



Além da edição impressa, as notícias do Agronegócio são publicadas diariamente no site do JC. Aponte a câmera do celular para o QR Code e acesse. [www.jornaldocomercio.com/agro](http://www.jornaldocomercio.com/agro)



# RAR moderniza marca e reorganiza negócios

Grupo com sede em Vacaria pretende dobrar faturamento em 10 anos e alcançar R\$ 1 bilhão em 2034

Claudio Medaglia, de Vacaria  
claudiom@jcrs.com.br

A RAR, com sede em Vacaria, no Norte gaúcho e que atua na produção de queijos, azeites, maçãs e produtos agrícolas, anunciou a modernização da marca e a reorganização em dois segmentos de negócios. Com nova identidade visual, mais arejada e aberta, a empresa agora adota o nome de RAR Agro & Indústria.

As mudanças ocorrem em um momento de fortalecimento da estratégia de crescimento que projeta um aumento de 16% na receita líquida para 2025, atingindo R\$ 580 milhões. E busca dobrar o faturamento em 10 anos, chegando a R\$ 1 bilhão em 2034.

O movimento inclui ainda a distribuição de seus produtos na Rasip Agro e na RAR Gastronomia. A Rasip passa a concentrar a produção agrícola, com uvas, grãos, azeitonas, leite e maçãs, atua ainda com as submarcas Rasip Kids, com foco no público infantil, e Rasip Belgala, que dá nome a um clone resistente à Glomerela, fungo responsável pela principal doença

de verão na variedade Gala, presente em 75% dos pomares da empresa. Os outros 25% são de maçãs Fuji. Já a RAR Gastronomia, com foco nos produtos lácteos, charcutaria, azeites, acetos, vinagres e vinhos, tem como submarcas o queijo tipo Grana Gran Formaggio Rar e a rede de franquias Spaccio Rar Gastronomia.

Conforme o presidente executivo, Sérgio Martins Barbosa, as mudanças são resultado de um processo estratégico desencadeado em 2023 e que teve como parâmetros os resultados de uma pesquisa junto a 1,3 mil consumidores das regiões Sul e Sudeste do País, onde a empresa concentra cerca de 90% de sua atuação. A análise revelou oportunidades de fortalecer o reconhecimento da marca, reforçar a associação da RAR ao universo da gastronomia e simplificar sua estrutura para o público.

Com isso, produtos como o Gran Formaggio, primeiro queijo tipo Grana produzido fora da Itália, terão novas embalagens, que chegarão ao mercado no segundo semestre. A iniciativa abrange todos os produtos da marca



Sartor (e) e Barbosa projetam a expansão dos negócios do grupo gaúcho nos próximos anos

Rar Gastronomia.

“A RAR vem ampliando sua atuação em diferentes frentes do agro e da indústria alimentícia. Recentemente investimos na ampliação de pomares e na abertura de novos mercados de exportação, e a nova marca traduz essa expansão e a busca constante por inovação, eficiência e conexão com clientes e

parceiros”, observa o CEO da RAR Agro & Indústria, Angelo Sartor.

O grupo embarca seus produtos para 15 países e conta com quatro lojas Spaccio Rar Gastronomia franquizadas, em Gramado, Curitiba (PR), São José dos Campos (SP) e Florianópolis (SC), além da unidade própria em Vacaria. Nesses espaços, são comercializados, além

de vinhos, azeites, queijos, cremes de leite e manteigas próprios, uma linha produtos italianos, espanhóis e chilenos, todos envasados e embalados com a marca. Nas bebidas, são 36 rótulos de vinhos e espumantes produzidos com uvas dos parreirais da RAR e importados. A meta, projeta Barbosa, é chegar entre 20 e 50 lojas franquizadas.

## Pomares de maçãs fizeram brotar o sucesso da empresa

Nascida nos Campos de Cima da Serra, onde há 46 anos o fundador Raul Anselmo Randon deu início à trajetória da empresa com 70 hectares de pomares de maçãs, a RAR Agro & Indústria conta atualmente com 1.350 hectares, caminhando para chegar a 1,5 mil hectares. Na última safra, o rendimento foi de cerca de 45 mil toneladas da fruta, em decorrência de problemas climáticos. A empresa já colheu até 80 mil toneladas no passado.

A Rasip Agro é uma das maio-

res produtoras de maçã do Rio Grande do Sul. No Brasil, a colheita chegou a 700 mil toneladas. O número nacional, aliás, igualmente tem ficado bem abaixo das 1,3 milhão de toneladas já produzidas.

E, com a queda, vem também a decisão estratégica de gerenciar as entregas para os mercados nacional e internacional.

“A demanda dos países com os quais temos negócios é maior do que a produção que tivemos. Decidimos reduzir a quantidade exportada, mas sem deixar de atender

de alguma forma todos os nossos clientes. Mantemos 80% da produção no consumo interno, mas destinamos cerca de 20% para o mercado externo, também como forma de fortalecer nossa imagem no exterior”, conta o presidente executivo Sérgio Martins Barbosa.

Nos pomares, as frutas são colhidas por cerca de 3 mil safristas e levadas à área de beneficiamento, onde 84 câmaras frias podem armazenar até 50 mil toneladas de maçãs, em ambiente controlado a temperaturas acima de 0°C e abaixo de 1°C e 0,5% de oxigênio. Na unidade, as frutas são separadas, selecionadas, classificadas e embaladas seguindo padrões internacionais. E seguem para o mercado com as marcas Brazilian Choice, Avalon, Sunny, Rasip Kids e Belgala.

Mas a Rasip não se restringe à maçã. Há ainda 24 hectares de oliveiras, para a produção de azeite extravirgem, sob a marca Nossa Senhora da Oliveira, 8 mil hectares destinados à produção de grãos - milho para silagem, soja e trigo -, além dos parreirais, cujas frutas são processadas por parceiros para produção de sucos e vinhos.

## Importação de vacas selecionadas marcou implantação da queijaria

Outro marco importante na trajetória da RAR Agro & Indústria foi a largada do projeto para produção de queijos e laticínios. Na década de 1990, Raul Randon, falecido em 2018, importou ventres americanos da raça holandesa e montou uma estrutura de ponta para produzir queijo tipo Grana, pela primeira vez fora da Itália. De lá para cá, o salto foi grande. Nas quatro câmaras de maturação do complexo, repousam 44 mil formas de 40 quilos do queijo Gran Formaggio - uma joia da empresa -, equivalentes a

cerca de R\$ 100 milhões. São peças produzidas a partir do leite cru obtido das vacas que recebem uma dieta específica, para dar a coloração e o sabor certos ao produto, maturado por 12 e 18 meses. “Nesse período, acomodadas em prateleiras de madeira para absorver a umidade das peças, as formas são viradas em intervalos rigorosamente controlados. Ao final, pesando 35,5 quilos, em média, estão prontos para serem saboreados”, finaliza o gerente de produção da RAR Gastronomia, Jovani Foiatto.



Colheita de maçãs na Rasip rendeu neste ano 43 mil toneladas



Gran Formaggio é produzido com rigorosos critérios de qualidade