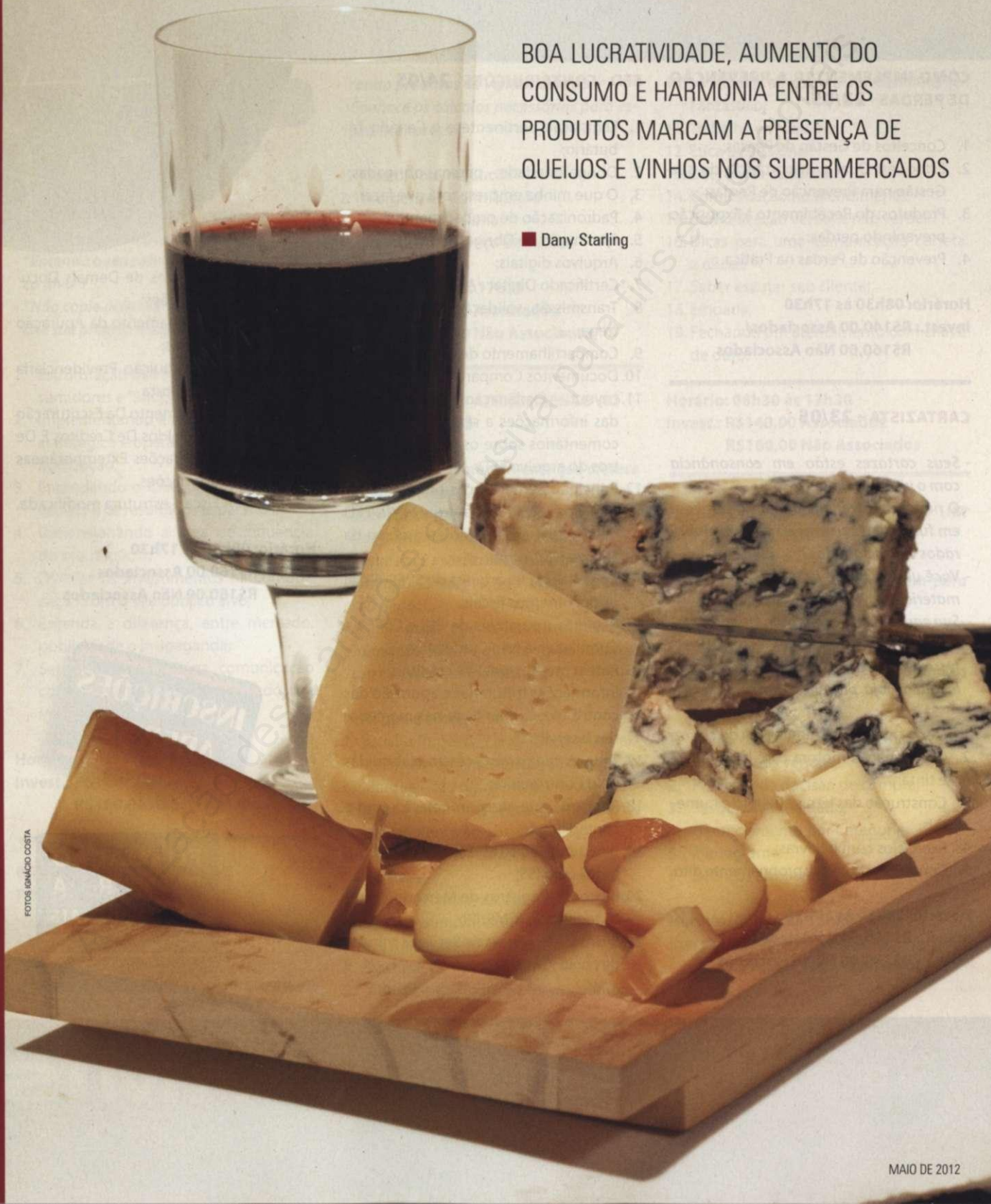
# Um casamento perfeito

BOA LUCRATIVIDADE, AUMENTO DO CONSUMO E HARMONIA ENTRE OS PRODUTOS MARCAM A PRESENÇA DE QUEIJOS E VINHOS NOS SUPERMERCADOS

■ Dany Starling



FOTOS IGNÁCIO COSTA

Eles costumam ser vistos nas principais mesas do mundo. De tão tradicionais, sua união é consagrada na literatura, no cinema e na televisão. Para receber um grupo de amigos em casa, a combinação entre eles é certeira. Se bem harmonizados, um complementa o outro e têm o condão de intensificar o sabor e as características mais específicas do parceiro.

Claro que estamos falando de queijos e vinhos, que há séculos formam uma dupla imbatível na gastronomia mundial. Ainda que seja difícil precisar onde nasceu a união, foi na região de Provence, no Sul da França, que o casamento entre os alimentos se consumou, a ponto das vinícolas francesas adotarem o ditado "para vender vinho, sirva queijo".

O hábito de combinar queijos e vinhos espalhou-se pela Europa, principalmente na Itália, Espanha, Suíça e Portugal. No Brasil, a união entre os alimentos veio junto com os imigrantes do Velho Mundo, que fincaram raízes por aqui em fins do século XIX. Se em um primeiro momento as iguarias ficaram restritas à região Sul, mais fria, hoje é possível encontrar apreciadores em todas as partes do País.

Com o aumento do interesse do vinho pelo brasileiro, é natural que os supermercadistas fiquem atentos para a oportunidade de incrementar ainda mais as vendas do produto apostando na união da bebida com queijos. A escolha de um mix adequado e a presença de profissionais que saibam indicar as maneiras mais corretas de harmonizar os alimentos é um passo importante para quem está atrás de bons lucros.

## VENDAS AQUECIDAS

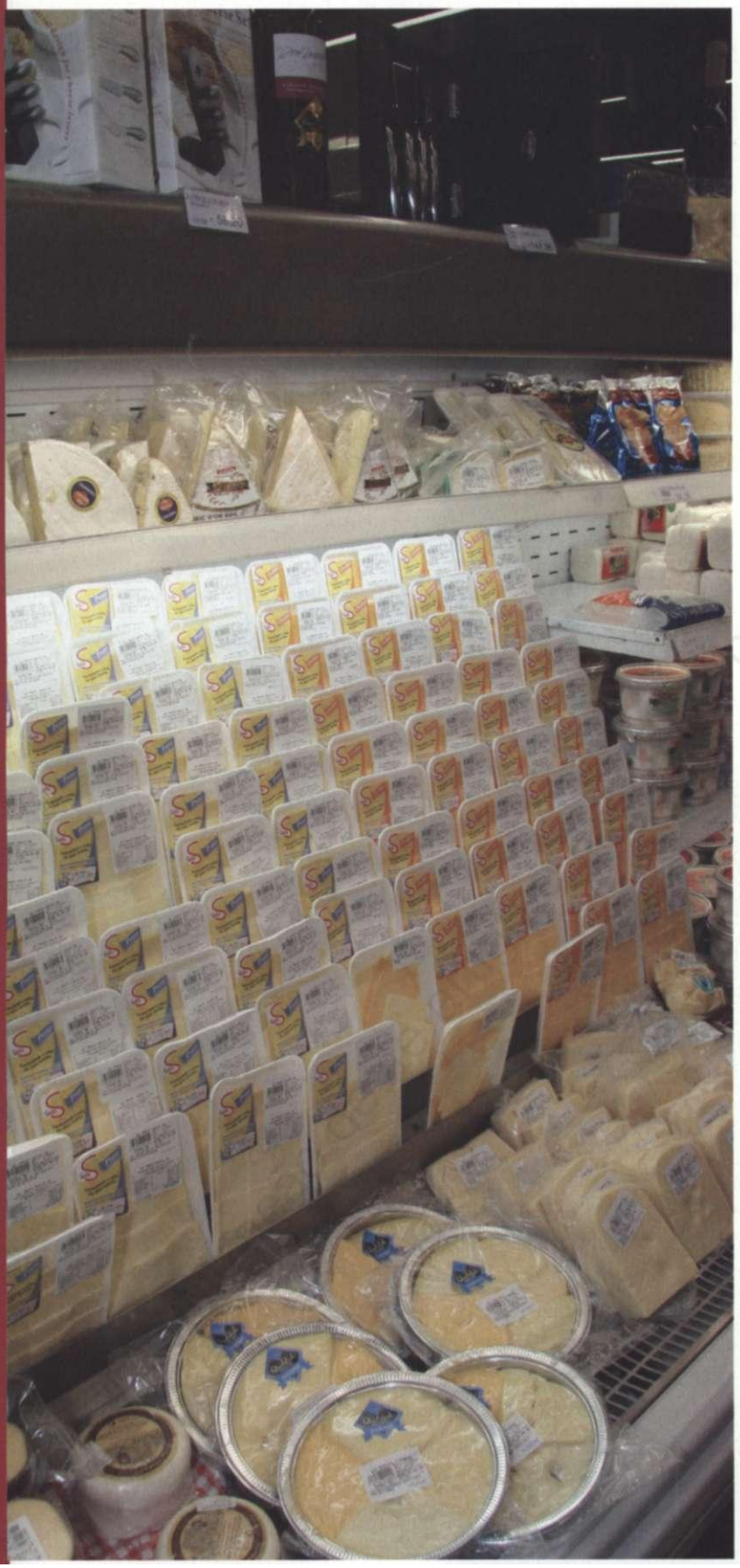
Ainda que a maior parte do vinho consumido no Brasil seja o de mesa, a procura por vinhos finos, fabricados à base de uvas nobres, tem aumentado ano a ano, principalmente por vinhos importados. Entre 2009 e 2011, as importações cresceram 30,7%, segundo dados do Instituto de Economia Agrícola de São Paulo (IEA-SP). Somente ano passado, essas importações ultrapassaram os 77 milhões de litros, o que corresponde a 80% do consumo total de vinhos finos no país.

Em Minas Gerais, os supermercadistas vislumbram um aumento nas vendas acima da média nacional. "A tendência é fechar 2012 com 30% de aumento nas vendas com relação a 2011", diz o supervisor gastronômico do SuperNosso, Fernando Abdo. A expectativa é a mesma nas lojas do Martplus, bandeira do Grupo DMA voltada para as classes A e B. "Ainda é cedo para afirmar, mas é possível pensar em um aumento na faixa dos 20 a 30%", festeja o gerente operacional Rogério Andrade.

Com a melhoria de renda do brasileiro, novos e antigos apreciadores dos queijos estão dispostos a experimentar novidades

Para Fernando Abdo, o consumo de vinhos no Brasil tem margem para crescer continuamente. "O consumidor quer comprar mais. O preço ainda é um entrave, mas isso tem se modificado. Já caiu e, acredito, vai cair ainda mais. O volume de importação está muito grande, e isso incide diretamente no valor da bebida. Somente para os seis primeiros meses do ano nós já importamos seis contêineres de vinho", diz o supervisor, responsável pelas 14 lojas do SuperNosso em Belo Horizonte e região metropolitana.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.



Mesmo que não acompanhem o número assombroso das vendas de vinhos, os queijos finos têm começado a ganhar espaço no gosto do consumidor. Ao contrário da bebida, no entanto, a procura recai mais nos produtos nacionais. "Cerca de 60% do queijo que vendemos é de procedência nacional. As variedades gorgonzola e brie ainda conseguem atingir um padrão de qualidade próximo ao dos importados, mas os demais queijos ainda não. A qualidade dos produtos de fora é maior, mas o preço acaba sendo o grande diferencial", explica Rogério Andrade.

**MIX VARIADO**

Um dos principais fatores que garantem boas vendas, tanto de vinhos quanto de queijos, é oferecer um mix bastante diversificado para o consumidor. Até porque, nem todo tipo de vinho combina com qualquer variedade de queijo e vice-versa. Além disso, as faixas de preço variam muito de um rótulo ou marca para outro, o que gera a necessidade de atender cada faixa de consumidor da melhor maneira possível.

Tanto o SuperNosso quanto o Martplus trabalham com cerca de 800 rótulos diferentes de vinho, entre variações de tinto, branco e espumante, nacionais e importados. "Isso se levarmos em conta apenas rótulos fixos. Quando acrescentamos os sazonais, esse número pode chegar a 1000 rótulos", diz Rogério.

A exclusividade de marcas é um dos diferenciais buscados pelos supermercados para fazer frente à concorrência. O SuperNosso conta com 380 rótulos de importação própria, feita diretamente pelo grupo. No Martplus, que deverá iniciar seu processo de importação direta ainda em 2012, a solução é contar com importadores exclusivos, que atendem apenas as lojas do Grupo DMA.

Se a variedade de vinhos à disposição é enorme, com os queijos não pode ser diferente. Cada supermercado conta com cerca de 20 tipos diferentes do produto, apostando sempre na mescla entre os importados e os nacionais.

"O parmesão é o grande campeão de ven-

das, seguido pelo gorgonzola. Outros queijos, como rochefort, brie e os holandeses têm uma saída ainda pequena. Além dos queijos de cabra e ovelha, que começam a ter uma aceitação muito grande pelo consumidor", comenta Fernando. "Sem contar os queijos mineiros, principalmente os do Serro e da Serra da Canastra. Esses são imbatíveis, possuem até um espaço diferenciado na seção".

**VINHOS DO MERCOSUL**

O aumento considerável no consumo de vinhos pelo brasileiro se explica pela explosão de vinhos do Mercosul no mercado mundial, principalmente os chilenos e argentinos. De boa qualidade e preços acessíveis, os vinhos desses países são os mais procurados pelos brasileiros nas gôndolas dos supermercados.

"Hoje o brasileiro já prova de diversas marcas e países, mas o destaque ainda está no Novo Mundo, onde o Chile se destaca por seus vinhos potentes, a falta de ataque de pragas em seu solo e um clima bastante favorável para a produção", explica o consultor de vinhos do Extra, Fábio Freitas. "É feito um investimento muito alto nesses países no plantio de uvas de altíssima qualidade, além de uma seleção de enólogos de capacidade reconhecida no mundo vínico", completa.

De acordo com dados do IEA-SR 34,5% dos vinhos importados pelo Brasil em 2011 vieram do Chile, seguido pela Argentina, com 23%. Os países europeus aparecem em seguida capitaneados pela Itália, com 16,9%, Portugal (10,7%) e França (6,6%). "Chile e Argentina são os mais fortes. A Itália está na ponta entre os vinhos da Europa. Esse ano, contudo, vamos dar uma atenção especial aos portugueses, principalmente os da região do Alentejo", revela Fernando Abdo.

Se a predominância é dos cinco países acima, isso não quer dizer que produtos de lugares mais exóticos não tenham espaço nas gôndolas dos supermercados mineiros. "Os vinhos de outros países ainda têm um preço muito alto, mas possuem um público especí-

Para efeito de exposição, não há problema de colocar a garrafa na posição vertical ou mesmo deitada sem grande contato entre o líquido e a rolha, mas para armazenar o ideal seria o produto na posição horizontal ligeiramento inclinado para baixo. Ao lado, exemplar de queijo de tradição holandesa, uma das muitas que chegam ao Brasil vindas da Europa

fico. Rótulos da Nova Zelândia, África do Sul e Líbano têm uma aceitação muito grande", diz Fernando. No Martplus não é diferente. "Já nos próximos meses teremos uma melhor oferta de produtos da Grécia, Líbano e Estados Unidos com uma boa relação qualidade e preço", garante Rogério.

### ATENDIMENTO DIFERENCIADO

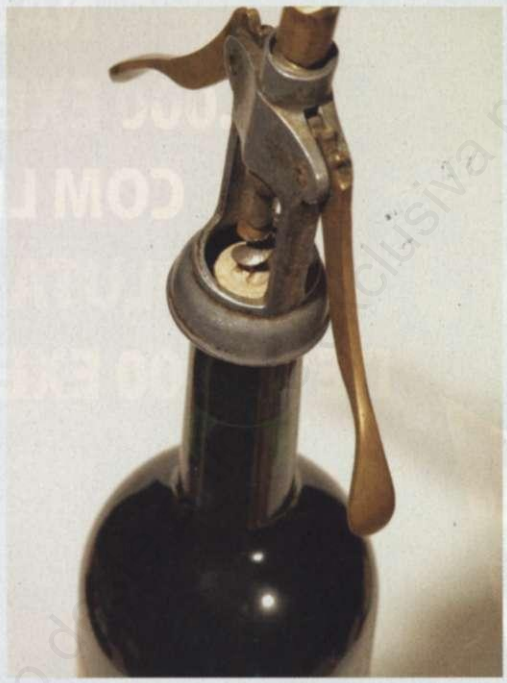
Uma das armas para garantir a satisfação dos clientes que entram no supermercado à procura de um bom vinho é ter funcionários nas adegas com condições de indicar e dar todas as referências sobre rótulos, procedência e harmonizações entre a bebida e outros alimentos. A presença de sommeliers nas adegas já se tornou quase que obrigatória, principalmente em lojas voltadas para públicos de maior poder aquisitivo.

"Temos dois funcionários em cada loja do Martplus formados pela Associação Brasileira de Sommeliers, além dos assistentes de adega que já estão fazendo o curso. Eles se reúnem mensalmente com nosso consultor de vinhos

## EM SINTONIA COM O MERCADO [VINHOS E QUEIJOS]

Além de especialista em vinhos, a fromagier Lorena Lopes garante à clientela da loja do SuperNosso no bairro Xuá um atendimento exclusivo para quem quer conhecer mais sobre o mundo dos queijos. Ela preparou para a GÔNDOLA uma tabela de harmonização adequada entre a bebida e os diversos tipos de queijo disponíveis no mercado. Confira abaixo.

| QUEIJO | VINHO |
|---|---|
| Granulosos (parmesão, Vincent, granformaggio) | Tintos das variações malbec e cabernet sauvignon |
| Gorgonzola e rochefort | Porto e vinhos de sobremesa adocicados |
| Gouda e emental | Merlot e carménère |
| Queijos de mofo branco (brie e camembert) | Vinhos brancos secos |
| Queijos mineiros do Serro e Canastra | Brancos e tintos mais leves, da variação merlot |



O sacarrolha em ação, preparando-se para liberar a bebida que tem conquistado a humanidade muito antes dos romanos

para estudarem os produtos que temos nas nossas adegas", conta Rogério Andrade. "Já estamos ampliando esse serviço para lojas do Epa Plus. Hoje as unidades da Cidade Nova e do Estoril, em Belo Horizonte, já contam com assistentes de adega".

Em Minas Gerais, as lojas do Extra Hipermercados em Belo Horizonte e Uberlândia também oferecem esse serviço para os clientes. "Esse tipo de profissional tem a certeza da melhor indicação e harmonização com cada prato, evento ou ocasião do consumidor, além de atuar trocando experiências com relação aos produtos", explica Fábio Freitas.

Sommelier há cinco anos, Edileuza da Silveira é uma das responsáveis por atender os clientes da loja do Martplus no bairro São Lucas, em Belo Horizonte. "O que eles mais querem saber é qual o vinho mais indicado para o prato que irão preparar. Além disso, procuram conhecer quais vinhos estão tendo mais saída, até para diversificar suas opções", conta a especialista. "Antes o consumidor tinha preconceito com as adegas de supermercado, mas isso tem mudado muito. Além disso, ele está cada vez mais exigente", garante.

Além dos funcionários específicos, uma aposta dos supermercados é aliar cada vez mais a venda de queijos para os consumidores de vinhos. Degustações dos produtos nos finais de semana já são de praxe, mas a tendência é explorar ainda mais o segmento. "Já temos o projeto para incluir um balcão frigorífico dentro da adega, onde iremos colocar somente queijos especiais. Em nossa loja no Santo Agostinho, que será reinaugurada no próximo mês, ele já estará presente", antecipa Rogério, responsável pela revitalização do Martplus nos últimos oito meses.

**Saiba mais**

**Super Nosso**
(31) 3359-7909

**Grupo DMA**
(31) 3389-5555

**Extra**
(31) 3311-2100

**Fonte: Gôndola, Belo Horizonte, ano 17, n. 197, p. 20-26, maio 2012.**