

*INOVADOR COM PEDIGREE*  
*Robicquet em São Paulo, na apresentação da nova vodca. Para chegar a ela, o enólogo francês, descendente de uma velha família de vinicultores, usou técnicas criadas no século 10*

# O SABOR DA SUBVERSÃO

Um enólogo francês inventa bebidas como um designer cria objetos. Sua lição: é preciso inovar mesmo em indústrias conservadoríssimas

POR ALEXANDRE TEIXEIRA FOTOS DANIELA TOVIANSKY


**S**ubversão é a alma do negócio do enólogo e mestre destilador Jean-Sébastien Robicquet. Criador da Círoc, a primeira vodca feita de uvas, ele é um raro exemplo de atitude inovadora em uma indústria que há milênios vive de reafirmar tradições. Francês, 41 anos, ele esteve no Brasil no início de dezembro a convite da Diageo, maior empresa de bebidas finas do mundo. Foi sob encomenda da companhia que Robicquet se dispôs a produzir uma vodca de uvas - e não de batatas ou grãos, como fazem os russos. Para tanto, o francês misturou técnicas desenvolvidas por monges beneditinos no século 10 com tecnologia de ponta. Nasceram desse modo as chamadas *snap frost grapes* e um processo de fabricação assim descrito: "Colhidas em baixas temperaturas e selecionadas manualmente, as frutas são pressionadas até formar um suco espesso, passando em seguida por uma inovadora fermentação afrio, diferente do método tradicional das vodcas feitas de grãos, que utiliza o calor para ativar a fermentação". O líquido obtido é destilado cinco vezes.

Os puristas têm todo o direito de torcer o nariz, mas devem saber que não estão lidando com um aventureiro. Enólogo formado em 1988, Robicquet fez mestrado em Direito, Economia e Administração de Vinhos em Bordeaux. Além de preparo, ele tem pedigree. No século 16, sua família administrava a cidade de Cognac, onde está hoje seu quartel-general. Robicquet é fundador de uma empresa chamada EuroWineGate e trabalha diretamente com uma equipe de dez pessoas. São profissionais dos setores de cosméticos, bens de consumo, engenharia de alimentos e outras especialidades, reunidos para inovar. Seu QG em Cognac não é um laboratório, "apenas um ambiente antigo com mobília moderna". O grupo trabalha junto há cinco anos. Antes da Círoc, já havia criado um licor, chamado Passion in Excess, e hoje tem em seu portfólio um gim e uma marca de vinho. "Tudo o que fazemos começa com uvas e vinhas", diz ele. O segundo estágio é a destilação, e aí o que vale é pesquisa química. As possibilidades

# MESMO EM CASOS DE INVENÇÃO PURA, UM PRODUTO AINDA TEM DE TER CARACTERÍSTICAS QUE TODOS RECONHEÇAM

de criação da EuroWineGate são quase ilimitadas, já que para Robicquet matéria-prima é como tabuada: sabendo usá-la, resolvem-se as equações mais complicadas.

Brinçalhão, pinta de galã, cabelos grisalhos e sotaque à Inspetor Clouseau, ele diz que é muito difícil criar uma categoria inteiramente nova de bebidas. "Mesmo em casos de inovação pura, um produto ainda precisa ter duas ou três características reconhecíveis por todos. O iPhone é percebido como um telefone", afirma. Também a Ciroc, desenvolvida em pouco mais de um ano, é vista como uma vodca. Mas já em seu lançamento foi saudada pela Diageo como a grande inovação da indústria de bebidas desde o licor de uísque Baileys, nos anos 70. Há que se pôr, no entanto, essa inovação em contexto. "Vodca é um produto que se faz de qualquer coisa. No Brasil, faz-se vodca de cana-de-açúcar", diz Adalberto Viviani, consultor de marketing da Concept. Sendo assim, usar um insumo diferente não é, por si só, um ovo de Colombo.

A evolução recente da indústria de bebidas é uma mistura de tradição e inovação que deriva de um dilema: como manter o volume de vendas e a margem de lucro de produtos que têm consumidores fiéis e hipersensíveis a qualquer mudança e, ao mesmo tempo, atrair novos bebedores. A inovação é voltada principalmente para estes últimos. A cerveja com frutas, que já chegou ao Brasil, e a cerveja com soda, que é moda na Europa, são exemplos de novidades criadas para atrair o público feminino - no fundo, o que vende mesmo é o produto tradicional. A Absolut foi a primeira marca a tratar vodca de um modo diferente. Adicionou sabores e usou o clássico contorno de sua garrafa como diferencial de marketing, uma estratégia emprestada da Coca-Cola. Não por acaso, tornou-se a marca mais jovem do mercado. "Vodca é essencialmente álcool, E marketing", afirma Viviani. Trata-se de uma categoria na qual a excelência é não ter sabor nem aroma. "Logo, para se diferenciar, você tem de contar uma história", diz o consultor. Num mercado de raposas, a história de Robicquet é uma fábula com uvas. 

## INOVAÇÕES GOTA A GOTA

Lançamentos que revolucionaram a indústria de bebidas\*

1758

➤ José Antônio de Cuervo produz **tequila** no México em escala industrial, valendo-se de concessão dada a ele pelo rei da Espanha

1759

➤ Arthur Guinness arrenda uma cervejaria desativada em Dublin e começa a produzir a **cerveja preta** que leva seu nome

1830

➤ Charles Tanqueray abre uma destilaria de **gim** em Londres e começa a produzir sob a marca Tanqueray, uma das mais reconhecidas do segmento

1860

➤ P.A. Smirnoff funda uma destilaria na Rússia e começa a produzir **vodca**

1909

➤ A destilaria escocesa John Walker & Sons lança os **uísques** Johnnie Walker Black Label e Red Label

1931

➤ A também escocesa Justerini & Brooks lança o **uísque** J&B, com suas iniciais

1974

➤ É lançado o **licor de uísque** Baileys, considerado a maior inovação da indústria de bebidas alcoólicas em todos os tempos

1988

➤ A cerveja Guinness Draught é lançada **em lata** com uma cápsula de nitrogênio que, liberada na abertura, garante a espuma da cerveja

2003

➤ É lançada a **vodca** Ciroc, a primeira do mundo feita apenas de uvas

\* PRODUTOS HOJE PERTENCENTES AO PORTFÓLIO DA DIAGEO