

# Vinho é cultura

*Bebida milenar, degustada por reis e religiosos, o vinho faz parte da cultura dos povos. Ele esteve presente, por exemplo, em um dos momentos especiais da humanidade, que foi o da Santa Ceia de Jesus com seus apóstolos. Nos países do Velho Mundo, o vinho faz parte da dieta alimentar da maioria das pessoas, que tem o hábito de beber uma taça no almoço e outra no jantar. Lembre-se sempre: bebido com moderação, o vinho sempre fará bem.*



beba com moderação



## BRUCK

### A ESTRATÉGIA DE INVESTIR NA MARCA PRÓPRIA

AO CELEBRAR SUAS “BODAS DE VINHO”, EMPRESA MANTÉM APOSTA NA LINHA VALDORELLA, MAS NÃO DESCUIDA DO PORTFOLIO, QUE ABRIGA, ENTRE OUTROS, NOMES CONHECIDOS COMO SANTA MARGHERITA, FONTANAFREDDA, VALDIVIESO E MICHEL TORINO

por GUILHERME VELLOSO

Uma campanha publicitária famosa mostrava uma jovem adolescente maravilhada com seu primeiro sutiã. E terminava com o bordão até hoje lembrado: “o primeiro sutiã a gente nunca esquece”. No caso de Marcela Furlan, 27 anos, faria mais sentido dizer: “o primeiro Pétrus a gente nunca esquece”. Tanto que ela se lembra de ter provado pela primeira vez este vinho mítico quando tinha apenas pouco mais de 11 anos, num jantar em companhia dos pais, em Frankfurt. Explica-se. Marcela é filha do empresário Osório Furlan Jr., dono da Bruck, uma das mais tradicionais importadoras de vinhos e bebidas finas do Bra-



Osório Furlan Jr. e a filha Marcela

sil, que em 2007 está comemorando 70 anos de fundação – as “bodas de vinho”. Visitar vinícolas e provar vinhos famosos sempre foi parte de sua vida. Além disso, ela trabalha com o pai (por insistência dele, deixa claro) desde que tinha 17 anos, quando entrou na Bruck como assistente de importação. Atualmente, Marcela é responsável pela área financeira e por toda a logística de importação da Bruck, enquanto o pai, mais conhecido por Júnior, responde pela área comercial e pelos contatos com o mercado.

Ambos trabalham no antigo prédio de dois andares, no centro de São Paulo, vizinho à chamada “zona cerealista”,



que a Bruck ocupa praticamente desde que foi fundada, em 1937, pelo emigrante austríaco, naturalizado brasileiro, Frederico Bruck. Já nos anos 60, o dono da Bruck alugava um escritório no mesmo prédio em que, na época, funcionava a administração central do grupo Sadia, fundado pelo bisavô de Marcela e controlado pelas famílias Fontana e Furlan. Frederico pensava em se aposentar, mas não tinha herdeiros. Por isso, numa conversa de elevador, propôs ao empresário Osório Furlan, um dos herdeiros da Sadia, que comprasse a Bruck, oferecendo condições bastante vantajosas. E sugeriu que Osório entregasse a administração a seus dois filhos homens, pois seria uma forma de prepará-los fora da empresa da família. Em troca, se comprometeu a assessorar os dois até que estivessem familiarizados com o novo negócio. Frederico cumpriu a promessa e permaneceu na Bruck por dois anos (morreria alguns anos depois), orientando os jovens Osório Jr. e Luiz Fernando. Este último trabalhou por dez anos com o irmão, mas depois voltou à Sadia, da qual foi presidente, só saindo para ocupar o Ministério da Indústria e do Comércio, no primeiro governo do presidente Lula. Osório Jr. tomou gosto pelo negócio, do qual, hoje, ele e Marcela são os únicos sócios.

## NA DÉCADA DE 70, A BRUCK FOI MAIOR IMPORTADORA DE WHISKY

Manter o nome original da firma (sem o Frederico que aparecia na razão social) foi uma decisão acertada, pois, na época da compra (fevereiro de 1966), a Bruck já era conhecida e respeitada no mercado. Mas, do ponto de vista estritamente comercial, provavelmente a decisão mais importante foi a de criar uma linha de vinhos com marca própria, **Valdorella**, que se tornaria o carro-chefe da empresa. Ela começou com apenas dois vinhos: um branco feito com a uva *Trebbiano*, e um tinto, à base de *Barbera*, ambos produzidos pela Cooperativa Vinícola Aurora. Para torná-los mais conhecidos dos consumidores, os vinhos eram servidos nos aviões da Sadia (depois Transbrasil), fundada

por Omar Fontana, tio de Júnior e Luiz Fernando. Com o tempo, a qualidade dos vinhos se tornou instável, provavelmente em decorrência dos problemas financeiros enfrentados, na época, pela Aurora, e a linha, que ainda não era muito importante, foi descontinuada.

A Bruck nasceu como importadora de vinhos, mas, na década de 70, chegou a ser a maior importadora de whisky do Brasil, vendendo marcas como Chivas Regal, Black & White, White Horse e outras. Com o crescimento do mercado brasileiro e a formação dos grandes conglomerados de bebidas, essas marcas passaram a ter representação própria no país e a Bruck retomou sua vocação inicial. Foi nessa época que, em busca de alternativas, Júnior lembrou-se da marca **Valdorella** e decidiu reativá-la.

Com esse projeto em mente, viajou para a Itália, em busca de uma vinícola que aceitasse produzir e engarrafar um Valpolicella, vinho bem aceito no mercado brasileiro, com a marca Valdorella. A primeira importação ocorreu em julho de 1999. Hoje, são mais de 15 rótulos, incluindo as denominações mais conhecidas como **Frascati**, **Chianti**, **Lambrusco**, **Prosecco** e até um aceto balsâmico. Cada linha é engarrafada na própria região de origem por um produtor contratado pela Bruck. Para assegurar a qualidade, Júnior conta que sempre informa os produtores sob contrato que só pagará a importação se o vinho engarrafado corresponder à amostra provada. Além da linha Valdorella, que, segundo ele, responde atualmente por mais de 30% das vendas da empresa (participação que, acredita, deve aumentar), a Bruck importava com exclusividade, até recentemente, uma das marcas italianas mais conhecidas no Brasil: **Bolla**. Mas optou por deixar de representá-la, depois que a empresa familiar foi vendida para a Brown & Forman, um dos grandes conglomerados mundiais do setor de bebidas.

## NO FUTURO, TALVEZ UMA SEGUNDA MARCA PRÓPRIA

Em que pese a importância da linha **Valdorella**, a Bruck mantém diversificado portfólio, que abriga marcas bastante conhecidas como **Santa Margherita** (o *Pinot Grigio*



mais vendido no Brasil), **Corvo** e **Fontanafredda**, da Itália, **Valdivieso**, do Chile (veja matéria sobre a degustação vertical do vinho *Caballo Loco* nesta mesma edição), **Michel Torino**, da Argentina, pequenos châteaux de Bordeaux e vinhos de diversas denominações da Borgonha. A vocação tradicional da empresa sempre foi vender no atacado, para as grandes cadeias de supermercados. Mas, recentemente, ela começou a investir também nos restaurantes e lojas especializadas em vinhos e comestíveis finos e, até, no consumidor final. Nesse último caso, apenas por meio do telemarketing, pois não está em seus planos abrir lojas próprias, a exemplo de outras importadoras como a La Pastina.

Da mesma forma, a Bruck não pretende mudar seu foco, hoje concentrado nos vinhos. A única exceção são as cestas de Natal, que requer a compra de produtos alimentícios, diretamente de outros importadores. Segundo Marcela, a estratégia da empresa é, ao mesmo tempo, “ampliar o portfólio e continuar trabalhando fortemente a linha **Valdorella**”. Ela informa que a empresa estuda a possibilidade de incorporar novos produtores de Portugal e, talvez, da África do Sul e Nova Zelândia. Outra possibilidade aventada por ela é a criação de uma segunda marca própria, voltada especificamente para restaurantes (indiretamente para o consumidor final), já que a linha Valdorella se destina principalmente aos supermercados.

Formada em Gastronomia, Marcela chegou a pensar em ter um restaurante, antes de ser convocada pelo pai, com o argumento irretorquível de que é sua única herdeira. Acostumada, desde pequena, a acompanhá-lo em visitas a vinícolas e a participar de degustações, não estranha que o vinho esteja tão presente em sua vida – a ponto de ter um cacho de uvas tatuado no braço, que ela assegura ser de “*Cabernet Franc*”. Mas engana-se quem imaginar que esse convívio precoce com vinhos e produtores famosos fez dela uma consumidora esnobe de rótulos conhecidos. Marcela diz que sua preferência, no dia-a-dia, é pelos tintos chilenos e argentinos do catálogo da Bruck e, quando a ocasião exige um branco, pelo imbatível **Pinot Grigio Santa Margherita**, um dos campeões de venda da empresa. E, se tivesse que apontar um preferido entre todos os vinhos que já provou, o escolhido não seria o lendário **Pétrus** de sua infância, mas, provavelmente, o grande tinto espanhol **Vega Sicília**.

Já seu pai, prefere não revelar preferências vinícolas, mas, mesmo que quisesse, não teria como esconder as futebolísticas. Em sua sala na Bruck, além de um escudo com o brasão dos Furlan, trazido do Vêneto, região de origem da família, não faltam objetos que remetem a um conhecido clube de futebol de São Paulo, representante não-oficial da enorme colônia italiana radicada na cidade.

GUILHERME VELLOSO É EDITOR-ASSOCIADO DE WINE STYLE E DIRETOR DA ABS-SP.

**Boas despedidas  
de 2007 e ótimo  
começo de 2008,  
sempre com os  
maravilhosos  
espumantes de  
Portugal.**



**Vértice  
Super Reserva  
Bruto 2000\***

Douro

\*Vencedor  
do TOP TEN da  
Expovinis Brasil 2007

**Ortigão Bruto  
Bairrada**

aprecie com moderação



Importador e Distribuidor exclusivo no Brasil  
tel. (11) 5044-5760  
www.adeaalentejana.com.br