

Pública 15.05.11



*Lisboa, São Paulo
e Berlim*

Cidades coloridas

Memória Anabela Mota Ribeiro entrevista Irene Flunser Pimentel **Retratos** Ser objector de consciência já foi uma guerra **América** Como Bin Laden foi apanhado

Adriano Casal Ribeiro

Falta estratégia aos produtos

Este piloto de aviação comercial decidiu, contra o pessimismo do ser português, promover o país através dos seus produtos tradicionais. São bons, basta saber vendê-los, diz. Para isso criou a marca Jose Gourmet e levou latas de sardinhas para restaurantes de topo.

Texto Cláudia Sobral Fotografia Carlos Ramos

Como é que um piloto de aviação comercial se interessa por enlatados?

Eu vivi cinco, seis anos fora [de Portugal] e feze sempre muita confusão termos produtos fantásticos e não os conseguirmos vender lá fora. Fui pensando sobre isto. E sou piloto, mas a minha vida não é ser piloto. Sou cidadão e interesse-me por tudo o que diz respeito ao país. Acho que temos uma gastronomia fantástica, produtos de grande qualidade e resolvi desenhar uma estratégia para os comercializar no estrangeiro. Não temos estratégias de vendas, não temos marketing, não temos marcas e é isso que estamos a tentar fazer.

De onde vêm os produtos Jose Gourmet?

Selecciono produtos que acho que têm qualidade e contacto os produtores para lhes perguntar se estão interessados na minha marca. Desenvolvo *packaging* [embalagem] – trabalho com um amigo, Luís Mendonça (de nome artístico Gémeo Luís), que é quem desenvolve toda a parte gráfica. Este projecto das conservas é aquele que sai mais fora daquilo que é habitual.

A ideia é que este atum não tenha nada a ver com o mesmo atum, noutra embalagem?

É um produto diferente. Chegámos à conclusão de que as conservas, como, aliás, tudo em Portugal, são desvalorizadas – há a falta de auto-estima, o complexo de inferioridade. Pegamos num queijo italiano e achamos que é o máximo e depois vai-se buscar um queijo da Serra ou dos Açores – daqueles bons – e não se acha que valha tanto. Achamos sempre que as nossas coisas estão lá em baixo e que as outras estão lá em cima. Tenho esta associação com um grande amigo meu que é o Luís Baena, que já fez jantares só com conservas, tipo risoto com lulas de caldeirada. Para cada lata temos um *flyer* com duas receitas do Luís Baena: uma para crianças na cozinha e outra para adultos *gourmet* (ele fez duas ou três receitas destas no Peixe em Lisboa). E fez um jantar [no restaurante Manifesto, em Lisboa] com o Vasco Ramirez [das conservas

Ramirez], em que o Vasco trouxe as conservas e o Luís fez uns 15 pratos. Imagine o que é ter 42 anos, ter associado a vida inteira as conservas a uma indústria do cheiro a peixe e sentar-se à mesa de um restaurante de topo com os seus sabores tradicionais confeccionados de uma forma absolutamente revolucionária.

É essa revolução que propõem?

Exactamente. Promover a requalificação das conservas, sabendo que estamos a falar de produtos altamente saudáveis, embora as pessoas tenham um bocado a ideia de que não [são]. E é essa a ideia que queremos fazer passar, para que as pessoas olhem de outra maneira para isto. E está a acontecer, pouco a pouco.

A Jose Gourmet quer, por outro lado, projectar uma imagem diferente do país no estrangeiro.

Nós desvalorizamo-nos e desvalorizamos os nossos produtos automaticamente. Temos um produto base que tem qualidade. Não estou a dizer que são todos [de qualidade], há alguns que não têm porque o nosso mercado não paga a qualidade – temos um ciclo vicioso de todos os dias viver atrás de menos tostões. E depois há muita gente que tem saberes brutais [desaproveitados]. Ou o tipo que tem a queijaria tem a sorte de a ter à beira da estrada, põe lá uma tabuleta e vai vendendo aos passantes o queijo da Serra, ou tem a queijaria a dois ou três quilómetros, porque a estrada não passou na quinta do pai, e acaba por não conseguir fazer o queijo. É mais um que fecha a queijaria, que vende as ovelhas, que fica com dez ou 20 ou 30 hectares abandonados, que ardem quando chega o Verão. Vem viver para a Damaia e acaba por estar a receber o rendimento mínimo. Se montarmos uma estratégia para ir lá buscar o queijo, para o valorizar e para o vender, criamos uma forma de combate à desertificação. ●

claudia.dias@publico.pt

<http://www.facebook.com/JoseGourmet>



tradicionais portuguesas

