

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

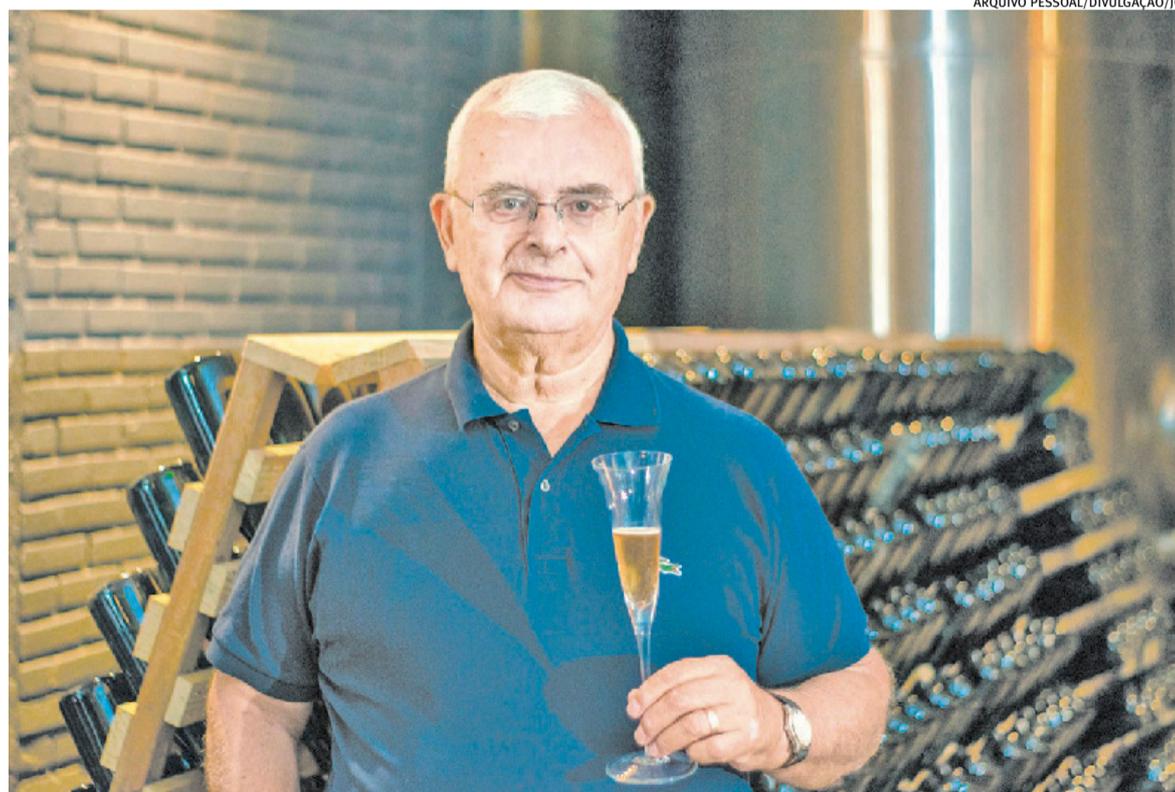
Território aberto para as novidades

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, Juju, 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.