



Bia Pereira e Bob Vieira da Costa, fundadores do Azeite Sabiá: colecionadores de prêmios

PRODUÇÃO BEM AZEITADA

Lançado há apenas três anos, o Azeite Sabiá acumula prêmios no Brasil e no exterior

por Flávia G Pinho

A produção nacional de azeite extravirgem, comparada ao de países como Portugal, Espanha e Itália, é um bebê de colo – as primeiras mudas foram plantadas cerca de 12 anos atrás e levaram até quatro anos para dar os primeiros frutos. De lá para cá, o que se viu foi um *boom* que ninguém esperava. O País foi surpreendido com o lançamento de algumas dezenas de marcas de azeite de alta qualidade, novas regiões produtoras têm sido descobertas e os rótulos nacionais vêm fazendo bonito nos concursos internacionais. Entre todas, uma se destaca pelo tamanho e pela visibilidade: lançada oficialmente em 2020, a Sabiá já dispõe de 37.100 oliveiras, plantadas em duas fazendas que somam 127 hectares de lavoura.

Em três anos, a marca acumulou 57 prêmios nacionais e internacionais. Entre os mais disputados estão o espanhol Evooleum, que pôs o azeite Sabiá no ranking Evooleum World's Top 100 Extra Virgin Olive Oils, em 2022, e o guia italiano *Flos Olei*, que indicou a marca nas três últimas edições anuais. De acordo com o último relatório do Extra Virgin Olive Oils World Ranking, que funciona como um radar dos concursos realizados mundo afora, a Sabiá foi a terceira marca brasileira mais premiada em 2022.

A coleção de medalhas faz parte de um bem estruturado plano de marketing desenhado pelos proprietários Bob Vieira da Costa e Bia Pereira. Sócio-fundador da agência de publicidade nova/sb, Bob apostou que bons resultados em concursos importantes seriam fundamentais para que sua marca cintilasse no exterior e, conseqüentemente, chamasse a atenção do consumidor brasileiro. Acertou na mosca: a estratégia não só funcionou, como venceu o 15º Effie Awards Brasil, relevante premiação internacional do meio publicitário, na categoria David X Golias. “O reconhecimento externo atrai um público acostumado a só consumir produtos importados e funciona bem para turbinar as vendas. Muita gente nos procura já perguntando qual é o azeite do prêmio”, ele diz.

Estar em contato estreito com o consumidor, sem depender de intermediários, também faz parte da estratégia. A fazenda do Campo Alto, localizada em Santo Antônio do Pinhal, cidade paulista vizinha a Campos do Jordão, fica no cocuruto da Serra da Mantiqueira e vive de porteiras abertas para os visitantes. Divididos em quatro turnos diários, acompanhados de um guia, eles percorrem o olival e conferem de perto as azeitonas de diferentes cultivares: as



Oliveira de 300 anos é estrela da fazenda; abaixo, Bia colhe azeitonas que rendem cinco diferentes rótulos (à dir.)



espanholas Arbequina e Arbosana, as italianas Grappolo e Coratina e a grega Koroneiki. De quebra, conhecem a estrela do lugar: uma frondosa oliveira com 300 anos, trazida do Uruguai seis anos atrás, em uma complexa operação de transporte. Depois de passear pela plantação, os visitantes aprendem como funcionam os equipamentos de extração e entendem por que o lagar deve ficar em local estratégico, bem no centro da propriedade – para que o azeite tenha alta qualidade, os frutos devem ser colhidos e processados em menos de 24 horas.

Chega então a hora de assistir a uma aula sobre os aspectos sensoriais dos azeites, acompanhada de degustação. Munidos de copinhos, os visitantes provam o *blend* da marca, assim como os azeites monovarietais, e têm a chance de compará-los. Ao final, não há quem resista a dar uma passada na loja, onde Bob e Bia servem bolo e café e vendem os azeites da marca, além de outros produtos artesanais da região. O preço da garrafinha de azeite – R\$ 84, com 250 ml – não chega a assustar: praticamente um terço da produção anual é arrematada pelos turistas. “Para nós, o turismo é estratégico, principalmente por ser educativo”, Bia resume.

O sucesso da empreitada na Mantiqueira encorajou o casal a apostar ainda mais alto. A outra fazenda produtora,



MADE IN BRAZIL

17 mil

litros de azeite Sabiá devem ser extraídos, em 2023, nas duas propriedades

500

turistas, em média, visitam a fazenda em Santo Antônio do Pinhal todos os fins de semana

R\$ 35

é o preço da experiência completa, com degustação

localizada na cidade gaúcha de Encruzilhada do Sul, a 171 quilômetros de Porto Alegre, está prestes a ganhar uma sede grandiosa. Na propriedade, que concentra 110 hectares plantados, vão funcionar um lagar com capacidade para processar 1800 quilos de azeitonas por hora e um centro de visitantes de respeito, projetado pelo arquiteto Marcelo Alvarenga, da Play Arquitetura. Os equipamentos italianos, desenhados sob medida pelo também italiano Giorgio Mori, considerado o papa do setor, estão previstos para chegar ao Brasil em 5 de fevereiro e devem começar a funcionar ainda nesta safra – a colheita na região, acontece em meados de março. O próprio Mori, que nunca visitou as Américas, virá ao País para supervisionar a instalação e fazer eventuais ajustes. O investimento total na empreitada chega a R\$ 25 milhões.

Soluções sustentáveis estão na base de todo o projeto. O setor industrial, instalado na parte subterrânea, aproveita a elevação natural do terreno e fica protegido do sol da tarde, que costuma esturricar as planícies da região. Todos os resíduos sólidos, como os caroços e o bagaço das azeitonas, serão transformados em ração animal, matéria orgânica para adubar o solo e combustível para a caldeira. A água captada ao fim do processo também será tratada e devolvida limpa à natureza. “Seremos pioneiros no Brasil a adotar essas soluções. O fabricante das máquinas considerou nosso projeto um dos mais modernos do mundo”, orgulha-se Bob.

A propriedade gaúcha só deve ser aberta aos turistas em 2024, mas a espera vai valer a pena. Localizada em uma vasta região plana, que tem atraído muitos produtores de uvas e oliveiras, a sede terá um *highline*, onde serão realizadas as degustações diante do pôr do sol, e um lago com escultura de Tomie Ohtake, onde Bia planeja realizar mostras da artista. “Encruzilhada do Sul é a nova fronteira para a olivicultura e a viticultura no Brasil. Futuramente, pretendemos construir um restaurante e um hotel também”, adianta Bob.

O casal de produtores tem razão para estar otimista. O mercado de azeites de alta qualidade, no Brasil, é um gigante a ser explorado. Em 2022, a produção nacional bateu recorde e chegou a 448,5 mil litros, volume 122% maior do que o registrado no ano anterior. Ainda assim, é uma quantidade irrisória diante dos 100 milhões de litros que o País importa anualmente. Nosso consumo *per capita* não chega a 500 ml por ano, enquanto o dos gregos chega aos 22 litros. Encurtar o caminho entre o produtor e a mesa, aposta Bob, é o caminho para que o brasileiro entenda, de uma vez por todas, que nem todo azeite é o que parece. “Essa cultura do azeite extravirgem é recente até para os europeus. Nas nossas degustações, os visitantes têm a chance de comparar o azeite Sabiá com produtos da grande indústria. Não há quem não se surpreenda. ▀



Fazenda em Encruzilhada do Sul será aberta para turismo em 2024; acima, derradeira auxílio na colheita nos galhos mais altos

