

**Associação
Brasileira de
Enologia**Dr. Celito Crivellaro Guerra – pesquisador da Embrapa
Uva e Vinho, Bento Gonçalves, RS

O segmento de vinhos finos e os novos empreendimentos vitivinícolas

Pela evolução apresentada nos últimos anos, o segmento de vinhos finos da vitivinicultura brasileira constitui-se em um caso particular e interessante. De fato, no final da última década do século passado, o cenário vitivinícola internacional era de expansão e otimismo. Nesse contexto, vários empresários brasileiros iniciaram empreendimentos, a maioria localizada fora das tradicionais regiões produtoras. Como resultado dos investimentos efetuados, novos pólos de produção surgiram e se consolidaram; o número de estabelecimentos vinificadores aumentou, assim como o número de marcas comerciais. Também a tecnologia empregada na produção vitivinícola melhorou, especialmente a enológica.

Para além da Serra Gaúcha, a maior e mais tradicional região vitivinícola brasileira, atualmente destacam-se, entre as chamadas ‘novas regiões vitivinícolas brasileiras’: Vale do Submédio São Francisco (PE/BA), Planalto Catarinense e Planalto de Palmas (SC), Campos de Cima da Serra, Serra do Sudeste, Campanha Meridional e Campanha Oriental (RS). Entretanto, há um número expressivo de empresas vitivinícolas recentemente implantadas em centenas de municípios dos Estados das regiões Sul, Sudeste, Nordeste e Centro-Oeste. Por estarem dispersas, as mesmas não constituem pólos vitivinícolas, mas, somadas, representam uma percentagem razoável da produção nacional de vinhos finos.

Atualmente, o cenário vitivinícola internacional é de reestruturação. A reconversão observada em diversos países e regiões nos últimos 15 anos implicou no aumento global do volume de vinho produzido. Ao mesmo tempo, o consumo global diminuiu, gerando superestoques. Para tentar ‘desová-los’, os principais países produtores adotaram práticas mais agressivas de exportação, visando principalmente aos mercados emergentes, como o brasileiro.

No Brasil, observa-se uma boa aceitação dos importados por uma importante parcela dos consumidores de vinhos finos. Ademais, não existem barreiras à importação desses produtos. Assim, o mercado brasileiro conheceu, nos últimos dez anos, uma oferta sem precedentes de vinhos finos importados, a preços altamente competitivos. Como consequência, o mercado para os vinhos finos nacionais foi brutalmente reduzido.

A retomada desse mercado é um processo lento e árduo, mas alguns indicadores estão a favor dos produtores brasileiros, tais como:

01. Os novos empreendimentos vitivinícolas brasileiros são um fenômeno muito recente. Os mesmos ainda estão em processo de estruturação. Seus produtos recém começam a ser conhecidos pelos consumidores e há muitas boas novidades por aparecer;

02. A grande dispersão dos novos empreendimentos em um vasto território tem a desvantagem de demandar mais tempo até que todos os bons resultados cheguem ao público consumidor. Por outro lado, tem a grande vantagem de resultar em uma considerável variabilidade de tipos de produtos, proporcionando aos consumidores um vasto leque de vinhos, com diferenciais advindos das variedades de uva, das características ambientais e até das diferentes combinações de variedades;

03. Considerando o alto grau de tecnificação da grande maioria dos empreendimentos e do pesado investimento verificado nos projetos, com a implantação de coleções de novas variedades para testes preliminares de aptidão agrônômica e enológica, constata-se que os primeiros resultados são animadores. Pode-se, então, facilmente prever que, em cada local de produção, pelo menos uma ou algumas variedades originarão vinhos de alta qualidade;

04. O fato de os novos empreendimentos terem sido concebidos para explorar nichos específicos de mercado deverá facilitar a sua inserção junto aos consumidores, facilitando também o ganho de notoriedade à medida que forem comercializados seus produtos;

05. A alta qualidade dos produtos não vem acompanhada de altos custos de produção. Em alguns casos, o custo é até inferior àquele verificado para a produção de vinhos de categoria similar nas regiões tradicionais;

06. Por último, mas não menos importante: a notoriedade alcançada por certos produtos de regiões tradicionais, como, por exemplo, os espumantes da Serra Gaúcha, pode vir a ser um elemento facilitador para o estabelecimento dos novos produtos de novos locais de produção em um mercado altamente competitivo e especializado. Em outras palavras, o sucesso dos espumantes serve para incutir nos consumidores brasileiros mais refratários aos produtos autóctones a ideia básica de que no país pode-se, sim, elaborar vinhos de alta qualidade.

Desse modo, por mais paradoxal que pareça nesses tempos de crise e incertezas, os elementos acima são suficientemente consistentes para gerar fatos positivos, que, por sua vez, levarão ao amadurecimento e à consolidação do segmento de vinhos finos da vitivinicultura brasileira. Riscos existem, como em qualquer ramo de atividade. Eles são visíveis e presentes. Mas não são suficientemente fortes para bloquear as potencialidades da nova vitivinicultura brasileira.