

duz por ano seguem diretamente para o Brasil, 60% ficam em Portugal e apenas 10% vão para os demais países. “Mas é certo que a participação dos brasileiros no consumo dos nossos vinhos é muito maior, se levarmos em conta tudo o que é consumido internamente e aparece como sendo de Portugal. Temos de considerar que o número de turistas brasileiros cresce ano a ano e há uma comunidade muito grande oriunda do Brasil vivendo no país”, ressalta. Os dados apontam para quase 400 mil brasileiros morando legalmente em Portugal. Quando incluídos os ilegais e aqueles que têm dupla nacionalidade, passam de 600 mil.

O mercado brasileiro é tão estratégico para a Cartuxa, que a companhia separou uma parte da produção especial que acaba de lançar em comemoração aos 60 anos da Fundação Eugénio de Almeida para enviar ao país. Trata-se de uma caixa com oito vinhos, todos de uvas características do Alentejo, e um vidro de azeite. O mimo, que chegará aos consumidores em novembro, custará 1 mil euros cada um (R\$ 5,5 mil). Enólogo da Cartuxa, Pedro Baptista diz que os vinhos são da safra de 2021 e essa edição especial terá apenas 1 mil caixas, das quais 10% serão mandadas para o Brasil. Por conta dos impostos de importação, o conjunto de vinhos e azeite não sairá por menos de R\$ 8 mil. Os distribuidores no país estão em polvorosa.

Para Francisco Mateus, presidente da Comissão Vitivinícola Regional do Alentejo, não são apenas os vinhos da Cartuxa que atraem os brasileiros. “Com certeza, há uma preferência desse público pelos vinhos alentejanos. Tanto que o Brasil é o maior comprador mundial da nossa produção, e os negócios com o país aumentam ano após ano”, assinala. Em 2023, o Alentejo — a região mais pobre de Portugal — fabricará entre 115 milhões e 118 milhões de litros de vinho, com crescimento entre 5% e 10% em relação ao ano anterior. “Nossos vinhos têm sabores muito marcantes, devido às castas de uvas características da localidade, como Aragonês, Trincadeira, Roupeiro, Antão Vaz, Castelão e Alicante Bouschet”, acrescenta.

Levantamento feito pelo ViniPortugal, com base em informações do governo, mostra que o Brasil é o quarto principal destino das exportações de vinhos portugueses em valor — foram 71 milhões de euros (R\$ 391 milhões) no ano passado — e o quinto, em volume — 23,8 milhões de litros da bebida. Os dados trazem uma particularidade. O vinho mais exportado por Portugal é o do Porto, servido como licor. Quando se olha para o Brasil, esse produto é pouco consumido. Não por acaso, quando se retira essa bebida dos indicadores, o país passa a ser o segundo mercado para



**Martin Maass, engenheiro, morador de São Leopoldo (RS), com o filho Julius Feitosa Maass: tradição passada por gerações**



**Ricardo Cavalcanti, empresário do Recife, foi à adega conhecer detalhes dos vinhos**



**Fabiola Regis é atendente da Enoteca Cartuxa**

os vinhos portugueses, atrás apenas dos Estados Unidos. Sem o vinho do Porto e o vinho verde, o Alentejo assume a liderança no ranking dos exportadores, graças ao Brasil. Não só: a Cartuxa passou a ser, individualmente, a maior fornecedora da Europa de vinhos para os brasileiros.

## O fenômeno Brasília

Quando se destrincha, por região, os principais compradores dos produtos da Cartuxa e, por consequência, do Alentejo, chama a atenção a força do mercado brasileiro. “Podemos dizer que Brasília é um fenômeno”, afirma João Teixeira. Além de o número de bebedores de vinhos ser crescente, a capital do país se tornou um grande entreposto. Quer dizer: recebe os vinhos de Portugal e distribui para outras localidades. Para o executivo da vinícola, é importante ressaltar, porém, que a empresa tem representantes em todos os estados brasileiros. Por isso, o fato de seus produtos serem encontrados com mais facilidade, mesmo no interior.

Há outro ponto a ser assinalado. As áreas em que o agronegócio está crescendo também estão se tornando grandes consumidoras de vinhos, sobretudo dos mais caros. Goiânia é um exemplo claro desse movimento, assim como cidades do Mato Grosso, líder na produção de soja. Se a renda aumenta, o consumo de bebidas mais sofisticadas vai junto. Chama a atenção de Francisco Martins, presidente da Associação das Vinícolas Alentejanas, o conhecimento maior que os brasileiros têm mostrado em relação aos vinhos. Eles não compram mais apenas pelo sabor, querem saber detalhes da produção, os anos das safras, as uvas usadas, o tempo de fermentação e muito mais.

É o caso do empresário Ricardo Cavalcanti, 72 anos. O recifense faz questão de conhecer detalhes do vinho que consome. Dono de dois hotéis, um em Gravatá, ele está se preparando para abrir um restaurante italiano, que terá na carta de vinhos opções de Portugal. Ele conta que tem fortes ligações com o país. O avô nasceu em Vieira do Minho, ao norte, quase na divisa com a Espanha, e foi para o Brasil aos 17 anos de idade. Mas jamais rompeu os laços com suas origens. “Para mim, sempre é um prazer visitar Portugal e provar o que de bom o país oferece, como os vinhos e a culinária”, diz.

O alemão Martin Maass, 61, não esconde a paixão por vinhos. Casado com uma brasileira e vivendo em São Leopoldo, no Rio Grande do Sul, ele lembra que, desde muito jovem, sempre gostou de colecionar a bebida. “Qualquer dinheiro extra que ganhava, comprava uma garrafa”, conta. Engenheiro de formação tem uma adega que ele mesmo fez debaixo de sua casa, onde guarda exemplares raros. Um deles, um vinho do Porto da safra de 1947, ele fez questão de abrir no dia do batizado do filho, Julius, hoje com 30 anos. O jovem, por sinal, ressalta que aprendeu com o pai a saborear um bom vinho. “Na minha turma, sou o único que aprecia essa bebida, em especial, o moscatel, que é mais doce.”