

## De pai para filhos

Renato Franco é um dos mais conhecidos e tradicionais nomes do mercado de antiguidades, em Caxias do Sul. O aposentado de 74 anos, com passagem rápida pelo ramo da gastronomia, dedicou praticamente toda a sua vida aos itens antigos. Primeiro como acumulador de bens, prática que foi base para tornar-se, posteriormente, um negociante informal de compra e venda. Tinha apreço por placas, esculturas, pratarias e móveis, dentre outras peças colecionáveis. À época, seus filhos Jonathan e Abba sequer tinham nascido. Mas ambos foram atraídos para a atividade.

Nascido em 1982, Jonathan Franco pegou gosto, entre os anos 1994 e 1995, por carros antigos, também de interesse do pai. Em paralelo ao negócio de venda de peças para atender um mercado em expansão, tornou-se colecionador de outros itens, que o levaram, em 2002, a criar um antiquário que leva seu nome, administrado em parceria com a



Jonathan Franco (C) com a esposa Taís Dall Agnol e o filho Ircy estão à frente de uma das marcas mais tradicionais

esposa Taís Dall Agnol e o filho Ircy, de 13 anos, que deu início à terceira geração, dedicando-se a colecionar bicicletas. “Comecei com uma coleção, que foi aumentando e repetindo peças, quando decide vender. A paixão virou um negócio”, recorda.

A pequena coleção transformou-se em um grande negócio de antiguidades, que lota um pavilhão de 500 metros quadrados,

de construção também antiga, e prestes a ganhar mais um espaço, dedicado ao Museu do Rádio e do Relógio. “Muito tempo atrás comecei a colecionar rádios antigos. Tenho agora a meta de montar o maior museu do rádio e relógio do Rio Grande do Sul. Já temos mais de 600 rádios e 400 relógios”, frisa. Ainda não há local definido, tampouco a data de início da atividade. “O mais importante, que é

o estoque, eu já tenho”, celebra. O antiquário abriga mais de 50 mil itens de valor histórico. “São peças que foram passando por várias gerações de imigrantes na Serra”, assinala.

De acordo com Franco, o público comprador é bem variado, de jovens a pessoas com mais idade, em função da grande diversidade de itens. Dos conteúdos disponíveis, em torno de 30% a 40% têm

origem no exterior, adquiridos de colecionadores nacionais. “Tenho uma coleção de máquinas de escrever americanas”, frisa.

Tem sido comum também utilizar peças antigas em apartamentos novos por uma decisão pessoal do cliente. O interessado costuma ir até a loja, escolher as peças, filmá-las e informar o decorador ou arquiteto do seu desejo. Outro formato de venda é na própria residência do cliente que quer se desfazer das peças. De acordo com Franco, é feita uma seleção de itens para o antiquário e o restante é vendido no imóvel. “O pessoal tem gostado bastante dessa forma, mas o nosso foco principal continua sendo a venda no antiquário”, assinala.

Franco não trabalha com peças em consignação, que é comum em outros locais. Segundo ele, é uma prática que dificulta a negociação no momento da venda, impedindo a concessão de descontos. “A gente não é dona da peça. Por isso, temos de vender pelo preço já fixado, sob pena de termos de assumir a diferença caso o fornecedor não aceite alterações”, explica. A compra de produtos e administração do estoque são integralmente mantidas com recursos próprios.

## A casa mais enferrujada de Caxias do Sul

Segundo filho da família Franco a seguir no mercado de antiguidades, Abba tem negócio próprio há oito anos, mas atua no segmento há mais de 15. Depois de um período inicial trabalhando informalmente e, posteriormente, em sociedade com o irmão Franco, investiu no Armazém da Velharia, que hoje ocupa uma casa centenária e tem média de 20 mil itens à venda. “Comecei vendendo em leilão pela internet um pequeno lote de itens que pedi ao meu

pai. Deu bom resultado e resolvi seguir no ramo”, recorda o empresário de 33 anos.

Após vários anos dedicando-se exclusivamente às vendas pela internet, cedeu às pressões dos clientes e montou um espaço físico na residência de quatro cômodos. “Não demorou muito para que praticamente toda a casa estivesse tomada por produtos. Houve momentos em que sentia vergonha de receber os clientes”, afirma.

A situação mudou com a aqui-

sição do imóvel ao lado de sua residência. “Sempre desejei esta casa, que tem mais de 100 anos, e chegou a ser um hospício”, salienta. A construção em alvenaria e com madeira internamente é original, e Abba Franco se limita a fazer pequenos reparos e limpezas. “Quero manter a essência do imóvel, que é uma representação histórica da cidade”, assinala. A pintura é original e plantas cobrem o telhado. Nas redes sociais é apresentada como #acasamai-

senferrujadecaxiasdosul.

O mesmo pensamento se estende aos produtos. Abba Franco opta por não restaurar, limitando-se a uma limpeza quando necessária. “Busco manter a essência e características históricas da peça. É um papel importante resgatar memórias. Muitos clientes compram determinadas peças porque remetem aos tempos de seus antepassados”, define.

A carteira é de aproximadamente 5 mil a 6 mil clientes assíduos, com maior concentração de vendas pela internet. Os consumidores estão espalhados por todo o Brasil e também em alguns países. Parte desta carteira contempla profissionais da decoração, que costumam adquirir lotes de antiguidades para mesclar com o imóvel de características contemporâneas. Reconhece, no entanto, que este mercado já foi mais forte no passado. Neste segmento são comuns a realização de garimpos para atender demandas de clientes específicos. A venda por leilões online segue como estratégia de venda. Já os presenciais são raros.

## Coleção inigualável

Dentre os milhares de itens, uma coleção é considerada especial pelo empresário. Ao longo de quase quatro anos, ciclo encerrado em 2024, Abba Franco garimpou produtos na residência de um ex-funcionário, já falecido, da antiga Metalúrgica Abramo Eberle, precursora da metalurgia na Serra Gaúcha. “Não creio que haja, na cidade, algo similar, é imensurável o valor deste conteúdo”, assinala.

Dentre as centenas de variados itens, destacam-se lamparinas, facas, pratarias, formas, catálogos, caixas de documentos e talheres gigantes da Disney, que marcaram presença no desfile da Festa Nacional da Uva de 1978. Os itens foram usados para divulgação da nova linha infantil, que trazia as figuras dos personagens Mickey, Minnie e do cachorro Pluto. As peças de 1,85m de altura foram confeccionadas em alumínio.



Armazém da Velharia aposta na grande procura por produtos que foram sucesso no passado