

## Ele vale mesmo R\$ 500 milhões?

Como a Diletto, uma sorveteria brasileira que fatura R\$ 30 milhões, fundada por Leandro Scabin, conseguiu atrair investimento de Jorge Paulo Lemann, o homem mais rico do Brasil

Por Rodrigo CAETANO

Uma das frases lapidares do lendário empresário brasileiro Jorge Paulo Lemann é que “pensar grande e pensar pequeno dá o mesmo trabalho.” Nada mais salutar para quem transformou a envelhecida e estagnada Brahma, comprada por ele e seus parceiros, Marcel Telles e Beto Sicupira, em 1989, na AB InBev, a maior cervejaria do mundo. Na semana passada, Lemann pensou grande, de novo. O fundo Inova, que tem entre seus cotistas o homem mais rico do Brasil, comprou 20% da Diletto, pequena sorveteria com faturamento de R\$ 30 milhões, fundada em 2007 pelo empresário paulista Leandro Scabin. De acordo com alguns relatos, Lemann e Verônica Serra, filha do ex-governador de São Paulo José Serra e candidato derrotado à Presidência da República, em 2002 e 2010, que administra o fundo, avaliaram a empresa em R\$ 500 milhões.



Scabin, da Diletto: “não somos a Ambev dos sorvetes”

Daí terem pago R\$ 100 milhões para adquirir uma fatia minoritária da pequena sorveteria. Na verdade, DINHEIRO apurou que a dupla desembolsou metade desse valor, avaliando a Diletto em R\$ 250 milhões. De qualquer forma, não deixa de ser uma soma surpreendente para uma empresa que tem pouco mais de cinco anos de vida e, provavelmente, ainda não chegou ao equilíbrio financeiro e ao lucro. “É um sinal de que estamos no caminho certo”, disse à DINHEIRO Scabin, que divide o controle da Diletto com dois sócios, o publicitário Fábio Meneghini, diretor de criação da agência WMcCann, e Fábio Pinheiro, ex-sócio do banco BTG Pactual.

Mesmo no caminho certo, na visão de Scabin, a pergunta não é descabida: será que a Diletto vale tanto assim? “O valor assusta, mas quem compra está olhando para o futuro”, afirma Alberto Serrentino, sócio da consultoria GS&MD Gouvêa de Souza. “E o potencial é grande.” Em pouco tempo, a Diletto conseguiu conquistar espaço no cobiçado mercado de produtos premium. Esse segmento é disputado por empresas muito maiores, como a americana Häagen-Dazs, da General Mills, e a suíça Mövenpick, da Nestlé. Uma das sacadas de Scabin foi criar uma marca que, apesar de nova, carrega uma história que remete aos anos 1920. Nesse período, Vittorio Scabin, seu avô, fabricava sorvetes no pequeno vilarejo de Sappada, na região do Vêneto, norte da Itália.



Aposta gelada: Lemann e Verônica Serra desembolsaram R\$ 50 milhões para comprar uma fatia minoritária da sorveteria

O empresário brasileiro recriou a Diletto e recuperou a receita familiar - reza a lenda que era feito com neve. “A Diletto tem tradição por se apropriar dessa história de quase um século”, afirma Andrea Russo, diretora da consultoria Grupo Troiano, especializada em marcas.

Rigoroso, Scabin usa ingredientes de primeira linha, todos importados da Itália, da mesma forma que todo o maquinário da unidade de Cotia. Até a madeira dos picolés é europeia. A distribuição dos sorvetes nos três mil pontos de venda é feita em geladeiras exclusivas - não raro, ao lado de seus concorrentes. O preço nunca é inferior ao dos rivais das gôndolas. Suas embalagens são sofisticadas, o que garante um ar de superioridade e produto premium.

“É uma marca bem trabalhada”, diz Marcos Machado, sócio da consultoria Top Brands. O desafio de Scabin será manter as características de exclusividade da Diletto em uma empresa que precisará crescer de forma acelerada. “Não somos a Ambev dos sorvetes”, afirma Scabin. O certo é que Lemann não ganhou sua fama por fazer benemerência nos seus investimentos. “Temos planos de começar a exportar”, diz Scabin, sem revelar detalhes sobre a estratégia. Ele quer transformar a empresa em um negócio de R\$ 1 bilhão em dez anos, segundo tem confiado a pessoas próximas. Isso significa multiplicar por 20 o faturamento de R\$ 50 milhões, previsto para 2013. O seu sucesso definirá se Lemann e Verônica pagaram uma pechincha ou se esse investimento vai derreter.

## RECEITA DE SUCESSO

A ESTRATÉGIA DA DILETTO PARA SE TORNAR UMA MARCA COBIÇADA  
PELO INVESTIDOR JORGE PAULO LEMANN:

**QUALIDADE:** usa ingredientes importados da Itália e segue uma receita de quase um século para fabricar os sorvetes

**DISTRIBUIÇÃO:** a comercialização é seletiva em três mil pontos

**CONSISTÊNCIA:** mesmo lançando novos produtos, manteve a qualidade e a forma de apresentá-los

**COMUNICAÇÃO CLARA:** nos pontos de venda, os sorvetes ficam em geladeiras exclusivas. As embalagens são de qualidade superior em comparação às usadas pelos concorrentes



> Siga a DINHEIRO no Twitter (<http://twitter.com/revistadinheiro>) r (<http://twitter.com/revistadinheiro>)

> Curta a DINHEIRO no Facebook (<http://www.facebook.com/istoedinheiro>)

**ÍNDICE DE MATÉRIAS (/EDICOES/)  
ESPECIAIS (/EDICOES/ESPECIAIS/)**

**EDIÇÕES ANTERIORES (/EDICOES/ANTERIORES/)  
ASSINE A REVISTA ([HTTP://WWW.ASSINE3.COM.BR/](http://www.assine3.com.br/))**

**EDIÇÕES**



© Copyright 1996-2011 Editora Três

É proibida a reprodução total ou parcial deste website, em qualquer meio de comunicação, sem prévia autorização.