



PRESSEMAPPE „Velho Barreiro“

SUCOs DO BRASIL präsentiert den Premium Cachaça

Cachaça



VELHO BARREIRO®

The Brazilian Way Of Celebrating



Inhalt

Pärchenbildung lateinamerikanischer Originale	3
Presseinformation zum Berliner Bar Convent 2011	
Ursprung und Herkunft des Premium Cachaça „Velho Barreiro“	5
Unternehmensporträt	
Jenseits von Caipirinha: Brasilianischer Genuss mit Velho Barreiro	6
Produktsortiment	
Gib dem Cachaça Zucker	7
Velho Barreiro Handelsaktion 2011	
Açucar Refinado Especial	9
Produktbeschreibung	
SUCOs DO BRASIL - Importeur und Großhändler für lateinamerikanische Produkte	10
Unternehmensporträt	
Als Exot gestartet, zum Geheimtipp entwickelt	11
Christian Wurm im Interview mit Mercurio Drinks	
Pressebilder	15
Kontakt	17



PRESSEINFORMATION

Pärchenbildung lateinamerikanischer Originale

SUCOs DO BRASIL gibt dem Cachaça auf dem Berliner Bar Convent Zucker

Düsseldorf, den 07.10.2011 – Auf dem diesjährigen Bar Convent in Berlin (10. und 11. Oktober 2011) setzt SUCOs DO BRASIL mit Cachaça Velho Barreiro auf den erfolgreichen Trendsetter im Sortiment. Der mehrfach ausgezeichnete Zuckerrohrschnaps führt Fachbesucher und Barkeeper in die Cocktail-Welt jenseits von Caipirinha und Mojito. „Für uns ist der Bar Convent Berlin mit den Verkaufsgesprächen und dem Entdecken neuer Trends und Bedürfnisse ein Pflichttermin“, unterstreicht SUCOs DO BRASIL-Geschäftsführer Christian Wurm den Stellenwert der Veranstaltung.

Neben verschiedenen Qualitäten des Velho Barreiro hat der Düsseldorfer Importeur und Großhändler für lateinamerikanische Produkte noch einen weißen Rohrzucker und eine besondere „Crema de Coco“ in seinem Koffer für Berlin. Die Verbindung von hochwertigen Original Lebensmitteln mit exquisiten Spirituosen ist für SUCOs DO BRASIL eine Frage der Überzeugung und des Geschäftsmodells. Handelspromotions, die auf diese Kombinatorik setzen, bestätigen die Attraktivität und Akzeptanz der besonderen Pärchenbildung.

Der echte Geschmack Lateinamerikas

Am Stand E12 lädt SUCOs DO BRASIL dazu ein, den „Brazilian Way of Celebrating“ kennenzulernen. Für die Verkostung der Qualitäten Velho Barreiro Silver und Gold steht Geschäftsführer Christian Wurm persönlich zur Verfügung. Weitere Kostproben sind möglich: Eine „Crema de Coco“, eine Kokosnuss-Creme aus der Dominikanischen



Republik und der weiße Guarani Rohrzucker präsentieren sich als originale
Ingredienzen für Cocktails und Longdrinks mit lateinamerikanischem Temperament.

Guanari Rohrzucker und die Crema de Coco der Marke Famosa sind nur zwei
Produkte aus dem jüngst vorgestellten Feinkostsortiment von SUCOs DO BRASIL, die
in die Welt der Bars und der Gastronomie gehören. Mit dem Versprechen, für den
echten Geschmack Lateinamerikas zu stehen, bietet das neue Sortiment besondere
Kostbarkeiten und einfache Zutaten – aber immer original. Interessenten finden den
Katalog als PDF-Download unter www.sucos.com.

„Brazilian Way of Celebrating“

SUCOs DO BRASIL auf dem Berliner Bar Convent 2011

10. und 11. Oktober 2011

Postbahnhof am Ostbahnhof, Berlin, Stand E12

Ursprung und Herkunft des Premium Cachaça

„Velho Barreiro“

Unternehmensporträt

1909 – wurde die Zuckerrohrschnapsfabrik Tatuzinho in einem Vorort São Paulos gegründet. Damals noch traditionell in Handarbeit destilliert, wurde das gleichnamige Produkt Jahrzehnte später zu der bekanntesten und meistkonsumierten Cachaça Marke Brasiliens.

1970 – Mit Einführung der Marke „3 Fazendas“ und der Expansion des Marktes, fand eine Verschmelzung statt, die zur Gründung der Industria Reunidas de Bebidas Tatuzinho 3 Fazendas Ltda (Verband der Getränkeindustrie Tatuzinho 3 Fazendas Ltda.) führte.

1975 – Mit dem Kauf der Marke „Velho Barreiro“ war der Zyklus komplett. Tatuzinho, 3 Fazendas und Velho Barreiro sind gemeinsam in alle Regionen Brasiliens vorgedrungen, zu einer Zeit, als noch die wenigsten Unternehmen sich trautes, den Markt des großen, nationalen Gebietes zu beherrschen.

Heutzutage wird der Cachaça immer noch in großen Holzfässern (Rose Jequitiba) gelagert, die, pro Fass, ungefähr eine Million Liter beinhalten können. Das Equipment europäischer Herkunft garantiert eine hohe Qualität während des Herstellungsprozesses. Dieser wird durch das Ministerium für Gesundheit und Landwirtschaft streng kontrolliert.

Der Verband der Getränkeindustrie Tatuzinho 3 Fazendas Ltda. ist einer der Hauptexporteure von Cachaça in Brasilien. Er exportiert in über 20 Länder weltweit - nicht nur das Produkt, sondern auch ein Stück der Geschichte Brasiliens.

Jenseits von Caipirinha:

Brasilianischer Genuss mit Velho Barreiro

Produktsortiment

SUCOs DO BRASIL rückt in diesem Jahr mit dem Premium Cachaça „Velho Barreiro“ das heimliche Nationalgetränk Brasiliens in den Mittelpunkt. Weit entfernt nur Schnaps aus Zuckerrohr zu sein und mit einer kaum entdeckten Vielfalt an Cocktails und Longdrinks jenseits des klassischen Caipirinha ist „Velho Barreiro“ für jeden Barkeeper und Gastronomen eine persönliche Entdeckung wert.

Produkte



Velho Barreiro silver

Alc. 39 % vol.

Sortiment: 700 ml, 1,0 l



Velho Barreiro gold

Alc. 39 % vol.

3 Jahre

Sortiment: 700 ml, 1,0 l

Preis: ISW 2010 silber



Velho Barreiro gold deluxe

Alc. 39 % vol.

10 Jahre

Sortiment: 700 ml

Preis: ISW 2009 gold



Gib dem Cachaça Zucker

SUCOs DO BRASIL knüpft mit Handelsaktion an den Erfolg auf der barzone an

Die Bilanz der barzone (24. & 25. Mai 2011) fiel bei dem Düsseldorfer Importeur und Großhändler für lateinamerikanische Produkte ausgesprochen positiv aus. Die Präsentation des Cachaça „Velho Barreiro“ in der Practice Area war komplett ausgebucht. Diese kenntnisreiche Einführung in die praktischen Geheimnisse des Cachaças von Gastro-Consultant Stefan Maier fand insbesondere bei Barkeepern und Gastronomen großen Zuspruch.

Am Stand von SUCOs DO BRASIL freute sich Geschäftsführer Christian Wurm über die zahlreichen Gespräche mit Fachhändlern und Vertretern des GFGH. In Folge der neuen Kontakte und Anfragen verzeichnete SUCOs DO BRASIL einen deutlichen Schub der Listungen im Handel. An diesen Erfolg knüpft die aktuelle Aktion der Cachaça-Experten aus Düsseldorf an.

Exklusives Gastro-Set für Fachhandel und GFGH

Unter dem Motto „Gib dem Cachaça Zucker“ bietet SUCOs DO BRASIL ein besonderes Gastro-Set an. Gemeinsam mit drei Flaschen Velho Barreiro Silver und einer Gratis-Zugabe von sechs Caipirinha Gläsern sowie einem Caipirinha Stampfer finden sich auch zwei Kilo des weißen, brasilianischen Rohrzuckers „Açúcar Refinado Especial“ in dem Velho Barreiro Starter-Set.



Handelsaktion 2011



Velho Barreiro Gastro-Set

Inhalt:

- 3 x 1,0 l Velho Barreiro silver
- 2 x 1,0 kg Guarani weißer Zucker
- 6 x Velho Barreiro Caipirinha Gläser
- 1 x Velho Barreiro Stampfer aus Holz



Velho Barreiro Caipirinha-Set

Inhalt:

- 1 x 0,7 l Velho Barreiro silver
- 2 x Velho Barreiro Caipirinha-Gläser
- 2 x Stirrer
- 1 x Velho Barreiro Stampfer aus Holz



Açucar Refinado Especial

Produktbeschreibung

Gib dem Cachaça Zucker! Aber bitte den richtigen: unseren Açucar Refinado Especial, das weiße Original aus Brasilien. Denn dort kommt in Cocktails wie Caipirinha, Mojito oder Daiquiri nur weißer Rohrzucker. Seine intensive Süße geht mit einem leichten, fruchtigen Aroma einher und ist daher ideal für Mixgetränke.

Açucar Refinado Especial löst sich leicht und schnell auf und lässt den anderen Zutaten des Cocktails ihre eigene Farbe. Neben einem Cachaça Velho Barreiro und einer frischen Limette gehört er in jeden guten Caipirinha. Seine Vorzüge empfehlen Guarani Rohrzucker auch zum Süßen von Heißgetränken oder zum Verfeinern von Süßspeisen.

In der neuen 250 Gramm Verbraucher-Packung, die seit Juni 2011 erhältlich ist, erobert der süße Weiße aus Brasilien nun die Theken und Tische in der Gastronomie sowie das Küchenregal Zuhause. Die einfache Dosierung und das gefällige Design von schlichter Eleganz lassen die neue Verbraucher-Packung hier wie dort gut aussehen.



Açucar Refinado Especial

Verbraucher-Packung, 250 Gramm



SUCOs DO BRASIL – Importeur und Großhändler für lateinamerikanische Produkte

Unternehmensporträt

SUCOs DO BRASIL ist Importeur und Großhändler für lateinamerikanische Produkte und beliefert europaweit Groß- und Fachhändler sowie die Gastronomie. Das Produktportfolio umfasst Bier, Spirituosen, Weine, Lebensmittel und Getränke aus Lateinamerika, wobei der Fokus auf brasilianischen Produkten liegt.

Bereits vor über 25 Jahren hat SUCOs DO BRASIL damit begonnen, die exotische Welt Brasiliens in Deutschland erlebbar zu machen. Stand in den Achtziger- und frühen Neunzigerjahren noch die Erlebnisgastronomie im Vordergrund, so liegt das Kerngeschäft seit 1996 im eigenen Brasil-Import und Großhandel.

Mehr Information über SUCOs DO BRASIL finden Sie unter www.sucos.com.

Hintergrund

Die feine, exotische Welt wurde ab 1984 durch SUCOs DO BRASIL in Deutschland etabliert, zunächst als Bistro-Bar-Café, später auch als Lanchonet-Konzept und als Vollrestaurant mit turbulentem Showgeschehen.

Mit dem Thema „Brasil-Importe“ haben sich im Laufe der Jahre verschiedene Unternehmen mit wechselndem Erfolg beschäftigt. SUCOs DO BRASIL hat Konsequenzen daraus gezogen und 1996 einen eigenen professionellen Brasil-Import und Großhandel aufgezogen. Ab März 2005 hat der langjährige Mitarbeiter Christian Wurm das Import- Großhandelsunternehmen übernommen. Christian Wurm ist Betriebswirt, spricht fließend portugiesisch und verfügt über beste Kontakte zur brasilianischen Handelskammer. Er reist regelmäßig nach Brasilien, um bestehende und neue Handelsallianzen zu pflegen.



Als Exot gestartet, zum Geheimtipp entwickelt

Wachsende Nachfrage für Weine und Spirituosen aus Brasilien

*Christian Wurm im Interview mit Michael Stolzke, Mercurio Drinks
(Köln, 28.02.2011)*

Ob Cachaça oder Rum, Bier oder Wein - immer mehr Markenprodukte aus Südamerika finden ihren Weg ins alte Europa und verweisen dabei selbst auf lange Traditionen. Mercurio Drinks sprach mit Christian Wurm, Geschäftsführer des Düsseldorfer Importeurs und Großhändlers SUCOs DO BRASIL, über Spirituosen und Weine aus Brasilien im deutschen Markt.

Mercurio Drinks: *Herr Wurm, Sie waren vergangene Woche auf der Finest Spirits in München. Ein erfolgreicher Event für SUCOs DO BRASIL?*

Wurm: Eindeutig ja, für uns war die Finest Spirits ein klares Erfolgserlebnis. Wir sind dort mit mehreren Spitzenprodukten angetreten und konnten das sehr unterschiedliche Publikum davon überzeugen, dass insbesondere in Sachen Cachaça Brasilien mehr zu bieten hat, als die sehr begrenzte Auswahl in Deutschland verrät. Die Besucher konnten diesen Qualitätsunterschied bei uns schmecken, da ist die Spirituose selbst das beste Verkaufsargument. Das gilt vor allem für die lokalen Fachhändler, mit denen wir uns ausgetauscht haben. Deren Nachfrage nach hochwertigen Markenprodukten wie dem Cachaça Velho Barreiro ist für uns eine wichtige Botschaft der Finest Spirits, bestätigt sie doch unser Konzept als Importeur und Großhändler.

Mercurio Drinks: *Wenn Sie auf dieser selbsternannten „größten Veranstaltung zur Kultur der Edelspirituose“ in Deutschland einen Cachaça von Velho Barreiro oder Weber-Haus verkosten, sind Sie dann eher Exot oder Geheimtipp?*



Wurm: Offen gesprochen, sind wir als Exot gestartet und haben uns zum Geheimtipp entwickelt. Doch auch hier steht wieder die Qualität und Überzeugungskraft der Produkte selbst im Mittelpunkt unserer Botschaft. Mit unseren artesanal Cachaças aus dem Hause Weber zaubern wir selbst dem erfahrenen Whisky-Kenner ein anerkennendes Lächeln ins Gesicht, der fragt sofort interessiert nach und wittert das Besondere darin.

Mercurio Drinks: *In welchem Kundensegment registrieren Sie die größte Nachfrage nach hochqualitativen Markenspirituosen aus Südamerika? Gibt es gar einen Trend?*

Wurm: Mit den Trends ist das so eine Sache. SUCOs DO BRASIL ist bereits mehr als 25 Jahren im Geschäft, daher ist uns weniger an kurzlebigen Trends gelegen, vielmehr wollen wir uns nachhaltig mit unseren Spirituosen etablieren und ein „Must Have“ in jeder gut ausgestatteten Bar werden. Nicht umsonst zählen die Gastronomie und insbesondere versierte Bartender zu den Kundengruppen, die bei uns am stärksten wachsen.

Beispielhaft kann ich wieder den Cachaça Velho Barreiro nennen. Mit ihm bieten wir dem Gastronomen eine neue, ideale Grundlage für perfekte Cocktails – noch besser natürlich in Kombination mit unserem weißen Rohrzucker Guarani. Überzeugen wir die Gastronomie mit unseren Produkten, erreichen wir auch gezielt den Endkunden, der Brasilien als Spirituosenheimat erst noch kennen lernen und entdecken muss. Einige haben schon registriert, welche hochwertigen Markenspirituosen Brasilien zu bieten hat. Das müssen nun mehr werden – meinerwegen auch als Trend.

Mercurio Drinks: *In gut einem Monat ist SUCOs DO BRASIL auf dem Gemeinschaftsstand von „Wines of Brazil“ auf der ProWein vertreten. Welche Produkte zeigen Sie? Welche Neuigkeiten bringen Sie auf die Messe mit?*



Wurm: Zwei Schwerpunkte haben wir vorgesehen. So werden wir eine Reihe interessanter Neuzugänge aus der Weinlinie „Family Vineyards“ von Miolo präsentieren. Hier stehen die neuen Rebsorten im Mittelpunkt. Neben dem Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir und Chardonnay, die wir bereits seit einiger Zeit anbieten, treten nun noch Tannat, Viognier, Tempranillo und Sauvignon Blanc. Diese Vielfalt ist für mich typisch brasilianisch. Klima und Beschaffenheit sind in den Regionen so unterschiedlich, dass fast jede Rebsorte ein ideales Zuhause findet.

Speziell für die Gastronomie stellen wir eine neue Weinlinie von Miolo auf der Messe vor. Die Miolo Seleção ist die perfekte Auswahl für die Einführung brasilianischen Weins. Das sind schnörkellose Weine von schlichter Eleganz, sehr einprägsam, einfach eine Empfehlung. In Düsseldorf präsentieren wir drei Cuvées, die das unter Beweis stellen: den Cabernet Sauvignon/Merlot, einen Chardonnay/Viognier und – mein persönlicher Liebling – einen Tempranillo/Touriga.

Mercurio Drinks: *Was zeichnet die Weine von Miolo aus? Welche Philosophie und Qualitätspolitik vertritt das Haus aus Vale dos Vinhedos?*

Wurm: Wenn wir über Weine aus der Neuen Welt reden, denken nicht nur Laien zuallererst an die Entwicklung der vergangenen Jahre, vielleicht noch der vergangenen zwei Jahrzehnte. Dass aber, wie bei Miolo, dahinter Familien und Unternehmen stehen, die seit über hundert Jahren Weine machen, unterschlägt dieser Blick.

Die nächste Überraschung ist, wie konsequent beispielsweise Miolo an der Qualität und Erweiterung seines Angebots gearbeitet hat. So ist ein Lote43 ja schon lange kein Geheimtipp mehr. Aber dennoch, und das weiß man auch in Brasilien, wir müssen noch lange für die Akzeptanz der „Wines of Brazil“ werben, und werden das auch ganz selbstbewusst tun.



Mercurio Drinks: *Herr Wurm, Sie sind ein alter ProWein-Hase. Welchen Stellenwert hat die Messe für Weine aus Übersee? Wie haben sich Absatz und Renommee des brasilianischen Weins in den vergangenen Jahren auf der Düsseldorfer Bühne entwickelt?*

Wurm: Als erstes ein klares Bekenntnis: Für uns ist die ProWein in Sachen Wein natürlich das Highlight des Jahres. Zudem ist die Messe eine Art Gradmesser für das wachsende Interesse an unseren Weinen. Wir sind hier 2001 als Exot angetreten und haben uns mittlerweile neben Argentinien und Chile als fester Bestandteil etabliert. Auch die Absatzvolumen, die wir von Jahr zu Jahr steigern konnten, beschreiben diese Erfolgsgeschichte.

Als „alter Hase“ wünsche ich mir also neue Kontakte und Erfahrungen, mehr Abschlüsse und Umsatz – und das Wiedersehen mit dem einen oder anderen „alten“ Bekannten aus der Szene.

Mercurio Drinks: *Das Motto der ProWein 2011 lautet „To Another Great Year“. Warum wird 2011 für SUCOs DO BRASIL und die Weine von Miolo ein weiteres gutes Jahr?*

Wurm: Mittlerweile haben wir ein etabliertes Sortiment und einen festen Kundenstamm, und die Kunden schätzen die Qualität der Miolo Weine sehr. Die Basis für eine weitere Expansion in 2011 ist also gelegt. Mit der Sortimentserweiterung, den neuen Rebsorten und der Weinlinie für die Gastronomie sind die notwendigen zusätzlichen Impulse gesetzt. Daher bin ich wirklich guter Dinge, dass dieses Jahr ein „Great Year“ für uns wird.



Pressebilder

Das nachfolgende Bildmaterial steht Ihnen in druckfähiger Qualität zur Verfügung.



**Produktfreisteller Velho Barreiro silver,
1,0 l-Flasche**



**Produktfreisteller Velho Barreiro gold,
1,0 l-Flasche**



**Produktfreisteller Velho Barreiro gold
deluxe, 700 ml-Flasche**



**Produkt und Verpackung Velho Barreiro
gold deluxe, 700 ml-Flasche**



Velho Barreiro Gastro-Set



Velho Barreiro Caipirinha-Set



Açúcar Refinado Especial



**Christian Wurm, Geschäftsführer
SUCOs DO BRASIL**

**Bildnachweis: SUCOs DO BRASIL Productos Latino GmbH
Abdruck honorarfrei. Beleg erbeten.**



Kontakt

Weitere Information und Bildmaterial erhalten Sie bei:

Direktkontakt

SUCOs DO BRASIL Productos Latino GmbH
Christian Wurm
Schwelmer Straße 20
40235 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 / 97 52 52 – 0
Fax: +49 (0) 211 / 97 52 52 – 7
E-Mail: c.wurm@sucos.com
Internet: www.sucos.com

Pressekontakt

Digitale Zeiten GmbH
Corinna Dosch
Stephanstr. 7-9
50676 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 290 53 29 - 25
Fax: +49 (0) 221 / 290 53 29 - 29
E-Mail: sucos@digitale-zeiten.de