

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 16 de outubro de 2023 às 08h05
Seleção de Notícias

Jornal do Comércio RS - Online | RS

Marco regulatório | INPI

Vinho e turismo impulsionam crescimento na Serra 3

ÚLTIMAS NOTÍCIAS | JORNAL DO COMÉRCIO

Vinho e turismo impulsionam crescimento na Serra

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Patrícia Lima, especial para o JC* Beneficiadas com o crescimento do turismo de vinhos, as vinícolas têm no receptivo um forte aliado na solidificação de suas marcas e até na comercialização de seus produtos. Passear entre vinhedos e degustar vinhos na adega sob a orientação de um profissional é programação que vem se expandindo no Estado. É o que demonstram os números da principal região enoturística do País, a Serra gaúcha. Novos projetos, com experiências inovadoras e criativas, devem impulsionar a atividade, atraindo ainda mais amantes do vinho e despertando os consumidores para a qualidade e a relevância do produto nacional. Serra gaúcha é o destino mais recomendado pelos brasileiros para tomar vinho nas férias. Passear por entre vinhedos em um dia ensolarado ou degustar vinhos na adega em que são envelhecidos, sob a orientação de um profissional, enquanto se saboreia algum petisco que combine com a bebida da taça. Se existe programação melhor do que essa, cada vez mais gente simplesmente desconhece. É o que demonstram os números da principal região enoturística do País, a Serra Gaúcha. Novos projetos, com experiências inovadoras e criativas, devem impulsionar a atividade, atraindo ainda mais amantes do vinho e despertando os consumidores para a qualidade e a relevância do produto nacional. Em momento de setor aquecido, é difícil encontrar algum turista que esteja inteiramente atualizado das novidades enogastronômicas que aparecem todos os dias na região, por mais enófilo que seja. Imaginou a possibilidade de envelhecer vinhos em barricas de madeiras brasileiras? Já existe. E degustar um vinho elaborado por jovens enólogos gaúchos na principal região vinícola dos Estados Unidos? Isso também já tem. E que tal uma degustação de espumantes ao som de jazz, no aconchego do jardim? Basta marcar. E harmonizar vinhos brasileiros com uma gastronomia autoral descomplicada e cheia de personalidade, elaborada com ingredientes locais? É, tem também. Em resumo, a explosão do enoturismo na Serra Gaúcha, em especial no entorno de Bento Gonçalves e do Vale dos

Vinhedos, vem proporcionando o surgimento de empreendimentos cada vez mais inovadores, que tornam o cardápio de atrações cada vez mais variado. Em palestra realizada na sexta edição do Fórum Mundial de Enoturismo, que ocorreu na Itália no final do ano passado, o diretor-geral da Organização Internacional da Vinha e do Vinho (OIV), Pau Roca, afirmou que a atividade turística nas regiões vitivinícolas que têm o vinho e sua cultura como principal atrativo merece atenção e políticas específicas por parte dos poderes públicos e também do trade. O desenvolvimento dessas atividades é capaz de promover um efeito benéfico em todos os aspectos das comunidades do entorno, horizontalizando o crescimento. "O turismo de vinhos deve ser pensado com criatividade, inovação e sustentabilidade. Assim, ele aumenta o valor não só para as vinícolas, mas para as comunidades ao redor", disse ele durante a exposição. Segundo levantamento da Embrapa Uva e Vinho, o primeiro registro de atividade relacionada ao enoturismo na Serra ocorreu em 1881, quando Caxias do Sul organizou a primeira festa para celebrar a vindima. Esse evento precursor atraiu gente de toda a região e acabou dando origem à prestigiada Festa da Uva, em 1931. Em Bento Gonçalves, milhares de turistas se reuniram em 1967 para ver o vinho encanado nas ruas da cidade, na edição inaugural da Festa Nacional do Vinho. Essas primeiras iniciativas já demonstravam que atrair turistas era bom não só para as vinícolas, que vendiam mais, mas para toda a economia da região, que ficava aquecida com a presença dos forasteiros. De acordo com dados da Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves, mais de 1,7 milhão de turistas visitaram a cidade em 2022 - entre eles, 739 mil atraídos por roteiros vitivinícolas nos Caminhos de Pedra e Vale dos Vinhedos. Beneficiadas de primeira hora com o crescimento do turismo de vinhos, as vinícolas têm no receptivo um forte aliado na solidificação de suas marcas e até na comercialização de seus produtos. Segundo a diretora de Infraestrutura e Enoturismo da Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos

Continuação: Vinho e turismo impulsionam crescimento na Serra

(Aprovale), Deborah Villas-Bôas Dadalt, muitas empresas têm na venda direta ao público a sua principal fonte de receita, não dependendo mais da distribuição de seus vinhos em outros mercados. "As próprias vinícolas se tornaram importantes complexos enoturísticos, especialmente para atrair os turistas, escoando sua produção", comenta. Outras estruturas, como hotéis e restaurantes, também pegam carona com a chegada dos turistas em busca do vinho. Deborah salienta que alguns empreendimentos como esses estão surgindo com uma proposta inovadora para receber os apaixonados pela bebida, com rótulos próprios elaborados em parceria com as vinícolas e experiências exclusivas para a imersão no mundo do vinho. "A última inovação que nasce aqui no Vale dos Vinhedos para todo Brasil é o condomínio vitivinícola, que são empreendimentos voltados para a produção de vinhos de pequenos proprietários que querem não apenas turistar, mas desejam uma imersão completa nesse universo", revela. Segundo Deborah, esses condomínios propõem a produção em pequenas propriedades, com manejo e castas de qualidade superior que resultam em vinhos de alto valor agregado. Com isso, esses condomínios, de acordo com ela, podem ajudar a preservar a paisagem dos vinhedos, fixando o produtor no campo e qualificando o terroir.

Denominação de origem é atrativo extra para amantes da bebida

VALE DOS VINHEDOS IMAGENS DA REGIÃO DO VALE DOS VINHEDOS

MARCELO G. RIBEIRO/JC

A concessão do primeiro selo de **Denominação** de Origem para vinhos do país para o Vale dos Vinhedos, pelo **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial (**INPI**), em 2012, vem dando um impulso extra à região. No final do ano passado, a região dos Altos de Pinto Bandeira, geograficamente próxima ao Vale, também obteve a primeira **Denominação** de Origem exclusiva para espumantes do Novo Mundo.

As certificações, que estabelecem normas rígidas de produção e qualidade dos produtos, são um fator adicional para a atração de turistas que querem mergulhar no universo dos vinhos brasileiros. Descobertos por muitos amantes do vinho durante a pandemia, os destinos enoturísticos do Rio Grande do Sul consolidam o Estado como principal polo de turismo vitivinícola do país. É importante, no entanto, salvaguardar os atributos que tornaram a região a principal produtora de uva e vinho do Brasil. Para a especialista e consultora em enoturismo Ivane Fávero, é necessário fortalecer políticas que protejam as áreas de vinhedo e as comunidades originais em seu entorno. A herança cultural que envolve o vinho é um dos pilares para um projeto de turismo vitivinícola de sucesso. "Um destino não se faz somente com hotéis, restaurantes e vinícolas. Vinhedos e pessoas, com suas tradições, sua cultura e seus pequenos empreendimentos, são a alma de qualquer destino", salienta.

Da produção colonial às barricas elaboradas com madeiras brasileiras

Unindo tradição e conhecimento, Ferrari lançou a vinícola Arteviva, que recentemente abriu aos turistas

Giovanni Ferrari/Divulgação/JC

O enólogo Giovanni Ferrari não tem lembranças familiares que não estejam relacionadas à uva e ao vinho. No vinhedo de cinco hectares do pai, no interior de Bento Gonçalves, começou a trabalhar com 15 anos, coordenando as atividades dos seus subordinados - os irmãos mais novos, de 12 e 13 anos. Aprendeu empiricamente a fazer o vinho colonial que era consumido diariamente pela família, e cujo excedente era vendido a granel. Depois de estudar enologia e passar por grandes vinícolas da região, pensou em inovar em seu próprio projeto. Ao amadurecer os vinhos que elaborava nas tradicionalíssimas e consagradas barricas de carvalho francês ou americano, começou a se perguntar, afinal, por que não aproveitar as madeiras brasileiras,

Continuação: Vinho e turismo impulsionam crescimento na Serra

com seus aromas e particularidades, para fazer vinhos? Nasceu dessa inquietação a vinícola Arteviva, que inaugurou recentemente um espaço para receber turistas na Linha Palmeiro, mais conhecida como Caminhos de Pedra, em Bento. Antes que alguém pense que os rótulos são peças exóticas elaboradas apenas com madeiras inesperadas, não é nada disso. Ferrari segue utilizando o carvalho e atua de acordo com as técnicas de vinificação consagradas. Insere, porém, toques de brasilidade em alguns rótulos, com parcelas de vinho com estágio em barricas elaboradas com espécies como amburana, bálsamo, grábia e jequitibá rosa, todas nativas da flora brasileira. "A madeira brasileira é um desafio, pois o público não conhece. É um elemento exótico, com o qual o consumidor não está familiarizado. Mas funciona como uma porta de entrada para o nosso vinho", explica Ferrari. No varejo, além de uma degustação regular, o turista pode viver experiências com as parcelas de vinho envelhecidas em madeiras brasileiras. Depois de conhecer os aromas de cada madeira, ele pode provar o vinho e até personalizar misturas, testando os seus sentidos e criando aromas e sabores novos. Os mais aficionados podem agendar uma masterclass com o próprio Giovanni, que explica detalhes do seu trabalho com as barricas nativas e aprofunda a experiência dos visitantes em degustações. "Todo mundo que passa por aqui se surpreende, claro, por que é tudo novo e diferente. Mas a maioria gosta. E praticamente todos compram no varejo", revela. Depois da inauguração do espaço, as vendas em lojas e na internet já aumentaram em um terço. O objetivo é que o varejo nos Caminhos de Pedra represente cerca de 50% do faturamento da vinícola, que hoje possui 16 rótulos e uma produção anual de 30 mil garrafas. A expectativa é que o turismo impulsiona o crescimento da marca e que a produção chegue a 70 mil garrafas nos próximos anos.

Novidade que remonta à fundação da vinícola

Casa di Pasto é aposta da Salton para promover aproximação com os consumidores e formação de vínculos

Cesar Augusto Paludo/Divulgação/JC

Imagine percorrer de carroça um trajeto íngreme, cansativo, ora muito seco e quente, ora úmido e gelado. Nada pode ser tão acolhedor como uma parada na viagem para comer uma sopa ou uma fatia de pão, com um copo de vinho para repor as energias. Foi isso que pensou o imigrante Antonio Domenico Salton no final do século XIX, quando abriu o que era chamado de "casa di pasto" no interior de Bento Gonçalves. Ao chegar da Itália, sustentou a família atendendo viajantes nesse restaurante rudimentar, onde servia refeições e o vinho elaborado por ele próprio, com uvas colhidas da propriedade. Os descendentes de Domenico aproveitaram a singularidade dessa história familiar para inaugurar, no início deste ano, a Casa di Pasto Família Salton, na rota dos Caminhos de Pedra. O local é uma mistura de winebar, restaurante e casa de eventos, que oferece desde uma taça de um dos rótulos de vinhos e espumantes da vinícola até o tradicional brunch, com opções de harmonização para os canapés, sanduíches e pratos ofertados no cardápio. Uma das maiores e mais tradicionais empresas do setor no País, a Salton tem cerca de 95% do seu faturamento na venda dos seus rótulos nos varejos do Brasil e no exterior. Por que, então, apostar em um projeto pequeno e personalizado como este, voltado exclusivamente ao enoturismo? O diretor-presidente da vinícola, Maurício Salton, explica que a abertura da Casa di Pasto faz parte da estratégia da marca, que investe na aproximação com os consumidores. "É um canal de alto valor agregado para apresentarmos os nossos rótulos e criar um vínculo baseado na experiência que as pessoas podem ter com a marca. Além do mais, essa casa conta a história da família e da empresa", afirma. Salton aposta ainda que o turismo é uma das alavancas para aumentar o consumo e a cultura do vinho no País - o que deve impulsionar o setor como um todo nos próximos anos. Segundo ele, ao oferecer experiências enológicas aos visitantes, conquista adeptos e forma o gosto dos consumidores, que tendem a ser fiéis à marca. Para não deixar ninguém de fora, o local foi idealizado com regras de acessibilidade em todos os

Continuação: Vinho e turismo impulsionam crescimento na Serra

aspectos - rampas e elevadores e cardápios em braile são alguns dos itens. "Queremos proporcionar uma experiência abrangente, para todos mesmo. O crescimento da marca passa por iniciativas como a Casa di Pasto", completa.

Dois amigos e uma aventura vitivinícola

Tenuta Fa, espaço receptivo que nasceu neste ano, oferece quatro modalidades de degustação

Foppa & Ambrosi/divulgação jc

Era uma vez dois guris estudantes na faculdade de Enologia. Em 2017, com uvas e embalagens reaproveitadas da grande vinícola em que trabalhavam, fizeram um lote de 300 garrafas de um cabernet sauvignon que, para surpresa dos dois, ficou muito bom. Porém, segundo um deles, não sabiam o que fazer com as garrafas. Não sabiam como vender. Ansiosos por aprender mais sobre o negócio do vinho e sem imaginar como fariam isso em Bento Gonçalves, decidiram arriscar. Fizeram as malas e partiram para a Califórnia, mais precisamente em Napa Valley, principal região vinícola dos Estados Unidos, para viver as aventuras que o vinho poderia oferecer. O ano era 2017 e os amigos enfrentaram uma safra, um vinhedo de zinfandel e até um grande incêndio. Corta para 2023. Em uma tarde ensolarada, os sócios Lucas Foppa e Ricardo Ambrosi se preparam para receber um pequeno grupo de apaixonados por vinho na cave subterrânea de degustações da Tenuta Fa, o projeto que resultou de toda essa aventura. Com entusiasmo e emoção, falam sobre os rótulos e sobre a história que precedeu o receptivo turístico que abriu as portas recentemente, em Garibaldi. Aquelas 300 garrafas iniciais? Foram todas vendidas na volta dos sócios dos Estados Unidos. Hoje, outros rótulos premiados mundo afora são herdeiros daquele lote inicial - incluindo o recém-lançado Insólito, um blend de uvas tintas que captura os enófilos mais experientes. E também um rótulo elaborado por eles em Napa Valley. "O turismo é o caminho para a prosperidade. É o jeito mais barato de fazer marketing, pois podemos

mostrar nosso produto às pessoas, falar sobre os vinhos e degustar", afirma Lucas Foppa, um dos sócios que, sempre que pode, conduz as degustações no espaço. Para ele, o enoturismo será o responsável por "ligar" o vinho nas pessoas, ou seja, despertar o gosto pela bebida. A ideia dos sócios é investir ainda mais em eventos variados, para atrair todos os tipos de público, dos iniciantes até os enófilos mais interessados, para fomentar a cultura do vinho e, conseqüentemente, aumentar o consumo. Atualmente, a Tenuta Fa oferece quatro modalidades de degustação para quem chega - desde os rótulos de entrada, passando pelos ícones até degustações com vinhos que ainda estão nas barricas. Tudo para oferecer experiências diversas e abrangentes. "Com o turismo, as vinícolas ganham força. Viemos para dizer que o vinho brasileiro não está brincando", salienta Foppa.

Harmonização com vinho nacional e gastronomia sustentável

Mudança de mentalidade refletiu no cardápio da rede do chef Bellora

Rodrigo Bellora/Divulgação/JC

Quando abriu seu primeiro restaurante, há 15 anos, o chef Rodrigo Bellora cansava de ouvir reclamações por que em seu cardápio não havia vinhos importados. Também tinha gente que torcia o nariz para os ingredientes que utilizava nos pratos servidos no Valle Rústico, todos produzidos localmente e de acordo com a sazonalidade. Hoje, depois de uma profunda mudança de mentalidade aliada ao fluxo intenso de turistas, nem uma coisa nem outra são motivo de desconfiança. Pelo contrário. Nas cinco operações que dirige - além do Valle Rústico, Bellora administra e assina o menu dos restaurantes Gua-raipo e Apino, da pizzaria Grimpa e da padaria Tubuna, todos no entorno da região do Vinho - o chef vê crescer o interesse pelo que chama de "cozinha de natureza", cuja harmonização mais fiel é o vinho nacional. A cozinha de Bellora começa na busca por

Continuação: Vinho e turismo impulsionam crescimento na Serra

fornecedores locais de ingredientes orgânicos e de grande qualidade. O cardápio não determina os insumos, mas o contrário. O chef cria os pratos com base no que tem disponível em cada estação. Desenvolver essa rede de fornecimento vem sendo um dos grandes desafios, de cujo sucesso dependem as operações nos restaurantes. Igualmente decisiva é a disposição dos comensais para abraçar o estilo de Bellora - que vem crescendo vertiginosamente com o aumento do fluxo turístico. "Sem o turismo, eu ainda seria um maluco no meio do mato. Nosso crescimento está inteiramente ligado ao fluxo de turistas, que instigou inclusive os moradores da região a abrirem os olhos para essa alternativa", destaca. A cultura do vinho produzido no Brasil conversa com o estilo de cozinha do chef. Para ele, o vinho brasileiro é sutil e gastronômico, oferecendo possibilidades interessantes para uma comida inventiva e autoral, baseada em ingredientes locais. Um exemplo disso é o Apino Vinho e Gastronomia, aberto no início do ano com a proposta de valorizar a harmonização. Um menu enxuto e com opções executivas sempre caprichadas vem sempre com sugestões de harmonização com vinhos que podem ser servidos em garrafa ou taça. O restaurante fica no Vale dos Vinhedos, no complexo VistaVino. A proposta combina a abertura de novas vinícolas, com projetos enológicos criativos e inovadores.

Mulheres no comando: novas experiências guiadas por mãos femininas

Instalações da Amitié são ponto de referência para consumidores da marca

William Felipe Nunes de Camargo/Divulgação/JC

Dois novos projetos enoturísticos chamam a atenção de quem chega na região do Vale dos Vinhedos. Co-

mandadas por mulheres desde a enologia até a administração e o receptivo turístico, as vinícolas Amitié e Courmayeur oferecem um pouco de si nos roteiros enogastronômicos. Inaugurado no mês passado na Alameda Champenoise, na área do Vale dos Vinhedos que fica em Garibaldi, o espaço Amitié conta com loja de vinhos, área administrativa e espaço de vinificação, além de uma estrutura para receber eventos e grupos de turistas interessados em experiências e degustações dos produtos. Planejada desde 2020 em função do aumento da demanda turística da região, as instalações da Amitié devem ser um ponto de referência para os consumidores da marca, além de conquistar novos adeptos para os espumantes. O espaço fica aberto das 10h às 17h todos os dias e novos investimentos já estão em curso, para abertura de um winebar com opções gastronômicas. Com portas abertas em abril deste ano, o La Fermata Enoexperiências funciona em um espaço anexo ao varejo da Vinícola Courmayeur, no Vale dos Vinhedos, em Garibaldi. Idealizado pelas sócias da vinícola, o espaço abre todos os dias com a proposta de oferecer experiências em torno do vinho e da gastronomia. Mesinhas e cadeiras compõem o ambiente envidraçado que se une à natureza do entorno, onde é possível degustar os rótulos - em garrafa ou em taça, além de drinks especiais - e saborear os petiscos no jardim da vinícola. No menu, pizzas, tábuas de frios e brusquetas são opções rápidas e saborosas que acompanham os espumantes e os vinhos elaborados pela vinícola que completou 47 anos apostando no turismo para tornar a marca mais relevante. Em datas pré-selecionadas, eventos de música como festivais de jazz ocorrem nos jardins da Courmayeur.

Índice remissivo de assuntos

Denominação de Origem
3

Marco regulatório | INPI
3