

# Vinhos e espumantes

PORTO ALEGRE, SEXTA-FEIRA E FIM DE SEMANA, 12, 13 E 14 DE NOVEMBRO DE 2021

CADERNO ESPECIAL DO JORNAL DO COMÉRCIO

PATRICIA LIMA/DIVULGAÇÃO/JC



## Sem crise no horizonte

A vitivinicultura gaúcha só tem a comemorar na atualidade. O consumo de vinhos e espumantes aumentou muito no mercado interno, por um motivo bem conhecido: o isolamento das pessoas em casa devido à pandemia a partir de 2020. Os números não mentem: no ano passado, o consumo de vinhos nacionais cresceu 100% em relação a 2019 e, neste ano, até setembro, a alta já chega a 30% sobre 2020. Os espumantes nacionais tiveram desempenho melhor, com um acréscimo de 58%.

## REPORTAGEM ESPECIAL

## Aumento no consumo anima produção gaúcha de vinhos

O brasileiro, que bebia em média 2,15 litros de vinho por ano em 2019, passou a consumir 2,78 litros em 2020, principalmente durante o período em que vigoraram as restrições de circulação mais duras no País

Patrícia Lima

economia@jornaldocomercio.com.br

Dados do setor vitivinícola indicam que o segmento vive um excelente momento, especialmente em tempos de pós-quarentena e isolamento social. O brasileiro, que bebia em média 2,15 litros de vinho por ano em 2019, passou a ingerir 2,78 litros em 2020, durante o período em que vigoraram as restrições de circulação no País.

Até setembro de 2021, intervalo que abarca tanto o pior momento da pandemia quanto o seu período de maior controle, foram 2,67 litros por pessoa, em média. Esse aumento de consumo, que parece singelo, foi o responsável pelo maior salto experimentado pelos produtores no Brasil: em 2020, o consumo de vinho fino

nacional cresceu 100% em comparação com 2019; no mesmo período, os vinhos de mesa cresceram 32% e os importados 29%, segundo levantamento da Ideal Consulting, consultoria especializada no segmento.

Repetir os números de 2020 já teria sido um feito e tanto. Mas a comercialização de vinhos finos e espumantes se superou: sobre o desempenho recorde de 2020, o vinho fino brasileiro cresceu 30% de janeiro a setembro de 2021. Os espumantes nacionais mandaram melhor ainda, com um acréscimo de 58%. O volume total de vinho consumido no País, no entanto, sofreu uma discretíssima retração de 2% neste ano, devido à queda acentuada no consumo de vinhos de mesa – categoria atingida em cheio pela crise econômica.

### Raio-X do mercado de vinhos no Brasil

Evolução do consumo per capita de vinhos e espumantes no Brasil

2017	1,84L
2018	1,93L
2019	2,15L
2020	2,78L
2021	2,67L

FONTES: UVIBRA E IDEAL CONSULTING



DANDY MARCHETTI/DIVULGAÇÃO/JC

### Desempenho de vendas de janeiro a setembro de 2021 (comparação com 2020)

Espumantes Moscatel + 58,26%  
Espumantes Brut + 53,08%  
Vinhos Finos + 9,71%  
Suco de Uva -0,42% (queda)

### Crescimento do mercado de vinhos e espumantes no Brasil

(de janeiro a setembro de 2021 em relação ao mesmo período do ano passado)

Espumante nacional +58%  
Vinho Fino nacional +30%  
Vinho Importado +15%  
Champagne/espumante importado +14%  
Vinho de Mesa nacional -16%

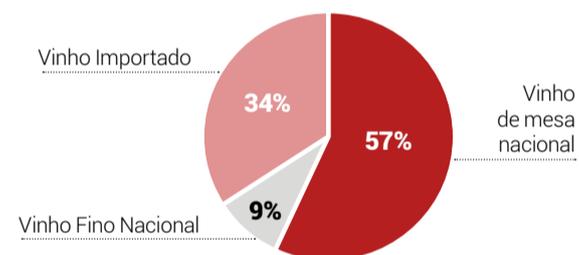
### Exportações (janeiro a setembro)

**Vinho fino**  
Volume total exportado 6,3 milhões de litros  
Crescimento 84,09% (comparação com 2020)  
**Espumantes**  
Volume total exportado 656 mil litros  
Crescimento 13,88% (comparação com 2020)

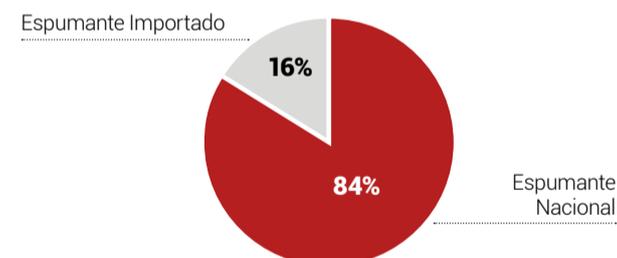
### Suco de Uva

Volume total exportado 2,1 milhões de litros  
Crescimento 204,77% (comparação com 2020)

### Retrato do mercado brasileiro de vinhos em 2021



### Retrato do mercado brasileiro de espumantes em 2021



## Vinho de mesa ainda representa 57% de todo o mercado no Brasil

O vinho de mesa, elaborado com variedades híbridas e americanas e que muitos chamam carinhosamente de vinho colonial é o mais consumido no País. Para se ter uma ideia, de

janeiro a setembro de 2020, representava 65% do mercado; no mesmo período desse ano, esse percentual caiu para 57%. A queda no consumo de vinho de mesa em 2021 foi

de 16%, se comparado ao mesmo período de 2020.

A Cooperativa Vinícola Aurora, a maior do Brasil, com mais de 1,1 mil famílias de produtores associadas, comprova o otimismo, mesmo tendo o vinho de mesa como um de seus principais produtos. De acordo com o diretor superintendente, Hermínio Ficagna, também impulsionou o interesse do público e da mídia, que passou, de acordo com o consultor, a falar mais sobre o vinho fino feito no Brasil. Por fim, quando as viagens domésticas voltaram a ser possíveis, turistas de todo o País encontraram no enoturismo uma opção relativamente segura e possível, em tempos de fronteiras internacionais fechadas. “O vinho nacional chegou onde nunca havia chegado até 2020. O fechamento de bares e restaurantes

empurrou muitas vinícolas para a internet, melhorando suas vendas e distribuição. O enoturismo revelou as regiões produtoras. As pessoas se permitiram provar o vinho nacional”, destaca Ficagna.

Sustentar esse crescimento será o grande desafio do setor nos próximos anos, segundo CEO da Ideal Consulting, Felipe Galtarocha. Em 2021, a queda no consumo de vinhos de mesa esfriou o balanço geral do segmento, que deve cair entre 3% e 4% até o fim do ano – percentuais considerados positivos, já que são calculados sobre os números estratosféricos de 2020. Mas 2022 não promete ser fácil: eleições, inflação, desvalorização do real e custos elevados de logística e insumos serão entraves. Galtarocha, porém, vê otimismo. “O vinho brasileiro

quebrou um paradigma e não vejo o retorno aos patamares de 2019. A retomada de bares e restaurantes é decisiva para a conquista de novos consumidores. O Brasil também ficou na vitrine mundial por ter sido um dos únicos países a registrar crescimento na produção e consumo de vinho durante a pandemia, o que pode atrair a atenção de investidores internacionais”, completa.

O setor produtivo também vê o futuro com otimismo. De acordo com o diretor superintendente da Vinícola Aurora, ainda há muito espaço para crescimento nos próximos anos. “Temos que apostar na qualificação cada vez maior da produção, na comunicação dos nossos produtos para um público mais abrangente e na abertura de novos canais de comercialização”, finaliza.



EDUARDO BENINI DIVULGAÇÃO/JC

Ficagna diz que fechamento de bares ‘empurrou’ vendas pela internet

## Tradição vinícola floresce em solo gaúcho

Maior produtor de vinhos do Brasil, o Rio Grande do Sul é responsável por cerca de 90% do mercado nacional. A tradicionalíssima serra gaúcha concentra a maior parte das vinícolas, espalhadas por seis microrregiões com Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO): Vale dos Vinhedos, Farroupilha, Monte Belo, Altos Montes, Pinto Bandeira e Altos de Pinto Bandeira.

No mapa, a mais destacada das novas fronteiras vitivinícolas é a Campanha Gaúcha, que no final de 2020 teve a sua Indicação de Procedência reconhecida pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). São 14 municípios produtores, com vinícolas que se dedicam a descobrir e transformar em vinhos as particularidades do solo e do clima da região.

Subindo um pouco no mapa do

Estado está uma outra região promissora: a Serra do Sudeste. Algumas das grandes vinícolas já fazem investimentos em vinhedos na região, que também é palco para projetos autorais e únicos. Exemplo é a Bodega Czarnobay, idealizada por um dos mais importantes enólogos brasileiros, Antônio Agostinho Czarnobay. Depois de 40 anos de trabalho como enólogo na indústria vitivinícola, foi realizar seu

sonho em Encruzilhada do Sul, em uma área de seis hectares onde cultiva diversas variedades. E bem no alto, quase em Santa Catarina, os Campos de Cima da Serra também são destaque.

O reconhecimento da Serra do Sudeste e dos Campos de Cima da Serra como Indicação de Procedência já está em estudo, mas ainda não tem data para se concretizar. Esses processos costumam ser longos, envolvendo uma

grande quantidade de produtores e técnicos. De acordo com o pesquisador da Embrapa Uva e Vinho, José Fernando Protas, a implantação de uma Indicação Geográfica para vinhos e espumantes delimita uma série de fatores como tecnologia aplicada, cultivares, limite de produção por hectare, sistema de condução e até as práticas culturais da região. Esses requisitos garantem a qualidade dos vinhos.



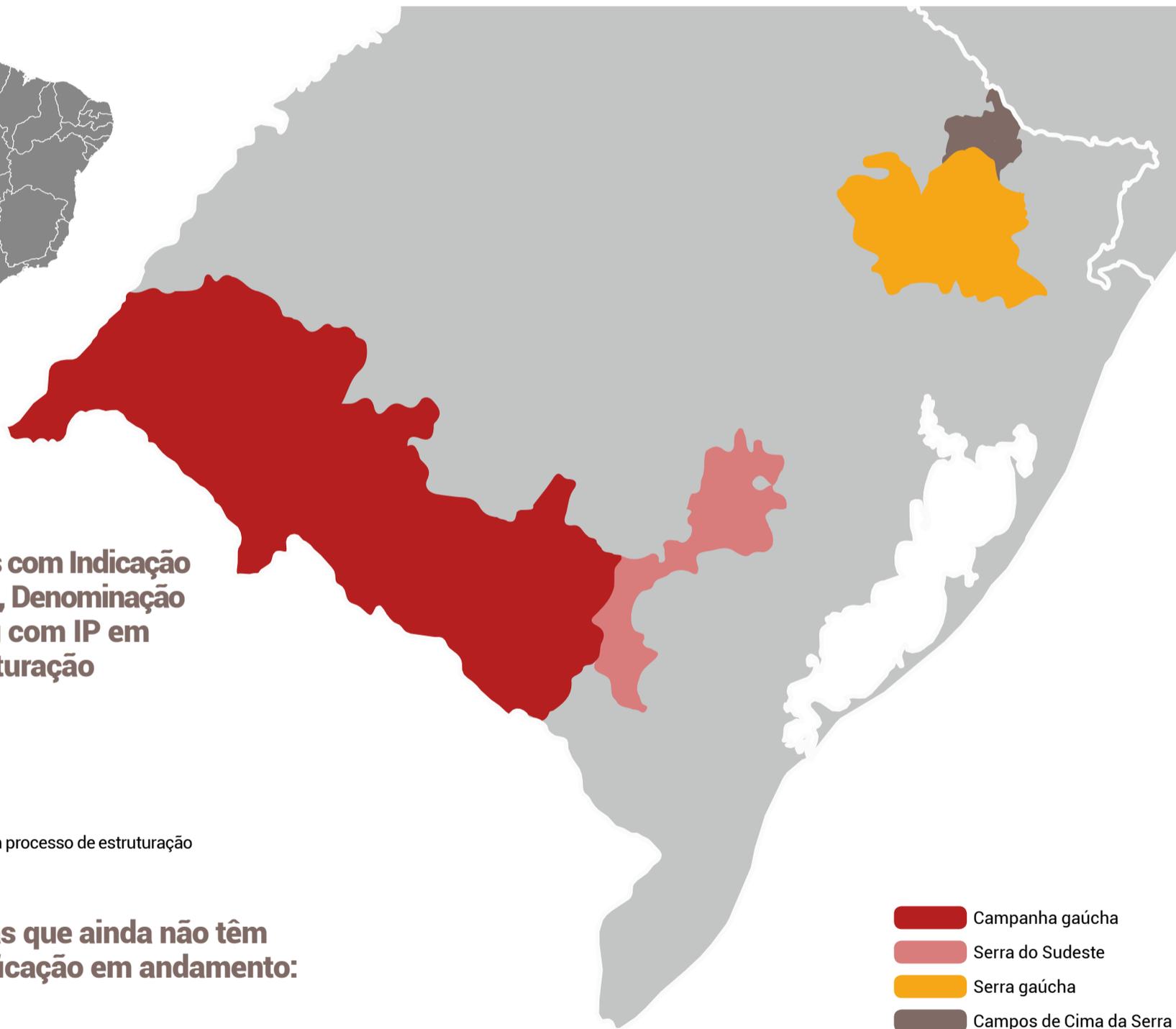
### Regiões Produtoras com Indicação de Procedência (IP), Denominação de Origem (DO) ou com IP em processo de estruturação

Fonte: Embrapa

- Vale dos Vinhedos - DO
- Farroupilha - IP
- Monte Belo - IP
- Altos Montes - IP
- Pinto Bandeira - IP
- Altos de Pinto Bandeira - IP em processo de estruturação
- Campanha Gaúcha - IP

### Regiões produtoras que ainda não têm processo de certificação em andamento:

- Campos de Cima da Serra
- Serra do Sudeste



- Campanha gaúcha
- Serra do Sudeste
- Serra gaúcha
- Campos de Cima da Serra

COMEÇA AGORA UM  
*novo momento*

Guatambu lança **Brut Reserva 24 meses**  
e novo design de seus espumantes



  
GUATAMBU  
*estância do vinho*  
loja.guatambuvinhos.com.br

## COMÉRCIO EXTERIOR

# Aromas e sabores brasileiros ganham o mundo

**Nos nove primeiros meses de 2021, volume de vinho fino exportado foi 84% maior do que no mesmo período de 2020**

Patrícia Lima

economia@jornaldocomercio.com.br

Não é só por aqui que o vinho brasileiro está preenchendo as taças. O ganho de competitividade em função da desvalorização do real, aliado à qualidade do produto nacional, fez com que as exportações tivessem o melhor desempenho dos últimos oito anos. De acordo com dados da Uvibra, nos nove primeiros meses de 2021 o volume de vinho fino comercializado no exterior foi 84% maior do que no mesmo período de 2020, totalizando 6,3 milhões de litros. Os espumantes também tiveram um desempenho positivo, com crescimento de 13,88% e um volume de 656 mil litros exportados. Entre os 63 países destino do produto brasileiro, os mais representativos em volume são Paraguai, Haiti, Rússia, Estados Unidos e China.

Dados da consultoria Ideal



EDUARDO BENINI/DIVULGAÇÃO/JC

**Para Maurício Salton, câmbio tem sido favorável para as vendas com foco no mercado externo**

Consulting demonstram um crescimento importante da presença do produto brasileiro no mercado americano – o Brasil ocupa o quinto lugar na lista de países-origem de vinhos em volume e o oitavo em valor. Cerca de 90% da venda de espumantes sai da vinícola Salton, que também é a maior produtora do país. Mais de 720 mil garrafas de espumantes Salton desembarcaram nos Estados Unidos no ano

passado. Segundo a empresa, a qualidade do produto brasileiro no exterior está consolidada, o que deve garantir crescimento sustentável nas exportações nos próximos anos. “Além da excelência reconhecida do produto, temos um trunfo cambial no momento, o que garante um pouquinho mais de competitividade”, afirma o diretor-presidente da Vinícola Salton, Maurício Salton.

Foco em pesquisa e inovação é o segredo, segundo Salton, para manter em alta a qualidade e satisfazer os consumidores mundo afora. Investimentos como a qualificação do corpo técnico e aquisição de tecnologia para o vinhedo e a vinícola precisam ser permanentes. Em um projeto conjunto com a Universidade de Caxias do Sul, o Núcleo de Inovação, Pesquisa & Desenvolvimento da

Salton trabalha para identificar o impacto ambiental dos produtos e tornar toda a cadeia produtiva neutra em carbono até 2030. Outro projeto, em parceria com a Universidade Federal de Santa Maria, faz análises avançadas dos solos e suas interações com as videiras. O objetivo é fazer as intervenções certas para ter vinhedos cada vez mais eficientes, produtivos e sustentáveis. “Buscamos identificar, por meio de pesquisas sérias, quais as especificidades de cada região e como produzir de maneira responsável e comprometida, sem deixar de entregar muita qualidade nos produtos”, completa Salton.

Quando o assunto são os vinhos finos, o maior case de exportação é a Vinícola Aurora, uma das pioneiras na venda da bebida brasileira ao exterior. Depois de ter crescido mais de 47% nas vendas externas em 2020, a cooperativa prevê em 2021 ainda melhor, com destaque para um vultuoso aumento de mais de 400% no valor das exportações – fruto da alta do dólar e também do aumento da demanda. O principal destino dos produtos da Aurora é a China, seguida por Holanda, Paraguai, Haiti, Estados Unidos e Japão.

## TENDÊNCIA

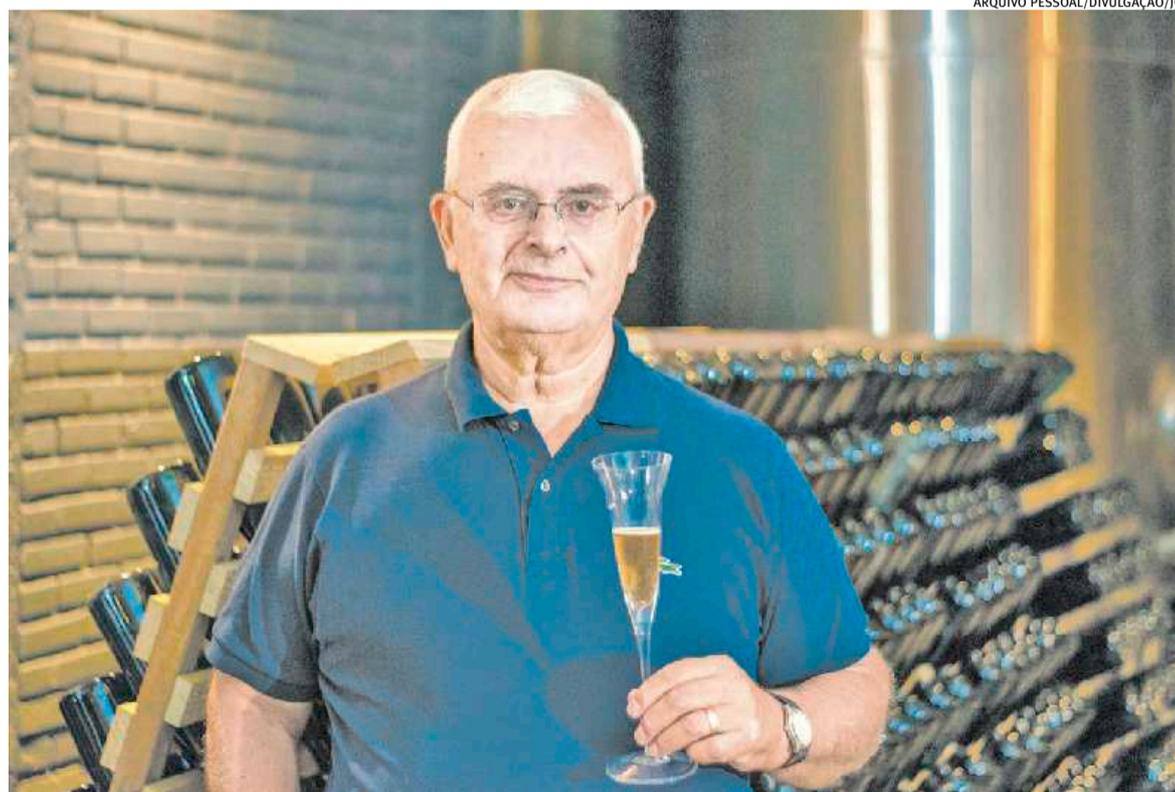
### Território aberto para as novidades

As vinícolas urbanas são tendência em algumas das grandes cidades do mundo e, há algum tempo, Porto Alegre vem pegando carona nessa moda. A mais recente é uma das mais tradicionais produtoras de espumante do País. Depois de atravessar um período complicado devido ao fechamento da economia, a Adolfo Lona renasce justamente em Porto Alegre. Com a venda concentrada em bares, restaurantes e distribuidores e sem presença online, a vinícola sofreu um grande impacto em 2020. Para sobreviver, começou a estruturar o e-commerce e as vendas pelas redes sociais – o comércio online, porém, ainda representa somente 10% do faturamento da marca.

A maior aposta do enólogo argentino está no contato direto com o consumidor. Para isso, transferiu sua residência para a Capital e vai inaugurar, ainda em novembro, a sua bodega urbana, na rua Vasco da Gama, no bairro Bom Fim. Os espumantes elaborados pelo método charmat seguem sendo vinificados

na serra gaúcha, mas Lona já instalou em Porto Alegre a estrutura para elaboração dos seus produtos premium, pelo método champenoise. “Teremos um varejo e uma sala para a visita de pequenos grupos, onde poderemos degustar os vinhos e conversar, trocar conhecimento sobre o espumante. Para mim, essa ainda é a melhor maneira de divulgar o vinho e conquistar o consumidor”, afirma Lona.

Bem longe da metrópole, em um recanto escondido do Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves, germina um outro sonho. Criado em meio aos vinhedos da família, que fazia vinhos apenas para consumo próprio, o enólogo Giovanni Ferrari fez carreira na indústria vitivinícola, em empresas como Salton e Almaúnica. Sempre quis, no entanto, imprimir sua personalidade e sua história em rótulos autorais. A morte da esposa dias depois do nascimento da segunda filha do casal, em 2018, fez Ferrari repensar a vida e a carreira. A tragédia familiar demonstrou que o sonho de ter seus próprios vinhos não podia mais esperar.



ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC

**Adolfo Lona diz que o comércio online, por enquanto, representa 10% da receita da empresa**

Nasceu assim, em 2020, a vinícola ArteViva. O primeiro rótulo, Jujú, batizado em homenagem à filha, já entrega a ousadia do projeto: vinhos feitos de castas tradicionais como Riesling, Chardonnay e

Marselan estagiam em barricas feitas com madeiras brasileiras, como o jequitibá rosa, ou exóticas plantadas aqui, como a acácia. A meta de Ferrari é ambiciosa: produzir de 50 a 60 mil garrafas em dois anos

e chegar em 2030 batendo a marca de 300 mil garrafas. “É um sonho que tem bases sólidas e práticas, que pretende entregar vinhos agradáveis ao consumidor. Está virando realidade”, suspira.

## INDÚSTRIA

# Falta de garrafas e alta no preço dos insumos assusta produtores

**Lideranças do setor produtivo querem levar uma fábrica de garrafas para a serra gaúcha**

Patrícia Lima

economia@jornaldocomercio.com.br

Um dos lançamentos de 2021 da vinícola Don Affonso, de Caxias do Sul, veio bem a calhar com o momento que vive o setor. Pensando em atender os consumidores que apreciam os coquetéis à base de vinho, especialmente no verão, será lançado nos próximos dias o Enosfera Spritz em lata. A bebida de inspiração italiana elaborada com espumante e licor de aperol já havia feito sucesso em sua versão na garrafa e, agora, chagará em latinha de alumínio, para maior comodidade de quem quiser degustá-la na praia ou piscina. O enólogo da vinícola, André Gasperin, mirou na preferência do público por uma bebida de verão e acertou no insumo alternativo, a lata,

que nesse caso vai substituir um item cada vez mais raro: a garrafa de vidro.

Segundo Gasperin, que também é presidente da Associação Brasileira de Enologia (ABE), os insumos enológicos sofreram aumentos que vão de 50% a 100%, o que encarece o produto final em toda a cadeia, mas nenhum problema se compara à escassez de garrafas. “Eu e muitos outros já estamos deixando de vender por falta de embalagens. Só na Don Affonso seria possível comprar 30% mais garrafas, se houvesse disponibilidade no mercado”, comenta Gasperin. Empolgado com o momento positivo que vive o setor, com crescimento real na comercialização de vinhos finos, o enólogo teme que esse cenário de incertezas com relação aos insumos prejudique o ritmo de avanço das empresas.

O diretor da vinícola Don Giovanni, em Pinto Bandeira, e também vice-presidente da União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra), Daniel Panizzi, alerta que cerca de 40% das vendas do setor, especialmente dos

espumantes, se concentram no último trimestre, o que representa uma incerteza enorme para quem deveria estar planejando seus estoques. “Na Don Giovanni, não vamos conseguir atender de 25% a 30% dos pedidos por falta de garrafas para o envase”, lamenta. As vinícolas estão importando garrafas do Chile, mas mesmo essas são escassas e caras, e os pedidos demoram muito a chegar. Segundo Panizzi, o setor pode deixar de crescer até 30% pela falta de garrafas.

E o pior é que o problema das garrafas não se resolverá no curto prazo. Uma série de fatores contribuiu para que se chegasse a esse cenário, como a desorganização das cadeias produtivas ao redor do mundo no começo da pandemia, o que fez cair a fabricação de insumos, e o aumento astronômico na demanda por embalagens de vidro para setores como bebidas e alimentos. O fato de o Brasil ter um único produtor de garrafas também deixa os vitivinicultores sem opção para suprir a demanda por embalagens.



Daniel Panizzi diz que incerteza ronda vendas de fim de ano

Lideranças do setor já se organizam para tentar atrair uma fábrica de garrafas para a região da Serra, mas nenhum contrato foi assinado. Uma empresa norte-americana estuda o investimento de quase R\$ 1 bilhão no Estado para montar uma unidade

fabril com capacidade próxima de 1 milhão de garrafas por dia. Porém, mesmo que o projeto se concretize, o resultado só viria no final de 2023. Até lá, o crescimento do setor deve ficar condicionado à disponibilidade de embalagens.

COLEÇÃO DE ADEGA

★★★★★

## SALTON

### OURO

Conheça a renomada e premiada linha de espumantes da Família Salton

Produzido no Brasil, na Serra Gaúcha e lançado na virada do último século, o espumante Salton Ouro Brut já conquistou mais de 30 medalhas em importantes concursos nacionais e internacionais ao longo de seus 20 anos.

Todo esse sucesso inspirou a criação da linha de espumantes premium, que além do já reconhecido Salton Ouro Brut, reúne o Salton Ouro Brut Rosé e o Salton Ouro Extra-Brut.

## TURISMO

# Enoturismo ganha força no Estado e atrai novos visitantes

## Perfil do turista que procura as vinícolas gaúchas mudou com a pandemia

Diego Nuñez

diegon@jornaldocomercio.com.br

O Brasil se reencontrou com a enologia gaúcha. Não que especialistas espalhados pelos Países não conheçam vinhos e espumantes produzidos no Rio Grande do Sul e premiados pelo mundo. A questão é que os recentes eventos mundiais modificaram os hábitos de consumo em diversas cadeias produtivas. Na viticultura não é diferente.

As vinícolas da Serra têm atraído olhares de diversos tipos de turistas: desde o amante e especialista até quem não fazia parte da cultura do vinho. Dentre os produtores locais, o sentimento é unânime: um otimismo latente que escapa pelo brilho dos olhos, pela empolgação nas palavras, pela afeição nos gestos e também pelo crescer dos números.

A pandemia mudou, em maior ou menor grau, a forma com que as pessoas se comportam. A partir de março de 2020, quando foram decretadas, no Brasil, as primeiras medidas contra o coronavírus, as pessoas passaram a ficar mais tempo em casa. Mesmo com as prateleiras



FERNANDO ZANCHETTI/DIVULGAÇÃO/JC

**Aos poucos, os roteiros registram retomada mais intensa na procura por pacotes e passeios**

cheias após a grande vindima de 2020 – por muitos batizada de ‘a safra das safras’ – as vinícolas se viram vazias de visitantes.

A partir do terceiro trimestre de 2020, porém, o cenário mudou. As pessoas começaram a deixar, pouco a pouco, o isolamento social. O distanciamento controlado, mais tarde institucionalizado através de protocolos do governo gaúcho foi, inicialmente, praticado conforme o bom senso de cada um.

Ali havia uma demanda turística

reprimida. O turista, confinado, ansiava pela rotina de viagens, de conhecer lugares, pessoas e, principalmente, experiências. Em um contexto de pandemia, passou a se priorizar destinos com roteiros a céu aberto, com menos pessoas e espaços amplos. Foi então que começou o ‘boom’ no enoturismo da Serra.

“Antes da pandemia, em março do ano passado, nós recebíamos de 600 a 800 pessoas por mês. Agora, a partir de junho de 2021, recebemos até 3,5 mil. Teve um final de semana

que eu fui para a vinícola, enquanto ainda estava tudo meio parado, e encontrei um mar de carros na frente. Já ao meio-dia tivemos que fechar para novos visitantes. Longe de querer comemorar qualquer coisa, mas os últimos tempos foram fantásticos para o setor do vinho e para o enoturismo da região. Em um, dois anos, conseguimos evoluir o que teríamos levado 20 para atingir”, afirma Daniel Panizzi, diretor da vinícola Don Giovanni, de Pinto Bandeira.

O público não apenas aumentou,

como se diversificou. A serra gaúcha, após o início da pandemia, passou a receber dois novos tipos de público. Um é o turista que já está inserido no mundo viticultor, conhece e ama vinhos e espumantes, mas que tinha como principal destino outros países do mundo – em se tratando de vinhos, nações europeias produtoras, como Espanha, França, Itália e Portugal – e, com o fechamento das fronteiras ao redor do mundo, se viu obrigado a encontrar novas rotas.

“A gente percebeu crescimento e retomada do turismo de forma gradativa. Um dos movimentos é não só local, das pessoas que já moram próximas, que tiveram um olhar de descoberta para as coisas da própria terra, que eventualmente nunca tinham percebido. Mas muitas pessoas também, não só daqui, mas do Brasil, que por essa questão de limitação geográfica por conta da Covid-19 tiveram que descobrir algo à altura, encontraram aqui” afirma Patrícia Carraro, da vinícola Lidio Carraro, que fica no Vale dos Vinhedos.

Outro tipo de público é formado por aqueles que estavam de fora da cultura do vinho, não especialistas, mas que se interessaram e passaram a visitar a Serra, seja por excursões, de carro, vindos de todo o Rio Grande do Sul ou mesmo de localidades fora do Estado.

## Além do vinho e do espumante, a experiência

Nem só de vinho engarrafado é feito o enoturismo. Muitas pessoas querem ir além e conhecer os vinhedos, os parreirais, descobrir as vinícolas, os processos, as barricas, as caves e todo o processo até a uva se tornar vinho ou espumante. Tudo isso é possível de ser encontrado nas cidades da serra gaúcha. A região representa o que há de mais moderno para a elaboração de vinhos e a origem do produto no Rio Grande do Sul.

A Rota das Cantinas Históricas, por exemplo, localizada no distrito de Faria Lemos, em Bento Gonçalves, carrega essa energia. A Vinícola

Cristofoli é formada por uma família de viticultores presente na região há 130 anos, quando o casal Angelo Cristofoli e Maria Dalla Senta chegaram ao Brasil vindos da Itália.

Para a família, a história e o processo da produção de vinho não bastam. O que vale, para atrair o turista, é a experiência. Lá é possível agendar um piquenique com degustação de vinhos embaixo dos parreirais. São grupos geralmente de duas a oito pessoas que ficam quase completamente isolados e podem desfrutar de uma manhã ou tarde em meio às parreiras de uva. Na época da vindima

é permitido, inclusive, saborear a fruta diretamente do pé.

Na mesma região fica a Vinícola Dal Pizzol, onde é possível encontrar o que seria um museu vivo a céu aberto, com parreiras de todas as partes do mundo. A coleção de Rinaldo Dal Pizzol conta com mais de 400 variedades de uvas, em um projeto iniciado em 2005. A última aquisição para o museu – ou penúltima, como gosta de dizer seu Rinaldo, pois sempre virá mais uma – é conhecida como a variedade mais antiga do mundo: a Modra Kavina, com 450 anos de idade, vindas diretamente da Eslovênia.



CRISTOFOLI/DIVULGAÇÃO/JC

**Vinícola Cristofoli oferece um piquenique junto aos parreirais**

## Passeio pode ser feito em um veículo off-road

Na região de Pinto Bandeira, a vinícola Geisse oferece vários tipos de programas diferentes pela propriedade de 40 hectares especializada em espumantes. Lá, é possível conhecer os parreirais a bordo de um 4x4, em passeio off-road que circunda toda a propriedade, percorrendo trilhas isoladas e encantadoras, cachoeiras e

pausas para degustação.

A maioria das experiências oferecidas na Serra variam de R\$ 50,00 (as mais simples, em que geralmente são contadas as histórias das vinícolas e oferecidas degustações de por volta de quatro amostras) até R\$ 250,00, com passeios mais completos.

A única opção totalmente gratuita

é oferecida na unidade-matriz da Cooperativa Vinícola Aurora, no centro de Bento Gonçalves. Esta opção inclui um tour pelo local. O roteiro conta a história da vinícola, seguido de um passeio pelo subterrâneo da unidade, quando os guias falam sobre o processo da elaboração do vinho. Depois, apresenta-se o local onde o vinho é

envelhecido nas barricas de carvalho e segue para a degustação na Cave de Baco, o deus romano do vinho, onde são provados oito diferentes rótulos de vinhos secos, meio-secos, suaves, espumantes e suco de uva.

“A Aurora entende que o enoturismo não é uma forma de lucrar, e sim como uma forma de promover

uma experiência para o visitante, também como um braço de marketing: o visitante vê, conhece a nossa vinícola, prova alguns rótulos e depois, no supermercado, vai ver aquele rótulo e lembrar de nós. É uma forma de fidelizar o nosso cliente”, conta o enólogo e sommelier da Cooperativa Aurora, William Paim.



# GARIBALDI

## OS ESPUMANTES QUE CONQUISTARAM

### *o mundo*

APRECIE COM MODERAÇÃO



## ENOTURISMO

## Excelência dos produtos atrai mais conhecedores das bebidas

**Clientes buscam saber mais sobre os produtos, como informações sobre termos como Denominação de Origem (DO)**

Diego Nuñez

diegon@jornaldocomercio.com.br

A busca pela excelência move os produtores da serra gaúcha. Cada vez mais, com a considerável mudança de perfil dos turistas, é importante oferecer produtos finos e posicionar rótulos de vinhos e espumantes como marcas de qualidade.

Melina Casagrande, secretária do Turismo da cidade de Garibaldi, conhecida como a capital nacional do espumante, afirma que o município “trabalha para que o vinho e o espumante brasileiro sejam escolhidos nas prateleiras, e queremos posicionar nosso produto como de qualidade”.

Foi com o objetivo de agregar qualidade ao seu produto que a Cooperativa Vinícola Garibaldi, desde

o ano 2000, definiu os espumantes como seu carro-chefe: “Praticamos a agricultura familiar, ou viticultura familiar. Somos referência na produção de espumante e uma das vinícolas mais premiadas no quesito. Pelas condições climáticas da região, traçamos esse produto como nosso objetivo e fazemos dele o nosso melhor”, afirmou a enóloga da Garibaldi, Alexandra Vigil Nunes.

O movimento, até agora, tem se mostrado um sucesso. Desde que resolveu priorizar os espumantes, a vinícola já ganhou mais de 70 prêmios no Brasil e no exterior. A cooperativa projeta, até o final de 2021, crescer acima dos 15% em faturamento, chegando a R\$ 220 milhões. A previsão vem amparada nos bons resultados colhidos no primeiro semestre do ano, quando a organização viu as vendas de espumantes subirem 30% em relação a igual período de 2020.

“Nós só chegamos até aqui pela perseverança de nosso associado, por isso tenho um sentimento de gratidão para cada um deles, pela paixão que



Oscar Lô, da Cooperativa Vinícola Garibaldi, destaca o trabalho realizado pelos produtores associados

eles empregam no seu trabalho e nos produtos Garibaldi”, afirmou o presidente da cooperativa, Oscar Lô.

Outra vinícola que fará um movimento buscando posicionar-se como um produto de excelência é a Cristofoli, que a partir de 2022 deixará de produzir vinhos de mesa e terá 100% da sua produção focada em vinhos tintos.

Pensando em clientes com conhecimento sobre a cultura vitivinícola que procura roteiros específicos, a Miolo Wine Group tem uma linha específica de roteiros voltada para espumantes e outra volta especialmente

para o vinho tinto seco.

“A gente criou isso pensando em promover a Denominação de Origem (DO). Como existe da DO de vinhos e a DO de espumantes, o que fizemos foi adequar o roteiro para esses dois grupos de produtos, falar de todo o processo do que é a DO, desde o vinhedo até a elaboração dos produtos”, explicou Adriano Miolo, diretor da vinícola.

A Denominação de Origem é uma certificação que atesta que um produto, no caso, o vinho, tem a procedência de uma determinada região, carregando suas características, variedades e

regramentos de elaboração.

Para Miolo, “as vertentes de DO valorizam a notoriedade do produto e também a propriedade, o território. A valorização do território já está acontecendo, agora precisamos dessa valorização do produto e do produtor, que já está acontecendo, mas é lenta. As denominações europeias, para conseguirem notoriedade, levaram 100 anos. Espero que a gente não leve tanto tempo assim. Mas é um processo demorado. Para isso, é ter qualidade, ter o serviço para as pessoas virem aqui. E nisso entra o enoturismo”.

## Crescimento turístico ajuda a desenvolver a infraestrutura da região

Com cada vez mais brasileiros ingressando na cultura vitivinícola, aumento do consumo do vinho no País e novos visitantes conhecendo as ofertas da cultura na serra gaúcha, o que se desenvolve, junto, é a infraestrutura da região.

“O que ocorre também é que está vindo a infraestrutura para desenvolver esse turismo. Hotéis,

restaurantes, isso se tinha muita dificuldade há alguns anos. Agora não. Agora tem uma oferta de hotéis fantástica nas cidades”, afirma o diretor da Miolo Wine Group, Adriano Miolo.

Há apenas cinco anos surgia o primeiro Wine Bar de Bento Gonçalves - pouco, para uma cidade tão famosa por seus vinhos e vinícolas.

O Cobo Wine Bar nasceu no Centro da cidade, mas há menos de cinco meses se mudou para o bairro Santa Maria, não apenas em busca de um ambiente mais aberto, buscado pelo turista após a pandemia, mas para se reconectar com suas origens: o novo restaurante fica na casa que pertence à família proprietária do restaurante há mais de 100 anos.

O Cobo tem uma carta composta totalmente por vinhos nacionais, e possui apenas um rótulo de cada marca ou vinícola. Após o Cobo, diversos wine bares começaram a surgir em Bento.

A vinícola Lidio Carraro também está se desenvolvendo. A família inaugurou um novo espaço na vinícola, com mesas a céu aberto, rodeadas de árvores e um refinado espaço para receber clientes para degustação. A família pretende, em breve, também viabilizar um restaurante no local.

O desenvolvimento do turismo enológico na Serra está fazendo a Cooperativa Vinícola Aurora ampliar

seus pontos com estrutura para receber turistas. Na vinícola da cooperativa no município de Pinto Bandeira, por exemplo, além de um restaurante já estabelecido no local, a Aurora inaugurou uma nova experiência com passeios pelos parreirais e pontos de degustação pelo caminho.

A Aurora busca uma ampliação na oferta enoturística projetando um bom desempenho no fechamento de 2021. A expectativa que é de forte crescimento no faturamento. Se em 2020, foi de R\$ 700 milhões, a previsão é que feche 2021 com um faturamento entre R\$ 760 e R\$ 770 milhões.

E 2022 deve ser outro bom ano para a cooperativa: “Estamos com um clima favorável, estiagem baixa, com chuva intermediária. Se isso se mantiver, vamos ter em 2022, ali em janeiro, fevereiro e março mais uma safra excepcional”, afirmou Hermínio Ficagna, que lidera há 14 anos a cooperativa como diretor superintendente.

### Natureza e vinhos na Campanha gaúcha

Vitrine da IP da Campanha Gaúcha, a Guatambu Estância do Vinho, de Dom Pedrito, acumula um crescimento de 80% nas vendas nos últimos dois anos. Além do aumento expressivo na procura pelos rótulos, o enoturismo também vem subindo. “Reabrimos em junho, com o avanço da vacinação, e já percebemos um aumento de 60% no faturamento relacionado ao turismo. As pessoas estão buscando o contato com a natureza, o vínculo com o campo. E isso é a cara da Campanha Gaúcha. Acredito que vamos crescer muito mais”, comenta Gabriela Pötter, enóloga e diretora da Guatambu.



Vinícola Lidio Carraro criou novo espaço na sede da empresa

## MERCADO

# Avaliação escolhe os destaques da produção nacional de vinhos

**Evento que escolheu 16 amostras ocorreu em formato híbrido no sábado passado**

Diego Nuñez

diegon@jornaldocomercio.com.br

O Brasil vitivinícola existe na serra gaúcha, na Serra do Sudeste, nos Campos de Cima da Serra e na Campanha, mas também em Santa Catarina; no Vale do São Francisco, em Pernambuco; e em São Paulo. Porém, o vinho do Rio Grande do Sul continua sendo o destaque.

A Avaliação Nacional de Vinhos 2021 selecionou os 16 vinhos nacionais que mais representam o que de melhor é produzido no País – todos eles, gaúchos. Seis deles são de Bento

Gonçalves, quatro são de Flores da Cunha, um é de Pinto Bandeira, um de Garibaldi, um de Farroupilha, um de Candiota, um de Alto Feliz e um de Vacaria.

Devido ao formato híbrido como foi realizada a avaliação deste ano, que ocorreu no dia 6 de novembro, presencialmente no Dall'Onder Grande Hotel, em Bento, e virtualmente através do YouTube da Associação Brasileira de Enologia (ABE), esse foi considerado o maior evento da história. Mais de 3 mil pessoas acompanharam simultaneamente a degustação do que de melhor foi produzido da vindima deste ano.

Algumas destas tiveram o privilégio de acompanhar a avaliação degustando os vinhos apresentados. A ABE enviou mais de 1 mil kits degustação com as 16 amostras para todo o Brasil, sendo 700 comercializados e 300

entre o público presencial e ação com mais de 120 jornalistas, blogueiros e influenciadores em seis pontos físicos, lojas e wine bares.

Para o presidente da ABE, o enólogo André Gasperin, “o Brasil está unido em torno do vinho brasileiro. Por isso, convido todos a viverem o seu vinho, o vinho brasileiro, que bateu na porta de milhares de brasileiros para uma jornada incrível. Este evento só acontece por causa das pessoas que acreditam no vinho nacional”.

Antes de chegar aos 16 rótulos, foram 406 amostras analisadas. Destas, 154 amostras de vinho, de 35 vinícolas, se classificaram entre os 30% mais representativos da vindima 2021.

Confira, ao lado, quais foram os 16 vinhos selecionados na avaliação deste ano.

## Os 16 vinhos mais representativos da safra 2021

### CATEGORIA VINHO BASE ESPUMANTE

#### 1. Chardonnay e Pinot Noir

Estabelecimento Vinícola Valmarino - Pinto Bandeira (RS)

2. Chardonnay Chandon do Brasil - Garibaldi (RS)

3. Pinot Noir e Chardonnay Vinícola Salton - Bento Gonçalves (RS)

### CATEGORIA BRANCO FINO SECO NÃO AROMÁTICO

4. Viognier Casa Valduga - Bento Gonçalves (RS)

5. Chardonnay Pizzato Vinhas e Vinhos - Bento Gonçalves (RS)

### CATEGORIA BRANCO FINO SECO AROMÁTICO

6. Sauvignon Blanc Vinícola Campestre - Vacaria (RS)

7. Moscato Branco Vinícola Mioranza - Flores da Cunha (RS)

### CATEGORIA ROSÉ FINO SECO

8. Tannat Casa Venturini - Flores da Cunha (RS)

### CATEGORIA TINTO FINO SECO JOVEM

9. Merlot Vinícola Salvatore - Flores da Cunha (RS)

### CATEGORIA TINTO FINO SECO

10. Cabernet Franc Dal Pizzol Vinhos Únicos (RS)

11. Tannat Hortência Indústria de Bebidas - Flores da Cunha (RS)

12. Cabernet Sauvignon Casa Perini - Farroupilha (RS)

13. Tannat Vinícola Almaúnica - Bento Gonçalves (RS)

14. Alicante Bouschet

Cooperativa Vinícola Aurora - Bento Gonçalves (RS)

15. Touriga Nacional Miolo Wine Group - Candiota (RS)

16. Tannat, Teroldego, Malbec, Cabernet Franc, Merlot Vinícola Don Guerino - Alto Feliz (RS)

**AURORA MILLÉSIME.  
O MELHOR VINHO DAS MELHORES SAFRAS:  
APENAS 11 EDIÇÕES EM 30 ANOS.**

SE FOR DIRIGIR, NÃO BEBA.



@vinicolaaurora

*Millésime*  
EDIÇÃO COMEMORATIVA  
1991 30 ANOS 2021

*Excelência e sofisticação definem o Aurora Millésime Cabernet Sauvignon. Elaborado pela primeira vez em 1991, o vinho tem apenas 11 edições, que representam as safras excepcionais para a Cabernet Sauvignon na Serra Gaúcha. Em 2021, celebramos 30 anos da primeira safra deste ícone, degustando o melhor dos melhores vinhos. Uma verdadeira lenda viva.*



VINÍCOLA  
**AURORA**



Carlos Pires de Miranda carlos@piresdemiranda.com.br

## Gastronomia

### ADEGA

# A evolução dos vinhos brasileiros

Nem enólogo, sommelier, pequeno produtor, sequer um connoisseur: sou apenas um jornalista que acompanha o mercado de vinhos e os degusta, moderada e prazerosamente, acumulando experiências – e escrevendo sobre elas desde a década de 1980. Ao longo desses anos vivi a resistência do pessoal da serra gaúcha a qualquer outro terroir que tentasse se imiscuir no cenário, serenamente dominado por Bento Gonçalves, Garibaldi, Caxias e outros municípios da região.

Não era a melhor política, como o tempo se encarregou de mostrar.

Mais lógico era o combate aos importados, especialmente os que o Mercosul permitia – e permite – ingressar no Brasil a preços desigualmente competitivos, embora até isso significasse novos conhecimentos. Os rótulos europeus nos traziam mais aprendizado ainda, mesmo que em meio a valorizados franceses, italianos, espanhóis, portugueses e alemães, aqui chegassem caixas e caixas de vinhos de países do Leste, então com duvidosa qualidade.

Nossos enólogos investiram nos varietais, coisa que a velha Granja União sempre fez, como

porta de entrada para produtos mais evoluídos. No começo eram com 70%, logo passaram a elaborar com 100% de uvas pouco conhecidas do público, como a hoje consagrada Cabernet Sauvignon. Havia um claro desprezo por vinhos eufemisticamente chamados de suaves.

Um amigo, de ascendência espanhola, não cansava de apregoar em nossa confraria: “Tintos para os homens, brancos para as mulheres, rosés para trouxas”. Não era bem assim, o paladar médio do brasileiro e da brasileira contradiziam o axioma.

E nada disso vale para os tempos atuais. Sempre apreciei brancos secos à mesa, em breves passagens pela Côte d’Azur me impressionava com damas e cavalheiros degustando rosés, até bons vinhos de sobremesa são elaborados e, como os demais, muito apreciados no Brasil.

Preconceitos vencidos, nossos vinhos vivem sua melhor fase em um mercado aquecido, que muito justamente valoriza desde as duas safras anuais proporcionadas pelo Vale do São Francisco até as várias regiões produtoras do Rio Grande, com expressivas passagens por Santa Catarina e outros estados. Um brinde a esse novo contexto!



FERNANDO WILLADINO / DIVULGAÇÃO/JC



CLAUDIO MARTINS VERISSIMO / DIVULGAÇÃO/JC

ARQUIVO PESSOAL / DIVULGAÇÃO/JC



## Branco ou tinto?

Na minha lembrança, esse foi o título da primeira coluna Adega aqui no JC. Depois ela virou página e atualmente integra as seções de Gastronomia no Viver. Havia uma regra – carnes com tintos, pescados com brancos – que já me encarregava de contrariar. Primeiro porque, exemplificando, bacalhau é pescado e se recomendaria comer com vinho tinto.

E determinadas carnes – desde que não venham com molhos encorpados – fecham perfeitamente com brancos, casos do lombo de porco, de

vitela ou peito de frango.

A lista de harmonizações iria longe, dependeria da forma de elaboração do ingrediente principal, das guarnições, do potencial dos temperos, enfim... Hoje se sugerem combinações antes impensáveis, tais como vinhos e chocolates. Pequenos detalhes alteram diametralmente o rótulo indicado. Tudo certo, porém...

Faz tempo que este mero apreciador aceita recomendações dos entendidos. Mas o melhor de todos os critérios, pelo menos para

os iniciantes, será sempre seguir o seu paladar, a sua preferência pessoal. Fundamental é saber que vinho moderadamente consumido é saudável, que por mais que insistam, a cada consumidor corresponderá uma harmonização diferente, sem problema algum.

E na dúvida, aí sim vale uma regra antiga, que entendo irremovível: espumantes ainda são o que de melhor conseguimos elaborar no Sul – e eles merecem lugar em seu cálice, do início ao fim de qualquer refeição.

MARCO QUINTANA / ARQUIVO/JC



# Para aproveitar o verão, brinde com o Rissul.

- 1** R\$ **22,90** cada  
 Vinho Altanero Rosé Chileno 750ml
- 2** R\$ **58,90** cada  
 Espumante Freixenet Carta Nevada 750ml
- 3** R\$ **22,90** cada  
 Vinho Altanero Sauvignon Blanc Chileno 750ml



O Rissul tem diversas opções de vinhos e espumantes para você aproveitar os melhores momentos da estação.

[supperrissul.com.br](http://supperrissul.com.br)

Ofertas válidas de 12 a 20/11/2021, enquanto durarem os estoques, para as lojas Supper Rissul. Garantimos a quantidade mínima de 10un/kg de cada produto anunciado por loja. Em consideração aos nossos clientes, não vendemos por atacado. Fotos somente de caráter ilustrativo, salvo por erro de impressão. SAC 0800 5105121.



**"BEBA COM MODERAÇÃO."**

ART. 81.11 DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE: "É PROIBIDA A VENDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS PARA MENORES DE 18 ANOS."

## LANÇAMENTOS

## As novidades das vinícolas gaúchas



### Garibaldi Frisante Relax

O maior sucesso da vinícola, que vendeu 600 mil unidades até setembro de 2021, chega em nova edição para superar essa marca. Simples e descomplicado, o rótulo é aposta da Cooperativa Vinícola Garibaldi para conquistar o chamados millennials e a geração Z. O vinho frisante é bebida de entrada para agradar o paladar: leve, delicada e aromática. Sua proposta combina com momentos de descontração, sendo ideal para degustar no final da tarde, na beira da piscina ou na praia.



### Guatambu Brut

#### Reserva 24 meses

Lançado para o mercado na primeira semana de novembro, o espumante é elaborado pelo método champenoise, com uvas Chardonnay e Pinot Noir. Antes de ser engarrafado, permaneceu por 24 meses maturando sobre as leveduras, o que conferiu cremosidade, harmonia e complexidade à bebida. É o primeiro lançamento a estampar a nova identidade visual nos rótulos da vinícola da Campanha Gaúcha.



### Salton

A vinícola campeã em produção de espumantes no Brasil mostra que também domina a arte dos tintos. Prova são estes lançamentos que estavam amadurecendo em barricas e garrafas e agora chegam ao mercado. O Salton Desejo 2018 é elaborado com uvas Merlot colhidas manualmente e envelheceu por um ano em barricas de carvalho francês e norte-americano. O Salton Talento 2018 é um corte com 50% de Cabernet Sauvignon, 30% de Merlot e 20% de Tannat, tendo passado um ano em barricas de carvalho e mais um ano em garrafa. E o Salton Virtude 2019 (acima) foi elaborado com uvas Chardonnay.

### Garibaldi Ice Rosé Demi-Sec

A opção é uma das apostas da vinícola para o verão. Despojada, a bebida só precisa ganhar a adição de umas pedrinhas de gelo para se transformar. Elaborado pelo método charmat, o Garibaldi Ice Rosé Demi-Sec é o resultado do processamento de três tipos de uvas – Prosecco, Moscato Branco e Ancellotta. O aspecto visual é de coloração rosé delicada, com reflexos violáceos, e no olfato apresenta aromas intensos de frutas vermelhas como cereja e morango, além de notas florais delicadas e frescas.

A opção vem carregada de otimismo nas vendas.



### Adolfo Lona 30 Brut Rosé

Ainda em fase de lançamento está este pequeníssimo lote de um espumante feito com todo o carinho pelo enólogo Adolfo Lona. Fruto do tradicional corte de Chardonnay e Pinot Noir, foi elaborado pelo método champenoise e amadureceu por 30 meses em contato com as leveduras. Para adquirir esse espumante exclusivo, é necessário entrar em contato com a vinícola pelo site ou pelas redes sociais.



### Aurora Colheita Tardia Tinto

Depois de variados lançamentos em 2021, como o Aurora Millésime 2018, o Aurora Gioia D.O. Vale dos Vinhedos Merlot 2018 e o espumante Aurora Gioia I.P. Pinto Bandeira Sur Lie Nature, a vinícola destaca a chegada de um dos seus queridinhos, o Aurora Colheita Tardia Tinto, que completa a linha de vinhos de sobremesa. Elaborado com Cabernet Sauvignon e Alicante, tem coloração vermelho rubi com reflexos violáceos, aromas de cacau, menta, uvas-passas, frutas vermelhas, mirtilo e jabuticaba. No paladar é paladar doce, encorpado, persistente e equilibrado, ideal para harmonizar com as doces gelados, compotas e tortas.



### Pedregais Extra Brut Czarnobay

A vinícola localizada em Encruzilhada do Sul lançou em 2021 um pequeno lote, de apenas mil garrafas, do Monte Castelo Sauvignon Blanc. O vinho, segundo os enólogos, expressa as características do terroir da Serra do Sudeste, com boa estrutura, médio teor alcoólico e acidez marcada. No nariz é possível perceber arcaçá e um toque verde, lembrando aspargo e broto de tomate. Outro destaque entre os lançamentos é o primeiro espumante extra brut da linha Pedregais (foto), produzido pelo método champenoise a partir do corte clássico de Chardonnay e Pinot Noir.

### Don Giovanni – Rosé Brut 24 meses

Aposta da vinícola de Pinto Bandeira para as festas de final de ano, este rosé brut foi elaborado pelo método champenoise a partir do corte clássico de Chardonnay e Pinot Noir, que deu à bebida a tonalidade salmão. Maturou por dois anos em contato com as leveduras na garrafa, o que confere aromas elegantes de frutas secas e panificação. No paladar é cremoso, tem acidez equilibrada e boa permanência na boca.

