



VINOTÍCIAS

O MUNDO DO VINHO EM SUAS MÃOS

TENDENCIAS NO MERCADO DO VINHO PARA 2024
POR MÁRCIO OLIVEIRA

NESSA EDIÇÃO



05

TENDENCIAS NO MERCADO DO VINHO PARA 2024 - POR MÁRCIO OLIVEIRA

"PODEM AS MÁQUINAS DEGUSTAR VINHO?" - POR JANCIS ROBINSON



07

03 VINHO DA SEMANA

05 ARTIGO

09 SELEÇÃO DE ARTIGOS

10 VIAGEM

12 VINHO E CULTURA: DICA

Alguns leitores do VINOTÍCIAS solicitaram que eu sugerisse um vinho por semana, anotando notas de degustação e onde comprar. Vamos sugerir mais vinhos para encher as taças. A lista de 2015 contemplou 260 rótulos diferentes e a de 2016 alcançou 156 vinhos. Em 2017 degustamos 786 vinhos em degustações com Confrarias, e listamos mais de 180 rótulos sugeridos como vinhos da semana!

- No ano de 2018 chegamos a mais de 1000 rótulos e sugerimos 252 vinhos da semana.
- Em 2019 provamos 1.120 vinhos diferentes nas diversas Confrarias que orientamos e sugerimos 142 rótulos como vinhos da semana.
- Em 2020 provamos menos vinhos por conta da pandemia (436 no total, já que parte das Confrarias foram adiadas e parte com degustações on-line), e sugerimos 117 rótulos como vinhos da semana.
- Em 2021 provamos 982 vinhos diferentes, sendo 64 deles com screw cap. Dos vinhos com rolhas, 2 estavam bouchonnées, e 3 apresentaram vazamentos nas rolhas e estavam decrépitos. Abrimos 5 vinhos do Porto a fogo. Fizemos sugestão de 112 rótulos como Vinho da Semana.
- Em 2022 provamos 1.034 vinhos diferentes, sendo 92 deles com screw cap. Dos vinhos com rolhas, 1 estava bouchonnée 2 com vazamentos nas rolhas e estavam decrépitos sendo usadas para mostrar os seus aromas. Abrimos 2 vinhos do Porto a fogo. Fizemos sugestão de 106 rótulos como Vinho da Semana.

Os vinhos geralmente são provados em degustações promovidas semanalmente, sendo a grande maioria delas realizadas às cegas.

** A pedidos, introduzimos uma escala que relaciona o vinho e preço, segundo a escala:

- Até R\$75 - \$
- Entre R\$75 e R\$ 150 - \$\$
- Entre R\$ 150 e R\$ 250 - \$\$\$
- Entre R\$ 250 e R\$ 500 - \$\$\$\$
- Entre R\$ 500 e R\$ 1.000 - \$\$\$\$\$

TWO HANDS ANGEL'S SHARE SHIRAZ 2018 – MCLAREN VALE – AUSTRÁLIA

A ideia de Two Hands nasceu em setembro de 1999, quando os fundadores Michael Twelftree e Richard Mintz decidiram que era o momento de criar vinhos com personalidade e tipicidade. O objetivo era elaborar Shiraz nas principais regiões produtoras da Austrália, e permitir que o caráter do terroir brilhe em seus rótulos. Hoje, Two Hands é um dos destaques na elaboração de vinhos no país, e recebe constantemente altas premiações dos grandes críticos do mundo.

A qualidade é o compromisso fundamental para a filosofia da vinícola, impulsionando todas as decisões da seleção das uvas, das parcelas de vinhedos e a própria vinificação, escolha das barricas e venda. Desde o início, os produtores se propuseram a ser únicos e inovadores, essa abordagem se reflete em tudo, desde os nomes dos vinhos. A vinícola conseguiu gerenciar seu crescimento organicamente, mantendo um foco de qualidade absoluta. A fruta de qualidade premium é proveniente das melhores regiões de cultivo da Shiraz na Austrália, e a vinícola trabalha em estreita colaboração com suas vinhas e fornecedores para garantir que todo o potencial de cada vinha seja alcançado. Eles lidam com todas as parcelas de frutas, ainda que pequenas, desde a colheita de forma separadamente, seleção e prensa até a fermentação e a maturação em carvalho para garantir a complexidade e a personalidade nos vinhos acabados.

Composição de Uvas: 100% Shiraz. Estagiou 14 meses em barricas de carvalho francês e americano

Notas de Degustação: Cor rubi escuro, sem sinal de evolução nas bordas das taças. Aromas de frutas vermelhas e pretas maduras, como groselhas e ameixas, notas de especiarias, além de violetas, e toques de tabaco e chocolate. O paladar mostra um vinho de corpo médio a encorpado com boa acidez dando vibração ao vinho. Seu final é marcado por frutas vermelhas maduras, geléia de mirtilo, especiarias doces como baunilha, além de toques florais e de cedro.

Estimativa de Guarda: Beba agora ou guarde até 2035 (segundo a Wine Seacher!). Há uma informação que a guarda do vinho é de pelo menos 15 anos. Portanto podemos aproveitar dele até 2033, mas os aromas e sabores certamente serão mais evoluídos.

Reconhecimentos da Crítica Especializada: 93 Wine Spectator; 92 James Suckling; 90 Robert Parker; 92 Adegas.

Notas de Harmonização: Ótimo ainda para acompanhar carnes vermelhas assadas ou grelhadas com molhos consistentes, ensopados, carnes de caça, cordeiro e queijos duros.

Serviço: servir entre 15 e 17°C

Faixa de Preço – \$\$\$\$

Importado pela World Wine - Em BH – Loja no Pátio Savassi - Av. do Contorno, 6061 - Piso L2 - Loja 221/222 - Telefone: (31) 3889-9407



TENDÊNCIAS NO MERCADO DO VINHO PARA 2024

POR MÁRCIO OLIVEIRA

De forma geral todos os amantes de vinhos querem saber quais serão as tendências no mundo de Baco para o ano que se inicia. Alguns não querem perder a chance de estarem na moda, outros, querem saber como os preços vão estar.

Na verdade, há duas coisas que são importantes de se esclarecer: que as coisas estão mudando muito rápido, e talvez sem alguma reflexão ficaria difícil de prever as tendências, mas por outro lado, algumas linhas do comportamento do mercado já estão se consolidando e guiando as ações de produtores de vinhos, tais como opção por vinhos mais leves e frescos, cultivo sustentável de uvas e serviço em taça, que estão entre as principais perspectivas para o próximo ano neste nosso universo líquido.

Há evidentemente as tendências que precisam ser entendidas como mundiais, regionais ou nacionais, visto que há uma série de aspectos socioeconômicos, culturais, que se relacionam ao consumo do vinho e mesmo de outras bebidas.

JANEIRO SEM ÁLCOOL - Um detalhe que chamou a atenção desde o ano passado foi o que os franceses chamam de "Janeiro sem Álcool", ou "Janeiro Seco" que atinge pessoas que dirigem carros, pessoas mais jovens, mulheres grávidas ou simplesmente pessoas dispostas a passarem um mês completo sem beber álcool.

Uma das explicações para passar o mês de janeiro sem consumir álcool vem dos abusos que são praticados durante o mês de dezembro em confraternizações e comemorações do Natal e Ano Novo. A atitude vem crescendo sobretudo entre jovens e há uma tendência geral de moderação no consumo de bebidas.

Uma tendência geral de declínio no consumo de álcool na França vem sendo observada há algum tempo. Primeiro porque os consumidores regulares de vinho tenderem a desaparecer, sob o efeito da renovação geracional. As gerações mais jovens consomem vinho de forma ocasional com menor frequência. Entre as décadas de 1960 e 2022, o consumo individual médio de vinho entre os franceses caiu mais de 60%!

VINHOS NO-LOW ÁLCOOL - Após os países anglo-saxônicos e escandinavos, a França e agora a Alemanha, por sua vez, multiplicam experiências gastronômicas não alcoólicas. Seja pelo Champagne Rosé Zero Álcool, ou pelos coquetéis "Virgin" feitos para o lançamento de restaurantes e hotéis da moda, a tendência de bebidas livres de álcool ("No") ou com pouco álcool ("Low") está ganhando terreno mesmo em restaurantes estelares identificados por suas estrelas Michelin.

Principalmente, mas não só, para as camadas mais jovens, o vinho e o consumo de álcool mudaram e muita gente agora tem mais cuidado com o que consome e muito cuidado com quanto consome. Em países como Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido e Japão isto é uma tendência cada vez maior, que se alastra a outros países.

Há uma grande variedade de coquetéis leves criados com especiarias, ervas, raízes e chás sendo servidos em Paris. E o mais interessante é que se no início desta "moda" o consumo era pequeno, com o tempo as pessoas gostaram mais desses coquetéis, os apreciaram e passaram a recomendar aos amigos. Como resultado, o consumo tem sido crescente.

Alguns dos grandes chefs franceses estão adorando criar harmonizações de pratos com vinhos livres de álcool, o que muda completamente o perfil aromático dos pratos e aumenta os meios da refeição se expressar. Na alta gastronomia francesa, uma das cabeças mais estreladas no momento, Anne-Sophie Pic e sua sommelière, Argentina Paz Levinson, são pioneiras no movimento "Sem Álcool". Ela diz que quando estava grávida, era assustador ir ao restaurante e ficar na água a noite toda. Ela queria criar algo excepcional para que todos os clientes que não bebessem álcool pudessem aproveitar sua vida social. Hoje, dela reconhece que todo mundo está começando a provar e aprovar o movimento.

VINHOS MAIS LEVES E FRESCOS - Vinhos de cor escura, com alto teor alcoólico e carvalho pesado, estão fora de moda, enquanto a acidez, vivacidade e frescor estão na moda, afirma Jancis Robinson. Cada vez mais consumidores procuram vinhos frescos e leves, com cores mais claras e naturais, continuou ela. A demanda por sauvignons blancs vigorosos e outros vinhos brancos refrescantes como chardonnays não barricados, bem como tintos de cores mais claras como pinot noir, juntamente com rosé e espumantes tem aumentado.

Essa tendência também é apoiada por dados recentes de pesquisas de mercado da NielsenIQ, nos EUA, mostrando que o sauvignon blanc foi a única variedade de vinho com maior volume e valor de vendas em 2022 e 2023.

Além disto há que considerar as mudanças climáticas que em 2022 e 2023 trouxeram um calor abrasador, níveis de seca recorde, geadas primaveris, tempestades de granizo e incêndios florestais forçando os viticultores a pensarem fora da caixa em termos de práticas vitivinícolas e a considerar novas castas que possam responder melhor a um clima em mudança. Nada melhor com este calorão cada vez mais frequente a adoção de vinhos mais leves e frescos.

SUSTENTABILIDADE – As gerações mais jovens de consumidores de vinho continuam a procurar um melhor tratamento do ambiente e a apoiar os enólogos empenhados em práticas “verdes”. Estes consumidores querem vinhos que correspondam aos seus valores, centrados num futuro sustentável.

A produção de vinho requer recursos naturais, como água e energia. Ao adotar medidas sustentáveis, as vinícolas podem minimizar o consumo desses recursos e reduzir seu impacto ambiental. Isso inclui a gestão responsável da água, o uso de energias renováveis e a minimização do desperdício. A transparência na gestão destes insumos de produção está cada vez mais presente em toda a cadeia.

Jancis Robinson tem feito uma campanha mundial para reduzir o peso das garrafas de vinho e esta também é uma atitude de sustentabilidade. Com a garrafa de vidro respondendo por 50% a 68% da pegada de carbono do vinho, Robinson previu que mais vinícolas reduzirão o peso de suas garrafas de vinho. A alta pegada de carbono é atribuída à produção e transporte da bebida. Garrafas de vidro pesadas também prejudicam a saúde dos funcionários que trabalham em vinícolas e lojas, ao carregarem caixas pesadas, todos os dias. O objetivo do SAQ (Société des Alcools du Québec), no Canadá, é reduzir o peso das garrafas de vidro para 420 gramas”, afirmou Robinson. Hoje, muitas vinícolas usam garrafas de vinho que variam de 700 a 900 gramas.

Quando dizemos que algo é sustentável, nos referimos à qualidade de ser capaz de se manter, sem ajuda externa e sem esgotar os recursos disponíveis, em três dimensões fundamentais: a ambiental, a econômica e a social. Aplicado à viticultura, isto se traduz em melhorias na maneira como o vinho é feito através da implementação de práticas ecológicas de produção e de manejo dos vinhedos, economicamente viáveis e comprometidas com a comunidade. Isto vai desde o manejo do vinhedo, até a gestão de resíduos, dos recursos energéticos e do tipo de embalagem. Um conceito importante é deixar a terra em melhores condições do que está hoje para as gerações futuras.

Por causa das mudanças climáticas, mais regiões vinícolas buscarão variedades de uvas resistentes a doenças para plantar em seus vinhedos. Isso pode incluir variedades que resistem melhor a secas e inundações, bem como novas uvas híbridas que podem se adaptar melhor às mudanças climáticas. Regiões, como Bordeaux, na França, já aprovaram castas mais vigorosas para combater as alterações climáticas: Arinarnoa, Castets, Marselan, Touriga Nacional, Alvarinho e Lillorila. Relacionado a isso está a maior adoção de porta-enxertos de vinhedos resistentes à seca e a doenças pelas vinícolas no futuro.

Além disto, é importante destacar a preocupação que as empresas devem ter, com a transparência em relação aos consumidores que estão cada vez mais alertas para possíveis tentativas de enganá-los. É mais importante as empresas serem claras e transparentes no ponto em que estão no seu caminho para a sustentabilidade, do que “fingirem” estar mais à frente do que estão na realidade.

NOVAS FORMAS DE EMBALAGEM - A sustentabilidade no mundo do vinho vai além das vinhas e adegas, alcançando até mesmo as prateleiras das lojas. A crescente conscientização sobre o impacto ambiental das embalagens levou a uma revolução nas escolhas de embalagens de vinho. Garrafas mais leves, rótulos recicláveis e embalagens inovadoras estão se tornando a norma, refletindo o compromisso da indústria com a redução do desperdício e a preservação dos recursos naturais.

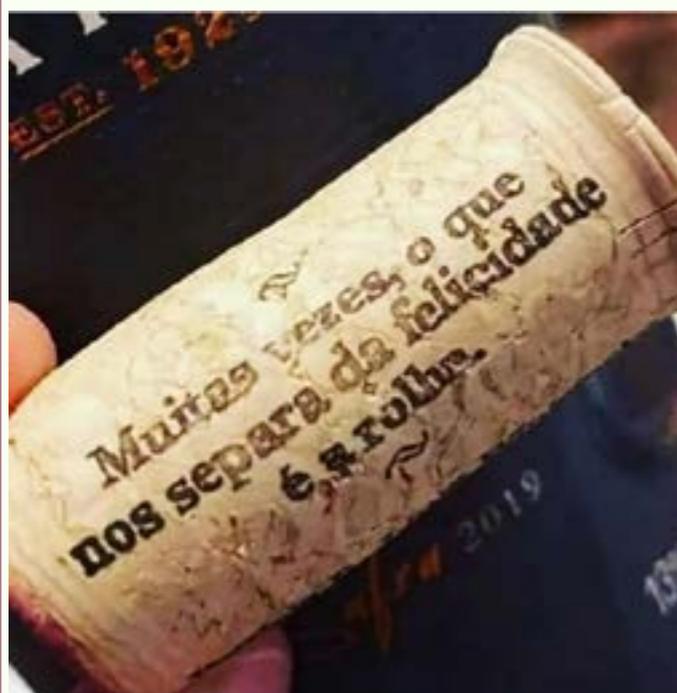
O vinho chegou à categoria das bebidas prontas para consumo. O Portonic, elaborado com o vinho do Porto e envasado em latinhas de alumínio, é um bom exemplo. O coquetel pronto para beber é a aposta de vinícolas, como a portuguesa Taylor's, para o mercado europeu durante o verão, e para outros países em que o clima temperado é uma constante ao longo do ano. O consumidor jovem quer bebidas mais fáceis de beber e neste caso o coquetel já vem pronto. As bebidas prontas para consumo devem representar 8% do mercado de bebidas alcoólicas até 2025. Em 2020, elas tinham 4% do mercado.

Direto da latinha, é impossível sentir seus aromas. Cabe ao vinho fisgar o consumidor apenas pelo seu sabor e sua imagem, de uma bebida refrescante, leve e, não raro, frisante. Servido gelado, traz também a praticidade de consumo, especialmente onde o vinho na garrafa de vidro seria impossível de ser consumido.

Além dos novos formatos, novos materiais, vamos ter também cada vez mais as marcas a querer comunicar com os consumidores através das embalagens, levando-os às Redes Sociais, Sites, ou QR Codes.

MARKETING – Uma das tendências em Marketing será aumentar o interesse do consumidor em variedades de uva únicas, ou desconhecidas e novas regiões vinícolas. Variedades de uvas autóctones e alternativas terão seu momento, uma vez que muitos consumidores, sobretudo os mais jovens, têm interesse em experimentar castas nativas que crescem naturalmente há centenas de anos em países como Portugal, Itália, Grécia, Geórgia, entre outras regiões.

Da mesma forma, há um aumento na atração por novas regiões vinícolas, especificamente denominações menores e vinhedos especiais, o que vai valorizar os vinhos “single vineyards”, buscando entender o clima e a cultura em vinhedos especiais e terroirs em todo o mundo.



Por outro lado, é preciso continuar a procurar comunicar com os vários segmentos de clientes, compreender com quem as marcas querem comunicar, quem corresponde e se envolve, em que canais estão, que ferramentas utilizar e que parceiros envolver.

O Marketing acabará envolvendo uma maior colaboração entre parceiros: seja o produtor; o distribuidor; a importadora; a loja especializada; o restaurante que deverão trabalhar em conjunto, sem esquecer da geração de conteúdo para as redes sociais para que tudo chegue ao público-alvo e consumidor.

MUDANÇAS NOS CONSUMOS DE BARES E RESTAURANTES - O vinho tinto não é mais rei e frutas podem ser adicionadas à bebida. Além do ressurgimento do consumo de vinho branco, especialmente na Europa, há escassez de chardonnay nas regiões vinícolas do Oregon à Nova Zelândia.

Até pouco tempo atrás, o vinho era a bebida do restaurante, escolhida para harmonizar com a gastronomia, enquanto nos bares reinavam os coquetéis e os destilados on the rocks. Entretanto, o vinho vem encontrando nos bares, e não apenas nos wine bars, um espaço propício para expandir os domínios. Os novos pontos de consumo aparecem sem fazer grande alarde, e chama atenção até a quantidade de bares de praia que ofereceram o vinho geladinho, concorrendo com o consumo de cerveja e outras bebidas geladas.

A adição de frutas e outros sabores ao vinho também está começando a entrar na moda, remontando aos velhos tempos dos coquetéis de vinho – muitos dos quais foram inventados na Europa. Esta tendência também é apoiada por dados recentes de pesquisas da NielsenIQ mostrando que os coquetéis de vinho aumentaram suas participações nas vendas.

Sobremesas preparadas com bebidas alcóolicas estão também dentro da tendência para atrair clientes.

POLARIZAÇÃO DOS PREÇOS – As categorias de vendas de vinhos que mais crescem são as premium e de preço mais baixo (vinhos de entrada). Menos consumo para algumas pessoas, significa poder consumir melhor qualidade e a tendência a moderar o consumo.

Apesar da diversidade de rótulos disponíveis no mercado o maior volume está posicionado no preço baixo, seja em vinhos de entrada das vinícolas, onde a margem em cada garrafa é pequena, sendo muitas vezes a opção por fazer promoções de vendas para estimular a baixa de estoques. Entretanto, é importante prestar atenção em promoções em que vendem com desconto vinhos que tiveram o preço aumentado antes da liquidação. Aliás, agora em janeiro começam as promoções de vendas para baixar os estoques e cumprir as metas de vendas que não foram alcançadas no final do ano passado.

Não podemos esquecer do cenário econômico em alguns países e a instabilidade econômica atingindo a classe média que se contrai, o que significa que o consumo provavelmente vai para focar em categorias de vinhos de preço mais baixo.

O aumento do consumo em mercados emergentes como China, Índia, Japão, Brasil, Rússia e Europa Oriental é visto como uma oportunidade para a indústria do vinho até 2025, juntamente com o enoturismo, visitas às adegas e engajamento do consumidor.

COMO OS PREÇOS DE VINHOS DEVEM SE COMPORTAR – A cena de vinhedos franceses iluminados por velas e fogueiras rodaram o mundo no ano de 2022. A imagem simbolizou as geadas fora de época, que reduziram sensivelmente o volume da safra na Europa, principalmente na Borgonha. Poucos meses depois, importadores receberam as novas tabelas de preços, com aumentos de mais de 20%. E não foi só a geada que causou a subida de preços: houve aumento nos custos de produção e transporte desde o final da pandemia.

O valor dos fretes entre Europa e Brasil quintuplicaram nos últimos dois anos, enquanto o aumento da espera para liberação de mercadorias pesou no fluxo de caixa dos importadores. Containers que custavam antes 700 euros hoje não saem por menos de 3 mil euros, e o que antes levava 10 dias para liberar, hoje ultrapassa os 30 dias.

Frente aos aumentos de preços, os consumidores se dividem em três grupos: uma minoria, que não muda seu perfil de consumo; aqueles que reduzem a quantidade de consumo e os que continuam gastando o mesmo valor, mas por um vinho de menor qualidade e mais barato. Não se pode esquecer que uma parte dos consumidores viaja para o exterior e traz seus vinhos na mala, em especial os mais caros nas prateleiras das importadoras.

Frente as mudanças climáticas, a crise econômica mundial, não vejo perspectivas de preços melhores para os consumidores de vinho. Basta lembrar que Bordeaux arrancou 10% do seu vinhedo com o objetivo de manter os preços frente a uma menor produção geral. E para tentar baratear os custos de produção as colheitadeiras mecânicas são responsáveis por mais de 80% de todos os Bordeaux produzidos hoje em dia. Uma verdadeira adaptação aos “tempos modernos”.



BOOM DO ENOTURISMO - o enoturismo emerge como a tendência mais observada pelo trade no mercado vinícola brasileiro. Sete em cada dez profissionais do setor

apontam que as visitas a regiões vinícolas e as experiências associadas possuem alto impacto nos seus negócios.

As atividades associadas, como degustações, workshops e eventos temáticos, reforçam o engajamento do público e proporcionam uma conexão mais profunda com o universo do vinho. Em um cenário onde a experiência do consumidor é cada vez mais valorizada, o enoturismo demonstra ser uma ferramenta poderosa para a indústria vinícola seja nacional ou estrangeira.

AQUISIÇÕES DE VINÍCOLAS MENORES POR GRUPOS MAIORES - Fusões e aquisições já vem acontecendo há algum tempo, e pelo visto o movimento neste sentido vai continuar a crescer, com empresas do setor se fundindo ou sendo adquiridas. O mercado de vinho atrai a criação de novas importadoras e distribuidoras, o que deve aumentar a concorrência em geral, que pode ser positiva para o consumidor.

Com o Ano Novo que se inicia, nada melhor que desejar que as tendências tragam pontos positivos para quem gosta de vinho!!! Saúde!!! Aproveite para comentar se gostou ou não!!! (Este artigo está baseado em material disponível na internet, e minhas considerações em relação as pesquisas).

OS ARTIGOS A SEGUIR SÃO REPRODUÇÕES DAS MATÉRIAS E ARQUIVOS VEICULADOS NOS PRINCIPAIS JORNAIS BRASILEIROS, QUE TRATAM DO TEMA, SENDO CITADOS SEM NENHUM VALOR DE JUÍZO, CORREÇÕES, INSERÇÕES OU CENSURA, PROCURANDO DIVULGAR A CULTURA DO VINHO ENTRE AS PESSOAS QUE RECEBEM O VINOTÍCIAS

“PODEM AS MÁQUINAS DEGUSTAR VINHO?” - JANCIS ROBINSON

SITE PRÓPRIO JR – 30/12/2023

A IA é a palavra da moda de hoje, ou pelo menos a expressão do momento. Até que ponto isso afetará nosso mundo do vinho?

Eu posso ter me qualificado como mestre do vinho e estou imersa em vinho profissionalmente desde o final de 1975, mas nunca me modelaria como uma especialista em vinhos. Mesmo antes de 2016, quando Michael Gove, um porta-voz do governo do Reino Unido, declarou que “as pessoas deste país já tiveram especialistas suficientes”, os britânicos já suspeitavam de especialização.

A suspeita se vira com muita facilidade para o ridículo encantado quando essa experiência envolve algo como arte ou vinho que não é amplamente compreendido ou visto como elitista. ‘Os revendedores vasos falsos da Dinastia Ming ou ‘Cava barato confundidos com champanhe’ são o tipo de manchetes garantidas para agradar.

Mas há um novo tipo de manchete (geralmente confundindo estatísticas computacionais com o que é tão pouco chamado de inteligência artificial) sugerindo que as máquinas poderão replicar seres humanos em todos os empreendimentos. Deixando de lado a ameaça de Chatgpt para aqueles de nós que escrevem para viver, sinto-me comovida para defender os profissionais de vinhos em geral e a necessidade de manter o toque pessoal em grande parte do que fazemos.

A tecnologia da informação tem aplicações óbvias no crescimento da videira, desde ajudar a selecionar locais adequados de vinhedos, monitorar o crescimento da videira e a quantidade de água necessária, alerta precoce de ameaças de pragas e doenças, prevendo níveis de culturas, bem como a provável qualidade e composição das uvas. Máquinas de vinha robótica e já inteligentes foram desenvolvidas capazes de executar todos os tipos de tarefas que poucas pessoas estão dispostas a fazer, incluindo a colheita de uvas e a coleta e a análise de informações.

.....
A vinificação em muitas vinícolas hoje envolve a definição de um computador para controlar os ciclos de prensa, temperaturas de fermentação e muito mais, mas - aqui vem a parte crucial. Todos, exceto os produtores industriais, insistiriam que qualquer decisão sobre o vinho final deve ser baseada no paladar de um enólogo, o que significa que o equipamento de degustação na boca e o nariz mais importante que é muito mais sensível do que o que está em nossas bocas. (Os cientistas insistem que também temos receptores de sabor na garganta, para que nós provadores de vinhos que cuspiram religiosamente nossas amostras de degustação presumivelmente registram uma imagem incompleta.)

Houve muitas tentativas de construir um nariz artificial e eles confiam na inteligência artificial, em vez de apenas na coleta e no armazenamento de informações. Eles geralmente envolvem a construção de um conjunto de aromas de referência e treinamento do nariz artificial para identificá-los; portanto, quanto mais aromas que podem ser incluídos, mais útil será a máquina. Mas os seres humanos, tenho o prazer de relatar, são capazes de detectar até um trilhão de aromas, muitos deles extremamente sutis. Certamente seria difícil programar um nariz artificial com todos eles e a capacidade de interpretar todas as combinações deles (além do fato de que os vinhos evoluem com o tempo, o que adiciona mais uma camada de complicação).

.....
Demorou quase 50 anos de programação para levar meu paladar para onde está para que eu possa fazer tudo isso sem fazer um esforço consciente. Por favor, não me diga que levaria apenas algumas horas para construir uma máquina que poderia fazer o que eu faço. O popular aplicativo Vivino, que analisa as notas de degustação de seus 60 milhões de usuários, apresenta apenas 20 sabores, por exemplo.

E quão monótono seria se houvesse apenas uma maneira de provar o vinho. Precisamos de nossos gostos, sensibilidades e preferências individuais para adicionar cor à paisagem do vinho. Imagine um mundo em que havia apenas uma maneira de avaliar um vinho, filme, livro ou qualquer obra de arte. Nós, consumidores, presumivelmente seríamos caracterizados e haveria apenas um produto para cada segmento de mercado. Não, obrigado.

.....
Portanto, embora os degustadores de uvas já tenham sido substituídos por máquinas (os coletores mecânicos são responsáveis por mais de 80% de todos os Bordeaux), parece-me que os humanos ainda são necessários para avaliar o vinho..... Leia a reportagem completa em: <https://www.jancisrobinson.com/articles/can-machines-taste-wine>

15 A 24. JUN. 2024 – VINO GOURMET PERU - VIAGEM COM EXPERIÊNCIA CULTURAL E ENOGASTRONÔMICA

Conhecido por sua cena culinária ricamente variada, o Peru agora está procurando um lugar ao sol no mundo dos vinhos. Na realidade, ele é o país mais antigo produtor de vinho da América do Sul.

O país pode ser o próximo grande produtor de vinho, isto porque, tem a mesma altitude e influência oceânica de seu vizinho, o Chile. Além disso, não sofre com geadas e ainda se beneficia com as correntes de ar em direção aos vinhedos, proporcionando assim um equilíbrio perfeito entre temperatura e umidade.

Quando falamos do Peru, logo nos vem à cabeça a imagem de Machu Picchu e ceviche – prato peruano que tem como ingrediente peixe cru marinado em suco de limão ou outra bebida cítrica. Dificilmente, o país nos remeterá a um cenário vinícola ou fará lembrar uma taça de vinho, mas o fato é que o Peru quer estar na rota de vinho, e mais do que isso, o país tem a pretensão de ser um dos grandes produtores de vinhos do mundo.

Sua produção de vinho e cultivo das uvas são feitas, principalmente, nas regiões de Ica, Lima, Moquegua, Arequipa, Ancash e La Libertad, sendo que a maior produção ocorre em Ica. O país possui como característica o equilíbrio essencial entre a umidade e contrastes diários da temperatura, que oferecem condições ideais de crescimento da videira.

Apesar de seus vinhos ainda não estarem entre os mais conhecidos, as vinícolas estão apostando em tecnologia para que, num futuro próximo, possam concorrer diretamente com os outros países da América do Sul. As principais uvas cultivadas são as Tannat, Petit Verdot, Malbec, Cabernet Sauvignon, Sauvignon Blanc, Sémillon e Albillo. O Pisco Sour, a “caipirinha peruana,” é um destilado de vinho fresco e fermentado do mosto da uva.

Já a gastronomia peruana é fantástica! Não é toa que muitos consideram Lima a capital gastronômica da América Latina. A culinária do país vai muito além do famoso ceviche, possuindo diversos pratos típicos bem peculiares e diferentes de tudo, utilizando ingredientes que só são encontrados localmente, como carne de alpaca, além das pimentas e temperos para os mais variados gostos.

Mantendo suas raízes, mas em contínua evolução, a cozinha peruana vive um momento de reconhecimento. O Peru é hoje a casa de grandes cozinheiros e chefs mundiais. No mundo inteiro as pessoas estão conhecendo sua cultura e apreciando seus pratos. O prato que abriu as portas do Peru para o mundo talvez seja o ceviche.

A cozinha Peruana é muito rica e variada, com sabores marcantes. Tem, por um lado, a cozinha da costa do Pacífico, por outro lado a cozinha das montanhas, e por outro a cozinha da selva amazônica. Os sabores mais marcantes se encontram na diversidade de peixes e frutos do mar, assim como na grande variedade de legumes e frutas, sem esquecer das batatas e dos milhos. Entre os principais ingredientes podemos distinguir os ajies, aji mirasol, aji panka, aji limo, o aji amarillo e o rocoto, aguaymanto, quinoa, chirimoya, achiote, maiz mote, yuca, olluco, camote, papa amarilla, huayro, perricholi, huamantanga, maiz morado, huacatay, entre outros. Todos estes ingredientes são muito utilizados

na cozinha peruana, depende muito da região onde se está cozinhando.

O Peru foi a sede do grande Império Inca, que se expandiu por quase toda América Latina. Os incas criaram um sistema de agricultura muito engenhoso, formavam terraços para cultivar sobre os terrenos dos Andes, ajudados por um sistema de irrigação de água. Nesta época, o ingrediente fundamental era a batata, e dela, os incas fizeram o famoso prato elaborado com restos de batata desidratada e reidratada, conhecido como carapulca.

Em seguida veio a colonização dos espanhóis, que também já traziam 800 anos de colonização árabe. Nessa época se desenvolveu o que hoje é conhecida como a comida criolla, da qual podemos destacar o prato ocupa



(amendoim processado, aji, leite e queijo), característico da cidade de Arequipa ao sul do Peru.

Depois chegaram os chineses pelo Pacífico no século XIX e XX e desenvolveram a tão famosa cozinha chifa. Entre seus pratos podemos destacar o lomo saltado (file mignon, tomate, cebola roxa, molho shoyu e batata frita servido com arroz).

Em 1899 chegaram os primeiros japoneses ao Peru e foi bem ali que a aclamada cozinha nikkei começou. Os japoneses deram um aporte muito importante à cozinha peruana, especialmente em relação aos peixes. Entre os pratos podemos destacar o tiradito, uma espécie de sashimi acompanhado por um molho apimentado.

Pelo que você já leu, este será um Roteiro imperdível! ♦ O Roteiro está em fase de conclusão e inclui: ● visitas a vinícolas com degustação de entre vinhos. ● almoços em vinícolas e restaurantes reconhecidos ● completa apostila com informações do destino, regiões e produtores vitivinícolas visitados. ● **Em breve daremos mais Informações e abriremos as Reservas: Na Zenithe Travelclub.** Consultoria e Operadora de Viagens Culturais e de Conhecimento. Belo Horizonte. Contatos: GERMÁN ALARCÓN-MARTÍN; WhatsApp: [31\) 99834-2261](https://wa.me/5499999999999) ou e-mail para contatos: german@zenithe.tur.br

NOTÍCIAS ENOGASTRONOMICAS E DICAS

NO REINO UNIDO VOCÊ PODERÁ COMPRAR CANECAS DE VINHO EM BREVE

O governo britânico anunciou na quarta-feira que desistiu de um retorno ao sistema de medidas imperiais (onça, polegar etc.), cujo ex-ministro do Primeiro Boris Johnson havia feito um símbolo dos benefícios do Brexit, por autorizar a venda de canecas de vinho de 2024.

As quantidades de produtos vendidas no país devem sempre ser exibidas em embalagens prioritárias em quilo ou em litros, ou seja, de acordo com o sistema métrico, decidiu o Ministério do Comércio em plena trégua para este conflito. As quantidades em onça, polegar podem aparecer, mas de uma maneira menos visível.

Após a libertação da União Europeia, cujas regras impõem o sistema métrico em todos os Estados-Membros, o governo conservador, liderado por Boris Johnson, indicou que queria mudar a lei britânica para honrar as unidades imperiais e incorporar a liberdade de usar o sistema de medidas do Reino Unido.

Mas após uma vasta consulta realizada em 2022, quase 99% dos entrevistados disseram que queriam manter a prioridade concedida ao sistema métrico. "Mesmo que o governo não mude a lei, uma nova diretiva será publicada para promover a conscientização das liberdades atuais que possibilitam exibir as unidades imperiais em torno de seus equivalentes métricos mais visíveis", disse o governo em comunicado à imprensa.

Ele também anunciou que estava em andamento uma "revisão mais ampla" das regras de metrologia, de acordo com o compromisso do governo de identificar oportunidades de reforma oferecidas pelo Brexit. Como primeiro passo, será possível de 2024 comprar em bares, restaurantes ou supermercados, um "litro" de vinho ou vinho espumante (ou seja, 568 ml) ou vinho contendo 200 ml.

O ex-ministro do Primeiro Winston Churchill foi considerado um amante de "litro" de champanhe Pol Roger, considerando uma meia garrafa insuficientes para uma pessoa no jantar.

Após o Brexit e o final do período de transição no final de 2020, o Reino Unido manteve milhares de textos regulatórios europeus, mas o governo conservador atacou as disposições que considera contrárias aos interesses britânicos.

Em meados de 2023, mais de 1.000 leis da UE foram abolidas ou modificadas, de acordo com o Ministério do Comércio de Kemi Badenoch, mas diante dos "riscos" legais, os conservadores revisaram suas ambições no curto prazo... Leia mais em: <https://www.larvf.com/royaume-uni-vous-pourrez-bientot-y-acheter-des-pintes-de-vin,4845022.asp> (Fonte – Revue du Vin de France - 12/2023).

CAMPARI PRETENDE COMPRAR O COGNAC COURVOISIER

O Grupo Italiano de Drinking Campari anunciou que iniciou negociações exclusivas com o grupo de destilados americano Beam Suntory, a fim de adquirir 100% da capital da Beam Holding France, que detém a marca Cognac Premium Courvoisier.

O valor corporativo é de US \$ 1,32 bilhão, composto por um preço fixo de 1,2 bilhão e um complemento máximo de 0,12 bilhão a pagar em 2029, de acordo com a realização de metas de vendas no curso de 2028, disse Campari em comunicado à imprensa.

Essa transação, "a mais importante da história do Campari", "permitirá expansão significativa nos Estados Unidos" e contribuirá para o aumento das capacidades de produção e tráfego na França, estima o grupo.

"Estamos muito satisfeitos em adquirir uma das quatro primeiras casas históricas de Cognac, Courvoisier, que tem um potencial significativo", comentou o CEO do grupo italiano Bob Kunze-Concewitz, que deixará seu cargo em abril de 2024. Fundado em 1828 por Félix Courvoisier em Jarnac, em Charente, a Maison Courvoisier marcou a história como um fornecedor oficial do imperador Napoleão III... Leia mais em: <https://www.larvf.com/campari-compte-s-offrir-le-cognac-courvoisier,4844670.asp> (Fonte – Revue du Vin de France - 18/12/2023).