

REPORTAGEM ESPECIAL

Setor vitivinícola demanda condições de igualdade

Indústria argumenta que produtos europeus são beneficiados com subsídios públicos

Roberto Hunoff

A indústria nacional de vinhos e derivados está entre as atividades que mais devem sofrer efeitos negativos com o acordo Mercosul-União Europeia. Principalmente na linha de produtos considerados de entrada, de valor mais baixo, na faixa dos R\$ 30 a R\$ 50, já fortemente impactada por marcas importadas.

O presidente do Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul (Consevitis), Luciano Rebellatto, assinala que o setor não é contra o acordo, mas defende assimetrias com as condições de mercado dos produtos europeus, que recebem

subsídios governamentais e têm carga tributária muito inferior à do Brasil. “Nossa preocupação não é com qualidade, porque o setor evoluiu muito nos últimos anos. A questão central é preço, fator preponderante na compra de produtos. Além dos quase 50% de impostos, temos um custo de produção também elevado”, frisou.

Rebellatto alerta que a maioria dos vinhos e derivados importados nesta faixa de preço não têm grande qualidade, o que pode, inclusive, prejudicar a assiduidade de novos consumidores. “Pode gerar insatisfação pela qualidade e refletir negativamente neste público”, observa.

Já nos vinhos de maior valor agregado e nos espumantes, o dirigente tem convicção de que o produto nacional está preparado para enfrentar a concorrência, mas a representatividade no volume total consumido ainda é pequena. “No mercado premium a concorrência

será leal, porque os custos de importação, principalmente de transporte, são maiores”, estima.

Como não existe a possibilidade de proibir o ingresso, por se tratar de um acordo, Rebellatto reforça a necessidade de um olhar mais cuidadoso por parte do governo.

“O acordo é positivo para o País, pois abrirá mercados e oportunizará acesso a novas tecnologias. Mas setores, principalmente os ligados ao processamento de produtos agrícolas, como vinho e laticínios, precisarão de ajuda pública para evitar o pior”, adverte. Ressalta que a reforma tributária deve elevar ainda mais a carga tributária do setor.

O suco de uva, que ficou fora do acordo, seria, na avaliação do presidente, uma válvula de escape, por ser um produto com características únicas no mercado global. Atualmente, de 55% a 60% da uva gaúcha se destina a sucos. Vinhos de mesa, elaborados com uvas

híbridas ou americanas, respondem por 20% a 25%. A diferença segue para os finos, de variedades vitis viníferas. De acordo com Rebellatto, o setor trabalha para retirar a exigência de constar nos rótulos a nomenclatura de vinhos de mesa. “Infelizmente, a definição ‘mesa’ soa pejorativa e desqualifica diante do fino. Estamos construindo um movimento para esta mudança”, registrou.

O diretor-executivo do Consevitis, Eduardo Piaia, reforça que o setor sempre foi menos competitivo em razão da carga tributária, o que deve se agravar se não houver um enquadramento de impostos. Além dos tributos diretos no vinho, cita que a cadeia toda, como vasilhames, equipamentos e insumos enológicos, muitos deles importados, também têm alíquotas elevadas.

Ele defende uma campanha de comunicação para conscientizar o consumidor a não ter preconceito

com o produto nacional. “É preciso aproximar ainda mais o setor do mercado mostrando a qualidade, a identidade e as regiões em desenvolvimento. Carga tributária, custos de produção e comunicação são desafios que precisaremos enfrentar”, definiu. Frisa que o Brasil precisa entender que o setor é uma forma de desenvolvimento social e econômico, o que exige investimentos na enogastronomia e no noturismo.

Reiterou que é preciso um trabalho conjunto das vinícolas para abertura de mercados no exterior por meio de ações do Consevitis e da Apex. Segundo ele, individualmente é muito mais difícil. Citou que as vinícolas de outros países têm à disposição valores na casa de US\$ 1 bilhão por ano para promoção de seus produtos. Regiões de Portugal, por exemplo, tem valores 500 vezes maior que todo o segmento brasileiro. “É uma situação desproporcional”, observou.

AUGUSTO TOMASI/DIVULGAÇÃO/JC



Para Alexandre Angonezi, concorrência desigual deve ser ponto de atenção

Cooperativa Garibaldi define cenário como preocupante

Um misto de otimismo e oportunidades com cenário preocupante é o sentimento relatado pelo diretor-executivo da Cooperativa Vinícola Garibaldi, Alexandre Angonezi. Ele admite que o acordo interessa ao País por abrir mercados e facilitar relações comerciais, porém reforça a preocupação com a concorrência em desigualdade com os produtores europeus. “Eles têm subsídios na produção e tributação na origem diferente da nacional, o que dificulta a competitividade. Atualmente,

mais de 85% dos vinhos finos consumidos no Brasil são importados. Sem um mecanismo de proteção, perderemos ainda mais”, avalia.

Por haver excedente de produção de vinhos e derivados no mundo, vislumbra dificuldades na exportação para Europa pela baixa competitividade do setor. Observa que a cooperativa tem um longo histórico de vendas externas, mas que ainda hoje representam apenas 1% da receita. “Exportamos para os cinco continentes, mas são volumes

tímidos. Isto que temos feito esforço por meio da prospecção e participação em feiras internacionais”, relata.

Reforça que o principal produto para exportação seria o suco de uva, que tem estilo próprio e elaborado à base de uvas americanas, pouco utilizadas em outros países. Vislumbra como oportunidade a venda de espumantes, que são competitivos e podem ser elaborados de acordo com as características próprias de cada mercado e preço razoável.

Espumantes como fortaleza para o setor

Assimetria com países beneficiados por incentivos públicos, promoção, divulgação e reconhecimento do produto como de importância agrícola são medidas que o diretor de marketing e vendas da Cooperativa Vinícola Aurora, Rodrigo Arpini Valerio, defende para que a atividade vitivinícola esteja em condições de competir em igualdade com as marcas europeias. “Mais de 20 mil famílias serão impactadas no Rio Grande do Sul. Só na Aurora serão em torno de 1,6 mil. É preciso olhar para a responsabilidade social”, ressaltou.

Valerio vislumbra nos espumantes uma fortaleza para o setor compensar parte dos danos caso nenhuma medida seja adotada.

“Alavancar espumantes para o mundo é uma política correta e identidade a ser explorada. Embaixadas brasileiras já têm café nacional para oferecer aos visitantes. Porque não celebrar datas festivas com espumantes?”, sugere. Ele destaca que 80% dos espumantes consumidos no Brasil são de marcas nacionais.

O executivo acredita haver espaço para produtos de valor agregado, principalmente na Europa Oriental, que busca por mais opções. Destaca que Argentina e Chile já tem presença destacada nestes mercados com vinhos finos. “Com produtos originários de regiões com denominação de origem o Brasil pode fazer a diferença”, reforça.

Para Valerio, o segmento de vinhos de entrada, que é a maior fatia do mercado nacional, com preços entre R\$ 40 e R\$ 50, será o mais prejudicado. Já os vinhos premium, onde acredita que o Brasil será mais competitivo, ainda têm baixa representatividade na produção. “Neste segmento, o prejuízo deve ser menor. Nas marcas de entrada, a expectativa é de dificuldades sem o olhar do governo”, analisa. Ele lamenta a não inclusão do suco de uva, que seria relevante na pauta de exportação e atenderia ao crescente mercado de produtos sem álcool. “Os europeus perceberam a força do suco de uva, que acabou sendo retirado do acordo”, frisa.

ANDERSON PAGANI/DIVULGAÇÃO/JC



Para Valerio, embaixadas brasileiras devem promover produto nacional