

Tema: Sector Vitivinícola			Âmbito: Nacional		Tiragem: 61519
Título: O mercador de Tallinn			Temática: Gestão/Economia/Negócios		GRP: 4.3
2006/06/26	PUBLICO – DIA D	Pág. 48	Imagem: 1/2	Periodicidade: Semanal	Inv.: 12560.00

O MERCADOR DE TALLINN

A Casa de Portugal marca pontos no coração da Estónia. E prova que há espaço para mais projectos.
POR JOÃO LOPES MARQUES, em Tallinn

Pedro Medeiros de Almeida estava a desfrutar os prazeres balneares na sua casa de Vilamoura quando, à borda da piscina, a ideia surgiu. “E se nos mudássemos para Tallinn?”, perguntou à sua báltica esposa. Ela concordou. Menos de dois meses mais tarde — ainda em Setembro de 2004 — mudava-se de armas e bagagens para a capital da Estónia. Era o segundo mercador português a desembarcar em Tallinn. Desde que Afonso de Carvalhido montou na cidade uma loja de infusão de café, em 1702, não havia mais nenhum registo oficial de comerciantes portugueses. “Cheguei 302 anos depois e mesmo assim fui o segundo”, ironiza o empresário.

A capital da Estónia já era uma velha conhecida de Pedro. Recorda-se muito bem da primeira visita, ainda no tempo da URSS, era ainda adolescente. Mais: a sua família chegou a vender papel a algumas fábricas soviéticas da região (os primeiros truques empresariais aprendeu-os Pedro neste negócio familiar). A IceTrade surgirá desta decisão algarvia. Chegava de Lisboa. Pedro confessa hoje que se sentia demasiado cansado do stress diário. E da pressão negativista sentida em Portugal.

A ideia estava mais ou menos solidificada na sua cabeça: oleou os seus contactos nórdicos enquanto bateu à porta de alguns produtores nacionais. “Qual seria a possibilidade de se expandirem para os novos países da União Europeia?” Explicou-lhes, de antemão, que penetrar no mercado não era tarefa fácil: concorrentes de Portugal, como a Espanha ou Itália, começaram a prospecção nos Bálticos uma década antes. Ao atraso na chegada lusitana, havia ainda que atender as duas idiossincrasias regionais: três mercados com um gosto muito próprio e que estiveram fechados durante muito tempo.

Ainda assim, encontrou três grandes parceiros desde a primeira hora. De-



APOSTA NA ESTÓNIA
Pedro Medeiros de Almeida está em Tallinn desde 2004

ram-lhe a massa crítica necessária: Finagra (proprietária da Herdade do Esporão), Aveleda e Caves Velhas Dom Teodósio. Não é por acaso que o vinho mais emblemático da IceTrade é actualmente o Monte Velho. Sejam os turistas finlandeses ou suecos, sejam os nativos pertencentes às classes alta e média-alta, todos eles criaram a rotina de passar pelo entreposto português para abastecerem. Debruçam-se especialmente sobre o vinho do Porto e vinhos verdes. Uma enorme bandeira à entrada assinala devidamente esta ilha lusa em território estoniano.

É O SEGUNDO PORTUGUÊS A ENTRAR NA ESTÓNIA, UM MERCADO QUE JÁ CONSUME 99 MILHÕES DE EUROS ANUAIS DE VINHOS E VINAGRES

centes às classes alta e média-alta, todos eles criaram a rotina de passar pelo entreposto português para abastecerem. Debruçam-se especialmente sobre o vinho do Porto e vinhos verdes. Uma enorme bandeira à entrada assinala devidamente esta ilha lusa em território estoniano.

O tríptico estava montado. Aos três produtores seguiram-se alguns outros nacionais, entre eles a Delta Cafés, que vê assim expostos no centro de Tallinn os seus chás e cafés. A falta de empreendedorismo e capacidade de risco das pequenas e médias empresas portuguesas tem sido uma barreira interna com que o jovem investidor não contava: “Quando dizemos que estamos a ligar da Estónia e que precisamos que nos enviem amostras porque estamos interessados numa determinada linha de produtos, respondem-me quase sempre: ‘mas isso dá muito trabalho’...”

TRIPLA APOSTA Pedro Medeiros de Almeida, que detém 100 por cento do capital da empresa, sonhara com uma tripla vertente assente em complementaridades. À cabeça, a Casa de Portugal — O Mercador Português, “uma pequena embaixada no centro de Tallinn com o que de melhor Portugal tem para vender”, inaugurada com pompa e circunstância a 31 de Março passado. Levou quase dois anos a escolher o espaço. A persistência brindou-o com

Tema: Sector Vitivinícola					Âmbito: Nacional	Tiragem: 61519
Título: O mercador de Tallinn					Temática: Gestão/Economia/Negócios	GRP: 4.3
2006/06/26	PUBLICO – DIA D	Pág.49	Imagem: 2/2		Periodicidade: Semanal	Inv.: n.a.

uma localização quase perfeita: a loja fica incrustada no casco hanseático da cidade, a meros 15 metros da Raekoja Plats, uma espécie de “Rossio” de Tallinn.

Mas o plano desdobra-se: a Casa de Portugal assume-se apenas como a ponta do iceberg que pretende ser a IceTrade. “A venda grossista de produtos portugueses na região já existe há mais tempo”, justifica o empresário, que completará 32 anos em Outubro. Mais importante — e também mais invisível — são os serviços de consultoria. De resto, a missão principal é imediatamente anunciada no site, em www.icetrade.portugal.ee. Ali se pode ler: “Formada por capital 100 por cento português, a IceTrade é vocacionada para a representação de interesses portugueses nos países bálticos. Levar novos mundos ao mundo é um lema que voltamos a usar para orgulhosamente divulgar a cultura, arte e engenho de Portugal.”

Em que consiste a consultoria propriamente dita? Antes de mais centra-se na Estónia, Letónia e Lituânia, com alguma Rússia pelo meio, caso esse seja o interesse do cliente. A IceTrade dará apoio logístico, jurídico e comercial à colocação dos produtos. Pedro Medeiros de Almeida salienta a “alta confidencialidade” destes negócios e opta por revelar que um dos modelos habituais é a entrada de capital português em empresas locais que se querem expandir ou que se revelam atraentes para os investidores nacionais. “Vai desde a indústria química à naval”, solta com um sorriso enigmático. Recorrente é igualmente “a aplicação de capitais portugueses em mercados de valor acrescentado mas de risco superior”.

O segredo é a alma do negócio — como já se percebeu pelo texto, Medeiros de Almeida não gosta de revelar números. Ainda mais sigiloso será se atendermos ao facto de este pequeno mas inexplorado mercado báltico revelar enorme potencial quando perspectivado em termos de futuro. Hoje, a Estónia consome apenas 99 milhões de euros anuais de vinhos e vinagres. Mas se a tese da plataforma continental se revelar eficaz, qualquer investimento em Tallinn terá sempre um efeito multiplicador. Onde estará o candidato a terceiro mercador português? **D**



O GIGANTE RUSSO

» “A relação com a Rússia é de amor-ódio”, lembra Pedro Medeiros de Almeida. Toda a Europa namora este apetecível mercado em termos de volume. O problema é negociar nele, nada tem a ver com as relações intra-União Europeia, sublinha o empresário: “Assenta muito nas relações pessoais.”

CONSELHOS DE MERCADOR

» São essencialmente três os conselhos que Pedro Medeiros de Almeida deixa aos potenciais investidores portugueses nos países Bálticos: 1. “Paciência para encontrar os parceiros certos, que não têm de ser necessariamente grandes”; 2. “Fazer bem o trabalho de casa sobre o ramo de negócio em que se pretende entrar”; 3. “Ter alguma capacidade financeira, sobretudo para fazer um exaustivo trabalho de prospecção.”

HUB PARA DOIS CONTINENTES

» “A grande aposta é nos três países bálticos, ainda que os outros dois [Letónia e Lituânia] tenham índices de desenvolvimento ligeiramente atrás da Estónia.” Há, todavia, que atender à vertente geoestratégica do investimento: “A Estónia é um hub para o território que vai da Europa até à China.” Partir daqui para a Rússia ou para outros países de Leste com grandes mercados como a Ucrânia é um pulinho. Some-se, ainda, a vizinhança da Finlândia e da Escandinávia — por causa dos preços provocados pelo monopólio estatal do controlo do álcool, são muitos os turistas que apanham o ferry boat para se abastecerem em Tallinn ou, no mínimo, passar um fim-de-semana mais em conta.

APOIOS MINGUADOS

» Em matéria de apoios oficiais portugueses, Medeiros de Almeida opta por devolver a questão: “Quais apoios públicos e oficiais? Deve estar a falar de umas brochuras do ICEP e do Instituto do Turismo de Portugal que tive de ir buscar de carro a Helsínquia...” Acresce o facto de o escritório do ICEP mais próximo de Tallinn estar localizado na capital finlandesa. “E o delegado reside ainda por cima em Estocolmo...” Completa: “Em Portugal, denota-se grande falta de sensibilidade oficial em relação aos mercados bálticos.”

RECRUTAR É PRECISO

» Dificuldade recorrente na Estónia é o recrutamento de mão-de-obra. A Casa de Portugal tem três empregados, mas nunca é garantido se virão no dia seguinte. “É uma situação muito *sui generis* não só na Europa mas em todo o mundo. Há mais oferta de trabalho do que procura, estou há dois meses à espera de contratar mais uma pessoa. Já me aconteceu estar à espera do funcionário e ele ligar-me a comunicar que alguém lhe ofereceu mais 400 coroas estonianas (cerca de 25 euros). Outros despedem-se quando vão de férias.” A razão, diz o empresário, é fácil de identificar: “Uma boa parte dos serviços eram inexistentes até 1991, a data da independência da URSS, especialmente os que se relacionam com o aparecimento de tantos hotéis e restaurantes.”

VINHO “DO PORTO”

» Uma das batalhas nos Bálticos é a de provar que os vinhos portugueses não são iguais a todos os outros. “São especiais e primamos pela qualidade”, justifica o fundador da IceTrade. A maior das batalhas, essa, foi travada ao mais alto nível diplomático. É preciso recuar aos tempos da URSS para entender melhor a raiz da questão. Só o *aparatchik* de Moscovo tinha então acesso a produtos importados, pelo que o vinho “do Porto” era produzido nas encostas mais soalheiras da Ucrânia... ou à saída de Tallinn. Uma destas marcas de vinho “do Porto” chamava-se 777 e, ou por desinteresse ou por conviência oficial, nunca chegou a ser extinta. Cioso do seu mercado, foi Pedro Medeiros de Almeida quem pegou no telefone e ligou para a Areto, entidade local tutelada pelo Ministério da Agricultura estoniano. “Foi necessário um par de meses para que as autoridades concluíssem a listagem dos produtos com a designação de ‘Vinho do Porto’ e outro mês para introduzir a legislação e impedir a produção.” A articulação funcionou e o empresário recebeu a confiança e suporte legal do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto.

