

## **Primo Rossi se desfaz de tradicional revenda**

*Marli Olmos*

Muita gente, principalmente na faixa dos 40 anos ou mais, lembra e sabe até cantar o jingle "Parabéns, Primo Rossi, parabéns", tarantela da propaganda de uma revendedora de carros da Moóca, bairro paulistano famoso pela concentração de descendentes de italianos. Depois de 42 anos, a Rossi, um dos últimos grupos familiares fiéis a um único fabricante de veículos, a Volkswagen, decidiu vender a concessionária.

O negócio, fechado com uma empresa de São Paulo, o grupo Amazonas, que atua na rede Fiat, será oficialmente divulgado esta semana. E, ao contrário do que aconteceu com uma enxurrada de pequenos concessionários na década de 90, o grupo Rossi sai de cena num dos melhores momentos do mercado, com alta demanda de veículos e seus pontos de venda.

Há quem diga que a vida começa aos 40. Para os três filhos do fundador, todos nessa faixa de idade, trata-se de um reinício. O grupo decidiu buscar novos desafios, dentro do próprio setor de veículos. Ao mesmo tempo, a venda ajudará a resolver a questão da sucessão, já que a terceira geração já encosta na faixa dos 16 a 21 anos.

Quando novas marcas de automóveis chegaram ao país, na segunda metade dos anos 90, as quatro veteranas - Volkswagen, Fiat, General Motors e Ford - se viram encurraladas pela concorrência e tiveram de dividir um mercado que na época parou de crescer.

Isso obrigou essas montadoras a enxugar a rede de vendas. Os concessionários menos capitalizados não resistiram e, estimulados pelos próprios fabricantes dos veículos, pouco a pouco foram sendo engolidos pelos grupos maiores e mais fortes. Capitalizado e sem dívidas com a montadora, o grupo Rossi passou ileso por essa onda.

Os negócios da distribuição de veículos continuam hoje favoráveis à ascensão dos grandes grupos. Mas o cenário de aquecimento das vendas agora beneficia também quem vende uma concessionária. Em plena fase de ascensão, de crescimento de vendas acima da média do mercado e prestes a lançar uma nova família de carros pequenos, a marca Volkswagen se transforma em um atrativo para quem atua no varejo e ainda não representa a marca.

"Vamos, de novo, fazer um bom negócio", disse Vittorio Emanuele Rossi, o fundador do grupo Rossi, enquanto aguardava o sinal verde da Volkswagen para a concretização da venda.

Filho de imigrantes italianos, esse comerciante passou boa parte dos seus 72 anos a serviço da Volks. O tino para o comércio apareceu aos 15 anos, quando decidiu abrir uma papelaria a uma quadra do colégio onde estudava. Seu objetivo era desmascarar a papelaria concorrente, que vendia cadernos com quantidade de folhas menor que o fixado.

Enquanto erguia seu mundo de empreendedor com a venda de papéis para as pipas dos garotos da escola, Rossi sonhava com os carros. Até que montou uma loja de usados. Como na época havia muito preconceito com carros usados de lojas, ele decidiu usar as garagens das casas de parentes para expor os automóveis como se pertencessem a um vendedor particular. Dali foi um passo para se tornar concessionário de uma montadora que na época era dona de metade da frota de veículos do país.

Nessa época o grupo já tinha o próprio consórcio e anos depois montou uma locadora. Nenhum desses dois negócios, que estão em plena atividade, foram incluídos na venda da concessionária. Mônica Rossi, a filha do meio, continuará no comando do consórcio. Flávia, a mais velha, é diretora de microbiologia do Hospital das Clínicas, um mundo distante dos automóveis.

Quem cuida da concessionária Volkswagen é o filho mais novo, Vittorio Rossi Jr, que não desistiu do ramo. Decidiu montar uma loja multimarca de carros novos e usados e prepara um megaempreendimento voltado para o setor automotivo. Os primeiros passos do projeto que ainda não está concluído foram dados no último fim-de-semana. Numa área próxima ao metro

Belém, na Zona Leste de São Paulo, o empresário inaugurou um feirão permanente de carros e motos, que reuniu 15 lojistas e uma parceria com o grupo Finasa.

O fundador da empresa também não pretende se aposentar. Como faz todas as manhãs, ele deverá continuar no comando da locadora de veículos.

Nem mesmo a área onde fica a concessionária foi vendida. O novo dono da concessionária alugará temporariamente metade dos 14 mil metros quadrados da área. A venda se restringe ao direito de vender os veículos da marca Volkswagen na região.

O valor da venda da concessionária não deverá ser divulgada. O faturamento do grupo Rossi no ano passado ficou próximo de R\$ 198 milhões.

A outra metade do terreno localizado na rua dos Trilhos ficará com a família Rossi, que ainda estuda possíveis parcerias. A decisão de colocar o sobrenome na empresa foi uma espécie de símbolo de que família e negócios seriam honrados para sempre. "Primo" nem fazia parte do nome, confessa o fundador. Mas parecia simpático ao jeito italiano que cativou os clientes. Por isso, o nome Primo Rossi também é "invendável", nas palavras dos herdeiros. "Abrir mão dessa grife seria como vender a alma do meu pai", afirma Rossi Jr.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 1º abr. 2008, Indústria, p. B7**

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais