



ENOTURISMO

Novas experiências e roteiros incrementam turismo de vinhos no Rio Grande do Sul



ZÉTO TELÖKEN/DIVULGAÇÃO/JC

Mesmo vinícolas de maior porte têm fatia importante do seu faturamento vinculada aos turistas que visitam o varejo e a área de produção

Enoturismo é aposta do setor para recuperar as perdas causadas pelas enchentes e para aumentar o consumo do produto nacional

Patricia Lima, especial para o JC

Viajar para conhecer vinhos e viver experiências que envolvem a bebida, harmonizada com o melhor da gastronomia. O que pode ser melhor do que isso? Para os turistas que apreciam essa modalidade de viagem, o paraíso está onde há vinícolas, degustações e produtores sempre prontos para apresentar uma novidade. Já para o setor vitivinícola, o crescimento dessa modalidade de viagem e o gosto dos brasileiros pelo turismo enológico representa oportunidade. É por meio do enoturismo que muitas vinícolas, de variados portes, estão superando as perdas geradas pelas enchentes de maio.

De acordo com números da

Secretaria Estadual de Turismo (Setur), levantados em 2022 em parceria com o Sebrae, cerca de 10 milhões de turistas visitaram municípios da Serra Gaúcha.

O principal destino, claro, é o combo Gramado e Canela, mas as cidades em que o vinho é o maior destaque, como Bento Gonçalves, também recebem um fluxo importante de visitantes. Segundo a prefeitura de Bento, 1,5 milhão de turistas estiveram na cidade no ano passado.

A Associação dos Produtores do Vale dos Vinhedos (Aprovale) estima uma média superior a 300 mil visitantes anualmente. Em 2024, porém, o cenário é totalmente diferente. Depois das enchentes que reduziram a praticamente zero o fluxo de pessoas por pelo menos dois meses, o setor se vê diante do desafio de atrair de volta o público que, além de consumir os atrativos locais, também ajuda a escoar a produção de mais de 80% das vinícolas locais, segundo estimativa da União Brasileira de Viticultura (Uvibra). Mesmo vinícolas de maior porte, como a Miolo, têm

fatia importante do seu faturamento – cerca de 10% – vinculada aos turistas que visitam o varejo e participam das muitas modalidades enoturísticas oferecidas no local.

Os acessos rodoviários às cidades e aos locais turísticos, comprometidos devidos às chuvas, e o fechamento do Aeroporto Salgado Filho, em Porto Alegre, foram um golpe pesadíssimo para o setor, em especial para as vinícolas menores, cujo faturamento depende do turismo, com os roteiros e as vendas realizadas no varejo de cada empresa. De acordo com o presidente da Uvibra, Daniel Panizzi, o desaparecimento dos turistas foi o pior problema enfrentado pelo setor devido às enchentes. “É claro que não podemos esquecer as cerca de 200 famílias que foram diretamente atingidas, o trauma foi muito grande. Mas, para o setor como um todo, a interrupção no fluxo de turistas é o maior desafio. Já vínhamos em período de leve redução, em comparação com os números da pandemia. A enchente foi devastadora”, explica.

Campanhas para incentivar a compra de produtos gaúchos no resto do País ganharam destaque, especialmente com o vinho – o Rio Grande do Sul é o maior produtor de vinho do Brasil, com mais de 90% do total, segundo dados do Ministério da Agricultura. Uma das primeiras campanhas foi conduzida pela plataforma Brasil de Vinhos, que congrega informações de todas as vinícolas do País.

Liderado pela jornalista Lúcia Porto, diretora da plataforma, o chamamento para que se consumisse vinho gaúcho nos outros estados envolveu celebridades do mundo do vinho e da gastronomia, como os chefs Claude Troisgros e Roberta Sudbrack. “Naquele primeiro momento, nossa intenção foi engajar as pessoas para minimizar o impacto, que foi enorme. Mas sabemos que muitas vinícolas têm a venda concentrada no seu próprio varejo, o que estagnou o comércio local naquele período. Agora, com a retomada, a gente espera que isso tenha feito mais gente conhecer a qualidade do vinho gaúcho, o que trará mais turistas”, afirma Lúcia.

Índice

2 Novas experiências e roteiros incrementam turismo de vinhos no Rio Grande do Sul

4 Marca tradicional abre as portas para turistas depois de 50 anos

5 Experiência da comida de beira de estrada é elevada com novidades

6 Programação fora do roteiro revela diversificação da pioneira

7 Setor passa por transformação com pequenas vinícolas

8 Vinho e pecuária formam parceria em estância

9 Vitivinicultura com a marca do empreendedorismo feminino

10 Encruzilhada do Sul terá linha com leveduras autóctones

11 Cooperativismo vitivinícola avança com reposicionamento

12 Garibaldi prioriza qualidade e maior volume de espumantes

14 Meta da Aurora é consolidar receita de R\$ 1 bilhão em 2026

15 Propósito de sommelier é ser elo entre produção e consumo



Expediente

Editor-chefe: Guilherme Kolling (guilhermekolling@jornaldocomercio.com.br) • **Editor-executivo:** Mauro Belo Schneider (mauro.belo@jornaldocomercio.com.br) • **Editores de Economia:** Fernanda Crancio • **Reportagem:** Roberto Hunoff e Patrícia Lima • **Diagramação:** Gabrieli Silva, Ingrid Müller, Luis Gustavo Van Ondheusden