REPORTAGEM ESPECIAL

Turista chega em busca de vinhos e encontra experiências na Pizzato

Esse roteiro começa com uma antiga família de imigrantes que durante décadas produziu vinhos para consumo próprio e para comercialização regional. Até que a chegada de uma nova geração mudou a visão do negócio, voltando todas as energias para a qualidade e o reconhecimento do produto. Depois de reinventar a viticultura e a tradição em busca da qualidade, a história da família Pizzato virou um ponto de interesse para os amantes do vinho.

Hoje, a maioria dos visitantes que chega no complexo do Vale dos Vinhedos já conhece o vinho ou recebeu a indicação de alguém que, além de conhecer, aprecia e recomenda os produtos da marca. Por isso, o receptivo é intimista e voltado para a degustação dos produtos, com menos ênfase em passeios pela propriedade ou pelo complexo produtivo. De acordo com o diretor da marca, Lorenzo Pizzato, os visitantes buscam experiências intimistas, com foco na degustação dos produtos.

"O enoturismo é muito importante para nós porque aproxima nossos clientes da marca, oferece a eles uma vivência diferente com nossos vinhos", afirma Pizzato.

Entre os principais produtos enoturísticos, Pizzato destaca a experiência de entrada, feita normalmente por quem visita a vinícola ou até mesmo o Vale dos Vinhedos pela primeira vez. Nesta modalidade, o visitante prova nove rótulos e dá uma passada rápida para conhecer parte do vinhedo. Outra degustação, normalmente procurada por quem já tem mais vivência no mundo do vinho, é a degustação de sete rótulos de alta gama.

A marca também aposta na qualificação de experiências como a degustação harmonizada com queijos e charcutaria regional, muito procurada por casais e pequenos grupos de amigos que querem passar um tempo de qualidade na paisagem idílica do Vale. As datas festivas, como o Natal, ou as sazonais, como inverno e vindima, também são atraentes para os turistas, que chegam em maior número. De acordo com Pizzato, desde a pandemia, que registrou fluxo recorde de turistas, a tendência é de que os turistas procurem experiências mais qualificadas, para criar uma relação de proximidade com a marca.

Com produtos consolidados no mercado de vinhos em todo o país, a Pizzato tem no enoturismo uma fonte adicional de receita. Reformas recentes na estrutura proporcionaram um aumento de 100% na capacidade receptiva, o que demonstra o interesse da marca na atividade.

PIZZATO/DIVULGAÇÃO/JC



Pizzato, no Vale dos Vinhedos, recebe visitantes para degustação com produtos consolidados

Serviço
Para mais informações, a vinícola recomenda reservas e contato pelos canais oficiais. O WhatsApp é (54) 99649-7010.

Peterlongo: tradição virou atrativo para os amantes da história do espumante

As borbulhas produzidas com excelência pela família Peterlongo já serviram chefes de estado, artistas e até rainhas. A bebida conhecida como o champanhe brasileiro tem uma história rica, que hoje se reflete em apelo turístico para quem quer conhecer as instalações centenárias e a icônica bebida produzida pela vinícola Peterlongo, em Garibaldi. Nos últimos anos, o enoturismo passou a ocupar um papel cada vez mais estratégico na empresa.

"Evoluímos de uma visita centrada na história da vinícola e no processo de elaboração dos espumantes para um portfólio diversificado de experiências que integram vinho, gastronomia, cultura e hospitalidade. A revitalização do museu e das experiências de visitação, em 2016, foi um marco nesse processo", diz o diretor da Companhia, Luiz Carlos Sella.

"Buscamos proporcionar uma conexão mais profunda com a nossa trajetória, que começou em 1915, valorizando o patrimônio histórico, a cave subterrânea e a identidade da marca. O objetivo é transformar a visita em uma experiência memorável, que desperte o desejo de retornar", explica.

Para evoluir na oferta de turismo, a vinícola precisou qualificar as experiências, além de valorizar o patrimônio histórico. A estrutura da vinícola reúne diferenciais importantes, como o castelo, o museu e a primeira cave subterrânea do Brasil, que fazem parte da identidade da empresa e representam um patrimônio de grande valor para o turismo. A presença do restaurante Villa Franca & Pina também fortalece essa proposta, ampliando as possibilidades. Além do jardim que está em finalização e a capela construídas para atender ao segmento de casamentos e celebrações.

"O enoturismo é um pilar estratégico, porque conecta a história da empresa, os nossos produtos e o consumidor. A experiência presencial permite que as pessoas conheçam a origem dos espumantes, compreendam o cuidado envolvido na elaboração e percebam os diferenciais de cada rótulo", ressalta Sella.

Nesta nova fase, o Tour Armando é o produto de turismo mais procurado, pois permite conhecer toda história da vinícola e degustar diferentes rótulos, enquanto a experiência Doce & Tradição aproxima o universo dos espumantes da chocolateria. A vinícola também oferece a Cave Secreta - Queijos & Brindes, que explora a combinação entre queijos, vinhos e espumantes e o ambiente histórico das caves centenárias. Essa diversidade permite atender tanto quem está conhecendo o mundo do vinho quanto quem já possui maior familiaridade. Nas ações culturais, a vinícola promove, mensalmente, Wine Movie, um cinema entre os vinhedos que acontece nos jardins no verão e no sistema drive in no inverno. A próxima edição será no dia 21 de novembro.

PETERLONGO/DIVULGAÇÃO/JC



Prédio histórico preserva o patrimônio e a tradição centenária da produção de espumantes

Serviço
Acesse as redes sociais da Peterlongo. Este é o perfil no Instagram: @enoturismopeterlongo