

COM SOTAQUE BRASILEIRO

PROPRIETÁRIOS DE Pousadas e hotéis, especialistas em vinhos, músicos. As histórias de empreendedores franceses radicados no país que conseguiram transformar boas ideias em negócios de sucesso

LIGIA MOLINA

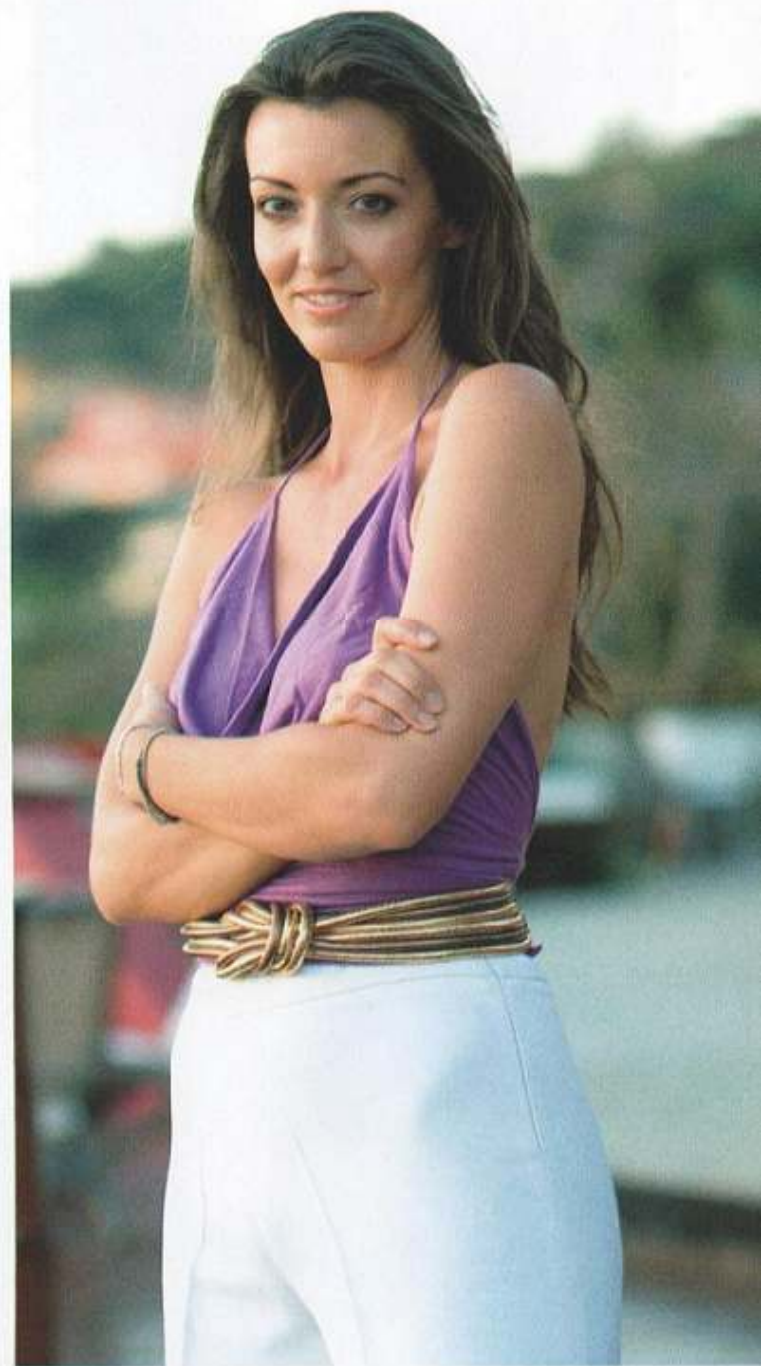
Atualmente, o Brasil registra a presença de mais de 18 mil franceses em diferentes estados, de acordo com o Consulado da França. As razões que justificam esses números são várias. Atraídos, a princípio, pelas belezas naturais, motivados a superar desafios profissionais, entre outros fatores, alguns resolveram eleger o país como sua segunda pátria. Mais do que realização pessoal, a trajetória de muitos dos que optaram permanecer em território brasileiro revela um ponto em comum: empreendedorismo e criatividade. Somadas, essas ações, hoje, contribuem para o desenvolvimento de diversos setores da economia e para a repercussão da imagem do país no exterior. Mas o que torna o Brasil o lugar ideal para esses empresários franceses?

Emmanuel Rengade, proprietário da Pousada Picinguaba, localizada na Vila de Picinguaba, em Ubatuba (SP), acredita que o país é uma terra de oportunidades. "Enquanto na Europa os mercados estão maduros ou saturados, o Brasil apresenta inúmeras possibilidades de negócios e setores a explorar", destaca. Nascido na Borgonha, formado em

Ciências Políticas e com mestrado em Administração, ele conta que sua paixão pela natureza e sua curiosidade por novas culturas o trouxeram para a América do Sul, em 1997. "Durante essa viagem fui contratado por uma empresa americana que desenvolvia projetos em energia no continente e parte desse trabalho exigia conhecer diferentes regiões brasileiras. Foi assim que cheguei a Picinguaba", revela.

Mesmo sem experiência, a paixão de Rengade pela pequena vila de pescadores o fez projetar nesse cenário paradisíaco um hotel, com a proposta de estimular as pessoas a trocar o ambiente das grandes metrópoles pelo contato com a natureza. A ideia ganhou forma em 2001, com o lançamento de um empreendimento diferenciado com 10 quartos e vista para o mar, em uma praia de três quilômetros de extensão de área protegida.

Hoje, valorizar as belezas naturais da região é parte dos objetivos da Pousada Picinguaba, que curiosamente dispensa a presença de televisão e telefone nos quartos, o acesso à internet e o uso do ar-condicionado. "Esse conceito foi elaborado ao longo dos anos, com



Emmanuelle, do Insólito Hotel: oferta de serviços diferenciados e ambientes temáticos inspirados na cultura do país

COMPORTAMENTO

base em informações que pouco ou nada tinham a ver com a indústria hoteleira”, explica o proprietário. Considerando a liberdade como a maior vantagem de seu negócio, Regande ressalta que o Brasil apresenta um grande potencial em turismo, ampliando as oportunidades de atuação. É com essa meta, aliás, que ele agora desenvolve, com parceiros financeiros da França, um segundo projeto hoteleiro, em uma fazenda em estilo colonial situada nas montanhas entre São Paulo e Picinguaba, próximo a São Luis do Paraitinga.



Foi essa mesma vocação empreendedora que fez com que Emmanuelle Meeus de Clermont-Tonnerre também apostasse na criação de um diferencial turístico. Antes de desembarcar definitivamente em território brasileiro na companhia de seu marido, a francesa, nascida em Paris e formada em Direito, com mestrado em Economia, conta que conheceu o país durante uma rápida viagem de férias. “Depois que chegamos ao Rio de Janeiro, decidimos visitar várias regiões, como Fernando de Noronha, Trancoso (BA), Salvador (BA) e Bonito (MS). Nesta época eu não sabia nada sobre o assunto, mas como hóspede percebi que o Brasil não oferecia muitas opções em hotelaria de luxo. Isso me motivou a buscar informações e a aprender tudo sozinha”, explica.

Em suas pesquisas, ela descobriu que os melhores hotéis de Búzios (RJ) tinham uma ocupação anual de 80% a 90%. “Eu me hospedei em ótimos locais, cheios de charme, mas notei que sempre faltava algum detalhe especial. Descobri que poderia fazer

SEGUNDA CASA

Dados divulgados pelas regionais do Consulado da França revelam que, até fevereiro, o Brasil registrava a presença de 18.619 franceses radicados em seu território, nas seguintes localidades:

8.627 6.583 3.409



melhor”, justifica a proprietária do Insólito Boutique Hotel.

Localizado na praia da Ferradura, o empreendimento tem quartos temáticos, inspirados na cultura brasileira, que apresentam obras de arte e livros sobre música, fotografia, entre outros, e projetos assinados por arquitetos de renome. Recepcionando principalmente estrangeiros, Emmanuelle lembra que o hotel registrou somente em janeiro de 2010 71% de taxa de ocupação. “Os clientes gostam do conforto, do atendimento e da decoração. Para comprovar esse reconhecimento, em novembro do ano passado, a revista inglesa *Wall Paper* publicou um especial sobre as razões para se conhecer vários países, entre eles o Brasil. Em uma lista de 40 motivos, o Insólito conquistou a oitava colocação”, ressalta a empresária.

Por acreditar que para se destacar no mercado é preciso oferecer um serviço melhor que o dos concorrentes, a empresária agora planeja tornar seu empreendimento um hotel-modelo, com destaque às práticas sustentáveis. “A meta é

BELAS PAISAGENS E OPORTUNIDADES VARIADAS CONTRIBUEM PARA QUE O BRASIL SEJA ELEITO A SEGUNDA PÁTRIA DE MUITOS FRANCESES

implantar novas ações que reduzam o impacto ambiental, ser ainda mais parceiro de nossos funcionários, auxiliar no desenvolvimento da comunidade local e incentivar investimentos em projetos que gerem mais qualidade de vida”, resume.

Visão global – Novos desafios profissionais, por sua vez, motivaram Eric Gozlan a permanecer em terras brasileiras. Após trabalhar por quase dois anos na Essilor Brasil, o empresário resolveu trocar o universo das grandes corporações por um empreendimento próprio. Unindo experiência à sua criatividade, o francês fundou na cidade de Curitiba (PR), em 2002, uma boutique de óculos especializada em design: a Eric Gozlan Lunettes. “Minha

função na Essilor era oferecer treinamento técnico e de vendas em diferentes estados. Assim, consegui ter uma visão global do mercado ótico brasileiro”, relata Gozlan, ao explicar que a iniciativa surgiu depois de constatar que o modelo de negócios nessa área era igual em todas as cidades visitadas. “Notei o que faltava em produtos e serviços e busquei inovar”, acrescenta.

A inovação veio com a oferta de óculos importados da França – país pioneiro neste setor – e do atendimento personalizado ao público brasileiro. O desafio inicial foi comercializar marcas já

Regande, da Pousada Picinguaba: “Enquanto na Europa os mercados estão maduros, o Brasil apresenta inúmeros setores a explorar”

