



De fora para dentro

QUATRO CASOS DE SUCESSO COMPROVAM QUE, POR DETRÁZ DE UMA NOVA MARCA NO MERCADO HÁ SEMPRE UM GRUPO OU UMA EMPRESA RESPONSÁVEL.

TEXTO DE ELISABETE DE SÁ
FOTOGRAFIA DE MARTA POPPE E DE PEDRO APERTA.



RONALD BRODHEIM
Presidente do grupo Brodheim, que representa em Portugal marcas como a Tod's, a Furla, a Timberland, entre outras.

BRODHEIM TEM "PLANOS AGRESSIVOS" DE EXPANSÃO NO RETALHO

É uma das apostas para 2008. O Grupo Brodheim, que, em Portugal, representa um total de 26 marcas internacionais, vai somar ao seu *portfolio* as insígnias Trussardi Jeans e Tru Trussardi no segundo semestre deste ano. E está já a preparar a reabertura da loja da marca italiana na Avenida da Liberdade, em Lisboa.

Ronald Brodheim, presidente do grupo, garante que esta é apenas uma gota "nos ambiciosos e agressivos planos de expansão no retalho e com marcas internacionais". A maioria dos projectos para este ano ainda está no segredo dos deuses, mas, para já, é possível antecipar a abertura de um espaço multimarca, com 190 m², no Aeroporto Internacional de Lisboa, e de seis novas lojas no Centro Comercial Ikea, em Matosinhos.

Numa altura em que cada vez mais marcas



JOSÉ JOÃO CASTRO
O anfitrião da
centenária Rosa &
Teixeira na Avenida
da Liberdade
em Lisboa.

optam por ter uma presença directa no mercado nacional, o Grupo Brodheim conta, assim, com parcerias internacionais para reforçar a sua presença no retalho próprio, actividade que é, hoje, responsável por 36% da sua facturação.

A empresa, que chegou ao fim de 2007 com um volume de negócios superior a 51 milhões de euros, é responsável por cerca de 70 lojas monomarca que comercializam as insígnias Furla, Timberland, Coronel Tapiocca, Sebago, Longchamps, Undercolors of Benetton, Burberry e a recém-inaugurada Tod's. Mais de metade destes espaços é gerida em sistema de franchising, actividade que contribui com uma margem de 16% para o negócio do Grupo Brodheim. Mesmo assim, é à distribuição que Ronald Brodheim vai buscar a maioria dos seus frutos, nomeadamente através de marcas como a Burberry, que é uma das grandes estrelas deste negócio nos segmentos homem, senhora e criança, mas que, em termos de retalho próprio, conta apenas com um espaço monomarca a funcionar desde 2005 na Avenida da Liberdade, em Lisboa. Na lista das cabeças-de-cartaz, está também

a Timberland, que, no retalho próprio, conta já com dezassete lojas monomarca, das quais seis são em regime de *franchising*. Empresa de capitais 100% portugueses, o Grupo Brodheim nasceu há mais de seis décadas devido à inspiração de Eric Brodheim, empresário responsável pela introdução em Portugal do fecho *éclair*, sensação parisiense do pós II Guerra Mundial. A marca de óculos de sol Silhouette, a mais antiga da carteira Brodheim, é uma das heranças do fundador que ainda permanece bem viva no negócio do grupo. A ela, juntam-se agora marcas como Façonnable Optique, Daniel Swarovski, Crystal Eyewear, Rip Curl, Roberto Verino e Adidas Eyewear, numa actividade representada pela Modavisão, empresa fundada no seio do grupo em 1992. Com o falecimento de Eric, em 1980, a gestão da empresa entrou na sua segunda geração familiar, sob a liderança de Ronald Brodheim, hoje na presidência do grupo. A estratégia de negócio foi então reestruturada através da criação de empresas comerciais independentes e de uma aproximação crescente ao retalho próprio e às cadeias monomarca.

A APOSTA DE QUALIDADE

De um lado, a Burberry; do outro, a Emporio Armani e a recém-chegada Tod's. Neste 204 da Avenida da Liberdade, em Lisboa, também há marcas. Mas, aqui, o que se vende é sabedoria. Sabedoria, conhecimento e confiança. Se um lema houvesse, seria este certamente. "As marcas que vendemos não se sobrepõem à imagem da Rosa & Teixeira", garante o Sr. Castro - José João, de seu nome -, anfitrião desta casa centenária já frequentada até por reis. "Haja dinheiro e as marcas fazem-se", acrescenta. Agora, a confiança...

Visitar a Rosa & Teixeira é quase como entrar num santuário da arte do bem trajar - já pronto ou feito por medida. Veja-se o próprio Sr. Castro, impecável no seu Cantarelli antracite de ponto fresco. E nada de entretelas termocoladas, daquelas que, mais cedo ou mais tarde, cedem ao peso das rugas. "Pois com certeza que me visto aqui", responde, enquanto acaricia os cortes de tecidos ingleses e italianos. "São os meus meninos", diz, embevecido.

Nos mais de 600 m² da Rosa & Teixeira, alinham-se casacos, camisas e gravatas em filas ordenadas por cores que fazem lembrar um estojo de aguarelas. Há espaço até para casacas e cartolas, muito ao gosto de um senhor embaixador.

Mas é ao descer as escadas, em direcção à selecta sala oval, onde são feitas as provas, que o melhor deste mundo se revela pelas mãos de costureiras e oficiais de alfaiataria, sob a batuta de giz do mestre Gomes. "Uma verdadeira universidade", apresenta o Sr. Castro. É daqui que saem as peças por medida, um hábito que não cai em desuso e que tanta fama dá a esta casa. À razão de algumas camisas e, mais ou menos, um fato por mês. O mestre Gomes tem alguma dificuldade em dizer que não aos clientes mais fiéis, mas o que é artesanal não se faz de um dia para o outro. Não se apressa. Aos novos clientes, aconselha-se que apareçam munidos da devida recomendação. É também por isso, pela morosidade rigorosa, que não é aqui que a casa mais ganha em receitas. Pelo contrário. Mas é esta alfaiataria que "faz com que a loja movimente muito bem. Esta é a melhor comunicação e a melhor publicidade que se pode fazer à Rosa & Teixeira", sustenta o anfitrião.

O Sr. Castro prefere não falar em números. Muito menos em marcas. "Viajamos por esse mundo fora, mas nunca vamos à procura de marcas, mas sim de produtos de qualidade. É por isso que já rejeitámos comercializar grandes marcas internacionais. Veja, por exemplo, este casaco. Repare no *drop* e no ponto picado. Uma perfeição. Parece um ser vivo acabado de nascer", ilustra. Mas são estas, através da linha de pronto-a-vestir, que mais lucro dão à Rosa & Teixeira. Entre algumas dezenas, estão a Canalli e a Cantarelli. Ou uma Cuccinelli, mais desportiva. Todas em exclusivo. E só para quem pode.