

A OUTRA FAMÍLIA DA COPA

POR CAMILA ALAM
RETRATOS DE ZÉ GABRIEL

O casal Isabel e Lidio Carraro, em pé, agachados, à parte da cop, a filha Patrícia, o filho Juliano, a nora, Mariana, e o caçula, Gerson. A empresa familiar de ne trifica a produção com as vendas da linha Faces

O time de Felipão não será o único representante do Brasil no mundial de 2014. A seleção de 11 uvas da vinícola gaúcha Lidio Carraro, batizada de Faces, foi escolhida como o vinho oficial da Copa do Mundo



Em sentido horário, a partir da foto ao lado: as vinhas da propriedade no Vale dos Vinhedos, trocadas após décadas no fim dos anos 90; a enóloga chefe *Monica Rossetti*; vista dos parreirais; a sede da empresa, antiga casa da família; e os funcionários embalando garrafas para venda



"ASSIM COMO NUM TIME DE FUTEBOL, FIZEMOS A SELEÇÃO DAS MELHORES UVAS DO PAÍS PARA COMPOR A EQUIPE IDEAL"

MONICA ROSSETTI, ENÓLOGA DA LÍDIO CARRARO

A reedição da família Scolari pode até não chegar à final da Copa do Mundo do Brasil, em 2014, mas o clã Carraro já está garantido na festa do campeão. Isso porque a Lidio Carraro, vinícola familiar do Vale dos Vinhedos, na Serra Gaúcha, foi escolhida para produzir a linha de vinhos oficiais da Copa, batizada de Faces. Além disso, durante o evento todos os vinhos servidos pela Fifa em camarotes e festas oficiais virão dos estoques da empresa, que tem outras cinco linhas.

Apesar de jovem revelação na produção de vinhos - a primeira safra, de apenas 27 mil garrafas, é de 2002 e chegou ao mercado em 2004 -, a Lidio Carraro foi a vinícola oficial dos Jogos Pan-americanos do Rio de Janeiro, em 2007, o que motivou a disputa pelo mesmo papel

na Copa do Mundo. Foram dois anos de trabalho no desenvolvimento das variedades tinto, branco e rosé do Faces até que elas fossem apresentadas à Fifa, em novembro do ano passado.

Quem explica o conceito do vinho da Copa é Patrícia Carraro, 33 anos, diretora de marketing da vinícola e a mais velha dos três filhos do patriarca, Lidio, 63: "Quisemos unir as cores, os aromas e sabores do Brasil, para que cada garrafa pudesse traduzir a imagem e os valores do país". Para isso, foram buscar uvas fora de suas propriedades pela primeira vez. A responsável pelas escolhas foi Monica Rossetti, 30, principal enóloga da empresa e mulher de Juliano, 32, o filho do meio. Com a autoridade de quem fez o curso técnico de viticultura e enologia aos 15 e passou a trabalhar

na Salton aos 17, ela coordenou a busca pelo tinto. "Assim como num time de futebol, fizemos a seleção das melhores uvas do país para compor a equipe ideal", diz Monica. As 11 uvas escaladas na assemblage do tinto foram merlot, cabernet sauvignon, tannat, teroldego, touriga nacional, nebbiolo, alicante, ancillotta, tempranillo, malbec e pinot noir. Moscato, chardonnay e riesling itálico compõem o branco. A versão rosé será lançada até o fim do ano.

Ser escolhida para encher as taças da Copa coloca a vinícola-butique em novo patamar. Além de ampliar a divulgação da marca na carona do torneio mais famoso do futebol mundial, o Faces será a porta de entrada para novos consumidores. Com preço sugerido de R\$ 39,80, as 173 mil garrafas do primeiro

lote começaram a ser distribuídas gratuitamente e podem ser encontradas em algumas redes de supermercados, pontos de venda até então inexplorados pela vinícola. Hoje, a produção anual da Lidio Carraro chega a mais de 300 mil garrafas por ano, divididas em 16 rótulos. Até a Copa, a empresa pretende vender 600 mil garrafas somente das três versões do Faces. Apesar do incremento na produção, a vinícola continuará pequena em relação ao total de vinhos finos produzidos no Rio Grande do Sul, estimado em 64,8 milhões de

garrafas por ano, de acordo com o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin).

A distância no placar não preocupa, já que o objetivo principal da empresa não é o volume de vendas. "No mercado brasileiro a Lidio faz parte de um grupo de vinícolas familiares tradicionais, preocupadas em fazer vinhos de prestígio com competência, focados em terroir", diz Valdiney Ferreira, coordenador do curso de gestão do negócio do vinho da Fundação Getúlio Vargas (RJ). Para especialistas, o terroir é a expressão maior do vinho.

De gole em gole

CONHEÇA OS NÚMEROS DA LÍDIO CARRARO

FATURAMENTO R\$ 3,1 MILHÕES EM 2012

FUNCIONÁRIOS 28

EXPORTAÇÃO 18 PAÍSES

VITICULTURA 380 MIL QUILOS DE UVAS EM 2012

VINICULTURA 300 MIL GARRAFAS EM 2012

RÓTULOS 19, EM 6 LINHAS

ÁREA NO VALE DOS VINHEDOS E EM ENCRUZILHADA DO SUL 200 HECTARES, 42 DELES EM PRODUÇÃO



O patriarca, Lidio Carraro, com uma garrafa do Faces, o vinho da Copa que deve ter 600 mil garrafas vendidas; e alguns dos outros 18 rótulos da vinícola

elogiada pelo inglês Steven Spurrier, um dos maiores especialistas mundiais, da *Decanter Magazine*. A avaliação dele rendeu quatro estrelas em cinco possíveis para os rótulos Dádivas Chardonnay e Grande Vindima na revista. A Lidio Carraro também foi a primeira brasileira a constar no prestigiado catálogo canadense *Le Courrier Vinicole*, em 2010, como um dos 76 melhores provados no ano anterior.

O reconhecimento como vinícola preocupada com a essência das uvas foi precedido por décadas de experiência no cultivo da fruta. Os tataravós de Lidio cuidavam de parreiras na região do Vêneto, na Itália, e esse seguiu sendo o ofício da família quando ela imigrou para o Brasil, no começo do século 20. "Lembro bem de caminhar pelas terras da família ajudando meu pai e meu avô", diz Lidio. Até o final da década de 90, no entanto, o trabalho dos Carraro era a produção de uvas, vendidas como matéria-prima para vinícolas e fábricas de suco e geleia.

A entrada na viticultura teve início quando Juliano passou a frequentar as aulas do curso de viticultura e enologia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, em Bento Gonçalves, e começou a

meter o nariz nos negócios da família. "Desde o início o objetivo era conceber um vinho com respeito à expressão natural de cada uva e o mínimo de interferência química, sem o uso de madeira no envelhecimento", diz Juliano, atual diretor comercial da empresa.

O primeiro passo foi colocar abaixo o vinhedo que estava havia décadas na família para, por meio de estudos de clima e solo, replantar novas e melhores espécies de uva. Ao lado da mulher, Isabel, Lidio lembra que não foi fácil ver o trabalho de uma vida sendo modificado de maneira radical. "A minha mentalidade era a de produzir muito, já que antigamente ganhávamos por peso. Mas nossos enólogos diziam que quanto menos uva a planta produz, de melhor qualidade ela é", explica. Enquanto produtora, a Lidio Carraro colhia cerca de 15 a 20 quilos de uva por pé. Hoje, as videiras são cuidadas para render de 2 a 5 quilos de uva, dependendo da variedade. "Já na primeira colheita percebi a diferença. Tínhamos um produto de qualidade bem melhor", diz Lidio. Dessa linhagem nasceu o Faces, que, no que depender dessa família, fará com que os brasileiros acompanhem os jogos da seleção com a mão na taça.

São as características particulares de cada uva, de acordo com o clima, o solo, o relevo e a intervenção humana.

Para seguir esse conceito, os 42 hectares de terras da família atualmente em produção nas regiões do Vale dos Vinhedos e de Encruzilhada do Sul passam por testes geoclimáticos que ajudam a definir quais as uvas mais adequadas para cada lugar. "Tudo ali é cuidado com a mão do dono e os vinhos são de muita pureza, trazem mais elegância que força. É um estilo que agrada também os estrangeiros, porque tem personalidade", diz o crítico Marcelo Coppello, que acompanha de perto a produção nacional há 20 anos. A participação em exposições internacionais fez com que a vinícola fosse