



SACA-ROLHAS – BOLETIM ESPECIAL ON-LINE DO INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO
www.winesfrombrazil.com <<< Edição Extra -- 27 de novembro de 2009 >>> www.ibravin.org.br

EDIÇÃO ESPECIAL | PROJETO IMAGEM INTERNACIONAL

Jornalistas estrangeiros aprovam vinhos brasileiros de novas variedades de uva

Afora o tradicional elogio aos espumantes, oito especialistas de seis países que participaram do Projeto Imagem do Wines From Brazil, realizado pelo Ibravin e pela Apex-Brasil, apreciaram vinhos das cepas Marselan, Teroldego e Ancelotta.

Os oito jornalistas estrangeiros que participaram do Projeto Imagem Internacional na Serra Gaúcha deram uma dica preciosa aos vitivinicultores brasileiros: investir em novas variedades de uvas viníferas, como a francesa Marselan e as italianas Teroldego e Ancelotta. A sugestão dos jornalistas veio após a degustação de bons vinhos destas cepas durante as visitas às vinícolas gaúchas.

Outra surpresa foi que, afora os espumantes, que costumam fazer sucesso entre os visitantes das vinícolas gaúchas, os jornalistas elogiaram, com certo entusiasmo, alguns rótulos de vinhos tintos. Eles tiveram a coragem de Jonathan Nossiter, o diretor do premiado documentário "Mondovino", que não fica apenas no clichê de elogiar somente os espumantes brasileiros.

Projeto Imagem

O Projeto Imagem, promovido pelo Wines From Brazil, desenvolvido em parceria pelo Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin) e pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), trouxe oito jornalistas de seis países (Reino Unido, Alemanha, Dinamarca, Polônia, Austrália e Holanda), de 21 a 26 de setembro, para realizarem visitas técnicas por empresas e instituições da Serra Gaúcha, além de participarem da 17ª Avaliação Nacional de Vinhos da safra 2009, no Parque da Fenavinho, em Bento Gonçalves. Os profissionais da imprensa internacional especializada em vinhos conheceram os rótulos da Lidio Carraro, Aurora, Miolo Wine Group, Salton, Casa Valduga, Panizzon, Don Guerino, Boscato, Dal Pizzol, Lovara e Don Laurindo.

No dia 25, eles participaram do seminário "Oportunidades para os vinhos brasileiros nos mercados estrangeiros", quando deram depoimentos sobre a realidade do mercado em seus países e acerca da percepção deles sobre os vinhos e espumantes do Brasil. O Master of Wine, Dirceu Vianna Jr., e Peter Hayes, ex-presidente e atual vice-presidente da Organização

Internacional do Vinho (OIV), também participaram do evento.

Oportunidade

Dirceu Vianna Jr. disse que este é o momento ideal para projeção dos vinhos brasileiros no mercado mundial. O único Master of Wine da América Latina citou uma pesquisa realizada por ele no Reino Unido, perguntando "Qual a imagem que você tem do Brasil?". As repostas retornaram com incríveis 83,5% de aceitação positiva. "É preciso aproveitar esta boa imagem do Brasil lá fora", comentou.

Vianna considera que os espumantes devem servir de porta de entrada para os vinhos tranquilos. "Os espumantes brasileiros têm vantagens climáticas e um bom custo-benefício em relação, por exemplo, aos famosos champagnes franceses", observou. "Estou impressionado com a qualidade de vinhos feitos com a Ancelotta, pois não é tida como uma uva nobre, porém, parece dar vinhos de boa qualidade no Brasil", apontou.

Conforme Peter Hayes, ex-presidente e atual vice-presidente da OIV, o interesse repentino pelos produtos brasileiros deve ser trabalhado com cautela. Ele comentou a experiência vivida pela Austrália, que ganhou uma rápida notoriedade mundial e, com isso, teve de aumentar muito rápido a sua produção, levando ao encalhe e à diminuição dos preços no mercado.

O jornalista holandês Jacobus Hermus recomendou os viticultores brasileiros a não tentarem imitar a elaboração de vinhos com uvas tradicionais, como Chardonnay e Cabernet Sauvignon. "O mundo hoje procura por diferenciais e vocês têm isso aqui no Brasil, com os ótimos vinhos Ancelotta e Teroldego", afirmou. O jornalista australiano, Simon Thomas Tarmo, concordou: "busquem novas variedades e as transformem em uma marca dos vinhos brasileiros".

O holandês ainda disse que ficou positivamente surpreso com a beleza e a sofisticação das vinícolas brasileiras. Entretanto, ele comentou que o seu país está aberto aos vinhos frutados, sem excesso de álcool, desde que sejam bons e baratos. "Nós holandeses somos muito sovinas", admitiu Jacobus. [>Clique aqui e conheça o mercado de vinhos dos Países Baixos.](#)

Qualidade

Por outro lado, ele mesmo e outros jornalistas presentes no painel foram enfáticos em recomendar que o Brasil aposte em vinhos de qualidade, com preços mais altos, para vender uma imagem boa do País. "O Brasil não deve incorrer nos mesmos erros que a Argentina e o Chile", alertou o jornalista dinamarquês Jorgen Pedersen. "Estes países se esforçaram para entrar na Europa com preços competitivos, mas se esqueceram de apostar num diferencial e deixaram de lado a qualidade", lembrou. [>Clique aqui e conheça o mercado de vinhos da Dinamarca.](#)

"Estes vinhos viraram apenas vinhos de supermercados, e estes supermercados são uma selva", acrescentou a alemã Ilka Lindemann. "Nunca via tantas empresas numa única região, todas com um alto padrão técnico. Então, invistam em seus vinhos de melhor qualidade e preço", sugeriu.

Jorgen Pedersen fez questão de acentuar que o Brasil possui uma expressão diferente dos vinhos do Novo Mundo. "Encontrei aqui uma acidez natural e um potencial extraordinário para elaborar vinhos únicos", disse ele.

O alemão Michael Ritter contou que ficou surpreso quando recebeu pedidos de publicações da Alemanha sobre o vinho brasileiro. De imediato, percebeu o entusiasmo com que as importadoras do seu País tratam os produtos *made in Brazil*. "Eles são grandes entusiastas, verdadeiros lutadores dos vinhos brasileiros", declarou. Ritter seguiu a opinião dos painelistas, recomendando o investimento em vinhos de qualidade, mesmo que a preços mais altos. "E tenham cuidado com a madeira", alertou. [>Clique aqui e conheça o mercado de vinhos da Alemanha.](#)

Diferencial

O polonês Tomasz Prange-Barczynski igualmente sugeriu prudência com o carvalho e investimento em uvas de cepas diferenciadas. "Aqui há um nível de acidez próprio, que, por si só, destaca os vinhos brasileiros e os diferencia dos argentinos e chilenos", ressaltou. "Gostei bastante do profissionalismo e da limpeza das vinícolas visitadas. É certo que o Brasil não é um país do Novo Mundo, mas sim do Novíssimo Mundo do vinho", salientou. O polonês disse que não conseguiu encontrar uma característica comum aos vinhos brasileiros. Logo em seguida, argumentou que a diversidade talvez seja a marca do País também no mundo do vinho. "Mas seria bom ter algo em comum para criar uma identificação reconhecível no exterior". [>Clique aqui e conheça o mercado de vinhos da Polônia.](#)

A inglesa Jane Egginton falou que há mercado para os vinhos verde-amarelos no Reino Unido. "O profissionalismo das pequenas empresas é que chamou mais a minha atenção", disse, acrescentando que ficou emocionada com as histórias da imigração e dos ancestrais dos vitivincultores gaúchos. "Estes relatos dariam um livro". Jane enfatizou que "todos têm inveja do Brasil". "Aproveitem!", observou. [>Clique aqui e conheça o mercado de vinhos do Reino Unido.](#)

AGENDA

No Brasil

- 5ª Feira de Espumantes, Vinhos Brancos e Tintos, de 16 a 20 de dezembro, no Cais do Porto, em Porto Alegre.

Apoiadores



Este Boletim On-line é produzido e editado pela Assessoria de Imprensa do Ibravin, a cargo do jornalista **Orestes de Andrade Jr.**, da empresa OAJ Comunicação & Marketing.
CONTATO>>> imprensa@ibravin.org.br | + 55 (51) 3276.7035 | + 55 (51) 8111.7199