

P

**CADERNO
EXTRA**

**OS NOSSOS MELHORES
EMBAIXADORES**
EDIÇÃO 3/4 · MADEIRA E AÇORES

COM O APOIO DE:



payshop



FOTO: GETTY IMAGES

MADEIRA e AÇORES

Alguns partiram,
muitos mais estão a chegar



**Turismo: Depoimentos
dos secretários regionais
da Madeira e Açores p.485**

**Primores
da terra
e dos saberes
do Atlântico p4**

**Embaixadores
na Venezuela
e Estados
Unidos p6**

**Festividades
que unem
quem partiu e
quem ficou p7**

EDITORIAL

Assad e Kim Jong-un entre nós?



Na primeira metade deste ano a indústria mundial do turismo continuou a atingir patamares sem paralelo. Estima-se que entre Maio e Agosto o número de turistas no hemisfério Norte tenha ultrapassado os 500 milhões. Um dos segmentos de mercado que se mostra mais dinâmico é o dos viajantes endinheirados.

Em 2012 um americano rico fez, em média, três viagens de férias. Dois anos depois a média tinha subido para os 3,9. No primeiro destes anos foram gastos pelas classes mais abastadas do planeta um milhão de milhões de dólares em “experiências de luxo”. Metade do valor foi aplicado em viagens e hotéis.

Estes viajantes procuram, em primeiro lugar, destinos seguros. Lugares únicos e pouco maculados pelo turismo de massas, novas descobertas, memórias inesquecíveis e experiências autênticas afirmam-se como atractivos adicionais. Padrões de serviço de excelência, privacidade garantida e atendimento personalizado que façam o turista sentir-se como em casa são um “must”.

Portugal tem tudo isto para oferecer. Pode, por isso, continuar a ser um país com história e tradição no acolhimento das elites cosmopolitas.

Desde a Imperatriz Sissi da Áustria, no século XIX, aos Reis de Espanha e à cantora de ópera Kiri Te Kanawa nos nossos dias, passando por Winston Churchill

nos século passado, os ares puros e paisagens deslumbrantes da Madeira têm vindo a atrair dezenas de figuras da realeza - Imperadores, Imperatrizes, príncipes - Presidentes e políticos republicanos, cientistas, artistas, homens e mulheres de negócios de países tão distantes e distintos como a Áustria, Inglaterra, Alemanha, Suécia, França, Espanha, Bélgica, Mónaco, México, Brasil ou Arábia Saudita.

Nas nossas ilhas do Atlântico, ainda, o arquipélago dos Açores também se afirma como destino privilegiado de enorme potencial junto deste grupo dos mais ilustres, influentes e abonados. Os seus campos de golfe já receberam, por exemplo o filho mais novo da rainha Isabel II de Inglaterra, príncipe Eduardo.

No Continente, a região de Lisboa, Estoril e Cascais, entre outras, já fez história como local de refúgio de ricos e poderosos. Basta referir Calouste Gulbenkian, que cá deixou obra feita. Durante a Segunda Guerra Mundial, a par de D. Adelaide de Bragança, condenada à morte pelo regime nazi, acolhemos milhares de judeus fugidos do holocausto e, ainda em tempos de ditadura fascista, fomos pátria de exílio do conde de Barcelona, o pretendente ao trono de Espanha que enfrentou Franco, e do seu filho, o Rei Juan Carlos que se afirmou como um pilar da democracia no país vizinho.

Torna-se assim irónico que, com a democracia também instalada em Portugal, a nossa hospitalidade tenha disponibilizado também mansões e bom acolhimento a ditadores de pacotilha como Mobutu Sese Seko ou Nino Vieira.

Talvez não haja nada que, no plano do Direito Internacional, nos impeça de um dia nos obrigarem a receber na nossa terra o carneiro assassino Bashar al-Assad ou o monarca comunista da 3ª geração, Kim Jong-un, o rapazinho que brinca com armas nucleares e a fome do seu povo.

Constituiria, para a maioria dos portugueses, um enorme e profundo mal-estar. Mas um pequeno contributo para a liberdade e paz no mundo e uma indiscreta felicidade para os povos da Síria e Coreia. E, talvez, um pequeno prazer para alguns “anti-imperialistas” nossos compatriotas.

António Salaviza Manso

TURISMO

Açores e Madeira, destinos de eleição

Os Açores estão a afirmar-se cada vez mais como uma “estrela do boom” da indústria nacional do turismo e a Região Autónoma da Madeira, apesar do flagelo dos incêndios que atingiu a sua maior ilha neste Verão, pode viver este ano turístico como o melhor de sempre, como nos diz um seu governante.

O número de turistas entrados em Portugal continua a bater sucessivos recordes e, ainda esta semana, tivemos notícia de que o nosso país brilhou de novo na Gala do “Europe Travel Awards 2016”, realizada na ilha da Sardenha, em Itália. Voltaram a ser numerosos os prémios arrecadados: 24 ao todo, na edição deste ano.

O Algarve foi a região portuguesa que arrecadou mais prémios e Lisboa conquistou os títulos de melhor destino e melhor porto de cruzeiros da Europa, para citar apenas alguns dos galardões que foram atribuídos.

Mas, no espaço destas páginas dedicadas aos melhores embaixadores das nossas regiões autónomas, devemos destacar os prémios atribuídos na Madeira - “Europe’s Leading All-Inclusive Resort” ao Pestana Porto Santo Beach Resort & Spa e “Europe’s Leading Island Hotel & Spa” ao The Vine Hotel Funchal - e à Madeira - “Melhor Destino Insular da Europa”.

Destaque também deve ser dado à “explosão” do número de turistas entrados nos Açores. Do ano passado para este o número de desembarques no Aeroporto de Ponta Delgada cresceu 51,4%.

Segundo dados do Turismo de Portugal, os Açores, até Junho de 2016 continuaram com o maior aumento percentual do país em relação aos hóspedes nas unidades hoteleiras (+27,3%) e às dormidas geradas (+29,7%). Eram residentes nacionais os hóspedes em maior número nas unidades hoteleiras (56,5%) mas foram os estrangeiros que permaneceram mais tempo (54,7% das dormidas): ficaram em média 3,7 noites, enquanto que os nacionais não ultrapassaram 2,3 noites. O proveito médio por dormida atingiu 30,22 € (+1,23€ que no período homólogo de 2015).

Os acréscimos evidenciados pela Alemanha, EUA e Espanha determinaram 71% do aumento verificado nas entradas de estrangeiros na região.

Desembarque nos principais aeroportos Relação entre a população residente e o nº de passageiros

	2008			2015		
	Desembarques (n)	População (P)	D/P	Desembarques (n)	População (P)	D/P
Continente	11.654.722	10.051.206	1,16	17.252.679	9.839.140	1,75
Madeira	1.214.122	246.670	4,92	1.293.960	245.766	5,27
Açores	451.729	265.138	1,70	619.767	256.424	2,42
TOTAL NOS AEROPORTOS PORTUGUESES*	13.746.713	10.563.014	1,30	19.657.332	10.341.330	1,90

Fonte: INE e PORDATA | *Nota: Nas três primeiras linhas do quadro foram apenas considerados os cinco principais aeroportos do país: Lisboa, Porto e Faro (Continente) Funchal (Madeira) e Ponta Delgada (Açores)

Desembarques nos principais aeroportos portugueses

Nº de passageiros / Anos	2004	2010	2014	2015	Variação % 2015 / 2004
Lisboa	5.243.954	6.225.586	9.092.464	10.066.374	92,0
Faro	2.256.455	2.255.439	3.053.944	3.182.403	41,0
Porto	1.435.158	2.319.564	3.418.940	4.003.902	179,0
Funchal	1.124.661	972.280	1.221.710	1.293.960	15,1
Ponta Delgada	409.411	379.402	472.778	619.767	51,4
TOTAL NOS AEROPORTOS PORTUGUESES*	10.689.158	12.476.581	17.696.907	19.657.332	83,9

Fonte: INE, Inquérito aos Aeroportos e Aeródromos | *Nota: Não coincide com o total da coluna onde apenas são considerados os cinco principais aeroportos nacionais/principais aeroportos do país: Lisboa, Porto e Faro (Continente) Funchal (Madeira) e Ponta Delgada (Açores)

FAÇA TAMBÉM SEU O

Apoio à Madeira

É muito provável que bem perto da sua casa ou trabalho encontre uma papelaria, tabacaria, quiosque, supermercado, loja CTT ou posto de correio onde, de forma simples e expedita, pode juntar-se a todos aqueles que já transformaram num acto de apoio concreto os seus sentimentos de pesar pelas vítimas do flagelo que atingiu a Madeira neste Verão.

Juntando-se à campanha lançada pela Cruz Vermelha Portuguesa, o seu donativo - qualquer valor a partir de apenas 1€ - será bem-vindo aos balcões de qualquer um dos mais de seis mil agentes Payshop espalhados pelas Regiões Autónomas e Continente.

São muitas as vítimas dos incêndios que perderam tudo. Um só gesto de solidariedade pode fazer toda a diferença na vida das famílias afectadas.

Maior ou menor, a sua ajuda, vai engrossar o tão necessário caudal de solidariedade para com as vítimas dos incêndios. Foram muitas as famílias madeirenses que sofreram perdas dolorosas, ficaram sem casa, despojadas de bens pessoais e com condições mínimas de sobrevivência. Além das vidas perdidas sobe aos milhões a contabilidade dos prejuízos.

Para dar corpo ao seu apoio descubra o ponto mais próximo de si em: www.payshop.pt/ agentes ou em www.ctt.pt

EDUARDO JESUS
SECRETÁRIO REGIONAL
DA ECONOMIA, TURISMO
E CULTURA DA MADEIRA



FOTO: DR

1 A Madeira é uma terra que vive e respira turismo. A hospitalidade com que bem recebemos distingue-nos de outros destinos e alimenta uma cultura turística que cativa e fideliza.

A esta determinante qualidade, associam-se a beleza natural e paisagística, a excelência da oferta hoteleira e complementar, o património cultural, a animação constante, o clima temperado, a segurança e a proximidade aos principais mercados europeus, enquanto atributos que afirmam e enriquecem a nossa identidade.

Atributos que têm contribuído para o sucesso deste destino, assentes num esforço colectivo de todo o sector, que tem dado frutos. Aliás, tudo aponta para que a Madeira possa viver, este ano, o seu melhor ano de sempre, do ponto de vista turístico, numa performance extraordinariamente satisfatória que reflecte uma nova dinâmica, também estratégica, levada a cabo pelo Governo Regional.

Resultados que foram recentemente reconhecidos, pelos World Travel Awards: ainda mantendo o galardão de melhor destino insular do mundo, a Madeira foi, no passado dia 4 de Setembro, premiada novamente como o melhor destino insular da Europa. Reconhecimentos que se estendem à hotelaria, também ela vencedora de vários prémios, nesta ocasião.

Premiada novamente como o melhor destino insular da Europa, a Madeira mantém ainda o galardão de melhor destino insular do Mundo

2 Assumindo-se como principal motor da economia regional, com um peso que oscila entre a 25 a 30% para o PIB regional, o sector do turismo contribui, ainda, para a imagem e credibilidade externa da Madeira, que se espera reforçar, através de uma cada vez maior abertura ao exterior.

3 Sabendo aproveitar os laços criados pela actividade turística, estamos a trabalhar no sentido de abrir espaço à necessária internacionalização das nossas empresas e progredir, simultaneamente, rumo à captação de investimento estrangeiro.

Paralelamente aos apoios que têm vindo a ser concedidos às empresas regionais, estamos presentemente a trabalhar na criação de novos mecanismos e incentivos, capazes de impulsionar a maior aproximação de todos aqueles que, tendo deixado a Região, mantêm-na presente e dela querem continuar a fazer parte.

Há quem queira contribuir para o crescimento desta Região e deixar a sua marca e é para esses cidadãos que teremos de encontrar, impreterivelmente, um espaço privilegiado, neste projecto global em que acreditamos.

Estamos apostados na requalificação da nossa economia. As comunidades madeirenses - que muito têm honrado a história, a imagem e o bom nome da Madeira, além-fronteiras - podem e devem participar, activamente, neste novo paradigma que se desenha e que deixa vislumbrar inúmeras oportunidades.

Temos a plena convicção de que a Madeira poderá encontrar, em cada uma das suas comunidades madeirenses espalhadas no mundo, uma base sólida para a promoção turística mas, também, para a sua promoção como um todo, numa visibilidade que, tendo por base os laços existentes, contribua para elevar e consolidar a imagem da Região.

É com todos que contamos. E é também com todos e sobre todos que recai a responsabilidade de continuar a construir a Madeira no mundo.

Colocámos três questões aos responsáveis pelo turismo nos Governos das nossas Regiões Autónomas:

1 Que produtos considera serem as melhores "bandeiras" da riqueza e qualidade da produção da sua Região nos mercados internacionais?

Emigração e turismo Governos

... e primores da Madeira



Vinho da Madeira



Flores da Madeira



Cana de açúcar

Se Portugal é famoso pelos seus néctares divinos, a Madeira é responsável por produzir uma das bebidas mais preciosas a ostentar o braço das quintas. Tal como o Vinho do Porto, a fama do Vinho da Madeira vai muito além das fronteiras regionais: basta lembrar que foi ele o escolhido para celebrar a Independência dos EUA a 4 de Julho de 1776, e que ficou nos anais da literatura, elogiado por Shakespeare em algumas das suas peças.

Com raízes no século XV, foi pouco após a descoberta da ilha da Madeira que teve início a exportação. Cultivadas em pequenas áreas muitas vezes de difícil acesso, conhecidas por "poios", as vinhas são trabalhadas à mão. Os vinhos dividem-se em seco, doce e meio-doce e têm origem em mais de 30 castas, sendo as mais nobres a Sercial, Boal, Verdelho e Malvasia.

Em 2015, a vinha na Madeira ocupava uma área total de 448 hectares, com uma produção total de 3.380.300 litros, segundo as estatísticas.

Não há turista que lhes resista. As flores são um dos principais produtos de exportação da Madeira e, dizem os economistas, também contribuem para "embelezar" a balança comercial nas contas da Região Autónoma. São mais de 6 milhões de euros anuais, razão que explica o epíteto de "ilha das Flores" ou "Jardim do Atlântico". A estrelícia (*Strelitzia reginae*) é uma das mais conhecidas. Originária da África do Sul, deve o nome à rainha Carlota de Mecklemburgo-Strelitz, mulher do rei Jorge III de Inglaterra. A produção anual de 380 mil estrelícias (dados de 2012) só é ultrapassada pela das gerberas com perto de 800,2 milhares de hastes. As rosas ocupam o terceiro posto, com 366 mil. O concelho de Santa Cruz lidera a produção, seguido pelo do Funchal. A exportação baixou, de 212 mil flores em 2010 para 70 mil em 2014, porque, nas ilhas e no continente, as compras dos portugueses começaram a roubar espaço às dos estrangeiros, explica a Direcção Regional de Agricultura.

É o quarto produto mais importante da Região Autónoma da Madeira, um dos que tem mais história na ilha tendo sido responsável pela "Era do Ouro Branco". Tanto em volume como em área cultivada, a cana de açúcar vem logo a seguir à batata, banana e batata-doce, respectivamente. A planta, que pertence à família das Gramíneas, ao género *Saccharum*, espécie "officinarum", foi introduzida na Madeira em 1425 pelo Infante D. Henrique, importada da Sicília, adaptou-se rapidamente aos índices de humidade e temperaturas amenas da região. Hoje, quase 600 anos depois, a cana continua a "adoçar" a economia regional com 8.824 toneladas, distribuídas por 172 hectares, sendo destinada principalmente à produção de mel de cana e aguardente. Quem conhece o Bolo de Mel, as Broas de Mel e a Poncha, bebida típica madeirense, tem obrigatoriamente de saber que nenhum deles seria possível sem o mel ou melaço provenientes da cana.

ENTOS

do ponto de vista dos Regionais...

2 Qual o peso do Turismo na economia da Região e como perspectiva o seu futuro?

3 Qual a importância da comunidade emigrada da Madeira/Açores no Mundo e que condições estão criadas para o investimento reprodutivo das suas poupanças no desenvolvimento da Região e do país?



VÍTOR FRAGA
SECRETÁRIO REGIONAL DO
TURISMO E TRANSPORTES
DOS AÇORES

FOTO: DR

e Açores



Chá dos Açores

Queijo da Ilha

Vinho do Pico

Corria o ano do senhor de 1883 e o reinado de D. Luís I. "o Popular", quando se deu a inauguração da mais antiga – e actualmente a única – plantação de chá na Europa, na Gorreana, São Miguel. A fábrica, uma das duas existentes nos Açores, produz diferentes variedades de chá verde, preto e ainda combinações com outras plantas e fragrâncias, como jasmim e bergamota. O chá Gorreana é ainda hoje uma empresa familiar que atravessou cinco gerações mantendo os mesmos métodos de produção. No caso do chá preto as folhas são deixadas a murchar e só mais tarde são expostas ao processo lento e natural de oxidação, fermentação e secagem. Para produzir o chá verde as folhas são esterilizadas com vapor sendo depois enroladas e secas através do método Hysson por forma a produzir um chá encorpado rico em taninos e de cor esverdeada. Segundo a Direcção Regional de Estatística dos Açores, as plantações de chá ocupam uma área de 37 hectares. A produção tem aumentado e situa-se nas 157 toneladas.

Com sabor e textura inigualáveis, o queijo da ilha de São Jorge – o mais conhecido – é um dos produtos alimentares que mais contribui para o cabaz de exportações do arquipélago, a juntar a outros derivados do leite bovino, tais como a manteiga, o iogurte e as natas em pó, além do próprio leite fresco e pasteurizado. A densidade de animais é grande nas ilhas: em São Miguel, a média é de quase uma cabeça de gado por pessoa. Em 2015, a produção de leite atingiu perto de 143 milhões de litros que, entre outros sub-produtos, se transformaram em 28 mil toneladas de queijo. Os principais destinatários do famoso Queijo da Ilha são os portugueses do continente, seguidos dos próprios açorianos. A exportação para a União Europeia contribui com 758 toneladas, seguida da Madeira, com 531 e quase outros tantos queijos, para países terceiros. Escusado será dizer que a carne de bovino é outra exportação de mais valia para a Madeira e o país.

Em escala pode até ser pequeno mas, no início, o vinho do Pico terá sido obra de gigante: do franciscano Frei Pedro Gigante, alegado responsável por importar da Sicília os primeiros baceiros da casta Verdelho, no séc. XV. A produção espalhou-se. Ao longo de 120 Km² foram erguidos os "currais", pequenos quartos roubados à lava vulcânica, que abrigam as videiras. Estima-se que se os muros fossem colocados em linha recta dariam duas voltas ao Equador. O Vinho Licoroso Branco Seco já foi exportado para o Brasil, Índias Ocidentais, Estados Unidos. Os czares da Rússia e os Papas estavam entre os grandes apreciadores mas vieram as pragas e o vinho "morreu". O Plano de Reconversão Vitivinícola de 1970 fez renascer o Verdelho dos Açores com o nome de Pico Lado. Curral Atlântico, Arinto dos Açores, Terrantez do Pico e Tinto Vulcânico são referências em quantidades que não ultrapassam as 1.500 garrafas. A classificação da UNESCO como Património Cultural da Humanidade chegou em 2004.

1 Em termos turísticos, os Açores são um destino de natureza por excelência. A experiência turística no Arquipélago tem nas actividades na natureza uma das suas principais fontes de rendimento, destacando-se na paisagem de uma beleza exuberante, os trilhos, a fauna e a flora. Contudo, é a complementaridade com outros produtos de igual valor que diferencia os Açores dos demais destinos.

A relação com o mar é um dos aspectos mais relevantes para essa complementaridade, permitindo a observação de cetáceos e a prática de pesca desportiva, de *surf*, vela e *windsurf*, entre outras actividades.

Por outro lado, o *touring* cultural e paisagístico, assente na riqueza da paisagem, na diversidade gastronómica local, nas festas religiosas e no património edificado, por tantas vezes reconhecido, contribui para a atracção de mercados específicos para o turismo nos Açores.

A saúde e bem estar é outro dos produtos turísticos complementares da oferta turística açoriana, devido ao potencial e notoriedade das termas e propriedades terapêuticas das águas do Arquipélago.

2 No ano de 2014, o sector do turismo, contabilizado através do alojamento, restauração e similares, representava 6,9% do VAB açoriano, ao passo que a sua importância a nível nacional era de apenas 4,5%. Entre 2013 e 2014, o aumento do VAB do turismo nos Açores foi de aproximadamente 2%. Por outro lado, a contribuição do sector do turismo para a economia dos Açores cresceu desde 2010, ano em que representava 6,6% do VAB total.

O ano de 2015 foi histórico para o turismo nos Açores, tendo a procura pela hotelaria tradicional obtido números jamais vistos no Arquipélago. Se as dormidas aumentaram cerca de 20% face a 2014 atingindo 1,3 milhões, a evolução nos proveitos totais na hotelaria tradicional foi ainda superior (22%), alcançando os 54,3 milhões de euros, por si só quase superando o VAB de 2014.

Os números do primeiro semestre deste ano sugerem que 2016 se-

rá ainda melhor que 2015 no que à procura turística pelos Açores diz respeito. Ao passo que as dormidas neste período cresceram 30%, o número de hóspedes aumentou 27% e os proveitos totais 36%, face aos primeiros seis meses de 2015.

3 A comunidade açoriana emigrada é um importante veículo da divulgação dos atractivos do nosso Arquipélago. A elevada afinidade à cultura dos Açores e o conhecimento do território colocam a diáspora num papel relevante no desenvolvimento dos Açores, nomeadamente do turismo. No contexto do Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores, o Governo dos Açores prevê a realização de programas de intercâmbio entre a Região e a diáspora para manter e reforçar os laços existentes, tendo por base o lema que estes são os verdadeiros embaixadores dos Açores.

"A comunidade açoriana emigrada é um importante veículo da divulgação dos atractivos do nosso Arquipélago. São os verdadeiros embaixadores dos Açores."

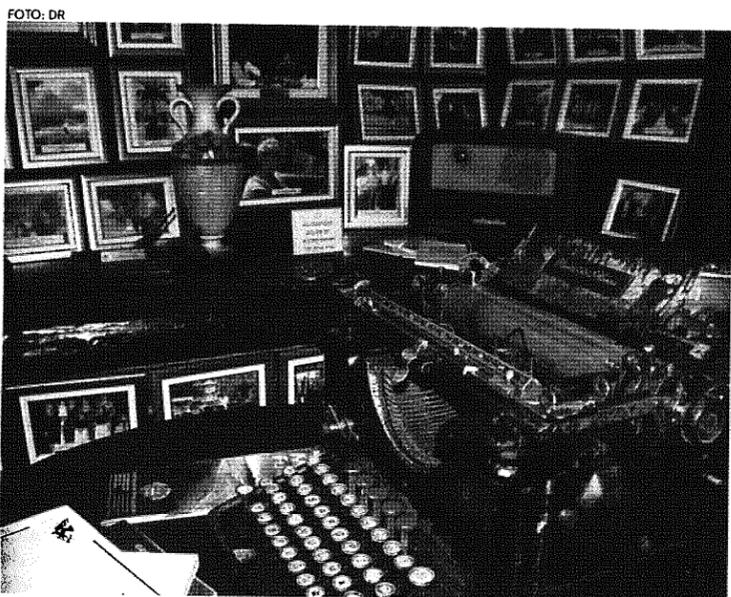


FOTO: DR

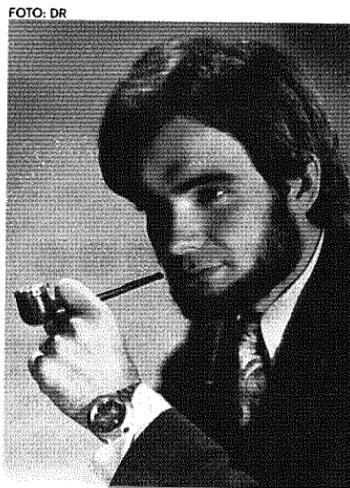


FOTO: DR

Acervo fotográfico do Museu Teixeira e Aneclét na juventude

EM CENÁRIOS DE FALTA DE PÃO E ÁGUA

Rey David Delicatesses

Gente trabalhadora e honrada, os portugueses. O retrato é tirado da Venezuela por Aneclét Teixeira, um empresário natural da Madeira que olha para um Portugal "mais apetecível" depois da entrada na União Europeia. Mas que só agora se prepara para aumentar importações da sua terra natal.

É num clima de grande instabilidade política que conhecemos Aneclét. A praça Altamira em Caracas tem sido palco para milhares de venezuelanos gritarem a deposição do presidente Nicolás Maduro. Protestam contra a falta de bens essenciais, incluindo pão, água e outros alimentos. Um cenário que Aneclét descreve mas noutra escala, quando recorda os tempos de menino: "Meu Deus... a vida era muito difícil na Madeira! Marcou-me muito ver a minha família sem possibilidade de comprar o que havia de mais essencial na vida. Andar descalço... sem acesso a produtos e serviços para ter uma vida mais digna e saudável. Desde estradas, água canalizada, luz eléctrica nas habitações."

Tinha seis anos quando, pela mão da mãe e ao lado da irmã, deixou a ilha florida do Atlântico para ir ao encontro do pai que tinha partido antes, no ano em que Aneclét nascera, em busca de uma outra vida na década de 50. "Lembro-me levemente da vida em Caracas quando cheguei. Lembro-me de ter abraçado o meu pai pela primeira vez, de conhecê-lo...". Seguiram-se capítulos inteiros de

sacrifícios nesse recomeço de vida. Dívidas e desalentos. Mas Aneclét cedo aprendeu a transformar o mau em bom.

Em homenagem aos pais ergueu na ilha da Madeira, visitável e gratuito, o Museu da Família Teixeira. Na fajã da Murta, concelho de Santana, visto do alto parece um presépio. A mini-aldeia narra a sua história, a de outros madeirenses e também a da emigração. Aneclét desafia ser guardião dessas memórias, objectos e utensílios. Um acervo maior das gentes da Madeira que em fotografias já contempla 13 mil.

E quando a pequena mercearia da família só dava prejuízo no complicado bairro El Cementerio e foi vendida, Aneclét "entrou de cabeça" na comunidade judaica. Estudou costumes e tradições e especializou-se na gastronomia judaico-ortodoxa, atento às necessidades de 50 mil judeus radicados em Caracas. Porque trabalhava durante o dia, foi à noite que conseguiu formar-se em Administração Empresarial.

Lojas "gourmet" por toda a América

Aos 23 anos funda o grupo Rey David Delicatesses, dedicado à importação, comercialização e distribuição de alimentos com marcas de referência mundial. Dos Estados Unidos, Itália, Espanha, Chile, Colômbia, Brasil, Peru, Equador, Bolívia, Argentina e Alemanha importa cerca de 1.100 contentores por ano, dispondo de uma frota de mais de 120 camiões para a distribuição de marcas como a Ferrero Rocher, Nutella, Kinder, Raffaello, Mon Chéri, Evian, Danone, Lindt, Bacalhau da

Noruega e, de Portugal, azeite Oliva. A este cabaz espera juntar em breve vinhos da Madeira, mel de cana, massas, peixe e refrigerantes.

Com lojas "gourmet" na Venezuela, Peru e Estados Unidos, o Rey David prepara-se agora para chegar à Colômbia, Panamá, Chile e Cuba.

Cerca de 2.300 funcionários contribuem para colocar o negócio da família em águas serenas na conturbada Venezuela dos dias de hoje. Aos 61 anos, Aneclét Teixeira vê com preocupação o futuro do país que o acolheu aos seis. "O meu grupo empresarial, tal como outros, está a sofrer o impacto económico e social devido às políticas existentes, mas vamos levando a situação com muita calma e esperança, à espera que o país e as suas forças vivas encontrem vias de diálogo. Claro que a comunidade portuguesa está muito preocupada com tudo o que se está a passar. Alguns quiseram regressar mas não têm condições para fazê-lo. Continuamos esperançados que o país encontre o seu caminho de harmonia e de paz."

Entretanto, continuará a visitar a Madeira, quatro vezes por ano. Ora sozinho, ora com a mulher e os quatro filhos e três netos, que apesar de terem preferência por destinos de férias como Florida, EUA, começam a "descobrir" a Madeira. A ilha que um dia há-de voltar a ser casa do empresário: "Sem dúvida será o meu destino final de vida. Amo a Madeira e os seus encantos naturais, o seu modernismo, as suas gentes e gastronomia. É o céu neste planeta chamado Terra!"

M.L.

DO PICO PARA O MUNDO

O rei da batata doce

Saiu da ilha do Pico para se tornar o maior produtor e distribuidor mundial de batata doce biológica. Manuel Eduardo Vieira gosta de citar Henry Kissinger e acrescenta o "ser amigo" ao seu segredo de êxito para jovens líderes: "dar o exemplo, ser pontual e rigoroso".

Chamam-lhe o Rei da Batata Doce e não é por acaso. Com vendas anuais estimadas em mais de 50 milhões de euros, orgulha-se dos cerca de mil funcionários que fazem chegar o tubérculo originário dos Andes a milhões de lares nos Estados Unidos, Canadá e México. Exporta 40 mil toneladas de batata doce, das 50 mil que todos os anos retira da terra. A exploração está inscrita no condado de Merced, onde se concentra 95 por cento da produção do estado da Califórnia.

A história de empresário começa a contar-se quando Manuel Eduardo Vieira tinha apenas 17 anos e levantou voo da ilha do Pico, com a ambição que os pais lhe inculcaram. Primeiro para o Rio de Janeiro, onde financiou os estudos em gestão e contabilidade com o seu trabalho. Aos 21 anos casou-se com Laurinda, emigrante natural de Chaves com quem, nesses dez anos de vida carioca, teve três filhos. As primeiras

férias em família fizeram-no voltar a vestir a pele de emigrante quando viajou para rever António Vieira Tomás, um tio emigrado na Califórnia desde 1920, que o desafiaria a comprar-lhe a empresa. Manuel Eduardo aceitou e radicou-se nos Estados Unidos. Aprendeu a falar, ler e escrever inglês e trabalhou dia e noite para modernizar a empresa da pequena cidade de Livingston. Três décadas depois tinha colocado a A. V. Thomas Produce no topo da produção mundial de batata-doce e no terceiro lugar do pódio em matéria de empregabilidade na região.

Dilatou os iniciais 2 hectares de terra para os mais de 800 actuais. Inovou para responder às exigências dos consumidores e hoje comercializa uma embalagem de batata-doce de consumo imediato, depois do "pling" no micro-ondas. Mas para escrever esta história deu alma e coração: "Muito trabalho, muita organização e responsabilidade", recorda. Hoje, com 54 anos de emigração, orgulha-se da forma como são vistos os portugueses: "Gente séria, trabalhadora e cumpridora dos seus compromissos". O mesmo não se poderá dizer do seu olhar sobre o país-natal: "Olho com alguma tristeza o comportamento dos nossos governantes e o descalabro do sistema bancário português sem quem de direito seja devidamente julgado e punido."

Manuel Eduardo Vieira, ao centro, na sua exploração de batata doce na Califórnia, com os filhos Ricardo e Carlos

