

RELATÓRIO TÉCNICO DE VIAGEM: VINEXPO 2011, BORDEUX-FRANÇA

Daniel Gomes

Eng. Agr., Ms., PqC do Polo Regional Leste Paulista/APTA

daniel.gomes@apta.sp.gov.br

O evento aconteceu de 19 a 23 junho de 2011, e é considerada a maior feira internacional de vinhos e bebidas “espirituosas” (destilados) do mundo, este ano ela completou sua trigésima edição e foi realizada em Bordeaux/França berço dos grandes vinhos europeus. Participaram da feira 2400 expositores de 42 países. Durante a feira ficou evidente a competição acirrada entre produtores e distribuidores de bebidas além do resgate de antigas variedades de uva e desenvolvimentos de outras modernas pelos produtores de vinho, procurando-se novos sabores e produtos.



O Brasil também marcou presença na feira auxiliada pelo projeto Wines of Brasil, desenvolvido pelo Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), em parceria com a Agência

Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), a participação brasileira na Vinexpo 2011 conta com sete vinícolas: Boscato, Casa Valduga, Lidio Carraro, Miolo, Pizzato, Salton e Vinibrasil. Dentre os destaques brasileiros estão espumantes em especial os moscatéis que começam a ser reconhecidos como um dos melhores do mundo sendo alguns deles premiados em concursos internacionais.

Na feira as bebidas “espirituosas” motivo maior de nossa visita, eram diversas e cada uma representando países e regiões distintas, Tequila (México), L'eau de Vie, Conhaques, Vermuts, Bitters, Vinhos fortificados (França), Grappa (Italia), Gin, Brandy, Whiskie (Inglaterra, Irlanda), Rum (Diversos países da America Central, Sul e Africanos), Pisco (Chile, Bolívia), Sake (Japão) entre outros, porem o expoente de bebida brasileira a cachaça não possuía nenhum representante brasileiro, e apenas três importadores franceses e um italiano expuseram a bebida, sendo duas marcas provenientes de Minas Gerais uma de São Paulo e outra de um grande produtor de Pernambuco todas cachaças brancas, não envelhecidas e comercializadas a um preço médio de 20,00 € a garrafa.



Figura 1. Léau de vie (Alcool vinico) com marmelo em garrafa especial e xarope de cana de açúcar.

Apesar dos avanços em reconhecer a cachaça como produto brasileiro, iniciativas de fortalecimento do produto no exterior são ainda insuficientes, tanto na disseminação do

consumo, quanto na distinção entre os outros destilados de cana de açúcar em especial a do Rum, seu maior concorrente. Outro mercado potencial para a cachaça brasileira são as bebidas composta, drinks e cocktail, durante a Vinexpo diversos produtos eram oferecidos tendo como base Rum e o álcool vínico especialmente o proveniente dos estoques reguladores dos países europeus.

Outras bebidas que chamaram a atenção foram destilados aromatizados com frutas, (cereja, pêssego, pêra, maçã, framboesa etc.) grande parte desses produtos elaborados pela infusão de frutas em algum tipo de álcool potável e redestilando, o que resulta em um produto com perfume e sabor da fruta utilizada, durante a Vinexpo haviam tais produtos com diversas bases alcoólicas como, L'eau de vie (Uva), Grappa (Uva), Rum (Cana de açúcar), Vodka (Cereais), produtos que poderiam ser feitos com Aguardente de Cana ou Cachaça brasileira, utilizando-se como aromatizadores a infinidade de frutas exóticas brasileiras. Outro produto nos chamou a atenção xarope de cana de açúcar oferecido por diversos produtores de Rum, estes produtos são utilizados na gastronomia ou para adoçar batidas e cocktails.

Conclusões

- Iniciativas da cadeia vitivinícolas nacionais se mostram promissoras e é exemplo para as outras cadeias produtoras de bebidas.
- Apesar de possuir bebidas de qualidade o Brasil sofre com a falta de pesquisa, desenvolvimento, articulação e promoção de seus produtos, perdendo oportunidades comerciais e sociais ao país.