



Revista
Técnico-Científica



ESPUMANTE MOSCATEL BRASILEIRO: UM CASO DE SUCESSO

¹Douglas André Wurz

¹Engenheiro Agrônomo, Doutor em Produção Vegetal, Professor de Fruticultura no IFSC Canoinhas;

RESUMO – Observa-se uma carência da divulgação de informações em relação ao mercado de vinhos e espumantes, e a partir dessas informações definir as tendências do mercado e buscar estratégias para o crescimento e desenvolvimento desse setor. Nesse contexto, tem-se como objetivo desse trabalho realizar levantamento histórico da comercialização de espumantes Moscatel no Brasil, e demonstrar sua importância para a vitivinicultura. Para o desenvolvimento do trabalho foram compilados trabalhos científicos e publicações referentes à comercialização de espumante Moscatel no Brasil, durante o período de 1997 a 2017. Os dados foram coletados em instituições responsáveis pela elaboração e divulgação de dados referentes à produção e comercialização de vinhos e espumantes no Brasil, sendo eles: IBRAVIN, Embrapa Uva e Vinho, MAPA e UVIBRA. Os primeiros registros de dados da comercialização de espumantes datam de 1970, enquanto para o espumante Moscatel foram encontrados os primeiros dados registrados em 1997, com 19.000 litros comercializados nos últimos dez anos (2007 – 2017), houve um incremento de 104,7% no volume comercializado de espumantes. Enquanto o incremento foi de 71,6% para espumantes (outras categorias), para o espumante moscatel se observou um incremento de 251% nos últimos dez anos. Em 1997, o volume comercializado de espumante Moscatel, representava apenas 0,62% em relação ao volume total de espumantes comercializados no Brasil. Atualmente, de acordo com os dados referentes ao ano de 2017, essa porcentagem subiu para 31,63% em relação ao volume total de espumantes comercializados no Brasil. Conclui-se que o espumante Moscatel apresenta grande potencial mercadológico no Brasil, com tendências de aumento na sua comercialização.

Palavras-chave: Vitivinicultura, espumante, comercialização

BRAZILIAN MOSCATEL SPARKLING WINE: A CASE OF SUCCESS

ABSTRACT – There is a lack of information disclosure in relation to the wine and sparkling wine market, and from this information define market trends and seek strategies for the growth and development of this sector. In this context, the objective of this work is to carry out a historical survey of the commercialization of Moscatel sparkling wines in Brazil, and its importance for winemaking. For the development of the work, scientific works and publications related to the commercialization of Moscatel sparkling wine in Brazil were compiled during the period from 1997 to 2017. Data were collected in institutions responsible for the elaboration and dissemination of data concerning the production and commercialization of wines and sparkling wines in Brazil, being: IBRAVIN, Embrapa Grape and Wine, MAPA and UVIBRA. The first data records on the marketing of sparkling wines date back to 1970, while for Moscatel sparkling wine the first data recorded in 1997, with 19,000 liters marketed. In the last ten years (2007-2017), showed an increase of 104.7% in the commercialized volume of sparkling wines, while the increase was 71.6% for sparkling wines (other categories), for moscatel sparkling wines an increase of 251% was observed in the last ten years. In 1997, the volume sold of Moscatel sparkling wine represented only 0.62% in relation to the total volume of sparkling wines sold in Brazil. Currently, according to the data for the year 2017, this percentage rose to 31.63% in relation to the total volume of sparkling wines marketed in Brazil. It is concluded that the Moscatel sparkling wine presents great market potential in Brazil, with tendencies of increase in its commercialization.

Key words: Vitiviniculture, sparkling wine, commercialization

INTRODUÇÃO

A viticultura brasileira ocupa uma área de aproximadamente 83.700 hectares, com uma produção anual variando entre 1.300 e 1.400 toneladas, em que cerca de 40% da sua produção é destinada ao processamento, tendo o espumante como um dos produtos de destaque (MELLO, 2014). De acordo com Mello (2013), os estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina são os principais produtores, representando 95% de todo o volume comercializado de vinhos finos e espumantes.

Verifica-se no Brasil um restrito consumo de vinhos no mercado interno, com uma média de dois litros per capita/ano. O reduzido consumo de vinhos pelos brasileiros pode ser explicado pelo baixo poder aquisitivo da população brasileira em geral, por questões culturais e pelos preços elevados dos vinhos nacionais (HOECKEL et al., 2014). A vitivinicultura brasileira tem despertado interesse em vários segmentos da economia e tem sido objeto de muitos trabalhos acadêmicos,

dissertações e teses, devido a importância que assume para a sustentabilidade da pequena propriedade de agricultura familiar, para o desenvolvimento do território onde está instalada, para a agregação de valor aos produtos, para o prestígio e para os aspectos culturais (MELLO, 2013). Apesar da produção de espumantes ser pequena em comparação aos vinhos finos, ela apresenta um grande impacto econômico, pelo seu alto valor agregado (POZO-BAYION et al., 2009).

De acordo com estudo realizado por Wurz et al. (2017a), houve um acréscimo significativo na comercialização de espumantes, com destaque para o espumante Moscatel, que vem ganhando a cada ano destaque pelo sua qualidade e volume comercializado. Para Gabbardo et al. (2017), os espumantes brasileiros são produtos de excelência da vitivinicultura brasileira, reconhecida por prêmios em concursos internacionais de enologia e um aumento na produção e vendas desses produtos.

O moscatel espumante é elaborado com variedades de aromáticas, destacando-se as uvas: Moscato Branco, Moscato Giallo e Malvasia - variedades caracterizadas pela alta concentração de açúcar, coloração amarela com aspecto dourado, com sabor do mosto doce, grande intensidade aromática e bastante produtiva (Giovaninni; Manfroi, 2009). De acordo com a Lei n. 10.970, de 2004, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Vinho Moscato Espumante ou Moscatel Espumante é o vinho cujo anidrido carbônico provém da fermentação em recipiente fechado, de mosto ou de mosto conservado de uva moscatel, com uma pressão mínima de 4 atmosferas a 20 °C, e com um teor alcoólico de 7% a 10% em volume, e no mínimo 20 gramas de açúcar remanescente.

Observa-se uma carência da divulgação de informações relevantes em relação ao mercado de vinhos e espumantes, e a partir dessas informações definir as tendências do mercado e posteriormente buscar estratégias para o crescimento e desenvolvimento desse setor (WURZ et al., 2018). E nesse contexto, tem-se como objetivo desse trabalho realizar levantamento histórico da comercialização de espumantes Moscatel no Brasil, e sua importância para a vitivinicultura Brasileira.

MATERIAL E MÉTODOS

Para obter maiores informações sobre como está o panorama do mercado de espumante Moscatel no Brasil e definir suas tendências, conseqüentemente conhecer

melhor esse segmento, tem-se como ferramenta o levantamento bibliográfico, que possibilita reaproveitar e replicar pesquisas em diferentes escalas e contextos; observar possíveis falhas nos estudos realizados; desenvolver estudos que cubram lacunas na literatura trazendo real contribuição para a área de conhecimento; propor temas, problemas, hipóteses e metodologias inovadoras de pesquisa, norteando tomadas de decisões (GALVÃO, 2010).

Para o desenvolvimento do trabalho foram compilados trabalhos científicos e publicações nacionais referentes à comercialização de espumante Moscatel no Brasil, durante o período de 1997 a 2017. Considerou-se esse dado, por ser o ano dos registros iniciais de comercialização encontrados na revisão bibliográfica.

Foram feitas consultas ao acervo bibliográfico da Universidade do Estado de Santa Catarina, do acervo bibliográfico do Instituto Federal de Santa Catarina, bem como consulta em periódicos indexados. Os dados foram coletados também em instituições responsáveis pela elaboração e divulgação de dados referentes à produção e comercialização de vinhos e espumantes no Brasil, sendo eles: Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN), Embrapa Uva e Vinho, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e União Brasileira de Vitivinicultura (UVIBRA).

Com os dados coletados em acervos digitais, geraram-se gráficos, através do software Microsoft Excel 2013, com o objetivo de mostrar o panorama da comercialização de espumantes Moscatel no Brasil, entre os anos de 1997 e 2017, e através desses dados, determinar as tendências do mercado nacional de vinhos, e compreender o sucesso em volta desse produto de excelência elaborado pela vitivinicultura brasileira.

RESULTADOS

Os primeiros registros de dados da comercialização de espumantes datam de 1970, enquanto para o espumante Moscatel encontrou-se os primeiros dados registrados em 1997, com 19.000 litros comercializados (Figura 1).

Na Figura 1, estão representados a evolução da comercialização total de espumantes no Brasil, bem como a evolução do espumante Moscatel e espumante (outros estilos). Verifica-se uma tendência nos últimos anos de incremento da comercialização de espumantes no Brasil, com destaque para o Moscatel, que

apresenta menores oscilações de mercado em comparação aos espumantes (outros estilos).

Nos últimos dez anos (2007 – 2017), houve um incremento de 104,7% no volume comercializado de espumantes. Enquanto o incremento foi de 71,6% para espumantes (outras categorias), para o espumante moscatel observou-se um incremento de 251% nos últimos dez anos (Figura 1).

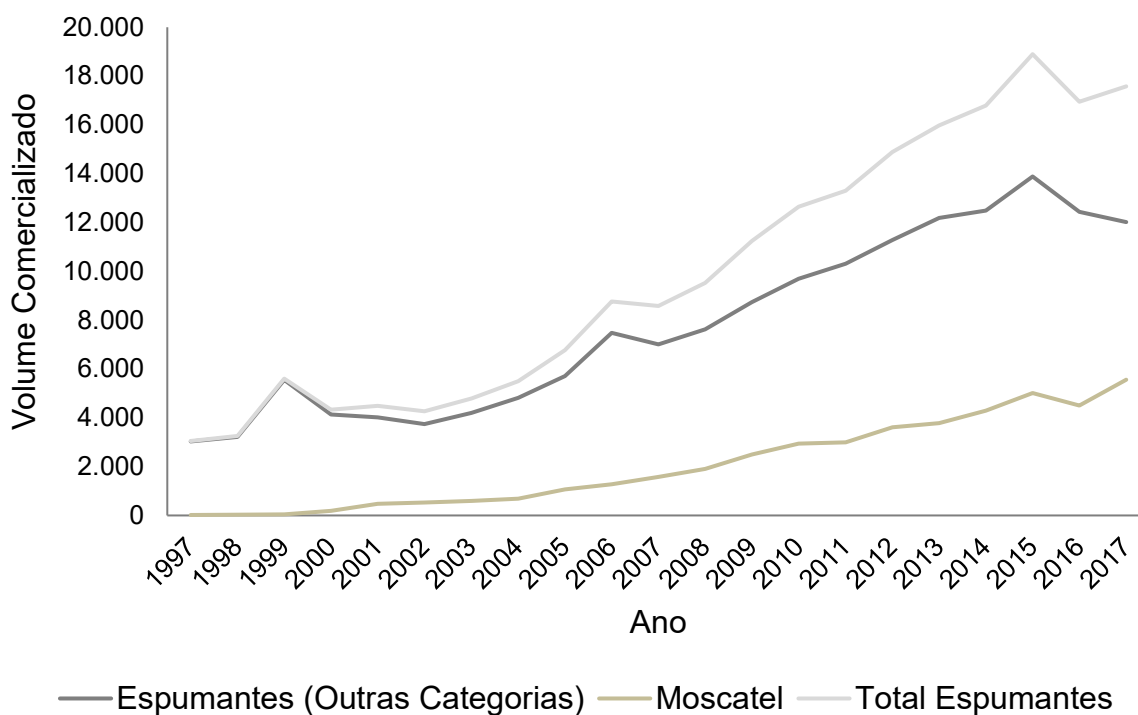


Figura 1. Volume total comercializado de espumantes, espumantes moscatéis e espumantes (outras categorias), em 1000 L, durante o período de 1997 e 2017. Fonte: Adaptado de UVIBRA, MAPA e EMBRAPA Uva e Vinho. Canoinhas, 2019.

Figure 1. Total volume sold of sparkling wines, Moscatel sparkling wines and sparkling wines (other categories), in 1000 L, during the period of 1997 and 2017. Source: Adapted from UVIBRA, MAPA and EMBRAPA Grape and Wine. Canoinhas, 2019.

Observa-se uma comercialização baixa nos quatro primeiros anos de dados registrados (1997, 1998, 1999 e 2000). Contudo, a partir do ano 2000, verificou-se um incremento significativo na comercialização de espumante Moscatel, o que vem ocorrendo até os dados mais atuais (2017). Em relação aos dados catalogados, apenas em 2016, houve redução da comercialização de espumante moscatel em relação ao ano anterior (2015), apresentando redução de 10,03% no volume total comercializado. Contudo, em 2017, houve uma recuperação no mercado de

espumantes, com aumento do volume total comercializado em relação aos anos anteriores analisados.

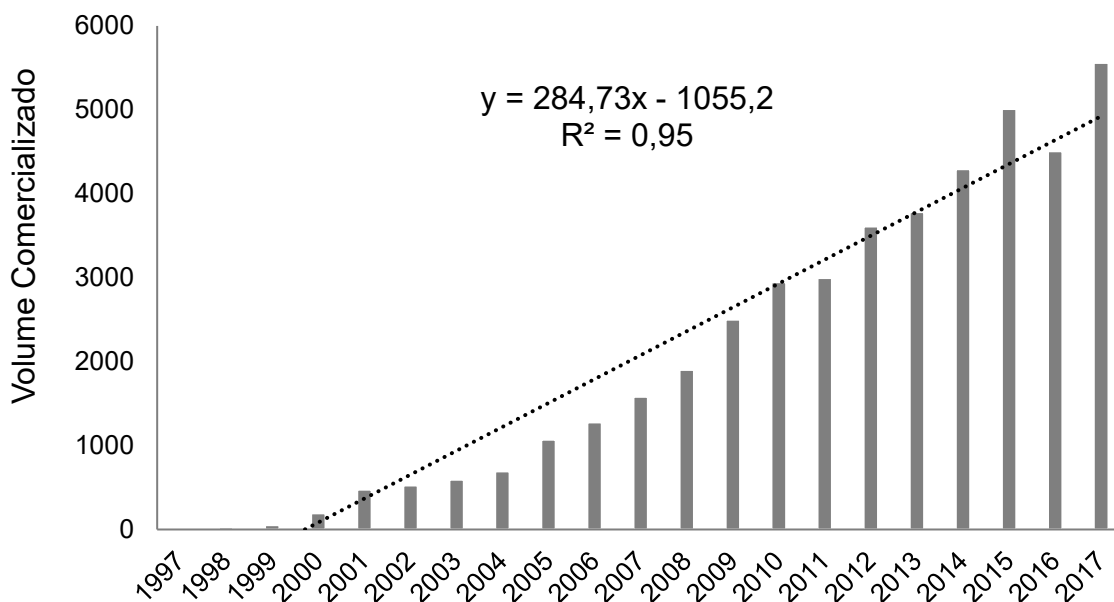


Figura 2. Evolução da comercialização de espumantes moscatéis, em 1000L, durante o período de 1997 e 2017.

Fonte: Adaptado de UVIBRA, MAPA e EMBRAPA Uva e Vinho. Canoinhas, 2019.

Figure 2. Evolution of the marketing of Moscatel sparkling wines, in 1000L, during the period of 1997 and 2017.

Source: Adapted from UVIBRA, MAPA and EMBRAPA Grape and Wine. Canoinhas, 2019.

O aumento da comercialização de espumante Moscatel, apresentando anteriormente, resulta também em aumento da porcentagem da comercialização de espumante Moscatel em relação ao volume total de espumantes comercializados no Brasil, podendo ser observado na Figura 3.

Em 1997, o volume comercializado de espumante Moscatel, representava apenas 0,62% em relação ao volume total de espumantes comercializados no Brasil. Atualmente, de acordo com os dados referentes ao ano de 2017, essa porcentagem subiu para 31,63% em relação ao volume total de espumantes comercializados no Brasil (Figura 3), sendo o ano de maior porcentagem de participação ao longo de vinte anos.

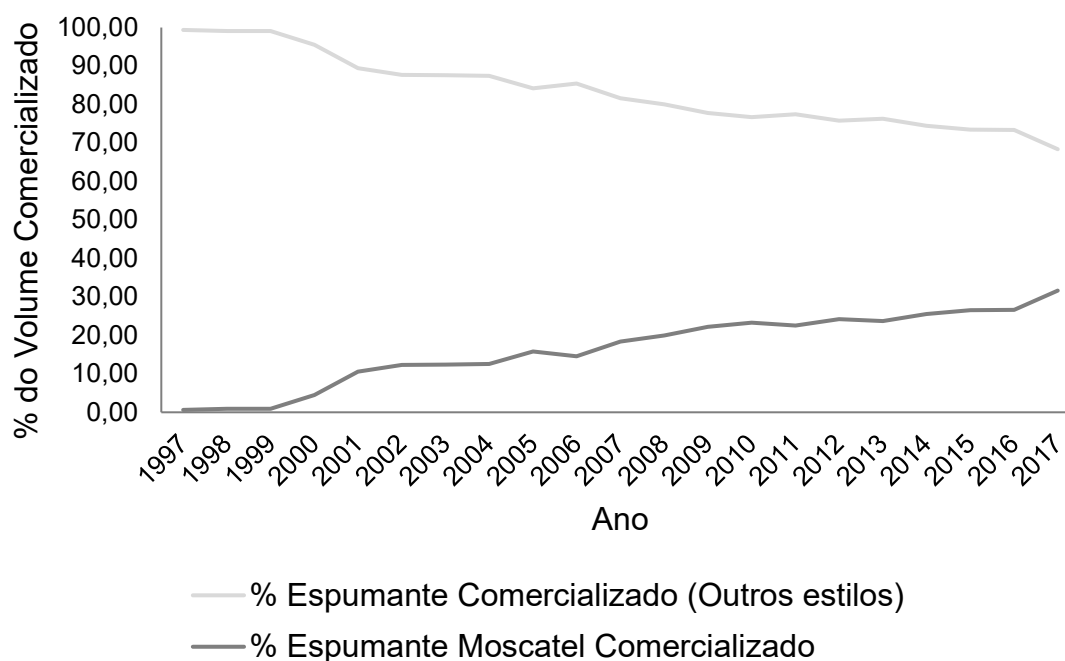


Figura 3. Porcentagem do volume de espumantes moscatéis e espumantes (outros estilos) em relação ao volume total comercializado de espumantes no Brasil, em 1000L, durante o período de 1997 e 2017. Canoinhas, 2019.
Figure3. Percentage of the volume of Moscatel sparkling wine and sparkling wines (other styles) in relation to the total volume of sparkling wines sold in Brazil in 1000L during the period of 1997 and 2017. Canoinhas, 2019.

DISCUSSÃO

Estudo realizado por Wurz et al. (2017a, 2017b), demonstra que nos últimos vinte anos, observa-se um cenário favorável a comercialização de espumantes no mercado brasileiro, apresentando como característica uma sazonalidade no consumo, associados a celebrações e ocasiões especiais e festivas, estando seu consumo, abaixo dos vinhos finos. Contudo, o autor destaca que o aumento da comercialização de espumantes é significativa, com destaque para o espumante Moscatel.

Para Araújo et al (2019), houve um aumento na participação dos espumantes entre os brasileiros, extrapolando número, e aparecendo também na mídia, músicas, supermercados, comerciais, sendo um produto que atende à demanda do brasileiro. Isso devido as suas características organolépticas, sendo um produto muito leve, adocicado e remetendo á notas florais e frutadas.

Através dos dados observados no presente trabalho há uma confirmação do que foi citado anteriormente, visto que a categoria de espumantes Moscatel vem a cada ano conquistando mais espaço do mercado, representando uma porcentagem cada vez maior no volume total da comercialização de espumantes.

O consumo brasileiro de vinhos é em torno de dois litros/ano. Esse valor é muito baixo se compararmos com outros países, como por exemplo, a Argentina, que possui um consumo per capita de 30 litros/anos. Estimativas indicam que em nossa população temos em torno de 30 milhões de consumidores regulares de vinho e 800 mil aficionados. O consumidor brasileiro prefere vinho tinto, seguido pelos espumantes (COPELLO, 2015).

Ressalta-se, como maior vantagem dos espumantes, uma maior competitividade dos produtos nacionais em relação a produtos importados, visto que 81,8% do volume total de espumantes comercializados no Brasil são de produtos nacionais (WURZ; BRIGHENTI, 2019). De acordo com Protas (2002) o segmento de vinhos finos, com o processo de abertura da economia brasileira ao exterior, enfrentou uma forte concorrência registrando-se taxas significativas de crescimento das importações de vinhos.

Para Copello (2015), o brasileiro se educou nos últimos 15-20 anos, bebendo vinhos do Chile e Argentina, havendo uma grande preferência por vinhos importados. Essa preferência pelos produtos importados não se repete para os espumantes, devido a qualidade e os preços mais competitivos desses produtos.

O mercado vitícola brasileiro está em constante evolução e o brasileiro está tendo acesso a uma alta gama de informações referentes aos benefícios do consumo moderado e regular de vinho, e aliado à alta qualidade dos vinhos nacionais vem fazendo com que aumente o interesse ao mundo dos vinhos pelos consumidores e conseqüentemente vem havendo um aumento no consumo per capita de vinho e um incremento na comercialização de vinhos (WURZ, 2018).

CONCLUSÕES

Conclui-se que espumante Moscatel vem conquistando a cada ano uma maior importância no cenário vitícola brasileiro, sendo um produto que conquistou os consumidores brasileiros, pelas suas características de leveza e frescor.

Pode-se afirmar que os espumantes apresentam o maior potencial mercadológica no setor vitícola brasileiro, com destaque para o espumante Moscatel, e isso, deve ser levado em consideração em investimentos realizados pelas vinícolas,

com objetivo de conquistar novos consumidores e consolidarem-se no cenário vitícola brasileiro.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. V.; SILVA, M. A. C.; BRUCH, K. L. The phenomenon of moscatel Sparkling wine in Brazil. *BIO Web of conferences*, v. 12, n. 1, p. 1-6, 2019.

BRASIL. Presidência da República, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei n. 10.970, de 12 de novembro de 2004. Altera dispositivos da Lei nº7.678, de 8 de novembro de 1988, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho, e dá outras providência. Brasília, DF, 2004.

COPELLO, M. Brasil, mercado em ebulição. *Revista Vinhos do Brasil*. Rio de Janeiro. p.34- 37. 2015.

GABBARDO, M. BATTISTUTTA, F.; GABBARDO, E. T.; TAT, L.; CELOTTI, E. Aromatic characterization of Brazilian sparkling wines using olfactometry and sensory painel. *BIO Web of conferences*, v. 7, n. 1, p. 1-5, 2016.

GALVAO, M.C.B. O levantamento bibliográfico e a pesquisa científica. In: Laércio Joel Franco, Afonso Dinis Costa Passos. (Org.). *Fundamentos de epidemiologia*. 2ed. A. 398ed. São Paulo: Manole, 2010, 377p.

GIOVANINNI, Eduardo; MANFROI, Vitor. *Viticultura e Enologia: elaboração de grandes vinhos nos terroirs brasileiros*. Bento Gonçalves: IFRS, 2009.

HOECKEL, P. H.; FREITAS, C. A.; OLIVEIRA, G. N. A. A concentração de mercado no setor vinícola do Rio Grande do Sul (2004-2012), In *Encontro de Economia Gaúçga*, v. 7, Anais...Porto Alegre: PUCRS, 2014.

MELLO, L. M. R. Vitivinicultura Brasileira: panorama 2013. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2014. MELLO, L. M. R. Vitivinicultura Brasileira: panorama 2012. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2013.

POZO-BAYON, M. A.; MARTINEZ-RODRIGUEZ, A.; PUEYO, E.; MORENO-ARRIVAS, M. V. Chemical and biochemical features involved in sparkling wine production: from a traditional to an improved winemaking technology. *Trend in Food Science Technology*, v. 20, p. 289-299, 2009.

PROTAS, J. F.; CAMARGO, U. A.; MELLO, L. M. A vitivinicultura brasileira: realizada e perspectivas (EMBRAPA Uva e Vinho, 2002). Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/vitivinicultura/>> Acesso em: 10 de Outubro de 2015.

WURZ, D.A.; ALLEBRANDT, R.; BEM, B.P.; REINEHR, J.; CANOSSA, A.T.; DALMOLIN, L.G.; RUFATO, L.; KRETZSCHMAR, A.A. Brazilian sparkling wine: a successful trajectory. *BIO Web of Conference*, v.9, p.1-3, 2017a.

WURZ, D. A.; BEM, B. P.; ALLEBRANDT, R.; CANOSSA, A. T.; REINEHR, J.; OUTEMANE, M.; KRETZSCHMAR, A. A.; RUFATO, L. O vinho brasileiro é competitivo? *Revista Agronomia Brasileira*, v. 1, n. 1, p. 1-3, 2017b.

WURZ, D. A. Análise da comercialização de vinhos finos e de mesa no Brasil. *Journal of Agronomical Science*, v. 7, n. especial, p. 43-49, 2018.

WURZ, D. A.; BRIGHENTI, A. F. Analysis of Brazilian wine competitiveness. *BIO Web of Conference*, v. 12, n. 1, p. 1-3, 2019.