

REPORTAGEM ESPECIAL

Pandemia de Covid-19 modificou o modelo de negócio

Roberto Hunoff, especial para o JC
economia@jornaldocomercio.com.br

Advogada de formação e com vários anos de atuação na área jurídica, Michele Censi sempre foi uma apaixonada por antiguidades e frequentadora assídua de antiquários. Há seis anos, surgiu a oportunidade de se tornar mais ativa no mercado com a decisão dos fundadores da Art Rarus de vender o negócio, criado em 2007 para suprir um nicho de mercado que começava a ganhar corpo em Caxias do Sul. “Como já era cliente da loja, gostava de arte e surgiu a oportunidade, resolvi investir”, ressalta.

Reconhece que é um mercado difícil de atuar, principalmente para quem não tem experiência. Frisa tratar-se de um comércio bem diferente, que deve ser tratado mais como galeria do que como loja em razão do mix variado de produtos, que reúne esculturas, quadros, toalhas de mesa, porcelana, pratarias e cristais, dentre outros. “Temos aqui peças de 300 anos, produzidas no século 17”, destaca.

Para Michele, o principal segredo de um antiquário é a capacidade de garimpar produtos diferentes e exclusivos. Reconhece que a Região da Serra é pouco fértil neste sentido, pois os imigrantes que aqui chegaram vieram com o mínimo necessário para iniciar a construção de uma nova vida. “Na maioria, são móveis simples do ponto de vista artístico. Já



Michele sempre foi apaixonada por antiguidades e decidiu investir no mercado, adquirindo a Art Rarus

a memória afetiva é outra coisa”, assinala. Diz receber muitas ofertas de produtos, mas poucas com o padrão exigido pelo antiquário. “Aqui é raríssimo encontrar, quando acontece gera uma alegria muito grande”, afirma.

Esta condição faz com que o antiquário invista na importação de itens, a maioria da Europa. Para ter acesso a estes produtos, desenvolveu uma rede de parcerias para a garimpagem em diferentes países. “Prezo por peças diferenciadas, de maior valor

agregado, que é a demanda do nosso público”, assinala. Reconhece, no entanto, que é um mercado com consumidores distintos. “É bacana esta diversidade, porque algo mais simples também é um resgate de memórias. Quem trabalha com antiguidades é guardião de muitas histórias”, reforça.

A aquisição no exterior agrega a preocupação com a logística, pois as cargas demoram para chegar e podem sofrer avarias adicionais, bem como desgastes em função de fenômenos climáti-

cos. Esta é mais uma razão para que todos os itens passem por restauro, caso dos móveis e lustres, especialmente, além do polimento das pratarias e das peças em bronze. “Procuramos deixar o item impecável. Nos lustres chegamos a trocar a fiação, pois alguns ainda vêm com modelos em tecido”, explica.

De forma geral, os antiquários trabalham com capital próprio, com o reinvestimento em novas peças a partir das vendas realizadas. Além do preço do item, é pre-

ciso investir em frete qualificado, tanto para vinda da peça do exterior, quanto na entrega local. Por fim, os custos de restauro e, em muitos casos, o longo tempo até a venda. “É preciso estudar e conduzir muito bem este processo, amparado em uma boa estratégia de marketing”, esclarece.

O antiquário Art Rarus tem na decoração e arquitetura importante filão de consumo. Michele Censi explica que os profissionais levam os clientes até o espaço para escolhas conjuntas ou já trazem uma relação previamente definida. Outra razão para que as peças disponíveis passem por restauro e higienização, além da exposição em um ambiente agradável. “Os profissionais conseguem mesclar o contemporâneo com as antiguidades e se interessam muito porque estão levando itens exclusivos para os projetos. Boa parte dos consumidores ainda valoriza ambientes diferenciados, que pode ser oportunizado com antiguidades”, ressalta.

Michele reconhece que a experiência adquirida lhe deu condições para direcionar a venda para determinado cliente, com perfil associado ao item. “O mercado de antiguidades é de oportunidades. Não só a questão financeira, mas encontrar as peças certas e exclusivas”, frisa. Os itens como maior procura são cômodas, que mesmo com a troca das tendências do mobiliário, segue como peça coringa, espelhos, cristaleiras, porcelanas e taças de cristal.



O Porão, criado pouco antes da pandemia, oferece aos clientes mais de 2 mil peças vintage

Especialista em restauração

Um dos raros e com mais de 30 anos de experiência na restauração de antiguidades, Edgar Isoton, em parceria com a esposa Carine Verza, administra o antiquário O Porão, em Caxias do Sul, criado pouco antes da pandemia de Covid. Isoton recorda que ingressou na atividade no período de ascensão do mercado de madeira de demolição, produto muito procurado por arquitetos. “Entrei no mercado para aproveitar aquele momento, e sigo até hoje”, destaca.

Com a experiência de três décadas afirma que o mercado de antiguidades está consolidado e em crescimento, pois parcela representativa do cliente de hoje não se importa mais se a peça é original, réplica ou retrô. “O público é muito diversificado, razão para

que os antiquários agreguem outros tipos de produtos e invistam na oferta de itens que caíram em desuso no passado, como os vinhos, que estão retornando com muita força. Mas também tem demanda para giletes e isqueiros, por exemplo”, assinala.

Isoton identifica o ingresso significativo no mercado de pessoas com menor poder aquisitivo, pois vários antiquários estão trabalhando com preços mais acessíveis, algo raro no passado. As porcelanas constituem o produto principal do antiquário, que tem cerca de 2 mil peças em estoque. Dentre elas, de origem americana e alemã, principalmente, algumas com mais de 200 anos, como telégrafo. Na condição de restaurador também atende demandas de colecionadores.