



O RIO GRANDE QUE DÁ CERTO

Os gaúchos que já ganharam a Copa

Produtos da Lidio Carraro, empresa do Vale dos Vinhedos, caíram no gosto dos representantes da entidade que comanda o futebol mundial e foram escolhidos como os vinhos oficiais do Mundial de 2014



JULIANO CARRARO, enólogo e diretor comercial da Lidio Carraro, diz que a empresa criou um vinho mais versátil e jovial, que nasce na Copa e não morre mais

ELIO BANDEIRA

A preparação para uma Copa do Mundo de futebol leva, no mínimo, quatro anos, e mesmo que a escolha dos jogadores e do treinador sejam as mais acertadas, não é garantia de vitória. Para uma empresa da serra gaúcha, a conquista chegou antes mesmo de a bola começar a rolar. É da vinícola Lidio Carraro o vinho oficial escolhido pela Fifa para o Mundial de 2014. Um aperitivo será servido nos próximos dias, durante a disputa da Copa das Confederações.

Foi também em um ano de Copa do Mundo – a da França, em 1998 –, que a família iniciou o projeto de construir uma vinícola em Bento Gonçalves, no Vale dos Vinhedos. O time de Lídio Carraro (o nome tem acento, a marca, não) é formado pela mulher, Isabel, três filhos e uma enóloga. A família tem origem na cidade de Breganze, no Vêneto (Itália). Como em uma acirrada partida de futebol, o resultado veio depois de muita transpiração e exigiu lances de habilidade.

Na edição de 2011 da Soccerex, evento realizado no Rio de Janeiro

com reúne entidades, federações, clubes e organizações ligadas ao futebol, a empresa gaúcha iniciou os contatos com a Fifa para apresentar suas credenciais como produtora de vinhos. Após um processo de cerca de um ano, que incluiu o envio de amostras para a sede da federação, na Suíça, veio a confirmação de que a vinícola gaúcha produziria o vinho vendido durante o evento esportivo. O nome – Faces – foi inspirado na diversidade do povo brasileiro, conta o diretor comercial da vinícola, Juliano Carraro, enólogo e filho do fundador.

Serão três tipos: tinto, branco e rosé, todos assemblage, ou seja, feitos com mistura de duas ou mais variedades de uvas. Estimada inicialmente em 600 mil garrafas, a produção virá de sete hectares de vinhedos localizados em Bento Gonçalves, de 36 hectares de Encruzilhada do Sul e de outras pequenas propriedades rurais que terão acompanhamento direto dos enólogos da vinícola.

– Criamos um vinho de caráter mais versátil e jovial. Ele nasce na Copa, mas não vai morrer – garante Carraro, que já negocia a venda da marca para grandes redes de varejo.

A relação com o esporte não é nova. Em 2007, a vinícola já havia sido



escolhida para fornecer os vinhos do Pan-Americano disputado no Rio de Janeiro. Coincidência, ligação histórica com o esporte ou senso de oportunidade? Juliano Carraro escolhe a terceira hipótese, destacando que o trabalho e o empenho levaram a empresa a buscar outras oportunidades.

Os vinhos Lidio Carraro chegaram ao mercado em 2004, seis anos após o início das atividades. Começou com apenas dois rótulos, mas passou exposição em free shops de aeroportos.

No entanto, as vendas não foram suficientes para garantir bons resultados, e dificuldades surgiram. A busca por uma bebida de mais qualidade exigiu mais esforço dos proprietários, que driblaram os problemas e mudaram o jogo a partir do Pan e da associação com o projeto

Wines of Brasil, que levou os vinhos da marca a feiras internacionais.

O mercado internacional representa hoje cerca de 30% das vendas da Lidio Carraro, que exporta para 18 países – 16 na Europa, além de Estados Unidos e Canadá. A produção, que atingiu 380 mil garrafas no ano passado, deve superar as 400 mil ao final do ano, dos quase 25 rótulos produzidos, de variedades como cabernet sauvignon, chardonnay, pinot noir, tannat, merlot e outras que foram trazidas pela família, como touriga nacional, tempranillo e nebbiolo. E a chegada a outros mercados começou por um país não muito comum: a República Checa.

– Tudo começou com uma empresária que vendia calçados gaúchos no país. Como ela levava vinhos para presentear clientes, decidiu abrir uma importadora do produto, e a oportunidade surgiu – relembra.

Carraro dá uma dica para o treinador da Seleção Brasileira, Luiz Felipe Scolari, ganhar o Mundial no próximo ano:

– Creio que a melhor receita seja “vestir a camisa” do Brasil, buscar a vitória coletiva com garra, determinação e disciplina.

• elio.bandeira@zerohora.com.br

Perfil

- **Fundação:** 22 de fevereiro de 2001
- **Número de funcionários:** 23
- **Principais linhas de vinhos:** Grande Vindíma, Singular, Elos, Dávias, Agnus, Faces e Coleânea
- **Faturamento 2012:** R\$ 3,1 milhões
- **Previsão de faturamento em 2013:** R\$ 5,5 milhões
- **Produção atual:** 400 mil garrafas por ano (mais 600 mil do vinho Faces até setembro de 2014)



Diagramação: Amanda Souza