

INDÚSTRIA

Selo do chocolate artesanal de Gramado sofre com perda de adesão no setor

Livia Araújo
livia@jcrs.com.br

O selo de Indicação Geográfica do chocolate artesanal de Gramado, homologado em 2023 para valorizar a produção local, enfrenta uma perda de adesão entre fabricantes locais. Atualmente, das sete empresas associadas à Associação de Chocolateiros de Gramado (Achoco), apenas quatro utilizam o selo: Praver, Chocolataria Gramado, Caracol e Planalto. A Florybal nunca adotou a certificação, enquanto Miroh e Lugano deixaram de utilizá-la recentemente. Procuradas, as empresas não comentaram a decisão.

Ainda assim, o desempenho do setor na Páscoa de 2026 manteve-se positivo, com crescimento na produção e vendas dentro das expectativas da indústria. Segundo o presidente da Achoco, Fabiano Contini, a adesão ao selo é facultativa e cada empresa avalia de forma independente sua permanência. Entre os fatores que explicam a redução no uso está a percepção de baixo impacto comercial. “Eles não viram a venda aumentar em função de ter ou não ter o selo. Como tem custo para manter, com auditorias e exigências de fornecedores, algu-

mas optaram por não renovar”, explica Contini. Ele acrescenta que o desconhecimento do consumidor sobre o significado da certificação também limita seus efeitos: “O consumidor não é consciente ainda do que seria um selo desse tipo”.

Criado com a proposta de ampliar mercados e consolidar a reputação de Gramado como polo de chocolate artesanal, o selo estabelece critérios técnicos e produtivos rigorosos. Para obtê-lo, é necessário que o chocolate seja fabricado integralmente no município, com rastreabilidade completa da produção e uso exclusivo de manteiga de cacau, sem adição de outras gorduras.

Além disso, há exigências mínimas de teor de cacau: 25% para chocolates brancos, 35% para ao leite, entre 42% e 55% para meio amargos e acima de 55% para amargos. As empresas também precisam cumprir normas de armazenamento, controle de qualidade e auditorias periódicas.

Apesar da menor adesão, Contini destaca ganhos internos para quem mantém a certificação. “A partir do selo, a gente implantou processos de fabricação definidos. Isso permite enxergar falhas e corrigir a tem-



LEONID STRELIAEV/DIVULGA??/IC

Dois fábricas deixaram de contar com a distinção; obrigadoriedades para manter o padrão exigido afastam os empresários

po, garantindo um padrão de qualidade elevado”, defende.

O debate sobre o selo ocorre em paralelo a críticas de empresários do setor quanto à fragmentação da indústria local. Em participação no videocast Minuto Varejo, do Jornal do Comércio, em 2025, o CEO da Lugano, Augusto Schwingel Luz, afirmou que a baixa adesão enfraquece a iniciativa. “Se somente cinco ou seis empresas se homologaram, isso dá pouca força”, disse. Ele também apontou a falta de conhecimento do público como um entrave para a valorização da certificação.

Outro ponto levantado pelo executivo é a própria definição de “artesanal”, que, segundo ele, perdeu parte do significado

original diante da diversidade de produtores. “Tem coisas muito boas e outras nem tanto usando o mesmo nome”, afirmou à época.

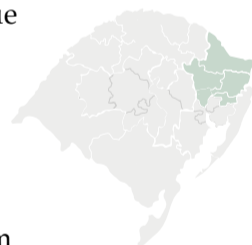
Mesmo com essas divergências, o setor registrou bom desempenho na principal data do calendário. De acordo com a Achoco, mais de 800 toneladas de chocolate foram produzidas para a Páscoa de 2026, um aumento em relação às 700 toneladas do ano anterior. A expectativa de vendas foi cerca de 20% superior à de 2025.

Para Contini, o resultado positivo indica que a força da marca Gramado segue consolidada, independentemente do selo. “A gente quer manter a essência do chocolate artesanal

de Gramado, o autêntico. Esse é o principal objetivo”, pontua.

Entre os diferenciais do chocolate artesanal local em relação ao industrial, há características visuais que também ajudam a identificar o produto: pinturas feitas à mão, decoração personalizada, embalagens mais elaboradas e foco no aspecto presenteável. Além disso, os recheios costumam ter menor uso de conservantes e maior cuidado na elaboração, o que resulta em produtos com identidade própria. “É um chocolate mais trabalhado, com acabamento manual e uma experiência diferente para o consumidor”, resume Contini.

Mesmo sem consenso sobre o papel do selo, o setor segue apostando na qualidade e na tradição como principais ativos para sustentar o crescimento da indústria em Gramado.



LUIS CORTELINI/DIVULGAÇÃO/CIDADES

Modernização teve custo de R\$ 3 milhões e incorporou questões tecnológicas

INFRAESTRUTURA

Fundaparque ganha novo pórtico de acesso em Bento Gonçalves

A obra que marca o novo acesso à Fundaparque (Parque de Eventos de Bento Gonçalves) foi inaugurada nesta semana e entregue à comunidade. A estrutura é o resultado de investimento de R\$ 3 milhões, integralmente aportados pela iniciativa privada por meio da união entre CIC-BG, Síndomos e Movergs. O movimento contou com o apoio da Fundaparque e da prefeitura de Bento Gonçalves.

A modernização foca na agi-

lidade e segurança, integrando cancelas automatizadas, sistema inteligente de leitura de placas por câmeras e terminais de autoatendimento para o pagamento do estacionamento. Essas estruturas deverão estar em funcionamento ao longo dos próximos 60 dias. O projeto do pórtico, assinado pela arquiteta Adriana Peccin, utiliza conceitos que remetem às matrizes moveleira e vitivinícola da região, resultando em um acesso funcional

e contemporâneo esteticamente.

A obra cumpre papel estratégico, na avaliação do presidente da Fundaparque, Laudir Miguel Piccoli. “O pórtico é também o primeiro contato do visitante com o parque, e queremos que essa chegada já transmita uma experiência positiva desde o início. Seguimos trabalhando para consolidar o parque como uma referência nacional em eventos, sempre com responsabilidade e visão de futuro”, apontou.