



OS DESAFIOS DA INDUSTRIA DO VINHO EM 2026
POR MÁRCIO OLIVEIRA

NESSA EDIÇÃO



05

OS DESAFIOS DA INDUSTRIA DO VINHO EM 2026 - POR MÁRCIO OLIVEIRA



09

**"OS PLANOS DE 2026 PARA O VINHO" -
POR SUZANA BARELLI**



09

**"DECANTAÇÃO DE ESPUMANTE: A
PRÁTICA QUE DIVIDE OPINIÕES E PODE
SURPREENDER" - MARCELO COPELLO**

03 VINHO DA SEMANA

05 ARTIGO

09 SELEÇÃO DE ARTIGOS

11 VIAGEM

12 VINHO E CULTURA: DICA

POR MÁRCIO OLIVEIRA

Alguns leitores do VINOTÍCIAS solicitaram que eu sugerisse um vinho por semana, anotando notas de degustação e onde comprar:

- 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.
- Em 2023 provamos 1.511 vinhos diferentes, sendo 122 deles com screw cap. Dos vinhos com rolhas, 2 estavam bouchonnée. Abrimos uma garrafa de Vinho do Porto a fogo. Fizemos sugestão de 130 rótulos como Vinho da Semana.
- Em 2024 provamos 960 vinhos diferentes, sendo 144 deles com screw cap. Dos vinhos com rolhas, 1 estava bouchonnée. Abrimos uma garrafa de Vinho do Porto a fogo. Fizemos sugestão de 78 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\$ 100 - \$
- Entre R\$ 100 e R\$ 250 - \$\$
- Entre R\$ 250 e R\$ 500 - \$\$\$
- Entre R\$ 500 e R\$ 1000 -\$\$\$\$
- Entre R\$ 1.000 e R\$ 2.500 -\$\$\$\$\$
- Acima de R\$ 2.500 - Estelar

SABINA SYRAH 2024 SELEÇÃO DE PARCELAS – VINHEDO SÃO MIGUEL – TERROIR SERRA DA CANASTRA – SACRAMENTOS VINIFER – MINAS GERAIS – BRASIL

Projeto de Jorge Donadelli e de sua família, eleita Vinícola do Ano 2025 pelo Guia Descorchados. Apaixonados por vinho sonhavam há anos, em poder ter seu próprio vinho elaborado no Brasil.

A Sacramento Vinifer, possui cerca de 2 hectares de vinhedo localizado na Serra da Canastra, Minas Gerais. Suas vinhas estão plantadas a 1100 metros de altitude e conta com manejo de poda invertida, condução de vinhedo criado no Brasil e que vem despontando como uma ótima alternativa para as altas temperaturas da região.

Da propriedade em Sacramento, as uvas passam por uma logística curiosa, em que são transportadas em caminhões refrigerados por dois dias até Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, com todos os cuidados para manutenção de suas características e frescor. Em parceria com Alejandro Cardozo, eleito enólogo do ano pelo Guia Descorchados em 2022, a vinificação ocorre dentro da EBV, empresa de Alejandro.

No caso deste vinho, depois que as uvas foram transportadas em caminhão refrigerado até Caxias do Sul, foram realizadas três vinificações distintas. A uva selecionada após a colheita, teve vinificação realizada com 60% de cachos inteiros em tanque aberto com pigeage e após a fermentação o vinho foi levado a clyvers* de cerâmica italianos, onde permaneceu por 3 meses até ser filtrado e engarrafado.

* O termo "Clyver" refere-se a um tipo específico de tanque ou cuba de cerâmica usado na indústria vinícola para a fermentação e envelhecimento de vinhos. Feitos de grés, que é um tipo de cerâmica densa e impermeável a líquidos, semelhante ao granito natural, o que minimiza a evaporação do vinho. Têm geralmente um formato redondo que ajuda no processo de vinificação. Permitem troca gasosa limitada, já que a estrutura microporosa do material cerâmico permite uma troca muito controlada de gases com o exterior, o que é benéfico para o desenvolvimento do vinho. São uma inovação em vinificação, oferecendo uma opção diferente dos lagares de concreto, ânforas, cubas de inox ou barricas de carvalho tradicionais.

O portfólio de rótulos premiados da vinícola vem crescendo com vinhos criados a partir de uvas do vinhedo na Serra da Canastra e de uvas produzidas na Serra Gaúcha.

Composição de Uvas: 100% Syrah. Passa 3 meses em Clyvers de cerâmica

Notas de Degustação: De coloração levemente rubi, o vinho é leve e fresco, com a acidez vibrante e equilibrada que caracteriza a safra, além de aromas doces de frutas vermelhas e pretas e um toque terroso sedutor que remete ao solo da floresta. A passagem pelas barricas resultou em um leve toque de especiarias que se harmoniza perfeitamente com a fruta.

Estimativa de Guarda: Muito bom hoje e ainda por mais 5 anos.

Notas de Harmonização: Ideal para harmonizar com carnes vermelhas grelhadas e assadas, churrasco, cordeiro, pratos com cogumelos, massas com ragu de carne, embutidos e queijos duros. Acompanhou muito bem um joelho de porco defumado!

Reconhecimentos: Eleito como Melhor Tinto do Sudeste e do Brasil em 2025 pelo Descorchados.

Serviço: servir entre 15 e 16° C. (Sirva em taça Grande modelo Bordeaux para se beneficiar dos aromas de ótima complexidade deste vinho).

Valor: \$\$\$

Em BH – WORLD WINE – Loja Pátio Savassi – Av. do Contorno, 6061 - Piso L2 - Loja 221/222 - São Pedro - Tel. 31 3889-9405/9407.



OS DESAFIOS DA INDUSTRIA DO VINHO EM 2026

POR MÁRCIO OLIVEIRA

É comum no início de cada ano escrevermos sobre as tendências do Mercado de Vinhos no mundo e no Brasil. Neste 2026 começo escrevendo sobre os desafios para esta indústria.

As vinícolas do mundo todo estão passando por um período de grandes transformações. O setor enfrenta a queda no consumo de vinho, o desequilíbrio entre oferta e demanda e a mudança nos valores dos consumidores. Os modelos de negócios tradicionais já não são suficientes para garantir o crescimento ou mesmo a sobrevivência. As vinícolas estão sendo forçadas a repensar suas estratégias comerciais, focando na construção de portfólios de produtos e estruturas de preços que refletem as novas realidades do mercado.

Outro fator que chama a nossa atenção são as mudanças climáticas, a falta de mão de obra para a condução do vinhedo e colheita das uvas na época da vindima, as mudanças nos hábitos de consumo (busca por bem-estar e moderação como por exemplo a busca por vinhos sem álcool, janeiro zero álcool), bem como a busca pelo equilíbrio entre a relação custo de produção e preço de venda. Há ainda a questão da tributação e regulação do mercado do vinho, especialmente no Brasil, em relação ao contrabando e descaminhos da bebida de Baco.

Entretanto, se o setor vinícola vive uma crise frente a tantos desafios, ele pode estar caminhando para uma "fase de recuperação", apesar dos inúmeros desafios que a indústria enfrenta, de acordo com um estudo apresentado em março de 2025 em Milão.

O estudo, intitulado "Resiliência e Preparação para o Próximo Ciclo Global de Consumo de Vinho", foi elaborado por Jean-Marie Cardebat, professor de economia da Universidade de Bordeaux, e Davide Gaeta, professor e palestrante sobre negócios de vinho e mercados agroalimentares da Universidade de Verona. Cardebat sugeriu que a natureza cíclica das tendências econômicas significa que o setor vinícola não precisará esperar muito tempo para que as coisas melhorem: "Se a inflação for mantida sob controle, 2026 poderá marcar o ponto de virada, com o início de uma fase de recuperação em 2027 para um novo crescimento sustentado do setor vinícola". "Mas uma recuperação que não será simplesmente uma repetição do passado", continuou Cardebat. "A sociologia do consumo mudou, e o próximo ciclo apresentará novas tendências e consumidores."

Entre as tendências apontadas por Cardebat, que também é presidente da Associação Europeia de Economistas do Vinho, estavam a premiumização, o enoturismo e os mercados globais emergentes.

Além dessas oportunidades, o estudo também citou alguns dos atributos que podem tornar um negócio de vinhos resiliente, conforme listado por Gaeta: "Um modelo organizacional estruturado e uma governança sólida que permitam o crescimento e a inovação contínua; gestão transparente da informação; e estratégias direcionadas para a aquisição e diversificação do portfólio de produtos."

"Outro elemento crucial", continuou Gaeta, "é a capacidade de adaptação às mudanças na demanda por meio de uma abordagem flexível, tanto na seleção das uvas quanto na amplitude da gama de produtos. A segmentação da distribuição e uma presença criteriosa e diversificada nos mercados internacionais também permitem que a empresa mitigue riscos e aproveite oportunidades de desenvolvimento."

IMPACTOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS - O impacto climático continua sendo uma das forças mais significativas. Condições climáticas extremas, estresse hídrico e colheitas imprevisíveis estão influenciando tanto a oferta quanto o estilo dos vinhos. Os produtores estão se adaptando por meio do manejo dos vinhedos, variedades alternativas e estratégias de plantio e condução dos vinhedos para manter a consistência da qualidade de seus vinhos.

A inconstância climática crescente afeta diretamente a produção de uvas, alterando safras, a qualidade das frutas (como o aumento na concentração de açúcar, que muda o perfil do vinho) e, em alguns casos, inviabilizando o cultivo em regiões tradicionais. A adaptação a essas variações é crucial para a indústria do vinho. As vinhas, que são sensíveis como poucos organismos agrícolas, sofrem com o aumento das temperaturas. Geadas tardias, incêndios e secas tornaram-se parte da rotina em Bordeaux, Califórnia e mesmo Mendoza.

A falta de água em algumas regiões é outra ameaça. A irrigação, antes um tabu, tornou-se necessária em várias denominações. Entretanto, a água é um recurso escasso, e o setor enfrenta pressões para reduzir o consumo e adotar práticas sustentáveis. Em termos econômicos, a falta de mão de obra para as colheitas tornou-se um problema estrutural, especialmente em países onde o trabalho rural é desvalorizado. A mecanização das colheitas pode ajudar, mas não substitui o toque humano, especialmente para vinhos de qualidade mais requintada. No mercado, os custos de produção dispararam: energia, garrafas, rolhas, transporte, tudo está mais caro.

A concentração de poder nos grandes grupos sufoca pequenos produtores, que dependem de consumidores atentos à autenticidade.

O aquecimento global ajudou no aparecimento de novas regiões vinícolas como a região sudeste da Inglaterra, onde vicejam os vinhedos que Pinot Noir e Chardonnay,

dando origem a ótimos espumantes, vivos chardonnays e pinots noir que chamam a atenção pela elegância. O Instituto Oficial de Meteorologia do Reino Unido prevê que 2026 estará entre os quatro anos mais quentes já registrados, o que significa mais inundações, tempestades, ondas de calor, secas e incêndios florestais em regiões históricas, levando os produtores de vinho a plantar mais vinhas em climas mais frios, como na Suécia e Dinamarca quando falamos em Europa, ou na Patagonia chilena e argentina quando falamos de América do Sul, para buscarem manter o estilo mais leve de alguns vinhos, ou de vinhedos com uvas típicas de clima mais frios.

Por conta das mudanças climáticas, a uva Chardonnay Rosa (ou Pink Chardonnay) que é uma mutação natural da clássica Chardonnay branca, com pele rosada, mas polpa clara, permitindo criar vinhos brancos ou rosés delicados e com bom frescor, sendo recentemente aprovada na AOC Champagne, destacando-se por sua resistência a doenças e adaptação climática, prometendo maior versatilidade e resiliência aos vinhedos.

Nesta mesma linha, Bordeaux autorizou recentemente a utilização de novas castas para combater os efeitos das mudanças climáticas, além de testar outras variedades promissoras. A legislação permite o uso experimental destas uvas, mas com restrições específicas para preservar a tipicidade dos vinhos da região. As variedades autorizadas pelo Instituto Nacional das Origens e da Qualidade (INAO) para as denominações AOC Bordeaux e Bordeaux Supérieur incluem: Tintas: Arinarnoa (cruzamento de Cabernet Sauvignon e Tannat), Castets, Marselan (cruzamento de Cabernet Sauvignon e Grenache Noir), Touriga Nacional (uva portuguesa, considerada uma das mais finas) e nas Brancas: Alvarinho (uva portuguesa, conhecida como Albariño na Espanha), Litorila (cruzamento de Baroque e Sauvignon Blanc) e Camaralet. Além destas, outras variedades estão sendo testadas, como Fer Servadou, Duras, Manseng Noir e Vinhão, que mostraram perfis sensoriais semelhantes aos das uvas tradicionais em estudos iniciais.

CRESCIMENTO DO CONSUMO DE VINHOS BRANCOS, ESPUMANTES E ROSÉS - Há outra coisa que chama a atenção pelo aumento das temperaturas anuais: o consumo de vinhos brancos, espumantes e rosés e mesmo de vinhos tintos mais leves tem crescido. Nos últimos cinco anos, "espumante" em uma carta de vinhos significava duas coisas: "Champagne" para ocasiões especiais e "Prosecco" ou "Cava" para o resto. Agora isso acabou, porque as pessoas já entenderam que há outras opções, inclusive em espumantes nacionais de ótima qualidade e preços mais acessíveis.

Estima-se a ascensão do Cava premium e do Lambrusco seco. Os consumidores (especialmente a Geração Z) adoram espumantes e agora estão adotando-os como um vinho para todo dia, perfeito para acompanhar refeições, e não apenas como aperitivo. Nos Cavas procure pelas denominações "Reserva" ou "Gran Reserva", que são envelhecidas por mais tempo e oferecem uma complexidade que rivaliza com o Champagne não safrado, e são mais acessíveis em valor. O Lambrusco seco não é o vinho doce e espumante que muitas vezes nossos pais bebiam. A tendência é para os estilos seco (Secco) e meio-seco (Semisecco), que são fantásticos com charcutaria, pizza e massas encorpadas.

A realidade do que está acontecendo é a combinação perfeita de valor e versatilidade. Esses vinhos, incluídos os espumantes nacionais são mais acessíveis que o Champagne, e oferecem mais complexidade que o Prosecco básico, tornando-os uma opção ideal para o consumo de uma ou mais garrafas.

No final deste ano recebi várias consultas sobre Chablis para serem consumidos na Noite da Ceia de Natal e na Virada do Ano. E se o Chablis estava fora da possibilidade do bolso, não faltaram opções de rótulos de Chardonnay da Argentina, Brasil e Chile para suprirem nossas taças de vinho, além de excelentes opções em Alvarinhos, Pinot Grigio, Sauvignon Blanc ou Semillon entre outras uvas.

A tendência do rosé atingiu a maturidade. Já não é mais uma bebida sazonal; é uma categoria para o ano todo, presente em menus sofisticados, por conta da versatilidade deste estilo de vinho. A tendência para 2026 é a evolução de seu consumo e tudo faz crer que isto irá acontecer por dois motivos: além dos vinhos "leves e pálidos" (no estilo dos Rosés de Provence), os consumidores estão adotando rosés mais encorpados, estruturados e até mesmo envelhecidos em carvalho (como o Tavel), que harmonizam bem com pratos principais.

Por que isto está acontecendo: Este é o novo meio-termo versátil. É uma categoria que preenche a lacuna entre o branco e o tinto, conquistando tanto o apreciador de rosé que busca "algo a mais" quanto o apreciador de vinho tinto que deseja algo refrescante. É a solução ideal para quem aprecia vinho em taça.

Outra novidade é o crescimento do consumo de tintos para serem servidos refrescados, ou mesmo gelados. Esta é a próxima grande novidade: tintos leves e com alta acidez, como Gamay (Beaujolais), Frappato (Sicília) e Zweigelt (Áustria), estão sendo servidos ligeiramente gelados.

BUSCA POR VINHOS DE REGIÕES TRADICIONAIS COM PREÇOS MAIS ACESSÍVEIS, SEM PERDER DE VISTA A QUALIDADE – Como regiões clássicas como Bordeaux, Borgonha, Toscana, Piemonte, Ribera del Duero, Rioja e Napa Valley tornaram-se artigos de luxo, onde encontrar os seus vinhos ideais para beber? A resposta para 2026 é clara, em Portugal e outras regiões fora do radar na Espanha e Itália, quando se fala em vinhos europeus.

Há uma grande previsão de crescimento do consumo dos Vinhos Tintos Portugueses, porque são vinhos de alta qualidade e com excelente custo-benefício, provenientes seja do Douro, Dão, Bairrada, Alentejo, entre outras. Embora para as altas temperaturas o Vinho Verde seja o líder consolidado para consumo, a tendência está migrando para as suas incríveis castas tintas autóctones (Touriga Nacional, Castelão) de regiões como o Dão e Lisboa. Isto faz parte de uma tendência mais ampla de "castas tradicionais" que também inclui o Grüner Veltliner austríaco e o Chenin Blanc sul-africano.

Portugal oferece a combinação perfeita para quem procura por vinhos, por que há uma descoberta de novidades para os consumidores, uma vez que o país conta

com mais de 250 castas autóctones. O estilo dos vinhos baseado numa vinificação moderna refinou a qualidade dos produtos, tornando-os perfeitos para o paladar atual. Além disto, os vinhos portugueses oferecem uma qualidade muito superior ao preço cobrado, de forma geral.

BUSCA POR VINHOS SEM ÁLCOOL - Uma das oportunidades de crescimento no mercado de vinhos mais significativas está na categoria de bebidas sem álcool ou com baixo teor alcoólico (NoLo). Antes consideradas um nicho, as bebidas NoLo agora são essenciais para as vinícolas que buscam se manter relevantes, especialmente entre os Millennials e a Geração Z.

Pesquisas de mercado mostram que o mercado global de vinhos e cervejas sem álcool deve atingir US\$ 35,7 bilhões até 2026, crescendo a uma taxa anual de 7,5%. Nos Estados Unidos, prevê-se que o mercado de vinhos sem álcool (NoLo) cresça 6% ao ano, atingindo mais de US\$ 1,5 bilhão até 2030. O segmento de crescimento mais rápido é o de vinhos tranquilos com baixo teor alcoólico, enquanto o vinho espumante sem álcool lidera em volume.

A desalcoolização do vinho agora é legalmente regulamentada na Itália. Isso significa que sua produção está liberada. Os Ministros da Agricultura e das Finanças assinaram um decreto que estabelece o marco legal para impostos especiais de consumo, licenças e distribuição de vinhos total ou parcialmente desalcoolizados ("vinhos NoLo"). O decreto também regulamenta a homologação, o armazenamento, as obrigações administrativas e as normas de transporte. O acordo foi resultado de uma longa disputa. A Itália se recusava a adotar a regulamentação da UE em vigor desde 2021, que permite que vinhos desalcoolizados ostentem a denominação "vinho". Os produtores locais, por sua vez, enfatizam a necessidade de proteger a identidade do vinho italiano, incluindo as denominações de origem. É preciso distinguir entre vinho e produtos obtidos pela remoção do álcool para evitar ambiguidades e confundir os consumidores.

Essa tendência NoLo não é apenas uma resposta à queda no consumo de álcool, mas também uma oportunidade de expansão para novas ocasiões em que o vinho tradicional não estava presente - como almoços de negócios ou eventos de bem-estar. Os avanços na tecnologia de desalcoolização, como as colunas de cones rotativos e a osmose reversa avançada, melhoraram significativamente a qualidade do produto. Vinhos elaborados com esses métodos ganharam prêmios em competições internacionais, comprovando que a qualidade premium é possível.

Jovens preocupados com saúde e sustentabilidade tendem a consumir com mais consciência e menos frequência. Há movimentos na Europa cada vez maiores como o Janeiro Zero-Álcool, quando não se consome mais bebida alguma, exceto as que tenham "zero grau alcoólico. Desta forma para atender este público jovem, preocupado com saúde, surgem rótulos naturais, orgânicos, biodinâmicos, veganos ou de baixo teor alcoólico. Há produtores que enxergam nestes vinhos um modismo; outros, a salvação. O certo é que o futuro do vinho passará por sustentabilidade, rastreabilidade e inclusão.

Para as vinícolas, entrar no mercado de vinhos sem álcool exige mais do que apenas adicionar um novo rótulo. Requer investimento em tecnologia e marketing que destaque o sabor, os benefícios para o bem-estar e o papel do produto como uma alternativa sofisticada para adultos. O foco deve ser a criação de uma linha de produtos premium, em vez de uma simples extensão das marcas existentes.

BEBER MENOS, MAS MELHOR - Ao mesmo tempo, as vinícolas precisam realinhar seus principais portfólios de vinhos alcoólicos para garantir a lucratividade. O excedente global de vinhos tintos continua a pressionar os preços e as margens de lucro, especialmente em regiões como Austrália, Bordeaux, Borgonha, Califórnia e Argentina. Enquanto isso, as safras ruins levaram à escassez de vinhos brancos - uma situação que provavelmente persistirá devido ao tempo necessário para os ajustes nos vinhedos. Vinícolas com produção de uvas brancas ou acesso a novas fontes estão bem-posicionadas para atender a essa demanda e fortalecer o relacionamento com os distribuidores.

A premiumização continua sendo crucial, já que os consumidores preferem cada vez mais "beber menos, mas melhor". O crescimento se concentra nos segmentos de preço premium, impulsionado por consumidores mais jovens que valorizam a autenticidade e as histórias únicas por trás dos vinhos - especialmente aqueles feitos com variedades de uvas tradicionais ou autóctones. Engarrafamentos de produção limitada, edições especiais, e ofertas exclusivas podem criar escassez e justificar preços mais altos.

Os consumidores estão dispostos a pagar mais por vinhos que oferecem autenticidade, procedência e confiabilidade. Ao mesmo tempo, os segmentos focados em custo-benefício permanecem importantes, especialmente em um cenário econômico incerto.

As estratégias de precificação também precisam se adaptar a um mercado bifurcado. O segmento de vinhos mais baratos - abaixo de US\$ 15 - está encolhendo devido ao excesso de oferta e ao aumento dos custos. Muitos analistas agora consideram a faixa de US\$ 15 a US\$ 20 como o novo patamar de entrada para vinhos de qualidade, oferecendo margem suficiente para melhores práticas de fornecimento e sustentabilidade. As vinícolas devem considerar abandonar o segmento abaixo de US\$ 10, a menos que consigam competir em escala, utilizando a faixa de US\$ 15 a US\$ 20 como um ponto de entrada lucrativo para novos clientes que, posteriormente, poderão optar por vinhos de maior valor.

A precificação dinâmica, impulsionada por análise de dados, está se tornando essencial para ofertas premium. Ao analisar o comportamento do cliente e as tendências de mercado - frequentemente com inteligência artificial -, as vinícolas podem ajustar os preços em tempo real para maximizar a receita e otimizar o estoque.

O marketing deve se voltar para o engajamento da Geração Z e dos Millennials, que são nativos digitais e orientados por valores. Esses consumidores se importam

profundamente com sustentabilidade, transparência e produção ética - atributos que agora são expectativas básicas, e não diferenciais. As mensagens de marketing devem se concentrar nos valores da marca e em narrativas autênticas, em vez de apenas em detalhes técnicos.

A fluência digital é crucial, visto que as mídias sociais estão se tornando o principal canal de descoberta para os consumidores mais jovens. Conteúdos em vídeo de formato curto em plataformas como TikTok e Instagram Reels são eficazes para mostrar a vida em vinícolas ou posicionar vinhos dentro de experiências aspiracionais. Recursos de comércio social permitem que os consumidores comprem diretamente por meio dessas plataformas, reduzindo o atrito entre a descoberta e a compra.

A comunicação deve ser acessível, livre de elitismo. Conteúdos concisos, como quizzes ou vídeos curtos, ajudam a desmistificar o vinho para iniciantes. Construir uma comunidade por meio de influenciadores que realmente entendem sobre o que falam, e conteúdo gerado pelo usuário fomenta a fidelidade e transforma clientes em defensores da marca.

TRIBUTAÇÃO E REGULAÇÃO - No Brasil, a alta carga tributária e a ameaça de inclusão do vinho no imposto seletivo (previsto na reforma tributária) podem prejudicar a competitividade do setor e elevar os preços ao consumidor. A concorrência com produtos importados, potencialmente facilitada por acordos comerciais como o UE-Mercosul com taxação zero, também é um fator de pressão.

Além disto, o mercado ilegal, incluindo contrabando, descaminho e falsificação de vinhos, continua a ser um problema grave que gera evasão fiscal e prejudica os produtores legítimos.

O comércio eletrônico e varejistas especializados continuam a ganhar força, oferecendo novos caminhos para a comercialização de vinhos de pequenos e médios produtores, mas é evidente que aconselhamos ter cuidado com ofertas na internet de vinhos por uma barganha do preço das importações oficiais do rótulo.

A FORÇA DO ENOTURISMO – O enoturismo é outra área com grande potencial de transformação. Espera-se que o setor cresça de US\$ 96 bilhões em 2024 para mais de US\$ 332 bilhões em 2034. As vinícolas estão indo além das degustações tradicionais para oferecer experiências imersivas -退iros de bem-estar, atividades de aventura, eventos culinários ou programas culturais - que atraem diversos segmentos de visitantes e justificam preços premium.

Regiões que integram hospitalidade, cultura e acessibilidade estão fortalecendo o reconhecimento da marca além do varejo. Essas experiências muitas vezes servem como porta de entrada para a fidelização a longo prazo, em vez de apenas para o aumento imediato do volume de vendas.

Olhando para 2026, o cenário global do vinho é definido pela adaptação, e não pelo crescimento uniforme. O sucesso depende da capacidade de responder às condições locais e mundiais, mantendo-se em sintonia com as mudanças culturais mais amplas que moldam a forma como o vinho é produzido, compartilhado e apreciado.

Os produtores que souberem unir tradição e inovação estarão mais bem preparados para as mudanças que vão acontecer em 2026! Saúde!!! Aproveite para comentar se gostou ou não do artigo!!! (Este artigo está baseado em material disponível na internet, e minhas considerações em relação ao tema).

SELEÇÃO DE ARTIGOS

OS ARTIGOS A SEGUIR SÃO REPRODUÇÕES DAS MATERIAS 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

"OS PLANOS DE 2026 PARA O VINHO" - SUZANA BARELLI

LE VIN FILOSOFIA - 03/01/2026

O guia Michelin, o acordo Mercosul-União Europeia e seus impactos no mundo do vinho.

Sem bola de cristal, não é fácil definir como será o ano de 2026 para os vinhos. Mas a notícia de que o guia Michelin, referência mundial nas avaliações de restaurantes, começa agora em 2026 a dar estrelas – ou melhor uvas – para as vinícolas é o primeiro indício de que será um ano com boas novidades. Neste início, receberam as "uvas michelin" as vinícolas da Borgonha e de Bordeaux, que serão avaliadas por critérios de qualidade, agricultura, técnica e identidade do vinho. Há, ainda, o plano do guia de expandir a sua atuação para outros destinos do mundo do vinho, nos próximos anos.

O Michelin já premia sommeliers desde 2019 – no ano passado, a condecoração no Brasil foi para Marcelo Fonseca, do restaurante Evvai, em São Paulo. Foi o mesmo ano em que o guia adquiriu a totalidade da The Wine Advocate, publicação fundada pelo norte-americano Robert Parker, que se tornou uma referência nas notas de até 100 pontos para os vinhos (em 2016, o Michelin já havia adquirido 40% desta publicação).

Outro fato que deve refletir no mundo do vinho em 2026 é o acordo de livre comércio entre a União Europeia e o Mercosul. Se realmente for assinado em janeiro (a previsão era para uma assinatura em dezembro, mas ainda não há acordo na Europa, principalmente na França e na Itália), as tarifas de importação de vinho devem cair gradativamente até serem zeradas no prazo de uma década. Atualmente, o imposto é de 27% para os vinhos europeus e a medida, se implementada, tende a aumentar significativamente a entrada de rótulos deste continente no mercado brasileiro.

Atualmente, os maiores exportadores de vinho para o Brasil são o Chile, a Argentina e Portugal. E os rótulos sulamericanos significam pouco mais de 60% do mercado. Ainda na incerteza se o acordo sairá do papel, países que tem o Brasil como mercado importante estão elevando o seu investimento por aqui. A Wines of Chile, por exemplo, vai aumentar em 20% seus investimentos no Brasil neste ano em relação a 2025. O presidente da ViniPortugal, Frederico Falcão, por sua vez, diz que este ano, o Brasil será o país que vai receber o maior volume de investimentos de Portugal nos vinhos. O plano é não apenas manter os valores já aplicados no Brasil, em eventos como as feiras Vinhos de Portugal, como intensificar as degustações e as ações promocionais em supermercados e adegas. Magdalena Pesce, CEO da Wines of Argentina, diz que o foco será em vinhos premium de seu país, como maneira que conquistar participação de mercado no Brasil... Leia a reportagem completa em: <https://www.estadao.com.br/paladar/colunas/os-planos-de-2026-para-o-vinho/>

"DECANTAÇÃO DE ESPUMANtes: A PRÁTICA QUE DIVIDE OPINIÕES E PODE SURPREENDER" - MARCELO COPELLO

VEJA RIO DE JANEIRO - VINOTECA - 05/12/2025

Especialistas recomendam cuidado no serviço e ressaltam ganhos aromáticos em rótulos mais complexos.

A simples imagem de um champanhe sendo vertido em um decanter costuma provocar espanto. "Vai perder as bolhas!", diria qualquer purista. De fato, a efervescência é parte essencial do encanto de um espumante jovem. Mas há situações em que decantar não é um erro. Entender quando, por que e como fazê-lo pode melhorar a experiência.

A decantação nasceu para vinhos tranquilos, com dois objetivos: separar sedimentos e permitir que interajam com o oxigênio, liberando aromas, suavizando taninos e integrando o conjunto. No caso dos espumantes, a intenção é outra: acalmar a musse e liberar aromas que a pressão aprisiona. Em certos vinhos, isso muda tudo.

A oxigenação controlada não "mata" as bolhas, apenas as educa, revelando o que se esconde por trás do gás. Os espumantes muito jovens e tensos são os primeiros candidatos. A grande quantidade de gás pode torná-los um pouco agressivos ao palato. Um rápido descanso de poucos minutos no decanter suaviza a espuma e abre o leque aromático.

Alguns champanhes complexos e gastronômicos, elaborados por pequenos produtores, fermentados em barrica e envelhecidos longamente sobre as borras, ganham profundidade quando decantados. São vinhos de bolha delicada, mais estruturados, que pedem oxigênio para exibir notas de brioche, avelã e mel... Leia mais em: <https://vejasp.abril.com.br/coluna/marcelo-copello-vinho-algo-mais/comer-e-beber-quando-decantar-espumantes/>

"COMO SERIA A VIDA DO ENÓFILO APÓS GANHAR A MEGA" - MIRIAM AGUIAR

MONITOR MERCANTIL – VINHOS – 02/01/2026

Primeiro passo: preparar a casa para receber uma adega milionária.

O ano começa com alguns novos milionários do prêmio da Mega da Virada, que foi polpudo em 2025: pouco mais de R\$ 1 bilhão. Estes sortudos vão poder concretizar as especulações que milhares de pessoas fizeram em algum momento dos últimos dias. E, certamente, para quem gosta de vinhos, algo em torno do tema faria parte da lista de desejos a serem realizados pela nova vida premiada.

Fiquei pensando em investimentos interessantes neste campo e em alguns sonhos que poderiam ser realizados com a premiação e vou compartilhar com vocês. Acho que a primeira iniciativa seria montar uma boa adega, que começa pela compra ou construção do espaço que vai acolher os vinhos, seguido da escolha e aquisição dos rótulos que vão ocupar este espaço privilegiado.

Em relação à guarda dos vinhos, existem alguns modelos de adegas climatizadas, que variam em termos do número de rótulos que podem armazenar, da tecnologia de refrigeração, da forma de acomodação das garrafas e do design. Para uma adega rica, nada menos do que 100 garrafas seria apropriado, considerando que ainda é muito pouco para abranger uma diversidade mínima de rótulos interessantes.

Quando as pessoas começam a se interessar por vinhos, comprar uma adega é um passo esperado e normalmente se começa por uma capacidade reduzida, para 12 a 20 vinhos. E, com muita frequência, logo, logo esse tamanho se torna insuficiente. Daí, compra-se outra para 40 garrafas, que, em alguns anos, também não irá atender as necessidades de guarda. Em breve, a casa estará cheia de adegas ocupando muito espaço.

Então, se você gosta de conhecer vários vinhos, fez algum curso, participou de degustações e ganhou na Mega da Virada, compre logo uma maior, para que a sua seleção possa contemplar tipos de vinhos diferentes, regiões mais consagradas e uvas significativas. Mesmo assim, este tamanho terá que deixar de fora vinhos mais simples do dia a dia.

Há adegas mais caras que tornam a disposição dos vinhos mais confortável e apropriada, com temperaturas diferentes para guarda de brancos e tintos, com gavetas que facilitam otimização de sua capacidade e a manipulação na hora do consumo. Do contrário, elas podem armazenar muitos vinhos, mas de forma caótica, exigindo a retirada de boa parte das garrafas toda vez que você for escolher um vinho.

A tecnologia de climatização é bem importante... Leia mais em: <https://monitormercantil.com.br/como-seria-a-vida-do-enofilo-apos-ganhar-a-mega-da-virada-2025/>

21.02 A 01.MAR – AMETISTA DO SUL

Jornada Sagrada, Evolutiva e Curativa da Zênithe Travelclub! Uma incrível e memorável experiência!

Manifeste seu interesse, para receber as informações do programa e inscrição. Neste grupo, teremos o foco na força curativa e transmutadora do Cristal Ametista! Será verdadeiramente uma JORNADA com PROPÓSITO!!! A AMETISTA é reverenciada na cristaloterapia por vibrar em uma alta frequência, o que lhe confere um igualável poder de transmutação energética. A cidade de AMETISTA do SUL fica no Noroeste do Rio Grande do Sul, quase divisa com Sta. Catarina (Chapecó).

Ali estão as maiores JAZIDAS subterrâneas (em extensão) de AMETISTA, do mundo. São inúmeras MINAS em atividade que se assemelham a "cavernas", oferecendo atrações subterrâneas com diversos conteúdos e curiosidades. Será uma imersão de muitas conexões... quando teremos vivências sensoriais, meditações, rituais, visitas em minas desativadas, piscinas subterrâneas, além dos passeios tradicionais. Estaremos sintonizados com a Frequência Violeta, e com a Energia Vital da Terra! Uniremos momentos SAGRADOS e "HUMANOS"!!!

Visitaremos VINÍCOLAS, degustaremos IGUARIAS locais, e celebraremos festivamente com um autêntico COSTELÃO GAÚCHO. Vislumbraremos o impressionante SALTO de YUCUMÃ. Serão várias oportunidades para COMPRAS dos mais lindos CRISTAIS, em seus diversos formatos, para Decoração, e/ou Joias e Semi joias, entre outros!

É mais uma "proposta fora do "lugar comum", como nos dispomos a oferecer a quem nos acompanha!

Inscrição e informações específicas: fazer contato com Mariella Miranda Cel./WA: (31)99958-2021 ou Germán Alarcón-Martín. Belo Horizonte (MG). Cel. /WA (31) 99834-2261. german@zenithe.tur.br

● Inscrição e informações específicas: fazer contato com Mariella Miranda Cel./WA: (31)99958-2021 ou Germán Alarcón-Martín. Belo Horizonte (MG). Cel. /WA (31) 99834-2261. german@zenithe.tur.br



NOTÍCIAS ENOGASTRONOMICAS E DICAS

COMO O MARSALA AJUDOU A DECIDIR A BATALHA DE TRAFALGAR

Há 220 anos, a frota britânica sob o comando do Almirante Nelson triunfou na famosa batalha naval de Trafalgar contra a França e a Espanha. O que poucos sabem: o vinho siciliano Marsala desempenhou um papel crucial nessa batalha.

O Marsala, como o conhecemos hoje, é essencialmente uma invenção britânica. Em 1773, o comerciante inglês John Woodhouse descobriu o vinho tradicional da cidade no porto siciliano de Marsala. Ele gostou do vinho, fortificou-o com álcool para torná-lo mais resistente ao transporte e o exportou com grande sucesso para a Inglaterra. Logo, outros comerciantes britânicos seguiram seu exemplo. Assim, o Marsala tornou-se um produto do comércio anglo-siciliano e uma verdadeira indústria de exportação.

Durante as Guerras Napoleônicas (1803-1815), a Marinha Real Britânica necessitava de grandes quantidades de álcool. O Marsala era ideal: robusto, durável e resistente à oxidação – semelhante ao Madeira. Era, portanto, perfeito para as longas viagens marítimas da frota.

O Almirante Nelson conheceu John Woodhouse Jr. por volta de 1798, filho do inventor do comércio de Marsala. Ele encomendou 200 barris (cerca de 110.000 litros) para sua frota. Nelson elogiou o vinho, considerando-o nobre e suficiente para a mesa de um cavalheiro – e útil para os marinheiros. Em homenagem a Nelson, um engarrafamento especial em barril foi posteriormente denominado “Bronte Marsala” – após ele receber o título de Duca di Bronte (Duque de Bronte) em 1799.

Uma vantagem para os britânicos: a Sicília permaneceu independente durante o período napoleônico, portanto as linhas de abastecimento não foram interrompidas.

O álcool fazia parte integrante do dia a dia da Marinha Real Britânica. Os marinheiros recebiam rações diárias de Marsala ou rum, que elevavam o moral e melhoravam a saúde – especialmente em combinação com suco de frutas cítricas, combatendo o temido escorbuto. As rações de Marsala ajudavam a manter a disciplina, já que o controle dos gastos impedia o consumo secreto. Até mesmo revoltas famosas, como a do Bounty, estiveram relacionadas ao corte nas rações de rum.

O próprio Nelson foi atingido por uma bala de mosquete durante a Batalha de Trafalgar e morreu poucas horas depois da vitória. Seu corpo foi preservado em um barril de conhaque e levado de volta para a Inglaterra. No entanto, a lenda de que marinheiros beberam o conhaque posteriormente é considerada inventada.

No Dia de Trafalgar, um brinde é feito anualmente com vinho do Porto – primeiro ao monarca, depois à memória imortal de Nelson. Embora o Marsala já tenha sido intimamente associado a Nelson, desapareceu das mesas festivas ao longo do século XX. Um exemplo: no jantar em memória de Nelson, em 1958, foram servidos xerez e vinho do Porto vintage, mas não Marsala... Leia mais em: https://magazine.wein.plus/how-marsala-helped-decide-the-battle-of-trafalgar-wine-history?utm_campaign=Newsletter&utm_source=Newsletter_2026_01&utm_medium=EN (Fonte – Wein Plus – Raffaella Usai - 29/12/2025).

A DESALCOOLIZAÇÃO DO VINHO NA ITÁLIA É REGULAMENTADA POR LEI

Decreto libera produção.

A desalcoolização do vinho agora é legalmente regulamentada na Itália. Isso significa que sua produção está liberada. Os Ministros da Agricultura e das Finanças assinaram um decreto que estabelece o marco legal para impostos especiais de consumo, licenças e distribuição de vinhos total ou parcialmente desalcoolizados (“vinhos NolO”). O decreto também regulamenta a homologação, o armazenamento, as obrigações administrativas e as normas de transporte.

O acordo foi resultado de uma longa disputa. A Itália se recusava a adotar a regulamentação da UE em vigor desde 2021, que permite que vinhos desalcoolizados ostentem a denominação “vinho”. Em novembro de 2024, o Ministro da Agricultura, Francesco Lollobrigida, chegou a declarar: “Lutarei até o fim para garantir que esse tipo de bebida não possa ser chamado de vinho”. No entanto, pressionado pelas associações vinícolas, ele logo mudou de posição. As associações, por sua vez, enfatizam a necessidade de proteger a identidade do vinho italiano, incluindo as denominações de origem. É preciso distinguir entre vinho e produtos obtidos pela remoção do álcool para evitar ambiguidades e confundir os consumidores.

Associações do setor estimam que o mercado de vinhos NolO crescerá dinamicamente nos próximos anos. Atualmente, o faturamento dessa categoria em todo o mundo gira em torno de dois bilhões de euros e a expectativa é que chegue a 2,8 bilhões de euros até 2028. Na Itália, o segmento cresceu de oito milhões de euros em 2021 para 55 milhões em 2024. Um crescimento de 60% também é previsto para 2025... Leia mais em: https://magazine.wein.plus/news/de-alcoholization-of-wine-in-italy-legally-regulated-decree-frees-production?utm_campaign=Newsletter&utm_source=Newsletter_2026_01&utm_medium=EN (Fonte – Wein Plus – 02/01/2026).