

# NOVA PROCEDÊNCIA, NOVOS MERCADOS

Em um ano histórico para o cultivo de uvas no Brasil, a Campanha Gaúcha obtém sua aguardada Indicação de Procedência — selo que atesta a qualidade dos produtores da região e pode impulsionar ainda mais as vendas do vinho nacional

**Celso MASSON**

O bioma Pampa do Rio Grande do Sul, nas fronteiras com o Uruguai e a Argentina, abriga um *terroir* excepcional para a produção de vinhos finos. Ele começou a ser desbravado no final do século 19, quando o pioneiro José Marimon iniciou ali o plantio de uvas. A primeira vinícola registrada no Brasil, a Quinta do Seival, nasceu em 1882 onde hoje é o município de Candiota. Foi apenas na década de 1980, contudo, que essa região, a Campanha Gaúcha, ganhou um novo impulso, a partir de investimentos de vinícolas tradicionais, caso de

Miolo e Salton, além de atrair neófitos no mundo do vinho. Entre eles está o locutor Galvão Bueno, dono da Bueno Bella Vista Estate, e a família Mercio, de origem açoriana, que desde 1790 mantém a Estância Paraizo, onde passou a plantar uvas em 2000. Hoje, 18 empresas fazem parte da Associação Vinhos da Campanha, criada há dez anos para aperfeiçoar as técnicas de produção nos vinhedos, padronizar a qualidade da uva e aumentar a competitividade da bebida.

Graças à união e ao empenho dos produtores locais, os vinhos finos e espumantes da região conquistaram, no início de maio, a aguardada Indicação de Procedência (IP) junto ao Instituto Nacio-

nal de Propriedade Industrial. Já a partir da safra 2020, um selo numerado passa a ser impresso nos rótulos da Campanha Gaúcha.

Além de atestar a qualidade da bebida, a Indicação de Procedência é uma excelente ferramenta para atrair o interesse de novos mercados, tanto no Brasil quanto no exterior. Para o presidente da Associação Vinhos da Campanha Gaúcha, Valter José Pötter, que também é dono da vinícola Guatambu, o reconhecimento da qualidade dos rótulos da região já existia antes da conquista da IP. Prova disso são as premiações e o interesse crescente da crítica especializada. Um bom exemplo é o Épico, elaborado com um corte de quatro castas pela Guatambu. Ele foi eleito o tinto mais representativo da safra 2014 pela Avaliação Nacional de

## A VINHA E O VINHO

Vinhedo da Estância Paraizo, que desde 1790 pertence à família Mercio, de imigrantes açorianos. O cultivo de uvas começou em 2000, com as variedades cabernet sauvignon e syrah. Abaixo, Gabriela Pötter (à esq.) e Amélia Leite, enólogas da Guatambu Estância do Vinho, que fez o melhor tinto brasileiro de 2014

Vinhos, organizada pela Associação Brasileira de Enologia. “O nosso clima é diferente do de outras regiões produtoras. O resultado no vinho é outro”, afirma Pötter.

Com altitude entre 100 e 300 metros, a região da Campanha é a mais quente e seca do Sul do Brasil. É também a que tem maior amplitude térmica. Enquanto no inverno é comum haver mais de 20 ocorrências de geada, no verão as temperaturas podem chegar a 45°C. “Essa condição é ideal para a sanidade da vinha e para a maturação plena das uvas”, diz o produtor, que entrou para o mundo do vinho por influência de uma das filhas, Gabriela, formada em agronomia e com especialização em enologia no Uruguai. Na Guatambu, que também produz arroz, milho e soja, além de gado de corte e ovinos, as primeiras videiras foram plantadas em 2003. Dez anos depois, a vinícola já conciliava a produção com o enoturismo. “Temos visitaçao, degustação, cursos e almoços hamonizados para até 120 pessoas”, diz Pötter. “Isso ajuda a atrair interesse para os nossos vinhos e puxa as vendas.” Com produção de até 130 mil garrafas por ano, a vinícola atingiu a sustentabilidade financeira há três anos.

**SAFRA DAS SAFRAS** Aguardada desde 2017, a Indicação de Procedência da Campanha Gaúcha vem num momento especial para o vinho brasileiro. A começar pela safra deste ano, considerada a melhor da história do País por especialistas, entre eles o presidente da Associação Brasileira de Enologia, Daniel Salvador. Segundo ele, o ano foi tão bom para as uvas que, “se algum produtor não conseguir chegar a um bom vinho é porque está fazendo tudo errado”. Ainda que o resultado da colheita de 2020 não esteja disponível no mercado, as notícias sobre a “safra das safras” já despertaram o interesse do consumidor, que vem perdendo o preconceito em relação ao vinho nacional e consumindo cada vez mais o que é engarrafado



## NEGÓCIOS

no País. De acordo com dados da Ideal Consulting, as vendas de vinho nacional cresceram 15% nos cinco primeiros meses do ano, contra 5% dos vinhos importados, em comparação com o mesmo período de 2019. Segundo dados dos produtores da Campanha Gaúcha, o crescimento por lá foi ainda maior: 26%.

Com 1.560 hectares de vinhedos, nos quais há 36 variedades de *Vitis vinifera*, a Campanha é a segunda maior região produtora de vinhos finos do Brasil, com 31% do total. A líder é a Serra Gaúcha. A legislação brasileira define como vinhos finos aqueles produzidos exclusivamente com castas viníferas, caso de chardonnay, merlot, cabernet sauvignon, syrah e tannat, entre outras. Para chegar à IP, que é a sexta concedida no País (as outras são Altos Montes, Farroupilha, Monte Belo e Pinto Bandeira, todas no Rio Grande do Sul, além da IP Vales da Uva Goethe, em Santa

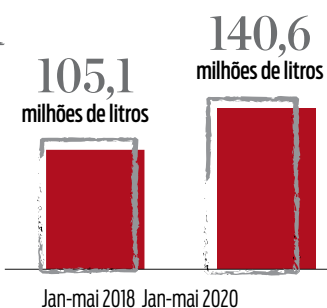
### ABRA MAIS UMA GARRAFA!

Nos 5 primeiros meses de 2020, o consumo de vinhos nacionais cresceu o triplo do de importados

**5%** Foi o aumento do volume nas importações  
Total importado: **43 milhões de litros**

**15%** Foi o crescimento na comercialização de nacionais. Total: **98 milhões de litros**

**34%** Ampliação do mercado de vinhos no Brasil em 5 anos



Fonte: Ideal Consulting



Catarina), os produtores da Campanha tiveram apoio fundamental da pesquisa científica. O projeto de estruturação da IP reuniu um grupo de pesquisadores da área de Zoneamento da Embrapa Uva e Vinho, sob a coordenação do agrônomo Jorge Tonietto, doutor pela Escola Nacional de Agronomia de Montpellier, na França. O grupo caracterizou os fatores naturais e humanos associados à vitivinicultura da região, o que permitiu delimitar uma área geográfica de 44.365 km<sup>2</sup> do bioma Pampa, localizada entre as coordenadas 29° e 32° de latitude Sul. Foi estabelecido um Plano de Controle, com descrição dos processos de elaboração e das características físico-químicas e sensoriais. Segundo Tonietto, “a originalidade dos vinhos da Campanha Gaúcha amplia e valoriza a qualidade e a diversidade da vitivinicultura brasileira”. Em todo o mundo, a Indicação de Procedência garante que o vinho segue critérios rígidos. Ela precede a Denominação de Origem (DO), ainda mais detalhista. No Brasil, apenas uma região possui o selo DO — o Vale dos Vinhedos, também no Rio Grande do Sul. A IP estabelece regras até para as informações que vão impressas no rótulo. Os varietais devem conter ao menos 85% da uva indicada. Para receber o atestado de conformidade e poder utilizar o selo da IP, os vinhos devem atender a padrões analíticos específicos e precisam ser aprovados em avaliação sensorial realizada às cegas por uma comissão de degustação.

**A PARTIR DE R\$ 23** Embora sigam um padrão comum de práticas desde o manejo dos vinhedos até a vinificação, os resultados variam de acordo com as expectativas e a capacidade técnica de cada produtor. A pioneira Quinta do Seival, hoje parte da Miolo Wine Group, elabora na Campanha o vinho mais sofisticado – e caro – do Brasil. É o Sesmarias, engarrafado apenas em anos especiais e com tiragem limitada a 6 mil garrafas. É um vinho para iniciados e colecionadores. Tanto que ele nem pode ser encontrado no e-commerce da empresa. Metade da produção esgotou na pré-venda, com cada garrafa vendida a R\$ 423. Hoje, o preço é o dobro. Vinhos caros, contudo, não são a regra da região. É possível encontrar rótulos de alta qualidade na faixa de R\$ 100 ou menos. É isso que custam o Dunamis Grand Reserva Tannat 2016 e o Salton Domenico Campanha, da mesma safra, com as uvas tannat e marselan. Ambos são notáveis pelos aromas, estrutura e persistência. A Almadén, outro braço do grupo Miolo, produz vinhos simples que chegam ao mercado a partir de R\$ 23.

### BONS NA TAÇA

Seis rótulos da Campanha Gaúcha selecionados pela consultoria Winext: espumante brut da Cerros de Gaya; Campanha Chardonnay 2019 da Bodega Sossego; Domenico Campanha 2016, da Salton; Tannat Grand Reserva 2016, da Dunamis; Camilo Primeiro Syrah 2018, da Estância Paraizo; e Paralelo 31 2016, da Bueno Bella Vista Estate. A partir deste ano, todos terão o selo IP

Considerada a região mais promissora para vinhos finos e de guarda do País, a Campanha Gaúcha tem atraído o interesse de investidores estrangeiros, que buscam novas áreas de cultivo. Esse movimento pode ajudar também a vencer o preconceito que ainda existe quanto ao produto nacional. Foi o que ocorreu quando a francesa Chandon decidiu engarrafar espumantes em Garibaldi (RS), emprestando seu prestígio à região. Apesar do desafio de combater o contrabando (que chega a 18 milhões de garrafas por ano no País, segundo estudo de 2018), o aumento na base de consumidores regulares da bebida é relevante. Em 2018, 32 milhões de pessoas bebiam vinho ao menos uma vez por semana no Brasil. Este ano, são 38 milhões, segundo dados da consultoria britânica Wine Intelligence, que monitora o consumo da bebida em 35 países.

Para Rodrigo Lanari, fundador da Winext, que representa a Wine Intelligence no Brasil, a percepção e a imagem do vinho nacional melhoraram de forma significativa – e em pouco tempo. Ele destaca alguns fatores para essa mudança de performance. “Há um interesse crescente do consumidor por novidades. Ele quer conhecer mais rótulos e sabe que o Brasil tem produtos inovadores”, afirma. A isso se soma a contribuição de empresários que entraram para o mundo do vinho depois de se estabelecerem em outros setores. “Eles não apenas têm capital para investir como trazem um olhar mais arejado e com visão de mercado, não apenas de produto.” A isso se soma o câmbio, que nos últimos meses encareceu os importados, atraindo para os rótulos nacionais quem busca preço acessível. “Existe uma grande oportunidade para o vinho brasileiro se estabelecer”, afirma Lanari.

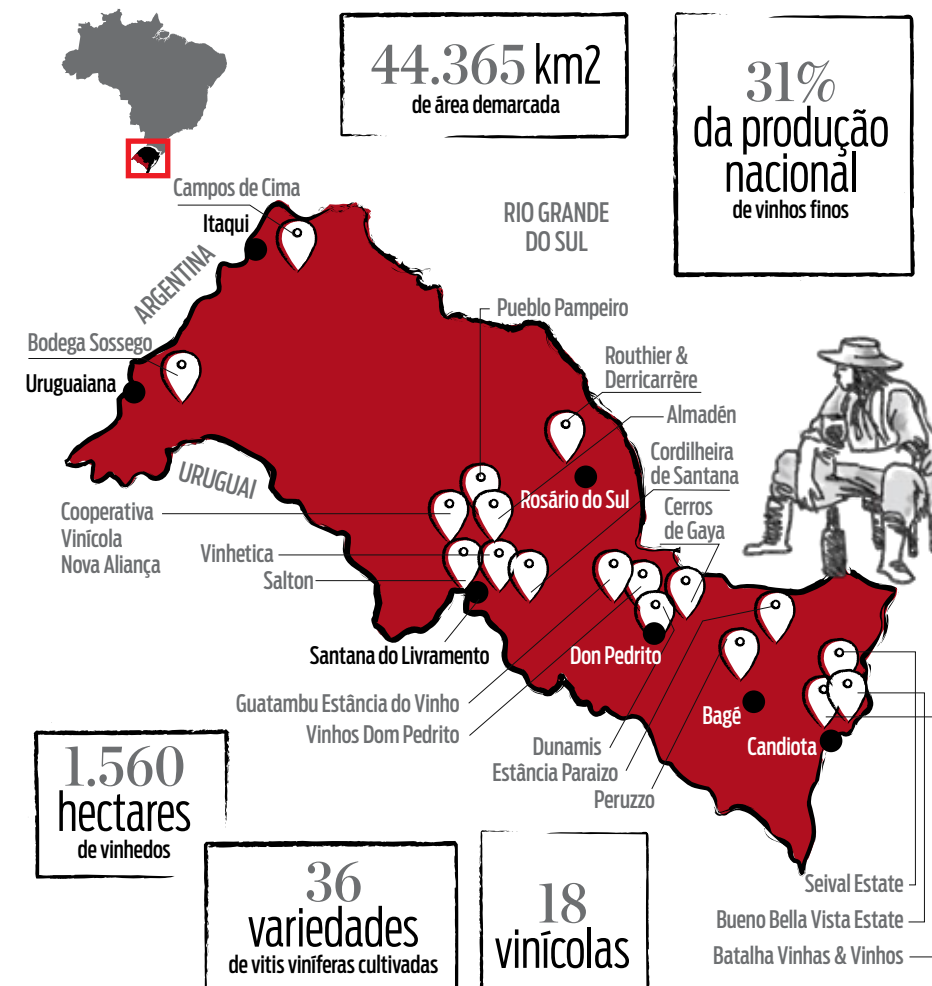
Uma das estratégias para isso será testada na próxima semana, com a campanha



**“O CLIMA DA CAMPANHA É DIFERENTE DO DE OUTRAS REGIÕES. ELE FAVORECE A SANIDADE DA VINHA E A MATURAÇÃO PLENA DAS UVAS”**

VALTER PÖTTER, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO VINHOS DA CAMPANHA GAÚCHA

## A CAMPANHA GAÚCHA EM NÚMEROS



#VemProVinho. Espécie de Black Friday enológica, ela tem a meta de impactar 7 milhões de consumidores, segundo o idealizador e fundador da Pró-Vinho, Márcio Marson. “A ideia é fomentar a cultura e o consumo responsável do vinho”, afirma. “O consumidor precisa perceber que existe muita oportunidade para conhecer e adquirir bons rótulos, seja no e-commerce, no supermercado ou no restaurante.” Segundo ele, qualquer estabelecimento pode se cadastrar no site da Pró-Vinho, sem pagar nada, e participar da campanha, que será divulgada principalmente pelo Instagram. Não há regras quanto a descontos ou promoções. A única exigência é que haja algum benefício para o consumidor.

A importadora Casa Flora anunciou que participará da #VemProVinho com ações de educação dentro de suas plataformas digitais, além de oferecer condições especiais de comercialização. A Premium Wines adotou descontos de 22% para o consumidor final e incentivos para restaurantes e lojistas que introduzirem novos produtos da importadora em seus portfólios. “Esse é o espírito: ajudar o mercado”, diz Marson. Isso vale tanto para os vinhos nacionais quanto para os importados. Só não vale para os contrabandeados, claro. **S**