Uma combinação perfeita

AS TEMPERATURAS MAIS AMENAS DE JUNHO E JULHO CONVIDAM PARA OS PRAZERES DO VINHO E DO QUEIJO; APROVEITE PARA AUMENTAR AS VENDAS

A mudança de temperatura traz também mudanças de hábitos do consumidor. No período do inverno, por exemplo, aumenta o consumo de queijos e vinho. Como este ano, temperaturas mais baixas foram registradas já em maio, o supermercadista precisa se preparar para a estação do sabor.

Inverno rima com vinhos, queijos, casacos e botas. Considerado a estação mais elegante do ano, o inverno, apesar de não ser rigoroso, tem lá seus encantos e aquece o faturamento dos supermercados. Com os dias frios há um estímulo ainda maior para o consumo de bebidas alcóolicas, em especial os vinhos. O supermercadista não pode esquecer que o vinho está associado com as tábuas de queijos, *foundues,* massas gratinadas, pães e chocolates. Portanto, é imprescindível que um trabalho seja feito na loja.

CAPRICHE NA EXPOSIÇÃO

Diz um ditado das vinícolas francesas, "para vender vinhos sirva queijos", por isso, a apresentação adequada tem grande efeito na compra de impulso. Com um bom trabalho, dificilmente o consumidor resistirá, explica a assistente de frios do supermercado MartPlus, loja do bairro Cidade Jardim, Elizângela Moreira. "Trabalhamos com uma exposição mais agressiva e vários pontos extras, principalmente nos corredores de maior fluxo".

O MartPlus trabalha com um mix de queijos amplo, oferecendo nacionais e importados. Nesta época, a seção se desmembra por vários pontos do supermercado. "Entre os mais procurados no inverno, estão os queijos para *fondue,* que são o gruyère e o gorgonzola", ressalta Elizângela.

Para definir o local dos pontos extras ,o supermercadista deve observar o trajeto percorrido pelos consumidores. Assim, poderá expor o produto em locais mais visíveis para os clientes.

Exponha os queijos inteiros, cortados ao meio e em pedaços, para o consumidor poder apreciar. Além de incrementar a seção com vinhos, elementos decorativos como pães e frutas também podem ser usados para gerar maior atração visual.

Vale tudo para vender mais e aguçar o desejo de compra do consumidor. "Traba-

lhamos com tábuas de queijos prontas, é uma opção para o consumidor que busca comodidade ou não sabe como elaborar, também oferecemos o *fondue* pronto", diz Elizângela.

SOMMELIER

A presença do *sommelier* no supermercado é indispensável. É quem define o *mix* da loja e tira as dúvidas dos consumidores. Com isso, cria uma relação de confiança com o cliente. "A assistência técnica é fundamentai, aqui na loja sempre tem uma pessoa disponível na adega", afirma o *sommelier* do supermercado MartPlus, Edmo da Silva.

E importante conhecer a fundo sobre o produto, principalmente os de maior valor agregado, que podem trazer mais retorno. De acordo com Silva, conhecer as preferências dos consumidores ajuda na definição do *mix* a na organização da adega. "Aqui a divisão é feita por países, para facilitar a localização rápida", observa.

Aposte no cross merchandinsing para impulsionar as vendas. O supermercadistá deve fazer harmonização com utensílios como: tábuas para frios, taças, saca-rolhas, aparelhos de *fondue,* massas, azeites e outros acompanhamentos.

Outra alternativa é divulgar receitas com queijos e indicar um bom vinho para acompanhá-las. O supermercado MartPlus coloca nos pontos extras uma placa com as combinações de vinhos e queijos. "E uma forma de orientar o cliente", diz a assistente de frios do supermercado, Elizângela.

ACERTANDO NO *MIX*

Para compor o *mix, é* preciso estar atento aos hábitos de consumo dos clientes. De acordo com o gerente de negócios do grupo Bretas, segunda maior rede no *ranking* mineiro, Cláudio Manuel, é importante levar em consideração o consumidor final. "O *mix* de produtos tem que ser bem variado, atendendo a todos os gostos, os queijos

TIPOS DE VINHOS

Seco: sem sensação de doce. Contém menos de 5g de açúcar por litro de vinho.

Adamado: levemente doce. Contém entre 5 e 15g de açúcar por litro de vinho.

Semi-seco: Contém entre 30 e 50g de açúcar por litro de vinho.

Doce: acima de 50g de açúcar por litro.

devem passar desde a tradicional mussarela, até o mais requintado *camembert.* Já os vinhos devem ser classificados por países, oferecendo variedade e opções de preço", afirma.

No inverno, a venda de queijos e vinhos aumenta aproximadamente em 30%, em relação as outras estações do ano. "Todas as categorias de queijos nesta época apresentam um bom crescimento nas vendas, mas o destaque vai para os de massa cozida, maturados e defumados. Já os vinhos (nacionais e importados) possuem importância no negócio, porém os importados, especialmente os da América do Sul, oferecem ao consumidor o melhor custo/beneficio", ressalta o gerente de negócios da Rede Bretas.

Manuel explica que os consumidores das classes A e B compram mais. "Os hábitos de consumo dessas classes passam por esta categoria de produtos", conta. Quanto ao consumo das classes C e D, "existe uma grande tendência de migração para esta categoria de produtos, mas deve-se observar atentamente os valores

Anúncio

de desembolso e o *m/x* oferecido, para que não haja restrição a compra", lembra o gerente de negócios do Bretas.

As mulheres têm se tornado consumidoras assíduas de vinho. Pesquisas apontam que atualmente 65% das mulheres é que decidem o vinho que o casal vai tomar. "No consumo geral de vinhos, as mulheres representam 54%.e os homens 46%", afirma Cláudio Manuel.

ATRAINDOOCLIENTE

É de grande valia ter uma exposição atrativa, que chame a atenção. Ter muitas opções e estar preparado para esses períodos, com pontos extras, divulgação em íablóides promocionais e ações na loja são fundamentais. O supermercado Irmãos, em Caratinga, aproveita o clima mais frio para promover a degustação de queijos e vinhos.

"A loja sempre organiza degustação para os consumidores, fazemos uma parceria com fornecedores e convidamos os clientes para participar. No Dia das Mães, por exemplo, fizemos um café da manhã para elas, agora estamos preparando para o inverno um dia para degustação de queijos e vinhos", conta o proprietário do supermercado, Ari Soares da Silva, loja com 12 *check outs* e quatro lojas na cidade (três no centro e uma no bairro Santo Antônio).

Silva acredita que iniciativas como esta chamam a atenção do público, pois os clientespodemdegustardiversosprodutos, conhecer os mais apropriados para cada tipo de situação, assim como os melhores. "A ação tem o objetivo, também, de difundir o hábito para incentivar o consumo", diz.

A degustação de vinhos e queijos nos supermercados é cada vez mais comum, Essa ação gera um retorno satisfatório para as empresas, que investem para gerar uma experimentação e criar maior exposição dos produtos. A loja que oferece degustação deve dispor de todas as informações do produto para orientar o cliente.

TIPOS DE QUEIJOS FINOS:

Parmesão: a origem do parmesão é Vale do Rio Pó, uma tradicional região de queijos na Itália.

Gruyère: tem origem suíça, fabricado com leite cru de vaca.

Brie: tem origem francesa. O queijo é fabricado no Brasil com a mesma tecnologia do *camembert*.

Gouda: é de origem holandesa, produzido no Brasil de forma similar ao queijo prato.

Gorgonzola: tem origem italiana e faz parte da família dos queijos azuis.

Queijos e vinhos

Agrupamos os queijos para você saber quais os melhores vinhos para acompanhá-los.

QUEIJO
Ricota e Minas (massa mole).
VINHO
Brancos secos.

QUEIJO
Camembert e *brie* (massa mole, maturados por fungos na superfície).
VINHO
Espumantes secos.

QUEIJO
Gouda, estepe (massa firme, maturado).
VINHO
Tintos leves, com pouco corpo.

QUEIJO
Gruyère (semiduro com buracos).
VINHO
Branco.

QUEIJO
Parmesão.
VINHO
Tintos encorpados (sensação de peso na boca, característica dos vinhos com alto teor alcoólico, entre 10 e 13,5 graus).

QUEIJO
Roquefort e *gorgonzola*.
VINHO
Brancos licorosos, que são doces, fortes, com altíssimo teor alcoólico, superior a 14 graus.

CASAMENTO PERFEITO

O inverno 2008 promete bons números, afinal a economia deve crescer no mínimo na proporção de 2007 e o dólar continua baixo. De acordo com a consultora de *marketing* da Associação Brasileira das Indústrias de Queijo (ABIQ), Siímara Figueiredo, a produção de queijos no Brasil tem superado o crescimento do PIB nos últimos anos. "Estima-se que em 2007 a produção nacional de queijos tenha superado 600.000 toneladas, hoje o consumo per *capita* situa-se ao redor de 3,2 quilos", diz.

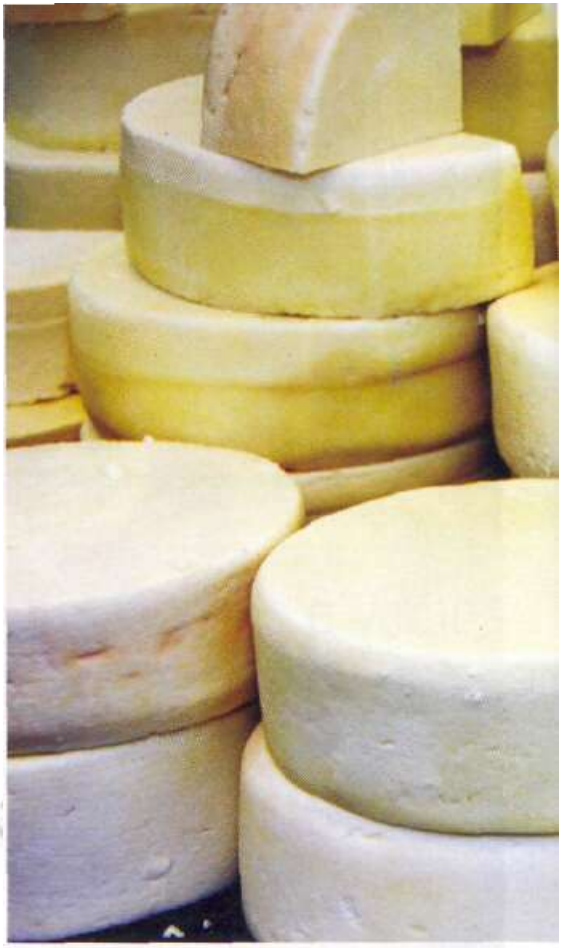
O mercado de vinhos também cresce e oferece boas opções de rentabilidade. Dados das duas principais entidades que regulam a produção e o consumo de vinhos no Brasil, a União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra) e o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) divulgaram números que comprovam essa tese. Entre janeiro e fevereiro de 2007, foram vendidos 11,7 milhões de litros de vinho no País, mais que o dobro das vendas nos dois primeiros meses de 2006. Os números acompanham uma tendência que começou a se formar em 2002. Naquele ano, os brasileiros consumiram 49 milhões de litros. Em 2006, foram quase 70 milhões de litros.

De acordo Siímara, no inverno o consumo de queijos é 25% maior, podendo aumentar ainda mais, dependendo do estímulo que o ponto-de-venda der à seção. "No inverno aumenta o consumo de queijos usados

em tábuas, tradicionalmente associados ao consumo de vinhos tipo: *brie, camembert,* gorgonzola, parmesão, provolone, *gruyère,* ementai e diversos queijos amarelos como: gouda, edam e esférico. Aumenta o consumo de *fondues* e de queijos usados no preparo de sopas e sanduíches quentes", conta a consultora de *marketing* da ABIQ.

A queda do dólar é um fator que influencia diretamente o consumo da bebida. Atualmente o vinho é um dos produtos de maior saída entre os importados, principalmente do Chile e da Argentina, que tomaram conta dos supermercados. Só nos últimos cinco anos, as vendas de vinhos finos no Brasil saltaram de 49,5 milhões de litros, em 2002, para 78,5 milhões, no ano passado.

Para garantir preços competitivos, o supermercadista deve se associar em parcerias aos fornecedores do segmento. Outra dica é oferecer cursos e palestras sobre culinária, informações sobre vinhos e como combiná-los com queijo. •



Como montar uma tábua de queijo?

Um costume muito comum entre os brasileiros é reunir a família e os amigos para degustar queijos. Porém, a maioria das pessoas não sabe ou tem dúvida de como montar uma tábua de queijos. A dica para preparar é calcular 150g por pessoa e selecionar cinco ou seis tipos do produto, preferindo sempre aqueles que agradam à maioria dos convidados. Pães neutros, frutas frescas e secas também são ótimos complementos para acompanhamento. Entre os queijos mais procurados para essas ocasiões estão os:

Queijos suaves de massa macia: Estepe, Esférico, *Gouda*, *Edam* ou *Saint Paulin*

Queijos de mofo branco: *Camembert* ou *Brie*

Queijos de olhaduras tipos suiços: *Gruyère*, *Emental* ou *Maasdamer*

Queijo de massa filada: *Provolone*

Queijos duros, de sabor mais picante: Parmesão, Reino

Queijos de mofo azul: Gorgonzola, Roquefort

Para facilitar o corte dos queijos e orientar os convidados, coloque ao lado de cada tipo dois a três pedaços cortados. O ideal é deixar uma faca separada para cada tipo, para não interferir nos sabores e aromas. É importante que as facas sejam de gume liso, nunca de serrilha, para facilitar o corte e não danificar o queijo. O mais correto é seguir o formato do queijo, assim haverá distribuição igual à da massa para todos. É bom tirar os queijos da geladeira 30 minutos antes de servir, para que eles adquiram sua textura e sabor originais.

Fonte: Associação Brasileira das Indústrias de Queijo (ABIQ)

Fonte: Gôndola, a. 13, n. 154, p. 52-58, jun. 2008.