

DOMINGOS CORREIA

“O PREMIUM É O PATAMAR ONDE NOS
QUEREMOS POSICIONAR”
PREMIUM IS THE LEVEL WHERE WE WANT TO
POSITION OURSELVES

TEXTO TEXT JOANA REBELO | FOTOGRAFIA PHOTOGRAPHY ANDRÉ ROLO

Com morada fixa no Parque Industrial de Celeirós, em Braga, fomos conhecer o Grupo Arliz. Quem o representa é Domingos Correia, e é com ele que a **Villas&Golfe** não tarda a reunir. A fama de *expert* nos negócios é inegável, mas a certeza consolida-se quando entramos escritório adentro. Os olhos azuis ciano, que se destacam na sala de branco celestial, vão-se aproximando para fazer as apresentações. Ao redor, vêm-se os rolos dos projetos, embrulhados como pergaminhos, e uma estante de livros de todos os tipos, com diplomas e fotografias de família a acompanhar. Escusado será falar dos sofás estratégicos e mesas extensas, passíveis de fechar bons negócios. Rapidamente surgiu conversa, percorrendo o Grupo Arliz e as seis áreas que o complementam. Entre passado, presente e futuro, ficamos a conhecer os projetos de um homem pragmático, de poucas palavras e muitos negócios, visionário e seguro de si.

We are visiting the Arliz Group at their permanent address in the Celeirós Industrial Park in Braga. Its representative is Domingos Correia, and it's with him that **Villas&Golfe** is meeting up. His reputation as a business expert is indisputable, but this is definitely confirmed when we enter his office. Getting up close to greet us, his cyan blue eyes stand out in the heavenly white room. Surrounding us are the rolls of projects, wrapped up in parchment, and a shelf with books of all kinds, with diplomas and family photographs to accompany them. Needless to say, there are strategically placed sofas and long tables, which are perfect for doing business. Conversation quickly develops, covering the Arliz Group and the six areas complementing it. Between the past, present and the future, we learn about the projects of a pragmatic, visionary and self-assured man of few words and a lot of business.



Ficáramos admirados com os seus *hobbies* preferidos?
Eu gosto de desportos náuticos. Também viajo bastante, trazendo muitas ideias e aprendizagens comigo.

Joga golfe?
Ando a iniciar. Estou a tirar o *handicap*.

Como é que descreve o Grupo Arliz quanto à sua visão e posicionamento no mercado?
O Grupo Arliz está a apostar, sobretudo, em quatro áreas de atuação: promoção imobiliária, construção civil, turismo e metalomecânica. Na vertente imobiliária, quer posicionar-se no mercado de luxo, em cidades específicas, como Lisboa e Porto, e ilhas. No turismo, a aposta recai em hotéis de cinco e quatro estrelas. Em todas as áreas do negócio procuramos atuar de forma ética e sustentável.

Falamos de quantas marcas e quantos colaboradores, ao certo?
Atualmente, são sete marcas e 450 colaboradores. Até ao final do ano o número sobe para 600 funcionários.

Quais são os desafios atuais do setor da promoção imobiliária, para um grupo sólido como o Arliz?
O desafio é o de continuar a crescer. Estamos já dispersos no mercado de Lisboa. Neste momento, encontramos-nos a edificar um prédio, o Conde Redondo, e vamos iniciar um outro, em Setúbal. Presentes no grande Porto e nos Açores, temos projetos a surgir, embora uma das maiores dificuldades sejam os licenciamentos nas câmaras municipais, processos seguramente demorados.

Would we be surprised at your favourite hobbies?
I like water sports. I also travel a lot, bringing many ideas and things I have learnt back with me.

Do you play golf?
I'm just starting out. I'm in the process of getting my handicap.

How would you describe the Arliz Group in terms of its vision and positioning in the market?
The Arliz Group is focusing mainly on four areas of activity: property development, civil construction, tourism and metal-working. On the property side, it wants to position itself in the luxury market, in specific cities such as Lisbon and Oporto, and the islands. In tourism, the focus is on five- and four-star hotels. In all business areas we strive to work ethically and sustainably.

How many brands are we talking about and how many employees exactly?
There are currently seven brands and 450 employees. By the end of the year the number will rise to 600 employees.

What are the present challenges in the property development sector for a solid group like Arliz?
The challenge is to keep growing. We are already spread across the Lisbon market. At the moment, we're constructing a building, the Conde Redondo, and we're about to start another one in Setúbal. We have projects coming up in Oporto and the Azores, although one of the biggest difficulties is getting licences from local councils, which certainly are lengthy processes.

Dentro da vertente da construção civil, que tipo de intervenção desenvolvem?
Atuamos, sobretudo, ao nível da construção, reabilitação e obras públicas.

Entre outros projetos, está a desenvolver o Casal de Paços, Conde Redondo e o OPorto Luxury Residences. Falamos de projetos opostos, com diferentes *targets* em vista. Qual tem sido o mais desafiador?
O Casal de Paços e o Conde Redondo têm sido os mais desafiadores. Trata-se de produtos *premium*, com um valor acrescentado muito maior. O *target* é também outro, mais direcionado para os investidores estrangeiros. O OPorto Luxury Residences já é mais *standard*, um género de projeto que fazemos há bastante tempo.

Portugal consome, cada vez mais, o que é luxo, nomeadamente no ramo da habitação. Espera vir, no futuro, a incidir mais na vertente *premium*?
Sim, cada vez mais. Além de o país consumir mais luxo, o *premium* é o patamar onde nos queremos posicionar. De facto, a trabalhar o produto de gama média ou média baixa há muita gente, mas a apostar no *premium* não há tanta, pelo que ou têm medo ou não têm como apostar na qualidade.

“ A AMBIÇÃO DE ABRIR UM HOTEL POR ANO

Fale-nos da aposta no ramo hoteleiro.
Na sequência da construção surge, então, a vertente hoteleira. Começou em 2007, quando estávamos a reformular um hotel para um cliente e ele me desafiou a entrar na área do turismo. Foi assim que me entrosei. Criámos os dois uma empresa, 50/50, e comprámos a primeira unidade hoteleira nos Açores. Em 2010, comprámos outro complexo no Funchal e, aí, já era acionista da empresa a 70%. Em 2016, adquiri a empresa a 100%, altura em que também já estava com o terceiro hotel nos Açores. Neste momento, estamos prestes a abrir o hotel do Mosteiro de Santa Clara, em Vila do Conde; adquirimos outra obra no Funchal e temos ainda outros projetos a fechar. Os primeiros cinco anos na área foram difíceis, anos de perda, e não de ganhos. Só a partir de 2013 é que começou a evoluir significativamente. Atualmente, é um negócio rentável, daí a ambição de abrir um hotel por ano.

Mencionou o Mosteiro de Santa Clara, um projeto hoteleiro do grupo, agrupado num segmento *premium*, que não tarda a abrir portas. O que nos pode revelar sobre o complexo?
O Mosteiro de Santa Clara tem tudo para que seja um dos melhores hotéis do Norte. Este hotel de cinco estrelas fica situado em Vila do Conde e é um segmento muito alto, cujo investimento ronda os vinte milhões de euros. Com oitenta e sete quartos, envolve *spa*, piscina interior e dois restaurantes, um dos quais geridos pelo *chef* Vítor Matos. Existirá também garrafeira, que ficará num piso que descobrimos que estava enterrado há muitos anos, desde a construção do edifício, e que nunca foi utilizado. Falamos de um complexo que tem por volta de seiscentos anos.

What kind of work do you do in the civil construction sector?
We work mainly in construction, renovation and public works.

Among other projects, you are developing the Casal de Paços, the Conde Redondo and the OPorto Luxury Residences. We're talking about contrasting projects, with different targets in mind. Which one has been the most challenging?
The Casal de Paços and the Conde Redondo have been the most challenging. These are premium products, with much greater added value. The target is also different, more focused on foreign investors. The OPorto Luxury Residences are more standard, a type of project we've been doing for a long time.

Portugal is increasingly spending more on luxury, particularly in the housing sector. Do you hope to focus more on the premium side in the future?
Yes, more and more. As well as the country spending more on luxury, premium is the level where we want to position ourselves. In fact, there are a lot of people working on mid-range or lower-mid-range products, but there aren't as many focusing on premium, so they're either afraid or don't have the means to focus on quality.

THE AMBITION IS TO OPEN ONE HOTEL A YEAR “

Tell us about your investment in the hotel business.
The hotel business followed on from construction. It began in 2007, when we were refurbishing a hotel for a client and he challenged me to get into the tourism business. That's how I got involved. We set up a joint company, 50/50, and bought our first hotel in the Azores. In 2010, we bought another complex in Funchal, where I was already a 70 per cent shareholder. In 2016, I bought the company 100 %, by which time I also had the third hotel in the Azores. We are currently about to open the hotel at the Santa Clara Monastery in Vila do Conde; we have bought another project in Funchal and we still have other projects to complete. The first five years in the area were difficult, they were years of losses rather than gains. It was only in 2013 that it began to evolve significantly. It is currently a profitable business, hence the ambition to open one hotel a year.

You mentioned the Santa Clara Monastery, one of the group's hotel projects, grouped in a premium segment, which will soon be opening its doors. What can you tell us about this complex?
The Mosteiro de Santa Clara has everything it takes to become one of the best hotels in the north. This five-star hotel is located in Vila do Conde and is in a very high-end segment, with an investment of around twenty million Euros. Comprising 87 rooms, it has a *spa*, indoor swimming pool and two restaurants, one of which will be run by *chef* Vítor Matos. There will also be a wine cellar, on a floor that we discovered that had been buried for many years, since the building was constructed, and that has never been used. We're talking about a complex that is around 600 years old.



Para se adaptar ao universo da metalomecânica é necessário estar na vanguarda das novas tecnologias. De que forma é que o grupo garante os melhores projetos?

A metalomecânica é um investimento mais recente. Tem ainda dois anos de aquisição e foi uma marca que adquirimos num processo de insolvência, pelo que pertencia a uma empresa que já trabalhou para o Grupo Arliz. Nós sabíamos que era uma marca bastante evoluída e com bons equipamentos. Quando surgiram as dificuldades, fomos-nos aproximando e optamos por adquirir o estabelecimento. Neste momento, a empresa está a trabalhar muito bem. Estamos focados na França, porque é um mercado que tem mais valor acrescentado, comparativamente a Portugal. Pretendemos apostar na Suíça também. Há poucas empresas em Portugal que consigam garantir projetos diferenciadores como nós. Eu gosto de estar sempre a investir, ainda para mais numa área de inovação como a metalomecânica.

Do domínio da Arliz faz, ainda, parte a área dos seguros...

Também o ramo dos seguros é o que menos aposta tem por parte do grupo, juntamente com a marca VE. A área de seguros vai continuar a crescer, mas a dos parques de estacionamento só evolui se fundirmos com outra empresa de rendimentos. Aliás, já que falamos em rendimentos, além da promoção imobiliária temos uma empresa que compra ativos e põe em rendas. E os parques VE talvez um dia passem por fazer uma fusão com esta nossa empresa.

O que tem em mente para o futuro do Grupo Arliz?

Consolidar as quatro áreas de negócio em que estamos a incidir mais: hotelaria, construção civil, promoção imobiliária e metalomecânica.

In order to adapt to the world of metalworking, you need to be at the forefront of new technologies. How does the group ensure the best projects?

Metalworking is a more recent investment. It was only acquired two years ago and it was a brand that we bought in an insolvency process, as it belonged to a company that had already worked for the Arliz Group. We knew it was a very advanced brand with good equipment. When difficulties emerged, we approached them and opted to buy the establishment. At the moment, the company is working very well. We are focusing on France, because this is a market that has more added value compared to Portugal. We also intend to invest in Switzerland. There are few companies in Portugal that can guarantee distinctive projects as we can. I like to be constantly investing, especially in an area of innovation such as metalworking.

Insurance is also part of Arliz's domain...

Insurance, together with the VE brand, is another area in which the group is less involved. The insurance business will continue to grow, but the car park business will only develop if we merge with another revenue-generating company. Incidentally, while we're on the subject of income, we also have a property development company that buys assets and rents them out. And VE car parks may one day merge with this company of ours.

What are your plans for the future of the Arliz Group?

To strengthen the four business areas that we're most focused on: hotels, construction, property development and metalworking.

VE&G Entrevista na íntegra: www.villasegolfe.com
Full interview: www.villasegolfe.com

66 HÁ FALTA DE
MÃO DE OBRA
EM PORTUGAL

THERE IS A
SHORTAGE OF
LABOUR IN
PORTUGAL



Tel.+351 934 120 877
Email. casaldepassos@arliz.co

Grupo
Arliz

CASAL DE PASSOS

CONDOMÍNIO FOZ DO DOURO



www.grupoarliz.pt

