



ODEON PROPERTIES REABILITAR PARA GANHAR

AINDA NÃO TÊM 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.

Por 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.