**400 m2 de paixão e azeite.**

*Angela Klinke*

Há duas semanas, Rodrigo Gonzalez entrou na loja Poderoso Timão, no Parque São Jorge, em São Paulo. Queria comprar camisas oficiais para os filhos. "Fiquei chocado porque não tinha nada. Estava decadente em pleno centenário." O moço levou sua indignação à diretoria do clube e "como temos uma relação antiga com o Corinthians", há uma semana assinou o contrato para explorá-la por cinco anos, com a possibilidade de renovar por outros cinco. E mais. "Temos registrado no documento a preferência para assumir também a loja que abrirá no novo estádio de Itaquera." Gonzalez é diretor e herdeiro do grupo La Rioja e atribui ao avô Salvador a "paixão" da família pelo Corinthians. "Ele trabalhava no Mercado Central, morava no Pari e frequentava o Parque São Jorge todo fim de semana. Foi assim que a nossa história se misturou com a do clube. Agora é uma relação de amor ao time e aos negócios." Até então, a loja era administrada pela Roxos & Doentes , mas "eles não estavam tendo êxito, enfrentavam problemas financeiros." Com um investimento de R$ 4 milhões, o grupo La Rioja vai abastecer a loja com os produtos da Poderoso Timão - rede da Francap -, mas poderá agregar outros itens com a marca do Corinthians. Como sua principal área de atuação é na importação de alimentos, a La Rioja terá no espaço panetone, batata chips, azeite, azeitonas e etc. com o rótulo do Timão. "Vamos trazer os produtos já com embalagem do clube e também vamos re-embalá-los na nossa fábrica em Alumínio (SP)." A principal dobradinha, porém, deve ser com a Nike. " Com 400 m2. , temos a maior loja de um único time da América Latina e a Nike vai nos ajudar a transformá-la num destino, como funciona com o Barcelona, o Chelsea e o Arsenal." Para tanto, diz ele, está negociando colocar o arquiteto que cuida de lojas temáticas da Nike para "reconceber" o espaço. "Além disso, ela vai disponibilizar a grade inteira de peças do time para nós e nos ajudar em ações de marketing." Para aproveitar o frisson do centenário, a Poderoso Timão do Parque São Jorge será reinaugurada no dia 13 mais fornida de produtos e, no fim do ano, fecha para a tal reformulação. O grupo é conhecido por seus produtos alimentícios e pelo garoto-propaganda e comentarista esportivo Milton Neves. Mas o La Rioja envolve quatorze empresas como o Empório e a importadora La Rioja, a importadora de vinhos Malbec, a construtora La Rioja, a rede Issa de concessionárias Honda, a La Rioja Motors (revendedora de carros de luxo), além de uma importadora de pneus e produtos químicos, uma frente de agronegócios na área de laranja e de grãos com a marca Só Filé, e por aí vai. Faturou R$ 800 milhões em 2009 e "deve bater o R$ 1 bilhão este ano", diz Gonzalez. "São várias áreas de atuação, mas o coração é Fiel.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 2 set. 2010, Empresas, p. B6.**