



# ODEON PROPERTIES REABILITAR PARA GANHAR

AINDA NÃO TEM UM ANO DE VIDA, MAS, EM LISBOA, ESTÃO A PÔR A BAIXA EM ALTA.  
FOMOS CONHECER OS DOIS SÓCIOS POR DETRÁS DA IMOBILIÁRIA ODEON PROPERTIES.

Por JOÃO BONIFÁCIO. Fotografia de BRANISLAV SIMONČIK.

**P**or estes dias, os empreendedores portugueses costumam dizer que Lisboa tem sabido vender-se bem, uma forma de dizer que, nos últimos anos, os empresários demonstraram sagacidade na hora de encontrar investidores. No entanto, a frase pode ser lida de forma literal. As propriedades em Lisboa têm, efetivamente, sido vendidas a bom ritmo.

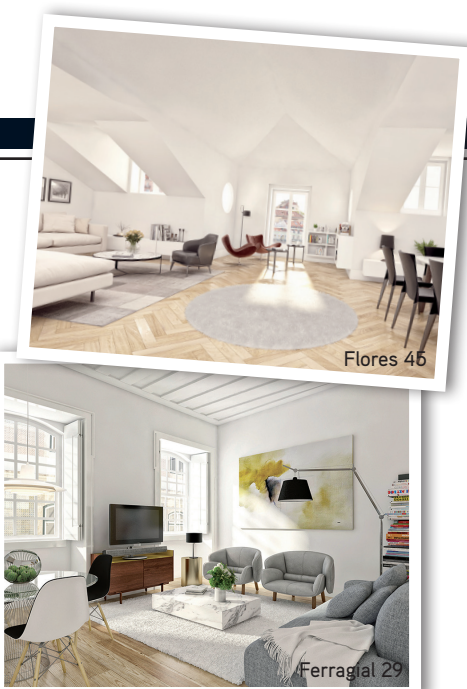
Talvez nunca tenha havido tanta gente a comprar prédios para reabilitar e vender na capital do país (por norma, a investidores estrangeiros). É o caso da Odeon Properties, um exemplo não só da efervescência, como também da imaginação deste meio. À frente da Odeon está uma dupla que se conheceu em agosto de 2014, formou a empresa em março deste ano e, em pouco tempo, adquiriu dois prédios na Baixa lisboeta e vendeu boa parte dos respetivos apartamentos. Avançando a bom ritmo, está em negociações com investidores estrangeiros para adquirir mais prédios e vendê-los às classes abonadas do estrangeiro.

Jorge Capelo, de 40 anos, é um dos sócios. Trabalha há 18 anos no meio e comprou o seu primeiro prédio aos 27 anos. “Eu trabalhava em reabilitação. Estava a vender um edifício no Chiado e foi aí que conheci o Julien, que andava a ver edifícios.” Julien, de sobrenome Dufour, nasceu em Paris em 1975, estudou Economia na sua terra natal e em Lille, e, mais tarde, trabalhou em bancos de investimento em Londres, Zurique e Genebra. “Vivi na Suíça durante mais de dez anos. Aconselhava investidores institucionais sobre a melhor forma de alocar o seu dinheiro. Adorava o trabalho. Obrigava-me a ser muito rigoroso, a ter uma autodeterminação gigantesca e isso é muito estimulante porque se está em contacto direto com a economia.”

Um dia, Julien cansou-se. “Quería ser o meu próprio patrão, montar qualquer coisa que tivesse a ver comigo.” Deixou o emprego em 2009 e dedicou os dez meses seguintes a viajar mundo fora. Quando regressou, montou uma companhia de investimentos e consultoria, e começou a lidar com o mercado imobiliário de forma inovadora. Investiu, por exemplo, em parques de estacionamento sustentáveis, com painéis solares e árvores.

Em Lisboa, que considera “uma das joias subvalorizadas da Europa”, anda de mota para todo o lado. Jovial e conversador, parece mais novo do que é. Veio para cá em 2012, “mais ou menos na altura em que a *troika* chegou a Portugal. Não conhecia ninguém. Demorei três ou quatro meses só a investigar e a conhecer pessoas.”

O encontro com Capelo era o que Dufour andava à procura. “Vir para Portugal”, conta



o francês, “foi uma decisão analítica, envolveu estudar o mercado e, ao mesmo tempo, o desejo de viver mais perto do oceano”. Portugal era a resposta perfeita a duas perguntas: “Onde há potencial de negócio?” E “onde há qualidade de vida?”

E Capelo era o parceiro ideal. “Logo no dia em que nos conhecemos começámos a fazer conversa, almoçámos e falámos sobre o mercado, a economia portuguesa, tudo”, recorda Capelo, sentado no escritório da Odeon, na Baixa, que serve de modelo aos apartamentos que criam, apartamentos com história, confortáveis, luminosos, sofisticados. “Demo-nos logo bem. Existe confiança, o que é essencial quando se vai formar sociedade.”

Rapidamente divisaram um plano de negócios. “Comprar edifícios históricos, trabalhar com os melhores arquitetos e fazer com que a história do sítio ‘ fale’, exponenciar o ADN do edifício.” Para se ter uma ideia da velocidade a que a Odeon se move, atente-se nas seguintes datas: acordaram a compra do primeiro edifício, na Rua do Ferragial, em dezembro de 2014 e fecharam negócio em abril do presente ano, já venderam 60 por cento dos apartamentos e o edifício estará pronto a ser habitado em março de 2016. O segundo edifício, na Rua das Flores, foi comprado mais tarde. Desse, já venderam 15 por cento. Ambos os prédios têm vista para o rio.

O edifício da Rua do Ferragial é uma imagem do perfil que procuram. “Propriedades *high-end*, com características lisboetas, dos soalhos ao mármore, passando pelos azulejos, os tetos com a ornamentação típica, as janelas de guilhotina”, explica Dufour. Retiraram-lhe os escritórios e converteram-no num conjunto de duas lojas e doze apartamentos.

Se “o primeiro edifício tem um *target* o mais amplo possível e os preços são acessíveis”, explica Capelo, já o segundo é

“mais luxuoso” e a sua venda é dirigida a “estrangeiros com algum dinheiro”.

A estratégia de negócio da Odeon tem características curiosas. Uma é procurar “trabalhar o mais possível com fornecedores portugueses, de preferência, locais, de modo a melhorar a economia”, diz Capelo. Dufour acrescenta que “tudo o que usámos foi feito localmente, dos carpinteiros a quem trata dos ladrilhos. Temos a missão de contratar pessoas daqui”. A outra é a criação de uma fundação, que usará “uma parte do lucro da empresa na compra de floresta que se compromete a cuidar”, diz Julien. Pretendem criar “uma espécie de parque, onde os miúdos das escolas possam realizar todo o tipo de atividades e interagir com a Natureza. A melhor forma de preservar a Natureza é comprar terra, replantar e, de resto, deixá-la tal como está”, explica Dufour, acrescentando que “é também uma forma de compensar as emissões de carbono resultantes da construção”.

Tudo isto, de acordo com o economista francês, é necessário para “criar uma marca”, uma necessidade absoluta, tendo em conta que, segundo Capelo, “há muita competição no mercado e é preciso que uma empresa saiba posicionar-se, ter as melhores brochuras, as melhores apresentações em 3D, um rosto em quem os compradores confiem”.

O interessante de olhar para uma empresa no momento em que esta está a começar e verificar que não só consegue arrancar, como rapidamente faz negócio é aferir de quão febril está o termómetro deste setor económico. “As pessoas acham Portugal especial. Acham que os portugueses são muito acolhedores. Isto é um dado muito forte”, diz Dufour.

O que se aplica particularmente a Lisboa. “É uma cidade um pouco misteriosa, um pouco boémia. Os norte-americanos adoram-na, os australianos adoram-na. Já não vão para outros países, vêm para aqui. Mesmo os ingleses, que, antes, compravam casas no Algarve, agora compram no Chiado.”

## DICAS

### 1- PESSOAS

É preciso ir para a rua falar com quem produz ou oferece serviços. Ficar no escritório a estudar o negócio não basta, é preciso estudar as pessoas. É tudo sobre pessoas.

### 2- PERSEVERANÇA

Nunca desistir, porque tudo é uma questão de tempo. As derrotas servem para construir a vitória.

### 3- CRIATIVIDADE

Ser criativo. Arriscar. Os homens de sucesso criam soluções e arriscam onde os outros veem e temem problemas.