

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%

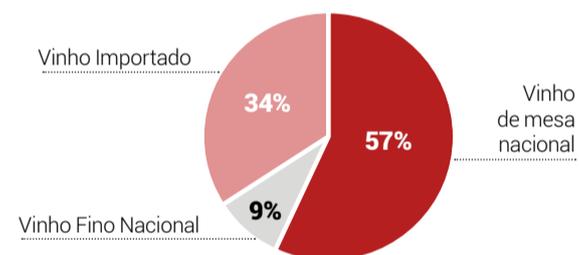
Exportações (janeiro a setembro)

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)

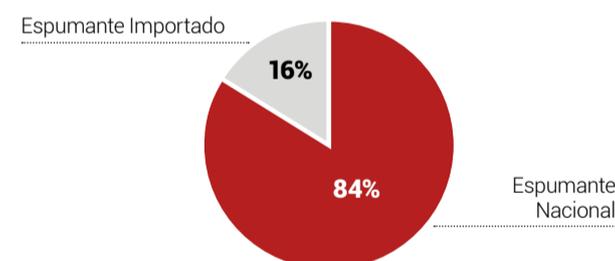
Suco de Uva

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