

REPORTAGEM ESPECIAL

Rio Grande do Sul é destino obrigatório para quem é apaixonado por vinhos

As vinícolas voltadas também ao enoturismo acabam como cenário de um encontro repleto de expectativas

Loraine Luz, especial para o JC
economia@jornaldocomercio.com.br

O que há de mais singular na vitivinicultura é que cada garrafa de vinho ou espumante pode contar uma história. Paralelamente ao intenso e meticuloso trabalho – do cuidado com os parreirais ao engarrafamento – que resulta em números aos milhares, seja em quilos de uvas, seja em litros de vinhos, as vitivinícolas têm a seu favor a capacidade de essa bebida proporcionar experiências e criar memórias agradáveis.

“Eu me apropriei de uma frase que diz que o vinho é 20% do que está na garrafa e os outros 80% são as experiências”, resume Maiquel Vignatti, gerente de marketing da Cooperativa Vinícola Garibaldi.

Por tradição secular, por aptidão geográfica, pelas características de clima ou pelo estofo aprimorado de geração em geração, o Rio Grande do Sul segue hegemônico na produção nacional, como demonstram os números reunidos nesta publicação, e protagonista dos benefícios econômicos gerados a partir do mundo do vinho.

De nada adiantariam “as horas de frio, tão fundamentais para a produção das uvas, os solos argilosos e de origem vulcânica” – como elenca Renê Tonello, presidente do Conselho de Administração da Cooperativa Vinícola Aurora – não fosse a predisposição para o trabalho, atributo dos imigrantes italianos, como acrescenta Vignatti: “temos todos esses aspectos geográficos e topográficos que formam o terroir, mas também reunimos condições culturais, que é a ação”.

“Temos diversas regiões no Sul com clima e solo que são perfeitas para a elaboração de vinhos e espumantes. Essas regiões propícias, aliadas à evolução constante da qualidade no método de elaboração, tanto no campo, quanto na vinícola, resultam em produtos de destaque”, argumenta Eduardo Valduga,



A relação das pessoas com o vinho através do enoturismo faz com que elas descubram que por trás de cada garrafa existe uma história e dedicação que perpassa gerações

enólogo e diretor do Grupo Família Valduga.

Com uma imagem consolidada no universo vitivinícola, por essa soma de terra e suor, tradição e pioneirismo técnico, o Rio Grande do Sul acaba como destino obrigatório para quem é apaixonado por vinhos. “A relação das pessoas com o vinho através do enoturismo é cativante. Elas descobrem que por trás de cada rótulo e garrafa existem histórias e um conteúdo fantástico”, empolga-se Franco Perini, CEO da Casa Perini, ele próprio um praticante do enoturismo.

Familiares, operadas por pequenas empresas ou grandes conglomerados, não há uma vinícola que já não tenha compreendido a força desse segmento de viagens. “O enoturismo é a oportunidade de criar conexão entre a marca e o público, de traduzir toda a história que está envasada em cada garrafa. Ajuda a mostrar que o produto é feito de pessoas para pessoas, e que, mais do que a relevância econômica, é social e culturalmente muito importante

para a região, o Estado e o País”, resume Renê Tonello. No caso da Vinícola Aurora, a projeção para 2023 é superar o fluxo de 2022, quando recebeu 241,8 mil visitantes.

Desse fluxo, são favorecidos outros segmentos da economia. “Cada vez mais a gente percebe a importância do enoturismo”, reconhece Flaviana Chioquetta Yamaguchi, gerente de marketing da Laghetto Hotéis. “O impacto é mais visível em Bento Gonçalves. Tanto que a gente está abrindo um novo empreendimento, o Reserva dos Vinhedos, dentro do Vale. Esse fluxo tem aumentado também em Gramado e Canela, onde operam mais de 12 vinícolas. A região de Bento é muito procurada por casais; Gramado e Canela, é mais por famílias”, afirma ela.

A cultura cativante em torno do vinho que atrai turistas abraça com legitimidade a gastronomia, evidentemente. E acaba como um cartão de visitas para quem atua no ramo de restaurantes. A força do vinho foi fundamental, por exemplo, na

expansão da rede Di Paolo de restaurantes. “Os turistas, quando nos visitam aqui no Rio Grande do Sul, perguntam quando vamos abrir uma loja em seus estados. Assim começamos nosso projeto de expansão, com uma logística própria de vários produtos que são produzidos aqui, preservando a originalidade e a experiência autêntica da típica cozinha italiana da Serra Gaúcha”, conta o sócio fundador da marca, Paulo Geremia, ele próprio descendente de uma família de imigrantes italianos vinda em 1890 da Província de Vicensa, na região do Vêneto (ITA).

A rede tem 14 unidades, em mais três estados além do RS: PR, SC e SP (este último com previsão de abertura de mais duas lojas no ano que vem).

Completando 50 anos de Brasil, o argentino Adolfo Lona, enólogo na Adolfo Lona Vinhos e Espumantes, acrescenta um aspecto definitivo para explicar o potencial próspero de tudo o que gira em torno da bebida: “O consumidor é extremamente apaixonado e envolvido”, atesta,

com a experiência de quem ministra cursos desde 1988.

“Ao longo dos anos, aprendi que o consumidor é progressivo. Pode hoje saber pouco sobre vinhos, mas amanhã sabe um pouco mais. Se a gente não progredir com ele, a gente termina criando tabus e se distanciando dele”, acredita.

Em síntese, as vinícolas voltadas também ao enoturismo acabam como cenário de um encontro repleto de expectativas: de quem produz e de quem consome. Porque a degustação, ponto alto do tour de qualquer turista, também preenche de significado o trabalho de vitivinicultores e enólogos, como destaca Lona. “Não tenho uma etapa preferida na elaboração dos vinhos, mas é evidente que a degustação é o momento principal. Porque é quando você avalia um vinho ao qual dedicou todo o ano ou uma safra. Se ali o vinho não estiver agradável, fácil de beber, tudo o que veio antes não atingiu o objetivo. Porque a razão de nossa existência é o consumidor”, destaca Lona.