a Unicer ao longo da história destas duas empresas centenárias, destaco em 2004 a garrafa Carlsberg para o Euro 2004, com 3 etiquetas PSL e uma bola em alto-relevo, que constituiu o galardão da marca durante toda a competição. Em 2008, organizámos e operacionalizámos todo o processo logístico e de produção das garrafas e grades da Super Bock para substituir o parque de garrafas retornáveis da marca, numa operação inédita que resultou em poupanças

efetivas relevantes para as duas empresas. Em 2010 desenvolvemos uma garrafa de 75cl, foscada e serigrafada para a inauguração do Hotel de Vidago, entre inúmeras outras embalagens de vidro, sempre marcadas pela inovação e trabalho em equipa com o nosso cliente”, refere Sandra Santos, presidente da Barbosa e Almeida (BA), fornecedor da Unicer na produção de embalagens de vidro. Reconhecida a nível mundial nas indústrias de alimentação e bebidas e com sede em Avintes, a BA produz embalagens de vidro para mais de 50 países. A empresa nasceu para servir o mercado do Vinho do Porto, cresceu e alargou horizontes não só para outros mercados, mas também para outras geografias. “Apostamos na internacionalização. Muitos dos nossos clientes são empresas

multinacionais e para eles é importante que a BA consiga estar presente noutras geografias”, afirma a presidente, destacando a Polónia como o mais recente desafio. Numa indústria que considera “fascinante mas pouco sexy”, o rigor, a oferta de valor acrescentado e a flexibilidade são valores fundamentais na relação com os clientes. “Em todas as propostas que desenvolvemos temos sempre como ambição aportar valor para o nosso cliente”, afirma, destacando como exemplo a parceria com a Unicer, que considera salutar e de futuro: “em 2006 construímos um forno exclusivamente dedicado à produção de garrafas de cerveja da Unicer. Mantemos uma parceria de longa data e muito dinâmica. O que desejamos é que a Unicer continue a crescer para que possamos corresponder a essa exigência cada vez melhor”.



Em 1933 a produção de embalagens de vidro já era semiautomática e os fornos eram aquecidos com lenha. Na década de 60, a CIVE (atualmente a fábrica na Marinha Grande) torna-se na primeira empresa portuguesa com produção totalmente automática



OS 125 ANOS DA UNICER contados em livro

“Uma história intimamente ligada à história da indústria cervejeira em Portugal e na Europa”

A marcar o início das comemorações dos 125 anos da empresa, a Unicer lançou o livro “Unicer, uma Longa história”, desenvolvido pelo **historiador e professor da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Gaspar Martins Pereira**. Nas palavras do professor catedrático, a obra traça a trajetória secular da Unicer, **“uma história intimamente ligada à história da indústria cervejeira em Portugal e na Europa”**. Constituído por 2 volumes com mais

de 1000 páginas, bem como uma versão digital, **“é uma longa história que mostra como a Unicer superou barreiras, ultrapassou graves crises financeiras e grandes guerras mundiais. Foi um desafio estimulante, um prazer e uma grande aprendizagem sobre a Unicer e o mundo da cerveja. Das longas horas de pesquisa, investigação, entrevistas e escrita, aprendi imenso sobre a alma desta grande empresa, que assenta na qualidade dos seus produtos e, muito importante, nas pessoas, desde trabalhadores fabris, administrativos e de distribuição, até técnicos, gestores e acionistas. O brio e orgulho de todos eles por participarem nesta obra coletiva reflete bem a cultura inclusiva que está na base da longevidade da Unicer, que chega aos dias de hoje com saúde para mais 125 anos”**, refere o professor **Gaspar Martins Pereira**.

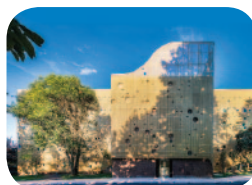


Manuel Violas, Gaspar Martins Pereira, Júlio Magalhães, João Abecasis



São lançadas as cervejas especiais Super Bock Seleção 1927

2013



A 7 de março, no âmbito das comemorações dos 125 anos da empresa, é inaugurado o novo armazém logístico, totalmente automatizado

2015

2012

É iniciada a construção da nova fábrica da Unicer, com uma capacidade de 450 milhões de litros, permitindo concentrar toda a produção de cerveja em Leça do Balio



2014

Inauguração, em setembro, do novo edifício-sede e centro de produção da Unicer



[2016...]

A HISTÓRIA CONTINUA...

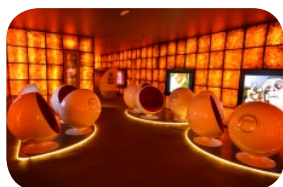
SUSTENTABILIDADE DAS MARCAS

Ao investimento na modernização e otimização da capacidade da empresa, segue-se uma aposta continuada na sustentabilidade das marcas sob a administração do Dr. Rui Lopes Ferreira [assume o cargo no 2º semestre de 2015], reforçando a liderança no mercado português nas categorias core, Cervejas e Águas, com foco no Barril como expoente máximo da experiência cervejeira. A Unicer mantém um compromisso muito forte com o mercado interno e o mercado internacional continua a ser um dos vetores estratégicos de desenvolvimento da empresa, com um histórico de exportação para mais de 50 países nos últimos anos. A performance das suas principais marcas a nível interno destaca-se pelo crescimento. A Super Bock vem de um crescimento de 5% no mercado interno; Pedras continua a reforçar as suas credenciais de água 100% natural e é líder incontestada no mercado; Somersby é a referência no mercado de sidra em Portugal, uma marca recente que se tem vindo a afirmar de forma sustentada, com resultados crescentes extraordinários ano após ano. A Unicer está focada nas oportunidades de crescimento por via da qualidade e inovação das suas marcas, onde se têm vindo a destacar também alguns negócios



complementares, como as Águas Lisas com Vitalis e Caramulo e a marca Vini que bate recordes registando uma excelente aceitação no mercado. Para além do crescimento sustentável, 2016 é também um ano de partilha de saber. A Super Bock Casa da Cerveja, o mais recente projeto inovador da Unicer, já recebeu mais de dois mil visitantes. Um centro de visitas que dá a conhecer uma história centenária e contribui para valorizar a categoria e cultura cervejeira.

A Super Bock Casa da Cerveja dá a conhecer uma história centenária e contribui para valorizar a categoria e cultura cervejeira



2016

O centro de visitas da Super Bock Casa da Cerveja foi inaugurado em outubro de 2015. Em março 2016 já registava mais de dois mil visitantes

Depois de Apple Cider e Blackberry, em abril chegou a Portugal um novo sabor, Somersby Citrus. Somersby é a sidra preferida dos portugueses e a marca de bebidas que mais cresce em Portugal, com resultados que refletem uma tendência global pela procura de bebidas leves e refrescantes

2016



2016

A Super Bock está mais perto dos amigos. A marca lançou em abril a campanha tema "Direitos do Amigo", que dá continuidade a um compromisso iniciado em 2015 com o manifesto "Leva a Amizade a Sério"

VÉLHOS
NOVOS
RICOS
E
POBRES



TODOS
PODEM
TOMAR
A
CERVEJA

DE
PREFEERENCIA
A TODAS
AS
MARCAS

CHRISTAL.

R. DA PIEDADE
PORTO

COMPANHIA
UNIÃO
FABRIL

PORTUENSE

A' venda em toda a parte