

# PENSE COMO UM IMIGRANTE

Eles chegaram como turistas, mas escolheram ficar de vez após perceberem os potenciais do mercado baiano em acolher uma culinária especializada oriunda dos seus países. Com uma perspectiva de imigrante, esses estrangeiros revelam como usaram suas raízes culturais para criar negócios de sucesso, sem medo de adaptar seus costumes para agradar os clientes nativos

por **CAROLINA COELHO**

*Para Bertrand, o Brasil está sempre oscilando entre altos e baixos, mas com oportunidades constantes*



FOTO: Coralina Coelho

Com um bom faro para oportunidades, os imigrantes europeus se aventuram na terra em que plantando tudo dá, atraídos pelo cenário da nossa economia estável e mais propícia para negócios frente à crise econômica que afeta seu continente. Abraçados ao que conhecem muito bem, eles empreendem com a tradicional gastronomia dos seus países de origem, abrindo restaurantes que oferecem pratos com o conceito e o padrão das receitas originais. A especialidade garante o diferencial, mas ainda é preciso afinar o paladar dos baianos ao sabor que é proposto, muitas vezes inabitual.

Abriendo mão do patriotismo, a geração de imigrantes chega ao Brasil carregando na bagagem a disposição para correr riscos empreendendo longe de casa e a capacidade de se adaptar ante o choque cultural. Por isso, quando o assunto é flexibilidade nos negócios, os estrangeiros têm muitas lições a ensinar. Faça como eles e dê asas ao imigrante que existe dentro de você.

## Sofisticação francesa

Era fim de ano de 1979. Bertrand Feuntan desembarcava em Salvador com 1.700 marinheiros franceses para passar 15 dias de férias de uma viagem ao redor do mundo a serviço militar. Na época, com 18 anos, se encantou com a atmosfera baiana e voltou três vezes como turista, até que, há sete anos, percebeu que aqui era o seu lugar. Abriu o Taboada Bistrot, um pequeno pedaço da França no Rio Vermelho, que traz um cardápio fruto da experiência do chef nas cozinhas francesas, como a da famosa Fouquet's, na Avenida Champs Elysées. Foi lá que aprendeu a empreender como cozinheiro, começando do lugar de onde vêm todos os chefs franceses, do chão. "Lá, antes de tocar em uma panela, você já limpou o chão por cinco anos", reconhece. Esse longo caminho até se tornar chef forma uma mão de obra qualificada que muitas vezes Bertrand sente falta em Salvador. Por isso, faz questão de qualificar toda a sua equipe e de entrar na cozinha sempre que necessário. Sua missão diária fica na busca pelos melhores ingredientes, do hortifrúti ao peixe, que, se possível, ele quer ver saindo da água. Criterioso, nem olha o preço se o produto for de qualidade, e justifica seu comportamento alegando o paladar atinado dos clientes. "Baiano sabe comer e entende de comida. Muita gente que vai ao bistrot já foi à França e conhece os pratos clássicos", explica. Apaixonado pelo que faz, Bertrand não reclama nem quando o assunto é sobre a carga tributária brasileira, e argumenta que na França é ainda pior. Mesmo assim, diz que empreender no Brasil não é brincadeira. "Aqui as oportunidades são maiores, mas o desafio está em apresentar renovação constantemente", observa o francês.

## O português do bacalhau

Há seis anos, no início da Casa Lisboa, o chef Gualter Freire montou um cardápio diversificado com inúmeros pratos típicos de Portugal, mas os clientes só queriam saber do bacalhau. “Na primeira semana já tive que mudar o menu e criar uma página especial de pratos feitos com bacalhau”, lembra o chef. Sem poder ir contra a corrente da tradição portuguesa no Brasil, hoje ele importa e dessalga 650kg por mês do peixe Gadus Morhua Imperial direto do Porto para a sua segunda casa. Para beber, centenas de vinhos portugueses à disposição, mas os baianos só queriam saber de cerveja. Aos poucos, instruiu os garçons a apresentarem os rótulos aos clientes e conseguiu reverter o número de caixas vendidas, 30 de vinho e duas de cerveja, proporção que era inversa no começo. “É um jogo de paciência adaptar o paladar do

baiano, é preciso ir por trás, com cautela. Já ouvi muito dizerem que sou patriota, mas hoje os clientes já dão valor à proposta que quero apresentar”, explica Gualter. Para ele, a falta de profissionalismo e de compromisso de alguns brasileiros é o maior empecilho imposto ao querer fazer negócios na ex-colônia, mas nem por isso deixa de apostar no potencial do mercado para novidades. Atualmente, o português ajusta os últimos detalhes para seus dois próximos empreendimentos, Balcão Brasil e Frango Piri-Piri, com lançamentos previstos para janeiro de 2014. Enquanto o primeiro destaca os produtos do sul do Brasil, com venda de vinhos e especiarias em balcões instalados em hotéis e pousadas; o segundo homenageará mais uma vez a culinária portuguesa com um restaurante de linha rápida que servirá frango no churrasco com molho piri-piri, batata-frita e salada.



*Gualter preza por algo que na Bahia ainda falta. Para ele, o servir faz parte da perfeição*

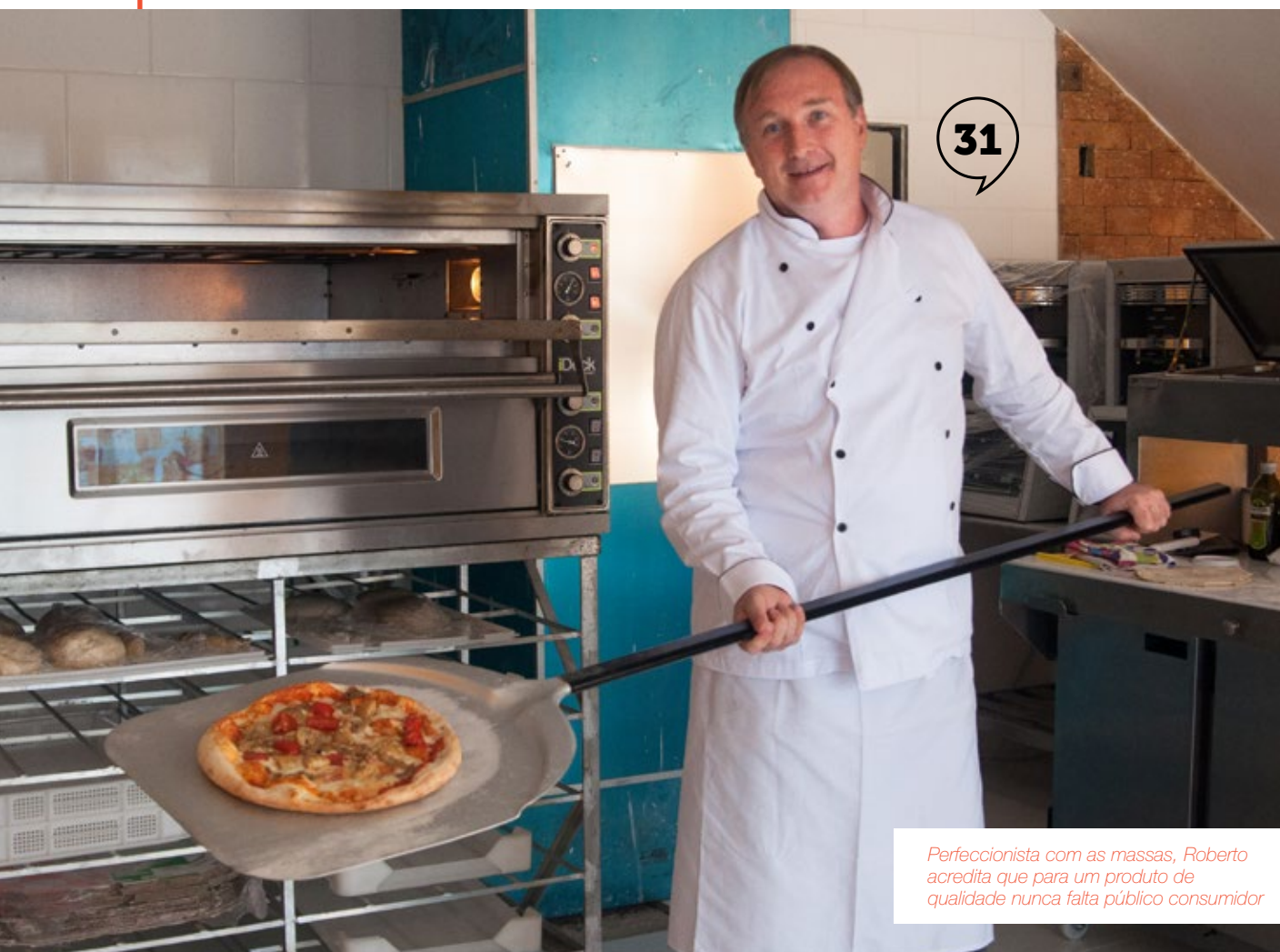
FOTO: Coralina Coelho

## Dna de italiano

A matéria-prima fundamental para uma autêntica receita italiana Roberto Scarpa trouxe consigo da Itália. A farinha de trigo 5 Stagioni tipo 00 não é nenhum segredo guardado no cofre do italiano, que está há 16 anos na Bahia, mas é a chave para uma massa de qualidade. Mesmo custando R\$8 o quilo, ele não dispensa o uso no seu restaurante Bianco e Nero, que mantém em Morro de São Paulo após desistir do ramo de pousadas. Começou oferecendo massas e pizzas, mas em poucos anos incluiu carnes, frutos do mar e até moquecas para não ficar limitado e sujeito à sazonalidade dos turistas, clientes que dão um feedback do serviço através dos sites de guia de viagem TripAdvisor, Lonely Planet e Frommer's. Com o negócio dando certo, Scarpa aproveitou e trouxe toda a família italiana para morar em Salvador. Agora, eles se preparam para abrir a segunda casa, a Fellini

Pizzaria e Pasta Gourmet, em Lauro de Freitas. Apesar das chateações burocráticas para abrir uma nova empresa e do custo alto dos financiamentos, com taxas mais altas do que as cobradas na Itália, ele investe recursos próprios para o público que tem apreço por produtos de qualidade. “O gosto e o mercado baiano têm evoluído a passos largos. Muitas pessoas já têm experiências fora do Brasil, e quando se experimentam algo melhor raramente se voltam atrás”, avalia. Na cozinha, abdicou do forno a lenha por questões ambientais e incorporou o sabor frango com requeijão no cardápio, uma combinação nada italiana. “Não há motivo para não agradar um gosto consolidado se respeitarmos nosso modo de fazer. A mesma coisa vale para o catchup e a maionese. Não vale a pena lutar contra, seria presunçoso e ofensivo”, reconhece. **[B\*]**

FOTO: Coralina Coelho



*Perfeccionista com as massas, Roberto acredita que para um produto de qualidade nunca falta público consumidor*