



Copa da Alemanha será vitrine para o Brasil

Fernando Scheller - Especial para o Estado

Idéia do governo federal é transformar o evento esportivo numa plataforma de vantagens econômicas para o País

KASSEL, ALEMANHA - A Copa do Mundo de 2006, que será realizada na Alemanha, promete ser uma grande vitrine para produtos brasileiros, especialmente os ecologicamente corretos. Durante a Biofach, maior feira de orgânicos do mundo, que vai até domingo em Nuremberg, Alemanha, e tem o Brasil como país-tema, a Apex - agência oficial de promoção de exportações - está conversando com varejistas alemães para criar seções especiais de mercadorias made in Brazil pelo país no ano que vem. Uma das parcerias já fechadas é com a Kaufhof, uma das maiores lojas de departamento da Alemanha, com 125 anos de existência.

De acordo com o presidente da Apex, Juan Quirós, o Brasil tem exposição natural durante a Copa do Mundo, pois geralmente é um dos favoritos ao campeonato. A idéia do governo federal é transformar o evento esportivo numa plataforma de vantagens econômicas para o País.

Ontem, durante a feira, Quirós teve reuniões com três diferentes redes de supermercados. A rede Basic - que está presente em oito cidades alemãs e trabalha só com produtos orgânicos - deve vir para o Brasil nos próximos dois meses para adquirir mercadorias. Nesse tipo de visita, informa o presidente da Apex, os lojistas costumam comprar de R\$ 3,5 milhões a R\$ 10,5 milhões em produtos. No que se refere a produtos orgânicos, o maior interesse é por açúcar, café, cachaça e mel.

Ao fechar parcerias com lojas de departamento e supermercados, a Apex costuma promover eventos paralelos para atrair a atenção do consumidor estrangeiro. "O europeu tem natural curiosidade sobre o Brasil, especialmente no que se refere a alimentos e cosméticos, por causa da imagem de biodiversidade que o país tem", afirma Quirós.

Para reforçar esse interesse, a agência monta eventos como desfiles de moda, shows de música. Além disso, a agência abre, por alguns dias, o Bar Brasil, no qual os consumidores estrangeiros podem degustar comidas e bebidas típicas nacionais. No caso das lojas de departamento, além de produtos orgânicos, as seções de mercadorias brasileiras - que ganham decoração especial - também vendem móveis, jóias e calçados.

Além de redes de supermercados regionais de lojas de departamento, outro parceiro importante da marca Brasil durante a Copa do Mundo será a rede francesa Carrefour, com a qual a Apex já tem parceria. Em alguns países, o Carrefour tem prateleiras especiais para a marca Brasil, segundo o presidente da Apex.

Com cem expositores na Biofach, que termina no domingo, o Brasil também está procurando companhias estrangeiras interessadas em investir em processamento das matérias-primas em território nacional. "Assim, deixaríamos de exportar produtos a granel para trabalharmos com a mercadoria pronta, com mais valor agregado", explica Quirós.