

## **PERFUMES/PE**

# *VPO pretende entrar no mercado afro-brasileiro*

ÂNGELO CASTELO BRANCO  
RECIFE

Criada há 13 anos pela psiquiatra pernambucana e hoje empresária Valéria Sultanum, a VPO vem ampliando sua participação no mercado de perfumes. Destacam-se a linha de deocolônias e o lançamento progressivo de perfumes florais e frutais, de acordo com as preferências da população. A empresa importa essências de uma empresa instalada em Marseille, na França. Só neste ano já recebeu cerca de 2 toneladas de essências variadas.

O Brasil movimentava anualmente cerca de R\$ 2 bilhões com as vendas de perfumes e colônias (23 mil toneladas), ficando o Nordeste responsável pela maior fatia desse mercado (60%), segundo dados da Abihpec, entidade que representa o segmento no país.

Valéria Sultanum explica que sua experiência com a psiquiatria e com os tratados a respeito do tema indicam uma estreita relação entre o perfume e a auto-estima da população.

Instalada num espaço de 500 metros quadrados no bairro do Cordeiro, zona oeste do Recife, a VPO lança agora novas linhas de perfume e parte também para conquistar outros nichos de mercado, incluindo a produção de séries exclusivas de deocolônias e perfumes especiais para marcar datas e eventos de grandes corporações.

A experiência da empresa indica que a população nordestina é mais sensível aos perfumes doces, notadamente nas classes sociais D e E. As camadas A e B da população preferem as fragrâncias frutais e florais. As avaliações e controle de qualidade dos títulos produzidos pela VPO, segundo a empresária, seguem o padrão universal adotado pelos tradicionais fabricantes europeus.

O Nordeste é o maior consumidor de deocolônias do país, razão pela qual a empresa privilegia esse tipo de perfume nas linhas de produção. Em suas composições, a deocolônia contém entre 8% e 10% de essência, enquanto no perfume esse percentual sobe para 25%. Valéria Sultanum comenta que os produtos que estão sendo lançados pela VPO seguem padrões rigorosos de qualidade semelhantes aos franceses. "Assim é a linha Nova Era de perfumes, hidratantes, óleos corporais, espumas de banho, after shave, gloss,

batons, cheiros de ambiente e águas perfumadas." Os lançamentos acabam de chegar ao mercado através da VPO Perfumaria, num projeto de marketing que custou R\$ 120 mil e seis meses de pesquisas. No portfólio da marca constam 42 produtos distribuídos em oito linhas. As vendas serão feitas através do sistema de marketing de rede e a meta é comercializar cerca de 600 mil produtos até o final de 2007.

Para o desenvolvimento dos perfumes, a empresária Valéria Sultanum apostou na diversidade de fragrâncias como forma de atender de maneira personalizada os diferentes gostos do consumidor. Ela esclarece, no entanto, que o brasileiro prefere perfumes com notas quentes e sensuais.

### **PRODUTOS**

A fábrica iniciou as atividades com a produção de deocolônias, chamadas "Madeira de Lei", que eram destinadas a um público de classe média. A família de produtos e serviços se aprimorou e cresceu. Hoje, a empresa é distribuidora de essências, frascos, válvulas, tampas e embalagens, através da Essência e Companhia; franqueadora das lojas.