



Vinhos & Espumantes

Sexta-feira e fim de semana, 7, 8 e 9 de novembro de 2025 | Jornal do Comércio | Porto Alegre

Enoturismo movimenta diversas regiões gaúchas





PANORAMA

Otimismo pauta vitivinicultura mesmo diante de obstáculos

Concorrência de importados, descaminho e tributação elevada são os principais entraves apontados pelo setor

Roberto Hunoff

Com uma produção de uvas comuns e viníferas de 769,2 milhões de quilos, o maior volume nos últimos 10 anos, a indústria brasileira elaborou, neste exercício, 562,5 milhões de litros de vinhos e derivados, alta de 55% sobre o ano passado. Para 2025, a projeção é de 800 milhões de quilos de uva, caso as condições climáticas mantenham a situação de normalidade. "Tudo se encaminha para mais uma safra de boa quantidade, mas principalmente de qualidade, pois as videiras estão saudáveis. Os indicadores são positivos", projeta o presidente do Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul (Consevitis), Luciano Rebellatto.

A comercialização, no entanto, no período de janeiro a julho, é negativa. O total de 230,4 milhões de litros é 7,5% e 7% inferior ao ano passado e a 2021, respectivamente, segundo ano da pandemia. Mas a situação é distinta entre os produtos. Os espumantes apresentam números positivos, com 9 milhões de litros comercializados, altas de 7% sobre o ano passado e 30% em relação a 2021. Os vinhos finos seguiram a mesma trajetória, com incremento de 9%, totalizando 12,5 milhões de litros. Os de mesa avançaram 4%, para 113,7 milhões de litros. Ambas as categorias, porém, venderam menos do que em 2021, quedas de 30% e 2,5%, respectivamente.

Entre os fatores para a perda de mercado, Rebellatto aponta o aumento de venda de importados e o descaminho. No entanto, vislumbra um cenário positivo,



Rebellatto destaca a importância do surgimento de novas empresas

principalmente nos espumantes e nas novidades do setor, que têm investido em produtos alinhados com as novas tendências de mercado. "Temos linhas mais leves, como brancos e rosés, com menor teor alcoólico para consumo mais amplo. A aceitação está sendo positiva e deve melhorar com a chegada dos desalcooolizados, tendência em todo o mundo", avalia.

Rebellatto frisa que o setor não é contra as importações, defendendo que o consumidor tem liberdade de escolha. Alerta, no entanto, que, em função da alta carga tributária sobre o setor, em torno de 50%, os vinhos nacionais perdem competitividade em relação aos importados. Outra preocupação é com o acordo Mercosul-Comunidade Europeia, que deve tornar a concorrência ainda mais difícil.

Rebellatto destaca o crescimento do setor por meio do surgimento de várias pequenas vinícolas, que estão atuando em nichos diferentes de mercado. Para ele, esta expansão fortalece o segmento como um todo, inclusive as médias e grandes empresas, pela criação de novos consumidores, que visitam os empreendimentos.

PREMIAÇÃO

Avaliação de Vinhos evidencia a expansão da produção no Brasil

A 33ª Avaliação Nacional de Vinhos – Safra 2025 reafirmou o caráter plural, diverso e em constante evolução do setor vitivinícola brasileiro. Pela primeira vez na história, três das 16 amostras mais representativas da safra são de vinícolas de fora do Rio Grande do Sul. A presença de rótulos de São Paulo e do Distrito Federal, somada aos de vinhos da Serra Gaúcha, Campanha Gaúcha e Campos de Cima da Serra, confirma a força do vinho brasileiro em novas e tradicionais áreas produtoras.

A diversidade também se expressa nas castas: 15 variedades de uva estão entre as 16 amostras selecionadas, evidenciando a amplitude de estilos, a versatilidade dos terroirs e o potencial enológico do Brasil. As notas medianas obtidas na degustação de seleção, conduzida por 90 enólogos, variaram entre 90 e 95 pontos, demonstrando o alto nível de qualidade da Safra 2025.

Cerca de 800 apreciadores acompanharam a apresentação das 16 amostras mais representativas da Safra 2025, degustadas no Pavilhão E do Parque de Eventos de Bento Gonçalves. O público foi conduzido por um painel de



Cerca de 800 apreciadores acompanharam a apresentação das 16 amostras

comentaristas do Brasil, da África do Sul, do Chile, da Espanha, da Itália, do México, de Portugal e do Uruguai, formado por profissionais de diferentes áreas.

Os comentaristas estrangeiros foram unânimes em salientar a qualidade dos vinhos. Adriaan Oelofse, da África do Sul, destacou o senso de identidade das amostras, mas também o avanço qualitativo, a resiliência e a inovação do setor. Para o italiano Vittorino Novello, a atividade evoluiu de forma expressiva nas últimas duas décadas, salientando a diversidade e a condição de tornar-se importante player

internacional.

Ao reforçar o aspecto da diversidade, a uruguaia Gabriela Zimmer ressaltou que o mundo começa a olhar com respeito os vinhos brasileiros e projetou crescimento rápido. Felipe de Solminiach, do Chile, enfatizou a importância da descoberta de mais locais para plantios de uvas e elaboração de vinhos, salientando não ser fácil encontrar novos terroirs. Segundo ele, é mais fácil receber algo pronto vindo de um grande grupo. "É importante seguir com os estudos sobre as condições climáticas e enológicas no Brasil", complementou.

As 16 amostras mais representativas

Vinho Base Espumante

- ▶ Pinot Noir – Vinícola Geisse (Pinto Bandeira)
- ▶ Pinot Noir – Casa Valduga (Bento Gonçalves)

Vinho Branco Não Aromático

- ▶ Riesling Itálico – Vinícola Gaio (Flores da Cunha)
- ▶ Chardonnay – Vinícola Gazzaro (Flores da Cunha)

Vinho Branco Aromático

- ▶ Sauvignon Blanc – Vinícola Philosophia (São Roque/SP)
- ▶ Moscato Giallo – Vinícola Grutinha (Caxias do Sul)

Vinho Rosé

- ▶ Cabernet Franc – Vinhos Casacorba (Nova Roma do Sul)

Vinho Tinto Jovem

- ▶ Pinot Noir – Cooperativa Vinícola Aurora (Bento Gonçalves)
- ▶ Rebo – Vinícola Campestre (Vacaria)

Vinho Tinto

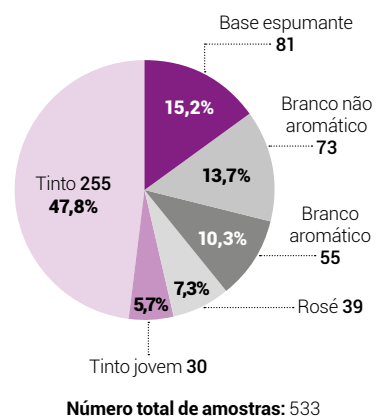
- ▶ Marselan - Villa Triacca Hotel Vinícola & Spa (Brasília/DF)
- ▶ Cabernet Sauvignon – NOVA Vinhos e Espumantes (Flores da Cunha)
- ▶ Cabernet Franc – Vinícola Don Guerino (Alto Feliz)
- ▶ Merlot – Vinícola Cerro de Pedra (Candiota)
- ▶ Tannat – Vinícola Monte Reale (Flores da Cunha)

Vinho Tinto - Grupo de Corte

- ▶ Cabernet Franc/Syrah/Marselan – Vinícola Ercoara (Brasília/DF)
- ▶ Touriga Nacional/Tannat/Petit Verdot/Tempranillo/Merlot/Cabernet Sauvignon – Vinícola Miolo (Bento Gonçalves)

Vinícolas participantes: 76

- Bahia: 9
- Distrito Federal: 23
- Espírito Santo: 2
- Goiás: 1
- Minas Gerais: 22
- Rio de Janeiro: 5
- Rio Grande do Sul: 446
- Santa Catarina: 6
- São Paulo: 19



Beba com moderação

Mostre
que você
pode ser
um chef.

Harmonize
com Garibaldi
e aproveite
todos os
sabores.




GARIBALDI
COOPERATIVA VINÍCOLA

somos
coop

Um sabor para cada sabor.



VALE DOS VINHEDOS

Aurora projeta nova fábrica para seu centenário

Intenção é que praticamente toda a produção de uvas dos cooperados seja recebida em um único local

Roberto Hunoff

Após investir R\$ 130 milhões nos últimos cinco anos, priorizando a modernização e a qualificação de processos, a Cooperativa Vinícola Aurora planeja a construção de uma nova planta fabril no Vale dos Vinhedos. A intenção é entregar a obra como uma marca do centenário, em 2031.

De acordo com o diretor de marketing e vendas, Rodrigo Valério, o projeto contempla uma unidade capaz de receber em torno de 90% a 95% da produção de uvas dos cooperados, que tem sido, em média, na casa dos 75 milhões de quilos anuais. Na safra 2025, recebeu 71,6 milhões de quilos de uva. Com os investimentos do último quinquênio, a capacidade total de armazenamento aumentou de 85 milhões para 92 milhões de litros.

O executivo projeta para este ano crescimento em relação ao exercício passado, quando a cooperativa totalizou faturamento de R\$ 841 milhões, alta de 7% sobre 2023. Admite, no entanto, que a margem final deve ser menor



ANDERSON PAGANI/DIVULGAÇÃO/JC

Cooperados cultivam uvas em 3 mil hectares, distribuídos em 11 municípios no Rio Grande do Sul

em razão da forte concorrência no mercado, especialmente com produtos importados. "Há uma redução de consumo nos principais países, como Chile, Argentina, França, Itália e outros. E o Brasil aparece como destino preferencial para suprir a perda interna nestes mercados, que têm consumo médio de 15 litros per capita. Para fazer frente a este movimento, o setor precisa continuar investindo em novidades", avaliou.

Novidades que a Aurora tem colocado no mercado. Na ProWine

São Paulo, lançou o vinho laranja, com menos álcool, e a linha de desalcooolizados. O vinho laranja é elaborado com uvas brancas Viognier, que passam por processo de maceração pelicular prolongada. Nesta safra, são 7 mil garrafas, todas numeradas, e vendidas exclusivamente no e-commerce e nas lojas próprias da Aurora.

À base de uvas Cabernet Sauvignon e Chardonnay, os vinhos desalcooolizados, após as etapas normais de elaboração, são submetidos a um processo físico, com

tecnologia desenvolvida internamente, para a extração do álcool. O primeiro lote, já à venda, tem 5 mil garrafas de cada vinho. "Percebeu-se uma grande aceitação das propostas. Pelo que sentimos junto ao mercado, estes lotes terão venda rápida", estima o diretor.

Ele destaca que a linha de desalcooolizados tende a ter um público diverso, como o religioso, e atrair consumidores mais jovens.

As exportações também devem melhorar a receita da Aurora, mesmo diante das tarifas impostas

pelos EUA, mercado com baixa representatividade nos negócios. Valério cita China, Paraguai e Uruguai como os principais importadores de bebidas da marca.

O investimento em tecnologia tem transformado a viticultura da Aurora. O uso de estações meteorológicas, drones e colheita mecanizada permite um monitoramento mais preciso dos vinhedos, otimizando o cultivo e a colheita. Também investe em pesquisas para o desenvolvimento de novas variedades e técnicas mais sustentáveis.

No âmbito ambiental, adota práticas como embalagens sustentáveis, tecnologias que reduzem desperdícios e a substituição de empilhadeiras a combustão por elétricas. Recentemente, a ampliação do Centro de Distribuição no Vale dos Vinhedos, com um investimento de R\$ 14 milhões, reduziu em 30% o fluxo de caminhões entre as unidades industriais e triplicou a capacidade de estocagem.

A Aurora reúne 1.100 famílias cooperadas, em 11 municípios da Serra Gaúcha, responsáveis pelo cultivo de 3 mil hectares. Conta com 550 funcionários nas unidades de Bento Gonçalves e Pinto Bandeira e processa anualmente entre 10% e 15% da safra de uvas do Rio Grande do Sul. O portfólio conta com 220 itens, comercializados em todos os estados e exportados para 17 países.

Miolo intensifica estratégias para elevar as exportações

Adquirida no final do ano passado, a Bodega Renacer, com operação em Mendoza, na Argentina, já contribui para o incremento de vendas externas pelo Miolo Wine Group. Neste ano, a vinícola de Bento Gonçalves enviou 50 mil garrafas de espumantes para venda na Argentina. De acordo com o diretor-superintendente Adriano Miolo, a incorporação contribuirá para que a vinícola aumente a presença em outros mercados importantes, pois dois terços da produção da Renacer são exportados, com presença em mais de 40 países.

O diretor informa que três vinhos com a marca Miolo já estão em elaboração na Renacer, ao mesmo tempo em que rótulos da bodega começam a ganhar presença no Brasil. Segundo ele, são produtos e preços diferentes que

não concorrem com a linha Miolo. "O negócio foi feito para a incorporação de um quinto terroir, de vinhos de altitude, que ainda não tínhamos, e que nos confere maior diversidade", frisa. A operação não sofreu muitas mudanças, apenas ajustes finos, assim como a manutenção dos 50 empregados. A Bodega Renacer também é um destino consolidado de enoturismo.

Recentemente, a empresa concretizou a maior exportação de espumante já feita pelo Brasil para a Suécia. O lote de 200 mil garrafas do espumante brut Cuvée N°7, elaborado com uvas Chenin Blanc cultivadas na Vinícola Terranova, em Casa Nova, no Vale do São Francisco, já está disponível para os consumidores em todo o território sueco. A Miolo tem presença em mais de 30 países.

Dentre as novidades no portfólio está o acréscimo da variedade Sémillon, cultivada na Campanha Central, à linha Miolo Giuseppe, já composta pelo Merlot/Cabernet Sauvignon e Chardonnay. A nova fase da linha chega acompanhada de uma inovação tecnológica. Além do tradicional envelhecimento em barricas de carvalho francês, os vinhos fermentam em ovos de concreto, técnica que vem ganhando espaço nas principais regiões vitivinícolas do mundo.

O diretor define o momento atual do mercado como difícil, marcado por incertezas. Mas assegura que investir e buscar novos mercados são estratégias que precisam ser mantidas. Em linha com o que o público está demandando, a Miolo lançou produto com menor teor alcoólico, de sete por cento, e



RENACER/DIVULGAÇÃO/JC

Mendoza é o quinto terroir explorado pela empresa de Bento Gonçalves

prepara o ingresso no segmento de desalcooolizados.

O Miolo Wine iniciou a expansão de terroirs em 2000 com operações na Campanha Meridional, com a Vinícola Seival, em Candiota. Chegou em 2001 ao Vale do São Francisco, com a Vinícola Terranova, em Casa Nova

(BA); e na Campanha Central com a Vinícola Almadén, em Santana do Livramento, em 2009. A estrutura principal em Bento Gonçalves está recebendo investimentos para fortalecer o enoturismo. Uma das novidades será a Cave Giuseppe e a reformulação de toda a loja de varejo.



VALE DOS VINHEDOS

Cooperativa Vinícola Garibaldi reforça o portfólio

Em seis anos, cerca de 60 novas uvas foram testadas no vinhedo experimental de quatro hectares, na cidade de Santa Tereza

Roberto Hunoff

O vinhedo experimental criado em 2019, em área de quatro hectares de um cooperado, no município de Santa Tereza, tem oportunizado à Cooperativa Vinícola Garibaldi qualificar o portfólio de produtos com variedades diferentes, de pouca ou quase nenhuma produção no Brasil. São uvas da Geórgia, Ucrânia, Romênia, Grécia, Hungria, República Tcheca, Portugal, Itália e Espanha. Além de diversificar a produção, o projeto busca entender como essas uvas se adaptam ao clima e ao solo do Brasil.

A iniciativa começa a dar retorno. Neste ano foram lançados vinhos elaborados com as uvas Pálava, de origem tcheca, e, mais recentemente, da húngara Irsai Oliver. "Temos outros varietais bem encaminhados que, em breve, devem fazer parte do portfólio da vinícola", comemora o presidente Oscar Lô. Para ele, o surgimento de novas variedades é também uma oportunidade para o cooperado elevar a renda e, com isso, estimular o jovem a seguir na atividade.

Após a colheita, as uvas são levadas para a adega, onde são submetidas à microvinificações. Os testes são realizados ao longo de várias safras, pois o clima pode variar de um ano para outro.

"Temos 17 variedades em processo de microvinificação agora", comenta o enólogo Ricardo Morari.

O Garibaldi In Veritas Irsai Oliver é um vinho branco com diferentes camadas aromáticas. Ele introduz pela primeira vez no País um vinho elaborado com a uva Irsai Oliver. Pouco mais de 7,2 mil garrafas estão à venda. O Garibaldi VG Pálava chegou no ano passado e se destaca por aromas terpênicos e florais.

Em busca de um perfil que dialogue bem com o público, a Garibaldi posiciona o Pálava como um vinho mais descomplicado e acessível, especialmente voltado àqueles que estão começando a explorar os brancos. "A categoria de vinhos brancos está crescendo no Brasil, e queremos nos conectar tanto com novos consumidores quanto com os tradicionais", afirma André Luís Rech, gestor de comunicação da Garibaldi.

Outro movimento da Garibaldi é acompanhar as tendências de mercado que, segundo Lô, está em processo de reformulação e em fase de confirmação de tendências de consumo, que vinham sendo observadas nos últimos anos. "Percebe-se uma demanda maior por vinhos leves, como espumantes e brancos, com teor alcoólico menor, além da busca por variedades diferentes, as quais permitem lançar produtos de estilos diversos para atrair novos consumidores. A indústria precisa estar preparada para estas mudanças", avalia. A Garibaldi tem oito rótulos zero álcool de produtos gaseificados em sua linha. Dentre eles, o Relax



Garibaldi estreou na ProWine São Paulo e apresentou uma série de novidades

Alcohol Free, primeiro fricante brasileiro livre de álcool lançado neste ano. É elaborado com uva Moscato, gaseificado e sem adição de açúcar ou aromas artificiais.

De olho nas comemorações dos 95 anos, em 2025, a Garibaldi aproveitou a ProWine São Paulo, da qual participou pela primeira vez, para fazer o pré-lançamento da linha Harmonia, que chega ao mercado em janeiro. O lote será dividido em 600 garrafas do vinho Chardonnay, com passagem de 12 meses em duas barricas de carvalho francês com tostagens diferentes, e 1.200 de um assemblage de quatro variedades (Merlot, Tannat, Ancellotta e Marselan), das regiões da Serra Gaúcha e Campanha, que

maturou por 24 meses em carvalho francês, americano e croata.

De acordo com Morari, a linha Harmonia é um produto seletivo, com posicionamento de alta gama e valor mais elevado, atendendo um público específico. A tendência é de manter a linha em elaboração, valorizando as safras de maior qualidade. Ele acredita que o produto tem potencial para venda no exterior por seguir o estilo do Velho Mundo. Ressalta, no entanto, que devem ser negócios pontuais diante da impossibilidade de atender grandes volumes. Na avaliação do enólogo, é importante o posicionamento em nichos de mercado de forma a atender diferentes perfis de consumidores.



Relax Alcohol Free é o primeiro fricante brasileiro livre de álcool

Berkano fortalece objetivos com alterações no catálogo de produtos

Em operação há cinco anos, a Berkano Premium Wines prepara mudanças em seu portfólio de

produtos, formado por vinhos e espumantes, para reforçar o posicionamento no mercado como



Empresa ocupa uma casa centenária localizada em Pinto Bandeira

uma boutique. Uma das medidas adotadas pelos sócios é reduzir o número de produtos de 14 para seis visando a centrar a atenção em tendências. Recentemente, a empresa se instalou em Pinto Bandeira, em uma casa centenária, onde montou varejo e espaço de degustação.

Atualmente, a empresa elabora em torno de 25 mil garrafas de vinhos e espumantes, mas tem por objetivo chegar a entre 45 mil e 50 mil até 2030. O processo é todo feito em vinícolas parceiras. Para ter maior segurança com as uvas,

que são compradas de produtores, a empresa avalia a implantação de vinhedos próprios em Pinto Bandeira.

A venda direta para o consumidor final, presencial ou e-commerce, é o principal canal de venda, mas os rótulos já estão presentes em cartas de restaurantes de Porto Alegre, São Paulo, Curitiba e Florianópolis, além de Bento Gonçalves, onde também é encontrado em lojas especializadas. A empresa trabalha basicamente com pequenas tiragens, mas buscando propostas diferenciadas.

Uma delas é o Berkano L'Anglaise 2022, que presta uma homenagem aos antigos vinhos bordaleses elaborados na França e Inglaterra. O vinho segue uma receita chamada travail à la anglaise: em uma barrica, é acrescentado vinho Alicante e uma garrafa de brandy. O corte era utilizado para suportar os longos tempos de transporte até a Inglaterra. Já o espumante Vittra Rosé Nature, feito com uvas Pinot Noir (90%) e Chardonnay (10%), é submetido, no mínimo, a 42 meses de autólise em cavas.



VALE DOS VINHEDOS

Famiglia Valduga foca na criação de mais espumantes



GRUPO FAMIGLIA VALDUGA/DIVULGAÇÃO/JC

Vinícola gaúcha tem a maior cave de vinhos e espumantes da América Latina

Grupo avalia que bebida tem forte potencial no mercado doméstico e nas exportações

Roberto Hunoff

As linhas de espumante representam, atualmente, 65% da produção da Casa Valduga, ficando os 35% restantes com vinhos tranquilos. A tendência é que os espumantes alcancem, futuramente, em torno de 95%. A razão está no terroir da Serra Gaúcha. "Conseguimos, todos os anos, matéria-prima de qualidade para elaborar excelentes espumantes. Já para grandes vinhos conseguimos em anos específicos", argumenta o enólogo e persona do grupo, Eduardo Valduga. A marca integra o Grupo Família Valduga, que tem mais cinco empresas.

Ele também defende um projeto para, em cinco anos, garantir uma denominação específica para o espumante brasileiro. "Precisamos reconhecer o Brasil como grande produtor de espumantes e, para tanto, é necessário um nome que nos diferencie. Assim, cresceremos nacionalmente e teremos mais oportunidades no exterior. O espumante é para ser consumido sempre, não apenas em comemorações. É uma bebida que harmoniza com todas as culturas gastronômicas do Brasil", reforça.

Outro foco do grupo é o enoturismo, que representa 20% da

receita. Para Valduga, trata-se de uma das maiores avenidas para o crescimento de uma vinícola. "O visitante precisa estar no centro, ter uma experiência única. Além do varejo e degustação, serviços de restaurante e hospedagem são essenciais", afirma.

E para criar novos clientes, o enólogo destaca a importância de atrair o público infanto-juvenil. "Não é para beber, é para brincar, para ter contato com a natureza, conhecer animais. Enquanto pais e mães degustam, os filhos se divertem e se ambientam para, no futuro, tornarem-se clientes", explica. De acordo com Valduga, o projeto está pronto para ser implementado. O obstáculo é a situação instável do País. No período de 2024 a 2025, o complexo enoturístico recebeu cerca de 129 mil visitantes.

O grupo, detentor das marcas Casa Valduga, Casa da Madeira, Domno, Ponto Nero, Brio Dona Leopoldina e Vinotage, possui 140 hectares de vinhedos em três regiões do Sul do Brasil. Também tem operação no Chile em parceria com uma vinícola como parte de um projeto maior de atuação no exterior. "A tendência é buscar o que há de melhor para entregar vinhos de qualidade no Brasil e também enviar para outros países. O sonho é ter uma das maiores redes de enoturismo do mundo, em várias regiões", assinala.

A empresa tem planos para outras regiões do Brasil. A intenção é investir no Sudeste,

ingressando no segmento de produtos provenientes da colheita de inverno, característica dos estados de São Paulo e Minas Gerais. Valduga adianta que será uma planta de pequeno porte, sem a meta de escalar produção, mas para atuar fortemente no enoturismo, que começa a ganhar relevância na região. Na Serra, o grupo ampliou em mais mil metros quadrados a unidade de Garibaldi para centralizar o processo produtivo em busca de performance, qualidade e custo.

O grupo tem capacidade para estocagem de 10 milhões de litros, sendo 4 milhões de suco de uva, e produz em torno de 5 milhões de litros anuais entre espumantes, vinhos, suco de uva, destilados e licorosos. As exportações representam 5% da receita, mas o projeto é chegar a 20%.

Um dos lançamentos é o rótulo 130 Extra Brut D.O.V.V., primeiro espumante da marca a receber a certificação de Denominação de Origem Vale dos Vinhedos. Também são novidades o Maria Valduga Nature, o Praeteritum, elaborado a partir da técnica italiana do appassimento, e o Mundvs, projeto que conecta a expertise da marca a terroirs internacionais.

Outra novidade é Live Zero Dry Rosé, da marca Ponto Nero, com teor alcoólico zero e 135 calorias por garrafa. "Com foco em inovação e bem-estar, a proposta do rótulo é atender um público cada vez mais atento às escolhas de consumo", define Valduga.

Garbo investe em vinícola própria

Com 10 anos de operação, a Garbo prepara um movimento visando ter sua própria estrutura vinícola. Os sócios Andrei Bellé, Guilherme Caio e Jhonatan Marini, todos enólogos, decidiram investir no projeto, que deve estar concluído em 2028. De acordo com Marini, a estrutura própria terá, inicialmente, 450m² e capacidade para 100 mil litros. Neste ano, a produção deve alcançar 70 mil garrafas. Também estão sendo implantados os primeiros vinhedos em Pinto Bandeira. Os plantios ocorreram em 2024, de variedades Chardonnay e Pinot Noir, em quatro hectares.

Desde o início das atividades, a empresa terceiriza o processo de vinificação, bem como adquire as uvas de produtores de diferentes regiões gaúchas e de Santa Catarina. O mais recente investimento foi a aquisição de barricas e tanques, que estão instaladas em áreas locadas de vinícola parceira. Desde 2020, a Garbo opera varejo no roteiro turístico Caminhos de Pedra, em Bento Gonçalves, na parte superior

da Casa Vani, antiga construção onde funciona um restaurante.

Com 22 rótulos no portfólio, a Garbo atua em um estilo denominado pelos sócios de "enologia criativa", caracterizada por blends autorais, experiências e utilização de madeiras brasileiras e exóticas para maturação, bem como a exploração de castas pouco conhecidas, ou releituras de uvas clássicas. Exemplo é o vinho Akis, com uva Riesling Itálico, colhida tardiamente, uso de leveduras alternativas e envelhecimento em barricas de acácia por três meses. Nesta linha, lança no final do ano um espumante, à base de Chardonnay, com 15 meses de maturação e presença de acácia no licor de expedição. A empresa também elabora um gin a partir da destilação de vinho Sauvignon Blanc.

Os vinhos tintos representam 50% das vendas, os brancos e claretes, 35%, e os espumantes, 15%. A Garbo também opera, desde 2023, um clube de vinhos, o Experiência.

Amitié avança em parcerias no exterior

Com três anos de parceria no Chile, com a vinícola Cremaschi Furlotti, a Amitié está em tratativas para ampliar os acordos no exterior. Os próximos produtos para complementar a linha da empresa de Garibaldi, localizada no Vale dos Vinhedos, virão de Portugal. "Acreditamos que em 2026 já tenhamos rótulos portugueses em nosso portfólio", projeta Andreia Gentilini, que divide o comando da empresa com a sócia Juciane Casagrande Doro.

De acordo com Andreia, a parceria no Chile segue a estratégia adotada no Brasil. Por não ter vinhedos próprios, nem planta industrial, a Amitié estabelece com os parceiros o processo de produção das uvas e a elaboração do estilo do vinho ou espumante em linha com sua estratégia comercial. Os produtos chegam engarrafados em sua unidade para posterior venda. Do Chile a empresa trará 100 mil garrafas neste ano e projeta crescimento de 20% em 2026.

O volume total de vendas, com os produtos elaborados em cinco regiões no Brasil, é de 500 mil garrafas – volume 50 vezes maior que em 2018, primeiro ano de operação, que teve 10 mil unidades, bem acima da estimativa inicial de 1 mil. Os espumantes, primeiros produtos da empresa, têm participação

superior a 50%.

Com 3 mil pontos de vendas em todo o Brasil, a Amitié prepara um novo projeto comercial. A partir da segunda-feira (10) colocará em operação sua primeira loja própria em shopping de Porto Alegre. No local haverá degustação, venda e gastronomia, em linha com o que é oferecido, desde o ano passado, no bistrô existente junto à sede, inaugurada em 2023.

Uma das novidades da empresa para o ano é o lançamento da linha BeLow, um vinho de baixo teor alcoólico, alinhado com as novas tendências mundiais de consumo. Elaborado com uvas Trebbiano, tem oito por cento de teor alcoólico, o que representa 30% de redução em calorias quando comparado a um produto tradicional, e é encapsulado com tampa de rosca.

De acordo com Andreia Gentilini, a criação do BeLow parte de uma oportunidade estratégica de oferecer vinhos de baixo teor alcoólico que não sejam apenas alternativas, mas ocupem novos momentos de consumo. O lote inicial é de 12 mil garrafas. Outra novidade é o Infinito, elaborado com uvas Merlot, cultivadas na Serra, e Cabernet Sauvignon, na Campanha, com 18 meses de envelhecimento em barricas. O lote inicial é de 4 mil garrafas.

A arte de celebrar: os espumantes que expressam o espírito das festas

Líder nacional em espumantes, a Salton oferece rótulos premiados e opções sem álcool que unem sabor, leveza e versatilidade para todas as ocasiões

Fim de ano é tempo de celebrar conquistas, reencontros e novos começos. E poucas bebidas traduzem tão bem o espírito da celebração quanto o espumante. Entre rótulos e taças erguidas, há uma marca que se confunde com a própria história das borbulhas nacionais: a Salton, vinícola mais antiga em atividade no país e líder nacional em vendas de espumantes desde 2005.

Com 115 anos de trajetória, a marca é sinônimo de excelência e inovação. De suas origens familiares em Bento Gonçalves (RS) ao reconhecimento em mais de 30 países, a Salton se consolidou como referência em es-

pumante brasileiro, tanto no mercado interno quanto no cenário internacional. Neste ano, a empresa foi premiada com mais de 90 medalhas pelo mundo, incluindo o Concurso Mundial de Bruxelas, considerado um dos principais e mais relevantes do setor.

Neste concurso, a vinícola conquistou medalha de ouro com o Salton Ouro Brut, além de levar medalha de prata com outros três rótulos: Salton Ouro Prosecco, Salton Brut e Salton Prosecco. Outro destaque recente da vinícola foi o Sommelier's Choice Awards, nos Estados Unidos, onde o Salton Prosecco Rosé foi eleito o Espumante Brasileiro do Ano.



Salton completou 115 anos de história em 2025 e é a vinícola mais antiga em atividade no país

Um espumante para cada estilo de celebração



Salton: Espumantes para todos os estilos

Embora não existam regras para quem aprecie um bom espumante, a bebida certamente harmoniza muito bem com o clima de final de ano. "Buscamos reforçar que o espumante pode trazer brilho, leveza e descontração para o cotidiano de todos. Aquela ideia de apreciá-lo somente em grandes comemorações ficou para trás", destaca Luciana Salton, diretora executiva da vinícola.

Mas, com a chegada do fim de ano e a maratona de encontros e celebrações, surgem as dúvidas: qual rótulo escolher para fazer bonito à mesa?

A Salton oferece uma diversidade de espumantes para todos os estilos, gostos e ocasiões. Para quem busca leveza

e frescor, o Salton Prosecco é uma escolha imbatível. Este rótulo coleciona premiações nacionais e internacionais, sendo o único brasileiro no Top 10 do Effervescents du Monde do último ano, em Dijon, na França. Leve e refrescante, com notas cítricas e de frutas brancas, ele combina cremosidade e elegância, representando o melhor da Serra Gaúcha.

Já o Salton Évidence Cuvée Brut Rosé é a pedida ideal para quem busca sofisticação e intensidade. Elaborado com Chardonnay e Pinot Noir cultivadas na Campanha e na Serra Gaúcha, apresenta coloração em tons de cereja e aromas que combinam frutas vermelhas frescas com notas de mel

e pão tostado. Cremoso e de sabor marcante, é perfeito para brindar ocasiões especiais e harmoniza com pratos delicados e cheios de personalidade.

Para quem não abre mão de uma taça vibrante, o Salton Ouro Brut Rosé é um espetáculo à parte. Nos últimos anos, ele acumulou medalhas em concursos no Brasil, França, Argentina, Estados Unidos, Itália e Reino Unido. O segredo está no contato prolongado com as leveduras após a segunda fermentação, que confere complexidade, corpo e persistência. O resultado é um espumante de sabor marcante, visual envolvente e um toque que conquista até os paladares mais exigentes.

Salton Zero Álcool permite que todos possam brindar

Atenta às novas tendências de consumo, a Salton oferece, desde o ano passado, opções variadas também na categoria não alcoólica. A linha Zero Álcool permite que todos possam participar dos momentos de celebração, inclusive quem opta por não consumir bebidas alcoólicas.

As novidades mais recentes da vinícola são os rótulos Salton Zero Álcool Rouge, com corte de uvas tintas; Salton Zero Álcool Tropical Blend, elaborado com uvas brancas que remetem ao frescor das frutas tropicais; e o Salton Lu-

nae Zero Álcool Branco, que chega para compor a clássica linha Lunae.

Ainda fazem parte do time de rótulos não alcoólicos da Salton o Zero Álcool Baixa Caloria Branco, o Salton Zero Álcool Moscato e o Rosé, já amplamente conhecidos pelo público. "Queremos que todos possam brindar, sem exceções. Nossa linha Zero Álcool nasceu para ampliar as possibilidades de celebração, mantendo a qualidade e o sabor que definem a Salton", destaca a diretora executiva.



115 anos de história, inovação e propósito

Celebrar 115 anos é, para a Salton, um marco de orgulho e responsabilidade. A vinícola segue investindo em sustentabilidade, pesquisa e desenvolvimento, fortalecendo o legado de uma empresa que cresceu junto com o Brasil e que hoje leva o nome do País ao mundo.

Mais do que uma marca de espumantes e vinhos, a

Salton é símbolo de tradição, pioneirismo e brasilidade. "Especialmente por chegarmos ao marco de 115 anos, 2025 foi um período histórico e especial para a Salton. Neste fim de ano, a vinícola convida o público a brindar cada conquista de 2025, grande ou pequena, com uma taça que traduz o melhor da efervescência brasileira", resume Luciana.



VALE DOS VINHEDOS

Aprovale define 2025 como um ano de recuperação



NAÍARA MARTINI/DIVULGAÇÃO/JC

Lote com 10 mil garrafas é vendido pela própria associação

Entidade percebe incremento no fluxo turístico e no consumo de vinhos e derivados

Roberto Hunoff

Após dois anos difíceis, impactados por eventos climáticos, os quais reduziram o fluxo turístico e o consumo de vinhos e derivados, a Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (Aprovale) vislumbra recuperação em 2025, ainda que abaixo do ideal. Para o vice-presidente da entidade e diretor do Conselho Regulador de Indicação Geográfica, Técnico e de Pesquisa, Moisés Brandelli, o próximo ano deverá consolidar crescimento mais sólido, impulsionado por maior fluxo turístico na região e aumento de consumo no país como um todo.

O sentimento de recuperação foi sentido na ProWine São Paulo, da qual a entidade participou representada por 11 vinícolas em estande coletivo e outras associadas em espaço próprio. Além do mercado interno, houve a constatação de interesse por importadores. "A procura foi boa, especialmente em regiões que estão retomando compras do Brasil, como México, Canadá e

países da Europa", observou.

Além dos vinhos lançados pelas associadas, a Aprovale trabalhou na divulgação do vinho 10 Lotes D.O.V.V. Merlot. Projeto idealizado pela entidade, reuniu frações dos melhores vinhos com D.O. de 10 vinícolas: Ales Victoria, Almaúnica, Casa Valduga, Dom Cândido, Don Laurindo, Larentis, Miolo, Peculiare, Pizzato e Terragnolo, obtidos nas safras de 2020, 2021 e 2022.

O lote de 3 mil garrafas é vendido pela própria entidade para pessoas físicas e restaurantes do Vale dos Vinhedos. De acordo com Brandelli, a ideia é liberar volumes pequenos para lojas especializadas da região. Além do lote para venda, foram engarrafadas unidades de três litros, destinadas exclusivamente às vinícolas participantes, visando ao registro histórico da iniciativa. "Temos a ideia de seguir com o projeto sempre que possível, quando tivermos safras especiais, marcadas por qualidade acima da média", observou. Cada garrafa custa R\$ 488 mais taxas.

O vinho começou a ser elaborado em 2023 com a coleta de uma barrica de cada um dos vinhos selecionados, cujo corte originou o exemplar que passou a ser comercializado no final de 2024. O produto foi aprovado e recomendado

por unanimidade em uma degustação às cegas conduzida pelo Conselho Regulador.

Esta foi a segunda participação da Aprovale na ProWine São Paulo. De acordo com Brandelli, a ideia é retornar em 2026, aprimorando e reforçando a participação. Já nesta edição o número foi maior do que em 2024 – duas vinícolas a mais. "Foi uma excelente oportunidade para o Vale dos Vinhedos ratificar seu pioneirismo como Indicação Geográfica no país, um reconhecimento conquistado da mesma forma coletiva que nos apresentamos na feira, destacando as peculiaridades e tipicidades do nosso terroir de excelência", reforçou o presidente André Larentis.

Atualmente, 14 vinícolas estabelecidas no Vale dos Vinhedos exibem rótulos com DO. De 2012 a 2022, foram emitidos mais de 5 milhões de selos de origem e qualidade garantida pela DO Vale dos Vinhedos e mais 17,8 milhões por Indicação de Procedência (IP). Até o ano passado, foram certificadas 448 amostras com IP e 320 com DO. Em litros, são 14,2 milhões com IP, equivalente a 19 milhões de garrafas. Como DO são 4,6 milhões de litros ou 6,2 milhões de garrafas, com participação de 30% de espumantes.

Capoani adotará sistema de franquias

A Vinhedos Capoani, localizada em Monte Belo do Sul, está na fase final de conclusão do projeto de abertura de franquias em shopping centers. O primeiro ponto ocupará as instalações de um empreendimento de Porto Alegre, que, por questões de contrato, não pode ser tornado público. O presidente Noemir Capoani acredita, no entanto, que ainda neste ano as negociações sejam concluídas para início das operações. Neste local, o espaço a ser ocupado será de 14 metros quadrados e, havendo êxito no negócio, Capoani tem a garantia da direção do shopping de estender o projeto para as demais unidades, localizadas em vários estados.

As negociações também envolvem outros empreendimentos, que já manifestaram interesse em sediar as franquias. Nestes casos, o espaço será de 40 metros quadrados. Estão em estudo franquias nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e no Rio Grande do Sul. O valor estimado para o franqueado varia de R\$ 400 mil a R\$ 500 mil, dependendo do tamanho do ponto e estoque incluso. O retorno é projetado para 24 meses. Capoani frisa que a exigência básica é que o empreendedor esteja focado com a identidade da marca e dos produtos. "Queremos que cada ponto tenha um sommelier ou profissional capacitado com profundo conhecimento em vinhos para garantir atendimento de excelência", registra.

Outra novidade para 2026 é o início das operações da unidade de vinificação própria em área de 10 mil metros quadrados, em Bento Gonçalves. A estrutura receberá investimentos para fortalecer o enoturismo. Além do varejo de vinhos e espumantes, também funciona a Trattoria Sagrantino, e um garden com vista

para um lago. A vinícola tem 13 hectares de vinhedos próprios conduzidos 100% em espaladeira e aposta em uvas de parceiros da Serra e da Campanha Gaúcha.

Alinhada com a busca do consumidor por vinhos diferentes, a vinícola investe em variedades não convencionais no mercado, como a Malvasia Nera, exclusividade da marca no Brasil e que teve a primeira safra em 2020. Outro destaque é o vinho elaborado com uvas congeladas Riesling Renano ao estilo eiswein. Para o próximo ano, Capoani anuncia vinificações das uvas italianas Sagrantino e Primitivo di Manduria e das portuguesas Aragonez e Trincadeiras.

A Vinhedos Capoani elabora anualmente em torno de 130 mil garrafas em um portfólio com mais de 30 rótulos premium de vinhos tintos, brancos, rosés, espumantes e grappa. A vinícola mantém um estoque estratégico de 200 mil garrafas. Em torno de 70% das vendas ocorrem de forma direta, no varejo da vinícola, para visitantes provenientes de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul. No varejo o consumidor também encontrará uma linha de cosméticos produzida pela empresa, além de outros acessórios e azeite de oliva.

Oficialmente, a Vinhedos Capoani nasceu em 2011. Mas muito tempo antes Noemir Capoani já acompanhava o pai viticultor na Linha 80 da Leopoldina, no interior de Monte Belo do Sul. Com a morte do pai e ajuda dos filhos Wilian e Renan, ele reconverteu os vinhedos antigos, dando início a um projeto focado em vinho de alta gama, implantação de castas diferenciadas, métodos de elaboração inovadores, investimento em enoturismo e criação de um símbolo movido pela cor azul turquesa no Vale dos Vinhedos.

RAFAEL MOGNON/DIVULGAÇÃO/JC



Capoani quer expandir franquias para outros estados brasileiros

NOVA

VINÍCOLA DESDE 1929



BRINDE AOS ENCONTROS
PERFEITOS QUE TRANSFORMAM
A GASTRONOMIA



A **NOVA - Vinícola desde 1929** acredita que os melhores sabores nascem da colaboração! Estaremos presentes no **Origem & Conexões Summit 2025**, um evento que reúne mentes e paladares que inspiram o futuro da gastronomia da tradição à inovação.

Viva essa experiência ao nosso lado e brinde àqueles que fazem da mesa um ponto de encontro entre histórias, pessoas e propósitos.

ORIGENS & CONEXÕES
SUMMIT

10 E 11 DE NOVEMBRO
no Teatro Unisinos

f @ novavinhoseespumantes | novaalianca.coop.br

a trademark of  **NOVA ALIANÇA**
VINÍCOLA COOPERATIVA

ORIGENS & CONEXÕES
SUMMIT



10 e 11
de novembro



Teatro Unisinos
Porto Alegre/RS



Garanta seu
ingresso, condição
especial JC.



Palestras e painéis com grandes referências, além de
networking com quem faz a gastronomia acontecer



ASSOCIAÇÕES

Novas entidades buscam avançar na consolidação de Indicações Geográficas

Movimentos visam o fortalecimento do espumante de Garibaldi e dos vinhos de Farias Lemos, distrito de Bento Gonçalves

Roberto Hunoff

Berço do espumante brasileiro e reconhecida como a Capital Brasileira do Espumante, Garibaldi, na Serra Gaúcha, deu um passo histórico para consolidar sua identidade vitivinícola. A fundação da Associação de Produtores de Espumantes de Garibaldi (APEG) vem respaldada por números que reforçam a excelência da produção. As mais de 40 vinícolas da cidade elaboram, anualmente, 12 milhões de garrafas de espumantes.

Eleito primeiro presidente da entidade, Ricardo Morari define a criação da APEG como passo estratégico e necessário para obter a certificação do espumante de Garibaldi. "Somos produtores que compartilham da mesma história, do mesmo território e dos mesmos desafios. A associação surge para nos organizar como setor, promover a excelência do produto e buscar, com legitimidade, o reconhecimento da Indicação Geográfica junto ao INPI", afirma.

A ideia de criar a APEG começou a germinar em dezembro de 2023, quando os produtores locais realizaram a primeira reunião com o objetivo de avaliar o alinhamento do setor em torno de um projeto



Criação da APEG é passo estratégico para obter a certificação do espumante de Garibaldi

coletivo voltado à valorização do espumante de Garibaldi como produto típico, cultural e passível de certificação por Indicação Geográfica (IG). Apesar das dificuldades impostas pelas intensas chuvas que afetaram a região no primeiro semestre de 2024, o grupo retomou com força o movimento após a safra, determinado a transformar o projeto em realidade.

A entidade já deu início a um trabalho junto à prefeitura de Garibaldi para que o espumante elaborado na cidade seja reconhecido como patrimônio histórico e cultural. O movimento está fundamentado no valor imaterial e simbólico do espumante, que há mais de um século é protagonista do

desenvolvimento econômico e da formação identitária de Garibaldi.

Foi na cidade, em 1913, que nasceu o primeiro espumante brasileiro pelo método tradicional, elaborado pela Vinícola Peterlongo, um marco histórico que consagra Garibaldi como o berço do espumante no país. Anos depois, na década de 1940, outro feito pioneiro: a Georges Aubert lançou o primeiro espumante brasileiro elaborado pelo método charmat.

Nas décadas de 1960 e 1970, Garibaldi passou a atrair investimentos de multinacionais do setor. A italiana Martini & Rossi, que mais tarde passou a se chamar Bacardi Martini no Brasil, foi responsável por lançar o primeiro espumante

moscatel do país. Em 1973, chegou a Chandon, que se tornou a primeira vinícola no Brasil dedicada exclusivamente à produção de espumantes, ampliando a expertise internacional na cidade. Em 1977, foi a vez da Maison Forestier, também da França, combinar tradição europeia com inovação local.

O grupo fundador reúne 10 vinícolas: Casa Pedrucci, Chandon, Cooperativa Vinícola Garibaldi, Courmayeur, Estabelecimento Vinícola Armando Peterlongo, Foppa & Ambrosi, Ponto Nero, Vinícola Carlesso, Vinícola São Luiz e Vinícola Vaccaro. A sede da entidade é junto da Apeme Collab, que funciona como um hub de inovação, no centro da cidade.

Vinícolas querem valorização do território de Faria Lemos

Valorizar o território, fortalecer a produção vitivinícola local e promover o potencial cultural e turístico da região. Foi com essa visão compartilhada que sete vinícolas de Faria Lemos, interior de Bento Gonçalves, fundaram a Aprolemos (Associação de Produtores de Vinhos Finos de Faria Lemos). A entidade nasce com um olhar coletivo e estratégico, reunindo também sócios contribuintes engajados no desenvolvimento do enoturismo e da identidade territorial.

Com mais de 100 anos de

fundação, Faria Lemos é o mais antigo distrito e o maior produtor de uvas de Bento Gonçalves, com quase 2,1 mil hectares cultivados. Com forte vocação vitivinícola e paisagens de rara beleza, com destaque para o Vale Aurora, o território reúne condições únicas que inspiram a construção de uma identidade própria. A Aprolemos está comprometida com a preservação, o fortalecimento e a promoção dessa identidade, além de liderar o início de um movimento para o reconhecimento da Indicação Geográfica (IG) dos

Vinhos de Faria Lemos.

A diretoria executiva da entidade é liderada pelo enólogo Lorenzo Cristofoli. "Esta associação nasce de um desejo coletivo, construído por quem vive, produz e acredita neste território. A missão é fazer com que Faria Lemos seja cada vez mais reconhecido pela qualidade de seus vinhos e força de sua história", destaca. As fundadoras são as empresas Cristofoli Vinhos de Família, Dal Pizzol Vinhos Únicos, Speranza Vinhos, Vinícola Buffon, Vinícola Mena Kaho, Vinícola Monte Rosário e

Vistamontes Vinícola.

Com sede na Linha Paulina, a Aprolemos reúne vinícolas, instituições, profissionais do turismo, da pesquisa e da cultura, divididos entre associados produtores, setoriais, promotores e honorários, e segue aberta à adesão de novos associados. A entidade estrutura ações voltadas à educação, promoção, eventos, desenvolvimento sustentável e intercâmbio técnico, além de criar canais de apoio à comercialização e presença institucional do distrito no cenário vitivinícola nacional.

VITIVINICULTURA

Vinhos de estilo germânico são elaborados em São Vendelino

Decididos a dar continuidade ao legado de Leonardo Fritzen, imigrante alemão que saiu da cidade de Reil e se instalou em São Vendelino, em 1880, os integrantes da quarta geração investiram na implantação de uma vinícola. Leonardo Fritzen era filho, neto e genro de enólogos e a família elaborava vinho na Região do Rio Mosel. No Brasil, adquiriu propriedade onde construiu sua primeira casa e plantou parreiras para consumo próprio. Ao longo dos anos, as uvas passaram a ser vendidas para produtores de vinho nas cidades vizinhas e se tornaram importante fonte de renda.

A ideia de resgatar o legado começou a ser amadurecida durante a pandemia por meio de Roberto Fritzen, juntamente com os irmãos Renê e Régis, e dos amigos Ricardo Lamb e Fernando Fritzen, todos nascidos ou residentes no Vale Suíço, como é conhecida a localidade onde o complexo está instalado. Em sete dos 20 hectares da propriedade são cultivadas várias variedades de videiras, dentre elas a Riesling Renano, típica da cultura germânica.

No início, a produção será de 5 mil litros, equivalente a 7 mil garrafas, com incremento para 15 mil a 20 mil litros nos próximos anos. Já estão disponíveis vinhos à base de Riesling Renano, Chardonnay e Merlot, e um espumante estilo sekt, elaborado com uva Riesling, pelo método tradicional, em homenagem ao bicentenário da imigração alemã no Brasil. De acordo com o enólogo Dirceu Scottá, 14 variedades estão em fase de experimentos para avaliar a adaptação ao terroir da região.

A estrutura conta com um local gastronômico, que atende às sextas-feiras e sábados com degustação de vinhos e comidas típicas. Outro atrativo é o passeio pela propriedade em veículo 4x4, com passagem por um mirante de onde é possível visualizar o complexo. Os sócios pretendem transformar em pousada a casa dos pais, construída por volta de 1950.



VALE DOS VINHEDOS

NOVA anuncia produção de vinhos desalcoholizados para 2026

Santa Colina 0% álcool foi a primeira aposta da vinícola, que comemora vendas triplicadas em pouco mais de um ano no mercado

Roberto Hunoff

Atenta ao movimento global que impulsiona o mercado de bebidas sem ou com baixo teor alcoólico, a NOVA Vinhos e Espumantes, unidade de negócio da Nova Aliança Vinícola Cooperativa, prepara novidades para chegar ao mercado em 2026. A vinícola desenvolve, por meio do Departamento de Pesquisa e Desenvolvimento de Produto, dois vinhos desalcoholizados. A empresa também comemora o sucesso do Santa Colina 0% Álcool, que em pouco mais de um ano triplicou as vendas.

Para a NOVA Vinhos e Espumantes, é estratégico acompanhar essa tendência e oferecer opções que se encaixem em diferentes estilos de vida. "Trabalhamos para chegar a um produto que preserve

o máximo da tipicidade do vinho, mesmo sem álcool. É um desafio técnico grande, mas sabemos que existe demanda crescente. É um processo que exige investimentos representativos", afirma o diretor técnico e enólogo chefe André Gasperin.

Enquanto os vinhos desalcoholizados não chegam, o Santa Colina 0% Álcool, elaborado a partir de suco de uva gaseificado, segue abrindo caminho no mercado. Para o CEO, Heleno Facchin, o produto chegou no momento certo. "Nossa transformação é plena, e começa no vinhedo. Começamos este processo na metade de 2023. Com o Santa Colina 0% Álcool conectamos a NOVA Vinhos e Espumantes ao futuro do consumo, mudança que vem sendo liderada pela Geração Z", ressalta.

Outra linha de atenção é com os sucos, responsáveis por 80% da produção média anual de 35 milhões de litros. Vinhos correspondem por 15% e os espumantes por 5%. Maior produtora de suco de uva orgânico do mundo, a empresa expandiu o portfólio com a linha de refrescos Happy, criada



NOVA ALIANÇA/DIVULGAÇÃO/JC

Companhia da Serra Gaúcha registra uma produção média anual de 35 milhões de litros de vinho

especialmente para o público infantil e vendida em embalagens Tetra Pak de 200ml e um litro. As linhas Simples Assim e Néc ganharam acréscimo de sabores. Já a marca Trebom passa a oferecer suco de uva em garrafas PET de 1,35 litro. Ao todo são sete linhas de sucos e refrescos.

Em meio a um processo de reposicionamento iniciado na metade de 2023, a vinícola promoveu em 2025 uma agenda intensa de ações estratégicas voltadas à ampliação da visibilidade nacional e conquista de novos mercados. Marcou presença em eventos e feiras em vários estados, aproximando-se de diferentes perfis de público, como lojistas, gestores de hotéis, restaurantes e delicatessens até o consumidor final. Também tem recebido jornalistas e influenciadores dos segmentos

de vinho, gastronomia, turismo e lifestyle, proporcionando experiências que vão desde a apresentação do processo de elaboração dos vinhos e espumantes até degustações exclusivas.

O objetivo é reforçar a presença da marca em diferentes regiões do Brasil, gerar novos negócios, fortalecer parcerias já existentes e lançar produtos que ampliem o portfólio, atendendo diferentes perfis de público. De acordo com Facchin, as ações têm gerado ótimas oportunidades de negócios, abrindo novos canais e regiões.

O CEO destaca que a cooperativa investirá no aumento da capacidade de tancagem, acrescentando de quatro a cinco milhões de litros para absorver a produção de uvas dos cooperados. A unidade de Santana do Livramento também receberá investimentos.

Outra meta é dobrar, em três anos, a participação de vinhos e espumantes no portfólio.

A Nova Aliança Vinícola Cooperativa, hoje com mais de 600 famílias cooperadas, surgiu da união de cinco cooperativas vitivinícolas da Serra Gaúcha fundadas entre 1929 e 1931: São Victor, São Pedro, Linha Jacinto, Aliança e Santo Antônio. Em 2014, incorporou a estrutura da Cooperativa Pompéia, de Pinto Bandeira. Tem operações vinícolas em Flores da Cunha, Farroupilha e Santana do Livramento, além de 2 mil hectares de vinhedos de cooperados e próprios, localizados na Serra Gaúcha, na Serra do Sudeste e na Campanha. O portfólio reúne 120 rótulos entre espumantes, vinhos finos e de mesa, suco de uva e outras frutas, quentão, filtrado e frisanes.

Família Geisse amplia ações voltadas ao enoturismo



RFBERTOP HUNOFF/ESPECIAL/JC

Vinícola inaugurou espaço gastronômico e projeta uma hospedaria

Com dificuldades para expandir os plantios de uva por falta de áreas no entorno da atual propriedade, a vinícola Família Geisse dará atenção maior ao enoturismo. O primeiro movimento foi a abertura recente aos visitantes do Terroir 1979, espaço onde se mesclam as gastronomias chilena e sulista.

Com capacidade para atender simultaneamente até 62 pessoas, o novo está diretamente ligado a uma casa dos primórdios da imigração e que, por alguns anos, serviu de residência à família de Mario Geisse, quando chegou ao Brasil. A casa de madeira passou por reforma interna,

enquanto a área externa guarda as características de época.

A próxima iniciativa para qualificar o enoturismo na propriedade é a construção de um espaço para hospedagem. De acordo com o enólogo Carlos Abarzua, o projeto ainda está nos planos da ideia, mas deve se tornar realidade. A vinícola oferece aos visitantes outras experiências gastronômicas e de passeios pela propriedade, percorrendo trilhas isoladas, com pausas para degustação, a bordo de um veículo 4x4. A vinícola recebe média anual de 35 mil visitantes.

Criada há 45 anos pelo enólogo chileno Mario Geisse, a

vinícola é especializada em espumantes. A capacidade de produção de 400 mil garrafas, todas pelo método tradicional, é integralmente ocupada. A linha de vinhos vendida no Brasil é elaborada no Chile, no Valle Colchagua, sob a supervisão de Mario Geisse. Anualmente chegam ao Brasil entre 150 mil a 200 mil garrafas.

Desde sua criação, a Família Geisse elabora vinhos somente com uvas de vinhedos próprios, que somam 50 hectares. Na elaboração dos espumantes, que seguem as regras da Denominação de Origem de Pinto Bandeira, são usadas as variedades Chardonnay e Pinot.



REPORTAGEM ESPECIAL

RS se consolida como o principal destino enoturístico do Brasil

Regiões produtoras do Estado concentram cerca de meio milhão de visitantes por ano

Patrícia Lima

Viajar para provar vinhos, conhecer vinícolas, percorrer vinhedos e adegas. Cada vez mais brasileiros chegam ao Rio Grande do Sul para fazer isso. É o enoturismo, tendência mundial em ascensão para a qual o Estado tem especial aptidão, já que sai daqui mais de 80% da produção nacional da bebida – algo em torno de 12 milhões de litros. De acordo com dados da Secretaria de Turismo do RS (Setur), cerca de meio milhão de pessoas visita as regiões vitivinícolas gaúchas todos os anos. E esse número tende a crescer.

De acordo com levantamento da Setur, são mais de 550 vinícolas e cooperativas de uva e vinho em atividade no território gaúcho, o que representa aproximadamente 2% do PIB estadual. Esse percentual está em elevação à medida que o turismo se alia à atividade primária desses

negócios, que é o cultivo de uva e a elaboração de vinhos. Ao agregar valor com o serviço receptivo, que envolve hospedagem e gastronomia, o enoturismo turbinou a geração de receita nas regiões. O Vale dos Vinhedos, que é o principal destino enoturístico do Brasil, recebe mais de 450 mil visitantes por ano em busca de experiências que envolvem o universo do vinho.

Para o secretário de Turismo, Ronaldo Santini, o enoturismo é um dos principais vetores para a interiorização e para a diversificação da atividade turística no Estado, já que variadas regiões têm vocação para o plantio de videiras e elaboração de vinhos. “É uma das forças motrizes do turismo gaúcho e um símbolo do nosso potencial de desenvolvimento regional. Os negócios que envolvem o vinho são uma oportunidade concreta de transformar a produção no campo em experiências únicas para quem nos visita. O governo do Estado tem apoiado esse movimento, articulando políticas que conectam turismo, agricultura e cultura, estimulando o fortalecimento de marcas regionais e o aumento da



Vale dos Vinhedos, na região da Serra Gaúcha, recebe mais de 450 mil visitantes por ano

permanência dos visitantes nas rotas”, afirma.

No cenário global, as regiões vinícolas vivem momentos distintos. Enquanto a Europa vê o fluxo de turistas crescer nas suas zonas vitivinícolas mais tradicionais, o Novo Mundo amarga quedas em alguns de seus destinos mais reconhecidos. É o que revela a Global Wine Tourism Report 2025, pesquisa elaborada pela Universidade Hochschule Geisenheim, na Alemanha, em parceria com o órgão de turismo das Nações Unidas e com a Organização da Vinha e do Vinho (OIV), divulgada em outubro. Apesar das diferenças regionais, alguns pontos são unanimidade, segundo o levantamento. O principal deles é o impacto econômico gerado pela atividade: duas em cada três vinícolas ouvidas para

a pesquisa afirmam que o enoturismo é “lucrativo” ou “muito lucrativo”, representando cerca de um quarto da receita total das empresas. Isso faz com que a chegada dos visitantes impacte positivamente nas comunidades locais.

A pesquisa revela ainda que a maioria dos turistas que viajam para conhecer vinhos e vinícolas tem entre 45 e 65 anos – com destaque para o aumento na presença de pessoas entre os 25 e 44 anos. Isso demonstra que o vinho é capaz de atrair um público amplo e variado, gerando ainda mais oportunidades. Temas como o estudo de aspectos técnicos e sensoriais, sustentabilidade e interação entre vinho e gastronomia foram apontados pelo relatório como os mais demandados pelos turistas ao redor

do mundo.

O Rio Grande do Sul se beneficia de um setor em expansão no Brasil. Segundo informações da Ideal BI Consulting, o mercado brasileiro de vinhos apresentou indicadores positivos no primeiro trimestre de 2025, com um volume total de 82,5 milhões de litros comercializados, o que representa um crescimento de 7% em relação ao mesmo período do ano anterior. A expectativa da consultoria é que esse setor ultrapasse os R\$ 22 bilhões em faturamento até o final de 2025. Esses números, porém, englobam os vinhos importados. Quando se olha somente para os indicadores do vinho fino nacional, o setor registra uma queda de 3% no consumo – o que torna o fortalecimento das marcas por meio do enoturismo ainda mais importante.

Preservação da paisagem e divulgação nacional são desafios para o setor

“Preservar as paisagens vinícolas é garantir o futuro do enoturismo no Rio Grande do Sul. Não se trata apenas de manter uma paisagem bonita, mas de proteger o valor cultural, ambiental e econômico de territórios que carregam séculos de história e identidade. O turismo do vinho não se sustenta sem território íntegro, paisagem coerente e práticas sustentáveis”. O alerta é da especialista em Turismo, Gestão Pública e Enoturismo, responsável pelo

estabelecimento de muitas rotas no Estado, Ivane Fávero. Segundo ela, ameaças concretas rondam os principais destinos gaúchos. No Vale dos Vinhedos, a especulação imobiliária tem pressionado áreas de produção para dar lugar a empreendimentos desconectados da lógica rural e turística, frequentemente com uso ocioso do território, voltado apenas à valorização privada. Já na Campanha Gaúcha, o avanço da monocultura de grãos, com

o uso de agrotóxicos como o 2,4-D, cuja deriva é praticamente impossível de controlar, vem colocando em risco não só os vinhedos, mas toda a fruticultura. “Esse tipo de prática não é apenas insustentável. É incompatível com o futuro do enoturismo e com a permanência da agricultura diversificada no Rio Grande do Sul. O uso do 2,4-D, em especial, precisa ser proibido com urgência e fiscalizado com rigor, com punições severas a quem insiste em práticas

que colocam em risco culturas sensíveis, o ambiente e o próprio desenvolvimento turístico”, ressalta Ivane.

Outro ponto crítico, na avaliação de Ivane, é a ausência de uma política consistente de promoção do enoturismo gaúcho no Brasil. Muitos brasileiros já viajaram para conhecer vinhos e vinícolas em países como Argentina, Chile, Itália ou Portugal, mas desconhecem completamente a oferta do próprio país. “Essa falta de visibilidade

nacional é um problema grave, porque nos distancia do nosso mercado interno mais imediato e representa uma perda de competitividade frente a destinos estrangeiros que há anos investem em imagem, posicionamento e hospitalidade”, alerta. Ela aponta ainda que um plano de comunicação e promoção é urgente para a construção de marca que una vinho, cultura, paisagem e modo de vida gaúcho como um produto turístico de alto valor.



REPORTAGEM ESPECIAL

Vinhos e tradições convivem entre as montanhas da Serra



APROVALE/DIVULGAÇÃO/JC

Desde 2012, o Vale dos Vinhedos é patrimônio histórico e cultural do Rio Grande do Sul

O Vale dos Vinhedos, porém, é apenas um dos territórios da vasta região da Serra Gaúcha

Patrícia Lima

Patrimônio histórico e cultural do Rio Grande do Sul desde 2012, o Vale dos Vinhedos é o cartão postal do enoturismo brasileiro. Localizado entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, o Vale recebeu a primeira indicação geográfica do vinho no país, em 2002. Dez anos depois veio a certificação mais prestigiada: a Denominação de

Origem Vale dos Vinhedos (DOVV) é um selo que atesta não somente a qualidade, mas a procedência dos vinhos elaborados segundo critérios rígidos desde o plantio das uvas até a vinificação.

O Vale, porém, é apenas um dos territórios da vasta região da Serra Gaúcha, que tem de sobra tudo o que um turista apaixonado pela cultura do vinho pode desejar: paisagens com largas extensões de vinhedos; gastronomia variada, que passeia do típico ao contemporâneo e autoral, até as muitas modalidades de hospedagem, dos hotéis tradicionais às estalagens intimistas e exclusivas. Além disso, há vinícolas de todos os perfis

para se visitar a uma curta distância umas das outras. Desde as gigantes do setor até pequenos projetos familiares, em que o visitante é recebido pelos proprietários.

Dentro dessa região ampliada, no entorno do Vale dos Vinhedos, outras indicações geográficas atestam a tipicidade dos vinhos e o rigor na produção. Em um passeio pela Serra o visitante pode provar vinhos de Indicações de Procedência (IP) como Altos Montes, Farroupilha e Monte Belo, além de conhecer a DO Altos de Pinto Bandeira, o único selo de Denominação de Origem concedido exclusivamente aos espumantes no Novo Mundo.

Degustação exclusiva permite que visitante escolha o que vai provar

Localizada no Vale dos Vinhedos, no município de Monte Belo do Sul, a Capoani transforma degustação de vinhos em uma vivência sensorial sob medida. As experiências vão de uma taça a oito rótulos, distribuídas em seis opções exclusivas de degustações que permitem ao visitante montar a própria jornada. É possível optar por provas com espumantes, vinhos tranquilos ou combinações que

incluem ícones da casa, além de versões que contemplam uma taça personalizada com a identidade visual da marca. Tudo pensado para que cada visitante descubra o vinho à sua maneira e no seu tempo.

Com frequência, é o próprio fundador da vinícola, Noemir Capoani, quem recebe os visitantes. Ele gosta de compartilhar as histórias e a lembrança de seu pai, viticultor em Monte Belo

do Sul, cuja dedicação à terra inspirou o sonho que hoje dá vida à Capoani. O passeio pode ainda se estender ao Trattoria Sagrantino, restaurante da vinícola comandado pelo chef Luis Fernando Trevisan. Inspirado na tradição italiana e atento à contemporaneidade, o espaço valoriza ingredientes locais e propõe harmonizações pensadas para realçar os vinhos e espumantes da casa.

Sabores e afetos em meio aos vinhedos

Os Cristofoli fazem vinhos no distrito de Faria Lemos, em Bento Gonçalves, desde que os primeiros integrantes da família chegaram da Itália, no final do século 19. A comida, sempre acompanhada do vinho mais especial, sempre foi o elo de transmissão de afeto entre as gerações de descendentes de imigrantes. É essa herança, repleta de carinho e identidade, que os visitantes experimentam no Restaurante Nonna Esterina, batizado em homenagem à dona Maria Ester Salton Cristofoli, matriarca que

viveu até os 97 anos.

Para tornar a experiência ainda mais marcante e única, um almoço harmonizado é montado em um deck sob os vinhedos da Cristofoli nos sábados de tempo ensolarado. As velhas receitas da Nonna Esterina, transmitidas aos filhos e netos, são cuidadosamente preservadas e revitalizadas, enriquecendo um menu sazonal pensado para proporcionar uma experiência autêntica. Tudo acompanhado pelos rótulos da vinícola, que deixam tudo com aspecto ainda mais original.

Projeto une literatura e degustação de rótulos

Ler e provar vinhos. Foi pensando nisso que duas mulheres apaixonadas por livros e vinhos criaram o Clube Adega Literária, iniciativa que reúne interessados nos dois temas todos os meses, em diferentes locais da Serra Gaúcha. Idealizado pela jornalista e sommelière Larissa Verdi e pela diretora de marketing da vinícola Vallontano, Ana Paula Valduga, o projeto terá sua edição de dezembro realizada em meio aos vinhedos, para uma atividade de leitura coletiva.

Para participar, basta gostar de ler e, claro, se interessar por vinhos. O clube é aberto ao público e é preciso fazer a

inscrição pelo perfil Adega Literária no Instagram, no qual as organizadoras divulgam o local do próximo encontro, os livros propostos e os vinhos que serão degustados. Para promover uma "desconexão digital", todos os encontros são presenciais. "A ideia é a gente se encontrar para debater sobre o livro, harmonizar a obra com vinhos e também desbravar espaços que temos na região. Para nós, a conexão entre leitura e vinho é total. São interpretações e a subjetividade de desvendá-los é o que deixa tudo mais interessante. Unir duas paixões sempre foi o objetivo", afirma Larissa Verdi.



RODI GOULART/DIVULGAÇÃO/JC

Ana Paula Valduga (e) e Larissa Verdi criaram o projeto Adega Literária



REPORTAGEM ESPECIAL

VINHOS DA CAMPANHA GAÚCHA/ACERVO/JC

Nova fronteira do vinho brasileiro atrai turistas para o Pampa



A viticultura em escala industrial na região é, historicamente, mais antiga do que na Serra Gaúcha

Na região, onde se fabricam vinhos para o mercado interno brasileiro há pelo menos 150 anos, empreendimentos surgem por entre as estâncias de criação de gado de corte

Patrícia Lima

Um mundo novo, de vinhos e experiências gastronômicas, se abre nas imensidões do Pampa Gaúcho, em que as distâncias e imensidões fazem parte da experiência da viagem. A viticultura em escala industrial na região é, historicamente, mais antiga do que na Serra Gaúcha. Há pelo menos 150 anos se produz vinho para abastecer o mercado interno

brasileiro por lá. Por décadas, no entanto, essa produção se resumiu a pouquíssimas marcas, que cultivavam uvas na região. Na primeira década dos anos 2000 os investimentos foram retomados, já de olho na vocação do solo e do clima para o cultivo de uvas viníferas de qualidade.

Hoje a Campanha é um gigante do vinho que só cresce, com empreendimentos surgindo por entre as estâncias de criação

de gado de corte. O Trem do Pampa, empreendimento turístico inaugurado em 2024, deu impulso inédito ao turismo na região. Um passeio de mais de duas horas liga as estações ferroviárias de Palomas e Santana do Livramento, com parada na Vinícola Almadén e baldeações possíveis para outras vinícolas no entorno, com degustações e atrações culturais a bordo.

Atrativo extra é o selo de

Indicação de Procedência (IP Campanha Gaúcha), concedido em 2020, que atesta o local e o modo de produção dos rótulos. O reconhecimento favorece a divulgação da vitivinicultura da região e assegura a qualidade do vinho local, atraindo os enófilos. A Associação dos Vinhos da Campanha Gaúcha congrega 18 empresas, entre as quais mais de 10 têm programas receptivos para os turistas que estão na região.

Qualidade e lazer no coração da Região da Campanha

No interior do município de Dom Pedrito, a criação de gado de corte e o cultivo de grãos fez a história da família Pötter na tradicional Estância Guatambu. Até que uma das filhas de Valter José, o patriarca, propôs diversificar e implantar vinhedos na propriedade. Engenheira Agrônoma, Gabriela Pötter liderou a importação de mudas da França e da Itália em 2003.

Do sucesso dessa iniciativa nasceu, em 2013, a Guatambu Estância do Vinho, um dos principais polos enoturísticos da região.

Às margens da BR-293, a vinícola abre suas portas para os visitantes, que são recebidos em um prédio cuja estética faz referência às estâncias históricas. Ali o visitante mergulha em um tour pela trajetória da família Pötter e pelas etapas de vinificação dos tintos, brancos e espumantes elaborados com uvas cultivadas na propriedade de Leões, perto da sede da fazenda.

Ao longo desse percurso, há paradas estratégicas para a degustação de rótulos selecionados pelos enólogos para ilustrar a experiência.

O ponto alto do receptivo, porém, ocorre uma vez por mês, no Dia Épico – referência ao rótulo mais prestigiado da vinícola. Com fila de espera que pode chegar a meses, é imersão completa no universo da vitivinicultura do Pampa.

No grande salão é servido o almoço harmonizado, momento em que as carnes premium produzidas na própria estância são combinadas aos rótulos de vinho da casa. Tudo embalado por músicos locais que executam o melhor do verdadeiro cancioneiro gaúcho.

VINHEDOS GUATAMBU/DIVULGAÇÃO/CJ



Guatambu Estância do Vinho é um dos principais polos enoturísticos da região



Roteiro arqueológico para harmonizar com os vinhos

O receptivo turístico da Vinícola Almadén, em Santana do Livramento, ganhou um reforço ancestral. Além dos variados programas de degustação e da programação de tours guiados, os turistas agora podem visitar uma paleotoca. Localizada em uma área de mato em meio aos vinhedos, a toca de 40 metros de extensão foi,

provavelmente, escavada por um tatu gigante e, depois, ocupada por uma preguiça que fez ali seu ninho, há cerca de 15 mil anos. Os visitantes percorrem o trajeto até a paleotoca em um veículo adaptado para o passeio e, chegando lá, fazem degustações ao ar livre depois de conhecer o sítio paleontológico. Quem gosta de história

também pode visitar o vinhedo mais antigo da Campanha, uma parcela de tannat plantada em 1976, que dá origem a um dos vinhos mais prestigiados da Miolo, o Tannat Vinhas Velhas. Depois de um trajeto off-road, por entre parreiras e estradas pedregosas, é possível degustar o vinho diante do antigo vinhedo.

Receptivo permite degustar a história do Rio Grande do Sul



Na Estância Paraizo, degustações ocorrem no galpão que já foi refúgio dos peões

Uma antiga propriedade no interior de Bagé recebe os visitantes com um roteiro repleto de história. A Estância Paraizo está na família Mercio há mais de 230 anos e hoje se reinventa, pelas mãos da décima geração, aliando a produção de vinhos à atividade agropecuária. No antigo galpão de pedra, que já foi refúgio dos peões e proteção em tempos de conflitos como a Guerra dos Farrapos e a Revolução Federalista, ocorrem as degustações orientadas e os almoços harmonizados, que além dos vinhos, também oferecem iguarias típicas da culinária pampeana, como o espinhaço de ovelha ensopado.

Diretora da Estância Paraizo e idealizadora do receptivo, Victoria Mercio é apaixonada pela história do Pampa e da própria família. É ela quem conduz o Tour Cova de Toro, um passeio pelo vinhedo de syrah no topo de uma colina e pela Capela de São Jorge, construída no início do século 20 como mausoléu. Ao redor do sítio histórico, ela conta as reviravoltas da briga entre maragatos e pica-paus, que lutaram naquelas mesmas terras em 1893. Sempre que pode, Victoria e o irmão, Thomaz, orientam as degustações e as atividades de enoturismo.

Altitude que acolhe em variados formatos

No alto da Serra, os campos bordados pelas araucárias escondem novos roteiros. Uma das grandes do setor no RS, localizada em Vacaria, abriu recentemente suas portas para receber os amantes dos vinhos finos. Todos os dias, a Vinícola Campestre oferece uma experiência completa de enoturismo, com passeio que dura mais ou menos uma hora e meia.

Depois de percorrer vinhedos, caves, museu e túnel de imigração, o turista degusta cinco dos melhores rótulos da marca

e ainda leva a tacinha de cristal como recordação. Para quem quer mais imersão, depois do tour é possível saborear um almoço no restaurante de culinária ítalo-brasileira ou relaxar nos vinhedos no espaço Garden.

O patriarca da família Sozo, José, oferece uma experiência exclusiva aos que preferem a degustar vinhos ao lado do produtor, ouvindo histórias e sorvendo sua paixão pela vitivinicultura. Apostando no terroir e fazendo experiências no cultivo de uvas viníferas desde 2001, a Vinícola

Sozo atende somente grupos de minutos, todos mediante agendamento. Isso por que tudo acontece com a condução de José Sozo e do seu filho, Rodrigo, que apresentam os vinhedos e, depois recebem os turistas na sala de casa para beber os vinhos e provar outras culturas da propriedade, com nozes e maçãs.

A Sozo produz cerca de 10 mil garrafas por ano, divididas entre mais ou menos 20 rótulos. "Fazemos esse receptivo íntimo para compartilhar nossa paixão com os visitantes", afirma Rodrigo.



Restaurante Nature, anexo à Dom Giovanni, torna a experiência completa

Imersão para provar a alma de Pinto Bandeira

Entender um terroir é bem mais do que simplesmente sentir aromas e sabores na taça. Para mergulhar na única Denominação de Origem exclusiva para espumantes do país (e de todo o Novo Mundo), a vinícola Don Giovanni, em Pinto Bandeira, oferece um itinerário completo.

A aventura começa na pequena pousada, com um café da manhã que é um bálsamo, com produtos locais e sabores caseiros. No complexo, o visitante pode percorrer os vinhedos, curtir um pôr do sol no mirante que tem ampla vista para a propriedade e, com

sorte, acompanhar a florada dos girassóis, plantados para atrair os pássaros e desviar sua atenção dos parreirais, protegendo as frutas.

Na cave, além de compreender as etapas da produção de vinhos e espumantes, o turista pode degustar um espumante ainda em fase de maturação, compreendendo as particularidades da evolução da bebida. A experiência fica completa com um almoço ou jantar no restaurante Nature, anexo à vinícola, com gastronomia contemporânea com forte raiz local, assinada pelo chef Rafael Jacobi.



Rodrigo e Jose Sozo apresentam os vinhedos para os visitantes

MAPA ECONÔMICO DO RS

Indicadores do presente, tendências para o futuro

No dia **27 de novembro**, circula no Jornal do Comércio o quinto caderno especial da terceira temporada do Mapa Econômico do RS – Edição Porto Alegre.

A publicação mergulha na realidade e nas perspectivas das regiões, trazendo uma visão estratégica sobre o futuro do desenvolvimento regional gaúcho.

Mapa Econômico do RS – Conexões que fortalecem o desenvolvimento das regiões Metropolitana, Vale do Sinos e Litoral.



NÃO PERCA!
QUINTA-FEIRA | 27/11



Escaneie
o QR Code
e veja
as edições
de 2025.



Entre em contato
e saiba como participar
do projeto.
(51) 3213.1338
comercial@jornaldocomercio.com.br

Realização

Jornal do Comércio
O jornal de economia e negócios do RS

Patrocínio especial



Patrocínio



Apoio



Mídia partner

