

A CONSTRUÇÃO DE
VISIBILIDADE E
REPUTAÇÃO DA
MARCA NA IMPRENSA

ENOVILLA



O DESAFIO DE CRIAR REPUTAÇÃO

Como – por meio da mídia espontânea - gerar credibilidade, dar relevância e criar reputação para uma marca e um empreendimento ainda em construção, estimular o desejo das pessoas em conhecerem a iniciativa e ajudar a fomentar a venda de quotas? Esse foi o desafio macro da Assessoria de Imprensa para reverberar a Enovila - cujo projeto será detalhado abaixo - mas junto a ele ainda tínhamos que:

- Desmistificar a má impressão do público sobre casas compartilhadas, uma vez que no Brasil o termo não é bem-visto por todos.
- Apresentar uma marca totalmente nova e gerar credibilidade para um projeto ainda em execução – as casas da Enovila ainda não estão prontas.
- Fomentar conversas acerca de um novo modelo de vida, de experiências mais reconhecidas fora do que dentro do Brasil.
- Gerar relevância para um projeto sobre vinhos, em Minas Gerais, com uma nova tecnologia de poda – a dupla poda – em um segmento crescente no estado, mas sem tradição na produção da bebida.



*Condomínio Vivert
Reserva da Mata*



*da esquerda para a direita,
Antônio Alberto Júnior e Alessandro Rios*

UM PROJETO INOVADOR

Com extenso know-how no setor alimentício, à frente de empresas como Verde Campo e Vida Veg (substitutos lácteos veganos), todas sediadas em Lavras, no Sul de Minas, os irmãos e empresários Antônio Alberto Júnior e Alessandro Rios se uniram para criar a Enovila, comunidade que será composta por um seleto grupo de apaixonados por vinhos que desejam viver a parte boa da experiência de serem donos da sua própria vinícola.

Com investimento previsto de R\$ 140 milhões, o projeto está sendo erguido em uma área de quase 2 milhões de m², dentro do condomínio Vivert Reserva da Mata, às margens da Represa do Funil, em Bom Sucesso, no Sul de Minas Gerais. O Vivert traduziu um novo estilo de vida, ao criar e oferecer aos seus proprietários – condôminos – um conceito inédito de urbanização no Brasil, que prioriza o jeito de viver em uma comunidade que compartilha e vivencia os sete caminhos de reconexão: natureza, alimentação saudável, esporte e lazer, trabalho e leveza, arte e cultura, amizade e transcendência. O complexo foi eleito o melhor empreendimento urbanístico pelo Prêmio Master Imobiliário, em 2021.



Em setembro de 2022, foi criada no local a vinícola Alma Gerais, cujos vinhos, feitos a partir das uvas Sauvignon Blanc, Syrah, Cabernet Sauvignon e Cabernet Franc, possuem uma característica especial: são fruto da colheita realizada entre junho e agosto, possibilitada pela dupla poda, técnica desenvolvida pelo ex-pesquisador da Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (Epamig) e engenheiro agrônomo, Murillo de Albuquerque Regina, que viabiliza a produção da bebida também no inverno. O projeto Alma Gerais também conta com a consultoria de um dos mais importantes enólogos da América do Sul, Mário Geisse, e do engenheiro agrônomo, professor e sommelier René Vasquez, que dão ainda mais relevância ao empreendimento.

Para permitir que os apaixonados por este universo desfrutem de toda a singularidade dos vinhos de inverno, e mais, que sejam proprietários de uma vinícola e de seus próprios vinhos, surgiu o projeto Enovila. Projetado por ninguém menos do que o arquiteto mineiro Gustavo Penna, que também assina o projeto da vinícola, o empreendimento enoturístico terá 60 casas que formarão uma vila - por isso o nome Enovila - oferecidas aos compradores (quotistas) totalmente mobiliadas e equipadas, com detalhes customizados que remetem a cada uma das famílias. Com 230m² e construção dividida em duas fases - com a primeira entregue até abril de 2027 - os imóveis poderão ser utilizados pelos sócios ao longo do ano em um sistema de compartilhamento.



Imagem 3D das futuras casas da Enovila

O maior diferencial do negócio, porém, está em um rol volumoso de experiências.

Quem adquirir uma quota para participar da comunidade, terá a sua casa disponível para viver uma imersão durante quatro semanas no ano. Nesse período, além de acompanhar as práticas do dia a dia de um vinhedo e de uma vinícola - o processo de produção, o plantio e as vindimas - o sócio fará o seu próprio blend, colocará o seu rótulo nos vinhos e contará com a própria adega.

Para integrar a comunidade, a fração/quota custa, atualmente, R\$390 mil, e terá uma taxa de manutenção, que inclui todo o serviço de hotelaria e as experiências, de R\$600 mensais. Algumas das experiências do complexo - um wine bar flutuante (o primeiro de Minas Gerais) e um restaurante - já estão disponíveis não só para sócios como também para turistas que desejam conhecer o empreendimento.



Wine bar
Alma Gerais

A ESTRATÉGIA

Já que o desafio de comunicação era tornar relevante e gerar desejo para uma marca e um projeto sem nenhuma referência construída, entendemos que o caminho deveria ser percorrido de forma pragmática e estratégica. E o mais importante: consolidado no médio e longo prazo. Assim, elegemos os seguintes direcionadores da narrativa junto à mídia:



Inovação como foco estratégico

Destaque para as iniciativas do projeto que vão além da tecnologia.



Qualidade e simplicidade com sofisticação:

Tradução, por meio de experiências, do conceito Enovila para jornalistas e influenciadores.



Visibilidade direcionada e qualificada

Escolha criteriosa de jornalistas, influenciadores e formadores de opinião que dariam a exposição qualificada em veículos de relevância e que ajudam na construção de reputação.

O relacionamento direto com a mídia tem como eixos estratégicos os seguintes pilares:



Frequência inteligente

(sem foco no grande volume) para criar awareness de marca.



Impacto

para gerar relevância.



Consistência

para fortalecer as mensagens-chave e o posicionamento.

AÇÕES

A apresentação oficial da Enovila ao mercado se deu em março de 2024, durante o evento South Summit Brazil 2024, encontro global de investidores, empresas e startups, realizado em Porto Alegre (RS). Os empresários foram convidados a falar sobre a inovação do projeto para um público altamente qualificado em um ambiente que reuniu jornalistas do mundo inteiro.

Para aproveitar a oportunidade e gerar holofotes estratégicos para o projeto, criamos uma press trip com diferentes ações de relacionamento voltadas para a imprensa e influenciadores, em uma oportunidade exclusiva de conhecerem em primeira mão o empreendimento e ainda participarem do evento reconhecido dentro e fora do Brasil.

Selecionamos três nomes estratégicos da grande mídia: Luciana Fróes, crítica de gastronomia do jornal O Globo; Tânia Nogueira, colunista de vinhos, altamente reconhecida pelo mercado por sua coluna Tinto ou Branco na Folha de São Paulo; e Daniela Maciel, repórter de negócios no Diário do Comércio, de Belo Horizonte. Além disso, participou do evento a influenciadora Thay Sanqueta, que com quase 50 mil seguidores é referência em lifestyle e apaixonada por vinhos. Tendo em vista que as profissionais convidadas não conheciam o projeto, nossa estratégia foi impactá-las positivamente, oferecendo não somente uma viagem de trabalho, mas uma experiência completa que refletisse o estilo de vida que o projeto Enovila deseja oferecer a seus parceiros.

A experiência começou com um convite oficial. Uma vez que toda a tratativa foi feita por telefone e WhatsApp, era preciso demonstrar a importância das convidadas e dar força e relevância à marca. As quatro profissionais receberam em casa um kit/convite contendo um decanter acompanhado de um card com QR Code que direcionava a um vídeo de Antônio Alberto Júnior agradecendo cada uma, de forma personalizada.



SOUTH SUMMIT

Uma ação de impacto

Ao chegarem a Porto Alegre, as jornalistas foram recepcionadas no hotel por nossa equipe de Assessoria de Imprensa, e ao entrarem no quarto, um segundo card de boas-vindas estava à espera das profissionais, acompanhado de uma caixa de chocolates nobres. Para estreitar o relacionamento com os executivos da Enovila, antes mesmo do início do evento, um jantar foi realizado para que elas pudessem ter um momento no qual fosse possível conversar, entender o projeto, tirar dúvidas e fazer questionamentos.

Durante o South Summit Brazil, as jornalistas foram apresentadas oficialmente à iniciativa e participaram de uma coletiva realizada pelos executivos, durante um passeio em um Wine Boat ancorado às margens do rio Guaíba, onde aconteceu também uma degustação de vinhos Alma Gerais e finger foods com produtos da gastronomia mineira, como queijos e doces.

Ao retornarem para casa, o quarteto foi novamente recebido com outro presente de agradecimento pela presença no Sul do país, um kit com as chamadas raridades mineiras, itens premiados da nossa gastronomia. Assim, a experiência estava completa.



FEEDBACKS

Antes de realmente render honras a quem mandou o presente, eu quero render honra à agência que tá atendendo esse cliente. Desde o começo é de um cuidado, de uma gentileza, de tudo tão impecável, tão zeloso...de tanta atenção, de tanta excelência.

Thay Sanqueta



VÍDEO DO
AGRADECIMENTO

Agradeço demais o convite e todo o cuidado e carinho que vocês tiveram desde o primeiro minuto. O projeto é lindo e eu acho que a região merece ser mostrada, ser frequentada por todo mundo.

Daniela Maciel,
repórter do Diário do Comércio

Toda a experiência no evento foi extremamente importante para a estratégia de visibilidade da Enovila. Apresentar o empreendimento em veículos de grande circulação e por meio de profissionais reconhecidos pelo segmento deu, não só à marca, mas a todas as experiências que estarão a ela atreladas, uma importante chancela que ajudou abrir as portas de outros players da mídia. O resultado foi uma exposição bastante qualificada com 14 matérias e duas notas, em veículos como O Globo, Valor Econômico, NeoFeed, Diário do Comércio, Estado de Minas e O Tempo.

Valor ECONÔMICO | Empresas

Empresários investem para criar 'rota do vinho' em Minas Gerais

A iniciativa dos empresários Alessandro Rios e Antônio Alberto Júnior corre em paralelo à construção do complexo Enovila, que consumiu investimento de R\$ 140 milhões

Por Natália Flach — São Paulo
09/04/2024 14h58 - Atualizado há 6 dias

Presentear matéria   

O GLOBO



Luciana Fróes

Viajante inveterada, amante da boa mesa e crítica gastronômica do GLOBO.

Um vinho para chamar de seu: vinícola em Minas terá vila de casas para 'residentes'

Por Luciana Fróes
28/03/2024 23h59 - Atualizado há 6 dias

  

SUSTENTAÇÃO – Gerando consistência

É preciso ampliar a visibilidade para criar credibilidade

Após a primeira ação de visibilidade, era preciso dar continuidade ao projeto de apresentação e divulgação do projeto para dar consistência à informação e, mais precisamente, a toda a narrativa construída.

Nesta etapa – que ainda está em andamento – a estratégia tem sido trabalhar de forma ainda mais focada e reverberar as experiências que estarão disponíveis na Enovila - entre elas, o lançamento do wine bar flutuante - em pautas focadas em diferentes editorias, como gastronomia e turismo. Para esta fase do trabalho, selecionamos 12 jornalistas, dos veículos O Globo, Folha de São Paulo, Valor Econômico, O Estado de São Paulo, Exame, CNN Viagem & Gastronomia, Prazeres da Mesa, Veja, Época Negócios, NeoFeed, além das revistas especializadas, Adega e Gula, para o trabalho de relacionamento.

A opção foi por trabalhar um a um, levando ao profissional informações direcionadas e a oportunidade de falar com os executivos e os especialistas – o enólogo Mário Geisse, o arquiteto Gustavo Penna e o engenheiro agrônomo Murillo de Albuquerque Regina - de forma a construir seus conteúdos de maneira exclusiva. De março até o momento, profissionais dos 12 veículos foram contatados e o tema reverberou em 67 matérias.

Importante destacar que toda a estratégia não está pautada no volume de inserções, mas, sim, em mostrar aos jornalistas e, conseqüentemente, ao mercado que o projeto Enovila está em execução – ou seja, é um empreendimento sério e confiável – evidenciar a proposta do novo jeito de viver proposto pela iniciativa, destacar a qualidade do vinho Alma Gerais e ressaltar ainda os nomes relevantes que emprestam sua credibilidade e seu trabalho ao complexo.



É hora de ver para crer

Além dos contatos individualizados, a proposta de trabalho da Assessoria de Imprensa também é pautada pelas experiências. Sendo assim, ao longo dos últimos meses, jornalistas e influenciadores digitais têm sido convidados a conhecer o projeto in loco.

A primeira iniciativa neste sentido foi com a jornalista Suzana Barelli, do jornal O Estado de São Paulo, com profundo know-how do mundo dos vinhos. Além de conhecer o projeto de perto, ela passou dois dias conversando com o enólogo Mário Geisse sobre a qualidade do vinho e a inovadora dupla poda, além de entrevistar os empreendedores Alessandro Rios e Antônio Júnior sobre toda a concepção do projeto.





suzanabarelli Um dia pelos vinhedos mineiros, aqui o do projeto Alma Gerais, no Vivert Reserva da Mata, nas margens da represa do Funil.

É um dos projetos novos que aposta na técnica de poda invertida (vinhos de inverno) e que conta com consultoria dos chilenos Mario Geisse e Rene Vasquez.

Depois escrevo sobre o projeto. Por agora, só o registro de que estou sempre sorrindo nas fotos espontâneas em que estou nos vinhedos. Acho q é a minha morada! 🍷 🍷 🍷



Obrigada pelo convite para a viagem.

Foram momentos muito ricos.

(Suzana Barelli agradecendo, via WhatsApp, a assessoria de imprensa pela viagem ao Sul de Minas)



A segunda ação realizada com jornalistas foi a participação na Vindima, o período entre a colheita das uvas e o início da produção do vinho. Um evento que dá a oportunidade aos participantes de viverem uma experiência inesquecível. Para a primeira vindima da Alma Gerais, dentro do projeto Enovila, foram convidados sete jornalistas de Belo Horizonte, São Paulo e Lavras, cidade localizada ao lado de Bom Sucesso, sede do futuro empreendimento.

Na ocasião, o grupo também fez um tour pelo wine bar, que navegou, no fim da tarde, pela Represa do Funil. O evento foi finalizado com um menu degustação preparado por Kaliu Castro, chef à frente da cozinha e conceito gastronômico do flutuante.

FEEDBACKS



Pessoal, muito obrigada por essa experiência!
Foi tudo maravilhoso, lindo, encantador! Obrigada demais!!

Raquel Penaforte, repórter Jornal O Tempo



Quero agradecê-los pelo convite e pela tarde maravilhosa que vocês proporcionaram a todos profissionais de imprensa. Muito obrigado e um abraço.

Daniela Maciel,
repórter do Diário do Comércio



CLINTON BARROS/DEVLUGAÇÃO
turismo



Bom Sucesso. Alma Gerais foi aberta aos turistas e aficionados por vinhos no último sábado (27)

Uma vinícola para chamar de sua

Complexo, que reúne vinhedos, wine bar flutuante e restaurante, terá ainda uma Enovila

■ **RAQUEL PENAFORTE**

■ A degustação de um bom vinho começa antes do envase da garrafa. Saber aproveitar cada etapa do processo, da colheita da uva ao produto na taça, é a proposta dos irmãos e sócios Alessandro Rios e Antônio Alberto Júnior.

O Alma Gerais – empreendimento que contempla vinhedos, vinícolas, restaurante e o inédito wine bar flutuante – acaba de ser aberto ao público. Celebrando a safra número um da plantação que começou em 2020, os irmãos abriram as portas do complexo aos apaixonados pela bebida fermentada no sábado (27).

“Em Minas Gerais, a gente pode tudo. Temos bons cafés, queijos, receptividade e, agora, vinhos. Nossa proposta é levar mais esse produto, mas oferecendo uma experiência completa, em que será possível se sentir dono de uma vinícola”, afirma Antônio Júnior.

O complexo turístico fica localizado dentro do condomínio Vivert Reserva da Mata, no distrito de Bom Sucesso, a 205 km de Belo Horizonte e a 42 km de Lavras, no Campo das Vertentes.

Às margens da represa do Funil, 40 mil pés de syrah e sauvignon blanc formam uma belíssima paisagem, até então conhecida apenas nos destinos internacionais, como Bordéus, na França, Toscana, na Itália, ou Mendoza, na Argentina.

Ainda na temporada de inverno, quem quiser conhecer o local pode escolher entre as opções de enoturismo: pacotes de passeios com degustação (a partir de R\$ 150 por pessoa) até passeio com degustação e menu harmonizado no barco flutuante ou no restaurante (a partir de R\$ 490 por pessoa).

“A gente tem aplicado uma técnica desenvolvida aqui no Estado, de dupla poda da planta. Isso acontece porque temos, nessa região de dias quentes e ensolarados, noites frias e solo seco. O resultado é uma colheita frutífera e mais produtividade”, detalha Alessandro Rios.

PROJETO INÉDITO. Todo o complexo enoturístico faz parte

Saiba mais

Onde. A vinícola Alma Gerais fica na MG-335, KM 73, em Macaia, distrito de Bom Sucesso. Contato pelo Instagram / @almagerais

Planos. O plano básico dá direito a 48 garrafas ao ano por R\$ 360. Pode-se ainda



DANIEL MANSUR/DEVLUGAÇÃO

de um empreendimento ainda mais audacioso elaborado pelos irmãos e chancelado pelo arquiteto mineiro Gustavo Penna.

Possivelmente, uma novidade imobiliária ainda pouco explorada no Brasil: uma Enovila, com 36 casas, em que os sócios poderão, por quatro semanas do ano (uma a cada estação), ser donos da vinícola e ter a

oportunidade de criar o próprio vinho.

“Já imaginou ter uma vinícola, poder acompanhar toda a produção do vinho, do plantio, passando pela escolha do blend, do corte e até do rótulo? É isso que vamos oferecer, sem a preocupação com a burocracia e as partes chatas do processo. Somente a parte boa de produzir e apreciar um bom vinho”, explica Rios.



WINE LOCALS/DEVLUGAÇÃO

1. O wine bar flutuante navega pela represa do Funil, tendo ao fundo o complexo Alma Gerais, no condomínio Vivert Reserva da Mata.
2. Os irmãos e sócios Antônio Alberto Júnior e Alessandro Rios nos vinhedos.
3. Os vinhos Alma Gerais, produzidos com as castas syrah e sauvignon blanc.

Enovila terá 36 casas compartilhadas e cotas

■ A Enovila ficará dentro do condomínio. A expectativa é que as 36 casas, de 230 m², com duas suítes e capacidade para acomodar até quatro adultos e duas crianças, fiquem prontas em 2027.

“As casas compartiha-

das terão vista para a represa e estética contemporânea e serão mobiliadas e equipadas com utensílios e enxoval, com manutenção e serviços de limpeza”, acrescenta Alessandro Rios.

Em contrapartida, o sócio

que adquirir uma das 416 cotas à venda, no valor inicial de R\$ 390 mil, deverá assumir o condomínio mensal de R\$ 600 e poderá usufruir da vinícola e receber, ao ano, 12 garrafas não personalizadas da bebida.

RESULTADOS

Desde março até o momento – período em que estamos trabalhando para gerar visibilidade e credibilidade para a marca - o projeto Enovila foi protagonista em 67 reportagens produzidas pela imprensa. A exposição em veículos como O Globo, Estadão, Folha de São Paulo, Exame e Valor Econômico reverberou em outras mídias e abriu portas para novas oportunidades.

67 inserções no período

83 NPS das reportagens

R\$ 4,7 milhões
Valoração

Audiência estimada

Até o momento, mais de 33 mil pessoas foram impactadas pelos eventos e ações de divulgação da marca, 23,5 mil delas apenas no South Summit Brazil. Analisando o perfil do público impactado, segundo dados do Instagram da Enovila, 63% são mulheres e 37% homens, todos de 30 a 65 anos, da classe A.

R\$ 65 mil
Investimento nas ações de relacionamento com a imprensa

Além do impacto comunicacional do trabalho feito até aqui, a visibilidade positiva e a credibilidade gerada para o projeto a partir das reportagens qualificadas conquistadas, vêm impactando decisivamente o negócio. Desde que o projeto passou a ser comentado e exposto pela imprensa, um total de 40 quotas – as casas da Enovila são vendidas em quotas de R\$ 390 mil – foram comercializadas, uma média de seis por mês nos últimos 180 dias. O valor arrecadado, até o momento, é quase 14 vezes maior que o aporte em marketing e eventos para divulgar o projeto – área onde está alocada a verba da assessoria de imprensa.

ENOVILA

Rede 
Comunicação que transforma

