

Produzione domestica di vino

Oggi il Brasile è il 18° produttore mondiale di vino e il 13° mercato di consumo. Lo sviluppo del settore non ha annullato una delle caratteristiche principali della viticoltura brasiliana: la produzione familiare, fortemente legata alla salvaguardia del territorio. In questo contesto l'enoturismo sta guadagnando sempre più spazio nelle zone di produzione, con l'offerta di itinerari di charme, avventura, contatto con la natura e degustazione di vini e spumanti in abbinamento alla cucina locale. Il Brasile ha due tipi di Indicazioni Geografiche: l'Indicazione di Provenienza (IP), che si riferisce a zone rinomate per la loro produzione di vino; e la Denominazione di Origine (DO), destinata a vini con caratteristiche legate a un determinato territorio, sia in termini di fattori naturali che umani. Il riconoscimento delle Indicazioni Geografiche contribuisce allo sviluppo della viticoltura e dell'enoturismo, valorizzando le competenze del capitale umano, la qualità dei prodotti e dei territori. Ogni Indicazione Geografica è legata ad un'associazione di produttori che opera nella sua gestione, tutela e diffusione. Le 7 indicazioni geografiche dei vini brasiliani sono: DO Vale dos Vinhedos, IP Pinto Bandeira, IP Altos Montes, IP Vales da Uva Goethe, IP Monte Belo, IP Farroupilha e IP Campanha Gaúcha. A partire dall'anno 2020 la viticoltura brasiliana è letteralmente esplosa: il volume del 2019 di 15,4 milioni di litri è balzato a 24,2 milioni di litri nel 2020, con un aumento del 56,56%. Gli spumanti sono diminuiti del 6,63%, da 13,5 milioni di litri a 12,6 milioni di litri, ad eccezione dei moscati, che hanno avuto un piccolo incremento del 3,90%, passando da 8,9 milioni di litri a 9,2 milioni di litri. Un altro calo è stato nella categoria del succo d'uva.

Questi sono i dati ufficiali dell'Unione vitivinicola brasiliana (Uvibra), basata sul sistema del registro delle cantine del Dipartimento di Stato dell'agricoltura.

Nonostante il buon andamento generale, il settore ricerca ancora maggiore competitività nei confronti dei prodotti di importazione che, pur con il rialzo del dollaro, nello stesso periodo sono cresciuti del 28,85%.