

PUBLICIDADE LEGAL

Enoturismo é aposta para fomentar Campos de Cima da Serra

Região deve conseguir Denominação de Origem para cinco tipos de uva em 2026

Cássio Fonseca, de Vacaria
cassiof@jcrs.com.br

A região dos Campos de Cima da Serra ainda busca se consolidar como referência de vinhos e espumantes no Estado. O grande desafio para os próximos anos é construir um nome cativante para o enoturismo, que hoje é muito concentrado na Serra. O grande diferencial é a visitação, o que justifica o investimento feito pela Vinícola Campestre em Vacaria, a única a oferecer o servi-

ço na área. Desde 2018 na cidade e 1968 na ativa através da matriz em Campestre da Serra, na mesma região, a empresa aposta em uma nova produção de vinhos finos da linha Zanotto, que leva o nome da família que fundou e comanda a operação e começou junto da sede em Vacaria, que tem 84 hectares de terreno divididos em 32 de vinhedo e 52 de vinícola, com uma arquitetura italiana que remete à Toscana.

Para o sócio-majoritário da Campestre, João Zanotto, o turis-



VINÍCOLA CAMPESTRE/DIVULGAÇÃO/JC

Cerca de 25% do vinho vendido no mundo ocorre pelo enoturismo, diz sócio da Vinícola Campestre

mo é um cenário em expansão. Ele explica que 1/4 do vinho vendido no mundo é através deste mercado, principalmente nas visitas às vinícolas. "O mundo consome 25 bilhões de litros de vinho por ano, e 6 bilhões são vendidos pelo turismo."

No entanto, ele explica que este não é o caso da Campestre, já

que a região ainda não gera o movimento necessário. Em média, o espaço recebe 550 visitantes por mês. O número, ainda assim, é visto como positivo e em evolução. E dentre os investimentos está a construção de um hotel no terreno, o que estabelece uma experiência completa ao turista e está previsto para 2028. Outro passo fundamen-

tal para que os Campos de Cima da Serra se tornem mais atrativos é a participação de outras vinícolas no enoturismo. "O que a gente quer é que mais vinícolas surjam para visita. Por exemplo, tem o Randon - Vinícola RAR - aqui do lado que eu estou quase convencendo. Quem sabe no futuro eles constroem", revela Zanotto.

Região avança por Denominação de Origem

Além disso, a região está em um processo avançado para conseguir a Denominação de Origem (DO) de cinco tipos de uva para produção de vinhos. São elas: Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Chardonnay e Sauvignon Blanc. O selo deve sair ainda neste

ano e este é um processo dos Campos de Cima da Serra, o que significa que mais produtores devem ter rótulos com essas uvas, não apenas uma vinícola.

O vice-presidente da Associação Brasileira de Sommeliers, Júlio Kunz, explica que esse é o reco-

nhhecimento de que a região produz algo único, que não pode ser imitado por outra. O diferencial se dá pelos quase 1 mil metros de altitude em Vacaria e pelo clima, já que os dias costumam ser quentes e as noites mais frias, gerando um terroir - termo que define a inte-

ração entre fatores naturais como solo, clima e altitude e humanos, como a cultura de produção da região - diferenciado.

Quando ao processo, é formada uma associação e é protocolado um pedido no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), solicitando o reconhecimento da DO. Neste escopo, também existe a Indicação de Procedência (IP), que é um processo mais simples, e não está em trâmite para os Campos de Cima da Serra. O mais importante para Kunz, portanto, é que a DO liga a região a um estilo de vinho. "Todas essas regras são para garantir que quem beba um vinho desta região, independentemente do produtor, saiba que vai ser um certo estilo de vinho que vai ser entregue", completa o sommelier. O impacto, por consequência, é positivo, já que aumenta o prestígio da região. No RS, para vinhos e espumantes, apenas o Vale dos Vinhedos e Pinto Bandeira possuem a denominação.

Para o turismo, Zanotto vê com bons olhos a DO, já que "tudo

é apelo". "O turista quer coisas diferentes. Se criamos muitos tipos de vinho eles vêm mais vezes e vão provando outros tipos."

Sobre a linha Zanotto, o sócio majoritário detalha que a produção de uva é de, no máximo, 10 toneladas por hectare. "Se tiver 11 a gente tira antes, para a qualidade aumentar naquelas 10". São cerca de 160 mil garrafas envasadas por ano entre vinhos jovens, reservas e gran reservas, além dos espumantes. E ainda jovem, a marca busca se firmar com um público mais especializado e com maior poder aquisitivo. Para tanto, é preciso criatividade e inovação, já que os clientes gostam de migrar entre os rótulos para experimentar vinhos variados. O cenário é contrário ao do vinho de mesa, que tem uma clientela fiel. No caso da Campestre, é assim com o Pérgola, o rótulo mais vendido do Brasil há 12 anos. "O Zanotto é um trabalho de formiguinha. Como foi com o Pérgola há 50 anos, nós esperamos que seja a mesma coisa agora. Não temos pressa", afirma.



CÁSSIO FONSECA/ESPECIAL/JC

Vinícola está aberta para visitação e recebe cerca de 550 pessoas por mês