

PROJETOS

2025/2026 CONECTAR PARA DESENVOLVER



A força da cooperação para impulsionar a vitivinicultura brasileira

Fortalecer a vitivinicultura é conectar quem produz, quem pesquisa, quem transforma, quem comercializa e quem consome. É aproximar instituições, compartilhar conhecimento, abrir mercados e criar oportunidades para que toda a cadeia produtiva evolua de forma integrada. Esse é o propósito que orienta a atuação do Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul – Consevitis-RS e que inspira as ações reunidas nesta publicação.

Entre março de 2025 e março de 2026, o Consevitis-RS deu continuidade a essa missão durante o terceiro ano de execução das ações viabilizadas pelo Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura (Fundovit). Nesse período, os recursos gerados pela própria cadeia produtiva foram transformados em investimentos estratégicos voltados à promoção dos vinhos, espumantes e sucos de uva brasileiros, à pesquisa, à qualificação técnica, à sustentabilidade, à inteligência de mercado e ao fortalecimento institucional.

As iniciativas desenvolvidas ao longo do período contemplaram diferentes frentes de atuação. O

instituto ampliou a presença dos produtos brasileiros em mercados nacionais e internacionais, incentivou pesquisas científicas, promoveu programas de qualificação e boas práticas agrícolas, apoiou eventos técnicos e ações voltadas à inovação, fortaleceu a comunicação com consumidores e contribuiu para aproximar ainda mais os diferentes elos da cadeia vitivinícola.

Cada projeto apresentado nas próximas páginas integra uma estratégia mais ampla de desenvolvimento do setor. São ações que refletem o compromisso permanente com a competitividade, a sustentabilidade e a valorização da vitivinicultura brasileira, construídas por meio da cooperação entre produtores, cooperativas, vinícolas, entidades representativas, instituições de pesquisa e parceiros estratégicos.

Este periódico apresenta um panorama desse trabalho coletivo. Os resultados registrados ao longo deste ciclo reafirmam que os maiores avanços surgem quando diferentes competências se unem em torno de um objetivo comum: desenvolver uma vitivinicultura cada vez mais forte, inovadora, sustentável e preparada para os desafios do futuro.



Índice

- | | | | |
|-----------|--|-----------|---|
| 04 | Palavra do presidente — Luciano Rebellatto | 20 | Projeto Comprador na ProWine SP 2025 |
| 05 | Palavra do presidente — Maicon Galiotto | 20 | ProWine Shanghai 2025 |
| 06 | Vitivinicultura regional: avanços nas metas e desafios na governança | 21 | Projeto Imagem — edição Tim Atkin |
| 07 | Consevitis-RS presta assistência técnica a mais de 200 famílias da Serra Gaúcha | 21 | Wine Paris 2026 |
| 08 | A evolução do setor vitivinícola rumo ao padrão GLOBALG.A.P. | 22 | Walkaround Tasting em Paris |
| 09 | Cadastro Vitícola: ferramenta para políticas públicas é fortalecida por edital de apoio | 22 | ProWein Düsseldorf 2026 |
| 09 | Manual de Solos: recomendações de adubação e calagem para a Serra Gaúcha | 23 | Pelotas recebe a 1ª Mostra de Vinhos, Sucos e Derivados |
| 10 | Estações meteorológicas geram dados para apoiar a tomada de decisão | 23 | Programa Minha Primeira Exportação |
| 11 | Apoio ao Laboratório de Referência Enológica Evanir da Silva — LAREN | 24 | Consevitis-RS celebra terceira participação consecutiva na Expointer |
| 11 | Serra Gaúcha investe em clones próprios para fortalecer a identidade do vinho brasileiro | 25 | Tecnologia sobre rodas: unidade móvel de envasamento de vinhos |
| 12 | Consevitis-RS adere ao movimento dos 150 anos da imigração italiana | 26 | Campanha do suco de uva: "Bebe que é gostoso, bebe que é de uva" |
| 13 | Suco de uva brasileiro é protagonista na Wine South America 2025 | 28 | Consevitis-RS reúne 37 vinícolas gaúchas na ProWine SP 2025 |
| 14 | Terceira edição do Fórum da Vitivinicultura da Campanha Gaúcha | 29 | Apoio à 33ª Avaliação Nacional de Vinhos |
| 14 | Dia do Vinho Brasileiro: enoturismo e experiências especiais | 29 | Vinhos gaúchos estreiam no Festuris Gramado com espaço exclusivo |
| 15 | X Seminário Regional da Uva Orgânica em Garibaldi | 30 | Segunda temporada do podcast Vai de Vinho Brasileiro |
| 16 | Nova etapa da campanha nacional Vai de Vinho Brasileiro | 32 | 1ª Seleção de Vinhos BRS Lorena revela destaques nacionais |
| 18 | Promoção internacional: ações, feiras e eventos | 32 | Questionário para levantamento das demandas dos vicultores |
| 18 | ProWein 2025 | 33 | Filme de Natal celebra o amor, o reencontro e os desejos de um bom 2026 |
| 18 | Vinexpo America 2025 | 34 | Campanha Vinho Legal: antes do brinde, olhe o rótulo |
| 19 | Projeto Comprador na Wine South America | 35 | Vinho gaúcho no maior churrasco a céu aberto do mundo |
| 19 | SIP of South America 2025 | 35 | Serviços de inteligência comercial |
| | | 36 | Um brinde a esta combinação perfeita: espumante brasileiro e verão! |
| | | 37 | Promoção internacional nas redes sociais |
| | | 38 | Editais de apoio a ações do setor vitivinícola |

PALAVRA DO PRESIDENTE



Luciano Rebellatto

Presidente
do Consevitis-RS
na gestão 2023-2026



Conectar diferentes visões em torno de um objetivo comum talvez seja o maior desafio — e também uma das maiores conquistas — de uma entidade como o Consevitis-RS. Ao longo do terceiro ano de execução das ações viabilizadas pelo Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura (Fundovitis), seguimos fortalecendo esse compromisso por meio de iniciativas que aproximaram produção, pesquisa, inovação, mercado e consumidores, sempre com o propósito de impulsionar o desenvolvimento da vitivinicultura brasileira.

Os resultados apresentados nesta publicação refletem o trabalho de uma cadeia produtiva que acredita na cooperação como instrumento de transformação. Cada projeto desenvolvido, cada parceria consolidada e cada ação realizada ao longo deste período demonstram que o fortalecimento do setor depende da capacidade de construir soluções em conjunto, compartilhando conhecimento, responsabilidades e oportunidades.

Ao longo dos últimos anos, o Consevitis-RS consolidou sua atuação como uma entidade comprometida com o planejamento de longo prazo e com a construção de iniciativas capazes de gerar impactos permanentes para a vitivinicultura. A promoção dos vinhos, espumantes e sucos de uva brasileiros, o incentivo à pesquisa científica, a qualificação técnica, a sustentabilidade, a inteligência de mercado e a abertura de novas oportunidades comerciais representam diferentes dimensões de uma mesma estratégia: fortalecer toda a cadeia produtiva e

criar condições para que ela siga evoluindo de forma competitiva, inovadora e sustentável.

Os avanços alcançados reforçam uma convicção que orienta o trabalho do Consevitis-RS desde sua criação: o desenvolvimento da vitivinicultura depende da capacidade de construir soluções coletivas. Fortalecer essa cultura de cooperação talvez seja uma das contribuições mais importantes que uma instituição como o Consevitis-RS pode oferecer ao setor.

Essa trajetória somente foi possível graças ao comprometimento de produtores, cooperativas, vinícolas, entidades representativas, instituições de pesquisa, empresas parceiras e de todos aqueles que compartilham conosco a responsabilidade de construir um setor cada vez mais forte. A todos eles, registro meu sincero agradecimento pela confiança, pelo diálogo e pela dedicação ao longo dessa caminhada.

Os desafios que se apresentam à vitivinicultura exigirão ainda mais união, inovação e capacidade de adaptação. Ao mesmo tempo, os avanços registrados neste periódico reforçam a convicção de que o setor reúne talento, diversidade e potencial para ampliar sua presença no mercado nacional e conquistar novos espaços no cenário internacional.

Que esta publicação seja, acima de tudo, o registro de um trabalho construído a muitas mãos e o reconhecimento de todos que acreditam na força da vitivinicultura brasileira e contribuem diariamente para o seu desenvolvimento.



PALAVRA DO PRESIDENTE



Maicon Galiotto

Presidente
do Consevitis-RS

“

Assumir a presidência do Consevitis-RS representa a oportunidade de dar continuidade a uma trajetória construída com diálogo, cooperação e compromisso com o desenvolvimento da vitivinicultura brasileira. As ações reunidas nesta publicação evidenciam a capacidade da nossa cadeia produtiva de unir diferentes competências em torno de objetivos comuns e constituem uma base sólida para os desafios e oportunidades que temos pela frente.

Vivemos um momento promissor para o setor. A qualidade da safra, a evolução dos nossos produtos, a abertura de novos mercados e o crescente reconhecimento do vinho brasileiro ampliam as perspectivas de crescimento. Ao mesmo tempo, enfrentamos um ambiente cada vez mais competitivo, marcado por mudanças no comportamento do consumidor, pela necessidade permanente de inovação e pela busca de maior eficiência em toda a cadeia vitivinícola.

Nesse contexto, o papel do Consevitis-RS torna-se ainda mais estratégico. Nossa missão é fortalecer a integração entre produtores, cooperativas, vinícolas, instituições de pesquisa, entidades representativas e parceiros da cadeia vitivinícola, criando condições para que o setor siga inovando, agregando valor aos seus produtos e ampliando

sua competitividade nos mercados nacional e internacional.

Também será fundamental intensificar a aproximação com o consumidor. Valorizar a qualidade dos vinhos, espumantes e sucos de uva brasileiros, ampliar o diálogo com novos públicos e fortalecer a imagem dos nossos produtos continuarão entre as prioridades da atuação do instituto. Da mesma forma, temas como sustentabilidade, inovação, qualificação técnica, adaptação às mudanças climáticas e inteligência de mercado seguirão orientando nossas ações e investimentos.

O futuro da vitivinicultura brasileira dependerá da nossa capacidade de inovar, ampliar mercados, conquistar novos consumidores e fortalecer a competitividade dos produtos nacionais. Temos convicção de que a qualidade do vinho brasileiro nos permite competir com qualquer produto do mundo. O desafio que se impõe é construir um ambiente cada vez mais favorável para que essa competitividade também se reflita nas condições de mercado. É com esse propósito que iniciamos um novo ciclo no Consevitis-RS, certos de que o trabalho conjunto continuará sendo a principal força para impulsionar o desenvolvimento do nosso setor.

”

Vitivinicultura Regional: avanços nas metas e desafios na governança



O desenvolvimento da cadeia vitivinícola regional exige um esforço contínuo de concertação entre produtores, órgãos públicos e entidades de representação setorial. O projeto de articulação institucional conduzido pelo Consevitis-RS revelou um panorama de avanços expressivos no engajamento comunitário, paralelamente a desafios estruturais de caráter logístico e institucional nas regiões periféricas de produção.

A estratégia focou na descentralização por meio de seminários técnicos e eventos regionais, formato que ampliou a inserção da marca institucional e empoderou debates locais. Além dos seminários, destacam-se as reuniões de repasse sobre regularização de empreendimentos vinícolas.

Dentre as principais ações do projeto, o protagonismo político do Consevitis-RS no debate sobre o uso de herbicidas hormonais alcançou repercussão na Assembleia Legislativa do Estado, consolidando o papel da entidade como porta-voz estratégica do setor e promovendo o desenvolvimento harmônico e integrado.

O projeto encerra este ciclo cumprindo as prioridades possíveis dentro da realidade das regiões e deixa como principal legado a maturidade institucional necessária para desenhar estratégias mais capilares, eficientes e adaptadas ao calendário produtivo e às necessidades regionais da vitivinicultura nas próximas etapas.

Consevitis-RS presta assistência técnica a mais de 200 famílias da Serra Gaúcha



Desde 2023 o Consevitis-RS presta assistência técnica a diversas famílias da Serra Gaúcha através do Programa de ATER. O programa consiste em um diagnóstico da propriedade, alinhado com a indústria que compra a uva para elaboração de um plano de ação customizado para a realidade de cada agricultor.

Dentre as ações estão: prestar assessoria técnica continuada, estimular espaços de capacitação e geração de conhecimento permanente, qualificar os vitivinicultores a fim de criar capacidades de visão de futuro, apresentar formas que permitam elevar os padrões de qualidade e competitividade dos produtos, incentivar a produção sustentável e a disseminação de tecnologias e auxiliar na organização produtiva, no monitoramento do sistema, na sustentabilidade dos processos produtivos, sistemas de gestão, visando a viabilidade do negócio.

As atividades do projeto estão estruturadas em sete grandes eixos que representam as necessidades técnicas dos viticultores da Serra Gaúcha, são elas: manejo e fertilidade do solo, manejo do vinhedo,

tratamentos fitossanitários, estruturas e acessos, máquinas e equipamentos, legislação e políticas públicas, e diagnóstico e planejamento.

Durante o ano de execução (março de 2025 a março de 2026) foram executados mais de 1400 visitas técnicas a produtores beneficiários, totalizando quase 3 mil horas técnicas. Ao término do terceiro ano são inúmeras as progressões das famílias assistidas, dentre os temas em questão, destaca-se a implementação e uso de práticas como análise de solo regularmente, adubação verde, análise de folhas, utilização de mudas de qualidade, realização de poda verde e desfolha, determinação do ponto de colheita de forma mais assertiva, práticas adequadas de implementação/reconversão de vinhedos, utilização de tratamentos de inverno, manejo adequado de pérola-da-terra, adequado preparo de caldas (misturas), uso adequado de fitossanitários, controle de podridões, utilização de insumos biológicos, mapeamento da propriedade, preenchimento adequado do caderno de campo, utilização de dados meteorológicos para a tomada de decisão, melhoria da estrutura física (incluindo depósito de defensivos, estradas e galpões), regulação de pulverizadores, legislação e políticas públicas, conscientização e redução no uso de inseticidas e herbicidas.

A ação de assistência incide em mais de 680 ha e, levando em consideração apenas as adequações tecnológicas como redução da aplicação de herbicidas e adequação da quantidade de adubos químicos e esterco, tem-se uma economia anual de mais de R\$ 1.500.000,00. Logo, se considerarmos os demais aspectos trabalhados no projeto, podemos otimizar ainda mais a produção, aumentando a qualidade e reduzindo custos.

Neste terceiro ano, o projeto de ATER se consolidou como uma forma de mudança de realidade dos assistidos, apresentando interesse das partes e demonstrando a capacidade de mudar a realidade daqueles que se dispõem a melhorar tecnicamente.

A Evolução do Setor Vitivinícola rumo ao Padrão GLOBALG.A.P.



Desde 2013, ações estruturadas de Boas Práticas Agrícolas vêm sendo executadas na Serra Gaúcha, trazendo benefícios diretos aos agricultores, segurança alimentar aos consumidores e garantias de qualidade aos compradores. Mais de 1.000 famílias já foram capacitadas e, em 2023, o Consevitis-RS, com o apoio do Sebrae e da UPL, alinhou essas iniciativas ao protocolo internacional GLOBALG.A.P. Primary Farm Assurance (PFA).

A necessidade de melhorias estruturais nas propriedades, visando atender aos requisitos legislativos, exigiu a implementação de um programa de orientação técnica direta e contínua para produtores e vinícolas, dando sequência às ações setoriais já existentes. A conformidade ao protocolo PFA/GLOBALG.A.P. permitiu ao setor adequar-se às exigências internacionais de exportação, conferindo ainda mais credibilidade ao programa.

Para isso, investimos na estruturação dos colaboradores responsáveis pelos Sistemas de Gestão de Qualidade (SGQ) de seis empresas (Cooperativa Vinícola Garibaldi, Cooperativa Vinícola Nova Aliança, Cooperativa Agroindustrial Pradense, Cooperativa Agroindustrial Paraíso, Tecnovin e Golden Sucos) através de treinamento e consultoria para melhorar a estrutura e funcionamento dos SGQ. E também na capacitação direta dos produtores.

A parceria une agricultores, indústrias e instituições. O objetivo compartilhado é traduzir as exigências normativas em soluções práticas no campo, alinhando o manejo diário aos padrões globais e às expectativas do mercado consumidor.

Na prática, o protocolo introduziu registros de campo padronizados e a calibração sistemática de pulverizadores. Essas medidas otimizaram a aplicação de defensivos agrícolas, gerando economia financeira, maior eficiência no uso de insumos e redução da pressão química sobre o solo e o meio ambiente. Além disso, a modernização das instalações para armazenamento de produtos fitossanitários, a criação de estações adequadas de abastecimento e a realização de testes periódicos de água mitigaram os riscos de contaminação dos recursos hídricos e do solo.



Foto: Marcela Bantle

Em síntese, o programa de Boas Práticas Agrícolas do setor da uva e do vinho promove:

- Propriedades rurais mais organizadas e eficientes
- Cuidado com a saúde das pessoas e com a preservação ambiental
- Rastreabilidade total e segurança jurídica na produção
- Integração estratégica entre produtores, cooperativas e empresas.

Durante a safra 2025-26, pelo terceiro ano consecutivo, 209 famílias avançaram na implementação do GLOBALG.A.P. Primary Farm Assurance (PFA), abrangendo uma área de 1.204 hectares. Esse resultado reflete o esforço conjunto dos vitedores, do Consevitis-RS, de cooperativas, processadoras e dos apoiadores Sebrae e UPL, culminando no fortalecimento de toda a cadeia produtiva – do campo ao consumidor final.

Cadastro Vitícola: a ferramenta que auxilia na implementação de políticas públicas é fortalecida por meio de edital de apoio

O Cadastro Vitícola consolidou-se como a principal fonte de dados da cadeia produtiva de uvas e derivados no Brasil. Ao reunir informações declaratórias sobre a localização das propriedades, variedades cultivadas e sistemas de condução, a ferramenta funciona como a base técnica indispensável para o planejamento do setor e a aplicação de políticas públicas.

A obrigatoriedade e o funcionamento desse registro são amparados por lei. No âmbito estadual, as normativas articulam o cadastro a mecanismos de controle fiscal e sanitário.

Para dar continuidade ao suporte técnico necessário na ponta da cadeia, o Consevitis-RS lançou em 2025 mais

um edital voltado ao financiamento de entidades sem fins lucrativos que auxiliam diretamente os produtores no preenchimento e regularização dessas informações. A medida deu sequência às ações de fomento da instituição e contribuiu para que o setor se aproximasse da marca de 10 mil cadastros atualizados.

Com a base de dados mais robusta e os vinhedos mapeados, a defesa agropecuária obtém maior precisão no monitoramento fitossanitário de pragas e doenças e o setor como um todo passa a contar com estatísticas oficiais mais precisas para a tomada de decisões de mercado.

MANUAL DE SOLOS

Viticultura da Serra Gaúcha avança com recomendações de adubação e calagem mais adequadas à realidade do solo da região

A Serra Gaúcha é caracterizada pelo predomínio de relevo ondulado a forte ondulado, e características específicas de solo que somadas às climáticas, impõem diferenças desses solos daqueles de outras regiões do Sul do Brasil.

As recomendações de adubação e calagem para a Serra Gaúcha eram baseadas no Manual de Adubação e Calagem para os Estados do RS e SC, o qual leva em consideração uma média de diversos tipos de solos com grande variabilidade entre relevo e variáveis climáticas dos dois estados, portanto para se aproximar das características de solo e clima regionais,

se fez necessário estudos, que levaram a recomendações mais adequadas de adubação e calagem.

Desde 2023 o Consevitis-RS financia tais pesquisas, chegando em 2025 com a entrega do manual propriamente dito. Foram realizados estudos para definição das recomendações de calagem dos solos da Serra Gaúcha, definição da recomendação de adubação de pré-plantio para solos da Serra Gaúcha e a definição de níveis críticos e faixas de suficiência de nutrientes no solo e nas folhas.

A segunda aproximação de recomendação de calagem e adubação para solos da Serra Gaúcha é um avanço porque apresenta a recomendação de doses de calcário a serem aplicadas para um maior número de solos, bem como as doses de P_2O_5 e K_2O a serem fornecidas na adubação de pré-plantio. Também, apresenta os níveis críticos e faixa suficiência de nutrientes para solos de vinhedos e nas folhas das videiras. A atualização do sistema de recomendação da calagem e adubação para a Serra Gaúcha, permitirá a racionalização e maior eficiência do uso de fertilizantes.



Estações Meteorológicas em quatro municípios do estado geram dados para subsídio de tomadas de decisão

O Consevitis-RS, em parceria com o SIMAGRO, atua diretamente na manutenção de quatro estações meteorológicas automáticas instaladas estrategicamente nos municípios de Bento Gonçalves, Farroupilha, Garibaldi e Antônio Prado. Essa estrutura garante a coleta contínua e a precisão de dados climáticos fundamentais para o acompanhamento das microrregiões que concentram grande parte da produção de uvas do Estado.

O monitoramento em tempo real dessas localidades funciona como uma ferramenta de suporte para a tomada de decisão no campo. Ao transformar dados de

temperatura, umidade e precipitação em informações práticas, o sistema permite que o produtor antecipe cenários e planeje as operações de manejo com base em critérios técnicos.

Na prática, a manutenção dessa rede traz benefícios diretos à eficiência do setor, como a otimização das janelas de colheita e a precisão no manejo fitossanitário. O acesso a diagnósticos locais confiáveis evita intervenções desnecessárias no vinhedo, reduzindo custos operacionais e promovendo uma viticultura mais segura, sustentável e baseada em dados.

Apoio ao Laboratório de Referência Enológica Evanir da Silva – LAREN

O LAREN realiza análises físico-químicas em vinhos e derivados da uva e do vinho. Pertence à Secretaria da Agricultura, Pecuária, Produção Sustentável e Irrigação (Seapi) do Estado do Rio Grande do Sul, é mantido com recursos do FUNDOVITIS, e está vinculado à Divisão de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal.

De março 2025 a março de 2026 foram realizadas em torno de 60 requisições, para compra de materiais permanentes e de consumo, calibrações e manutenções

preventivas e corretivas em equipamentos e aparelhos, manutenção de ISO, cursos e consultorias ISO, participação em ensaios de proficiência e coleta de resíduos laboratoriais.

Ademais, neste período foi entregue o projeto técnico completo, contemplando todas as etapas necessárias para a execução da reforma e adequação da edificação do laboratório. A partir daí, será possível contratar empresa que irá executar a obra.

Serra Gaúcha investe em clones próprios para reduzir dependência europeia e fortalecer identidade do vinho brasileiro



Com o objetivo de fortalecer a identidade vitivinícola da Serra Gaúcha e ampliar alternativas ao material introduzido de programas europeus, o Consevitis-RS, em parceria com a Embrapa Uva e Vinho, fomentou o Projeto Seleclone.

As demandas que buscam ser atendidas pelo Programa de Seleção Clonal são a falta de recomendações técnicas para a região da Serra Gaúcha dos clones comerciais introduzidos de programas europeus, bem como a busca

de alternativas de novos clones selecionados nas condições locais. Dessa forma, o objetivo principal é prospectar, avaliar e selecionar clones de variedades viníferas com características agrônômicas e atributos de interesse comercial para disponibilização ao setor vitivinícola.

Desde 2015, ano em que o projeto começou a ser desenvolvido, o valor total de recursos investidos para o Projeto Seleclone, até 2025, foi de mais de R\$ 928 mil. O Consevitis-RS contribuiu com o somatório de R\$ 60 mil nos anos de 2024 e 2025, para compra de equipamentos, insumos agrícolas e de microvinificação. O restante foi financiado pela Embrapa, com recursos próprios.

O projeto busca selecionar clones que apresentem: estabilidade de produção, com bom desempenho produtivo e que mantenham uma regularidade entre safras, qualidade em termos de potencial enológico e tipicidade, adaptabilidade, que apresentem adaptações às diferentes regiões vitivinícolas do Brasil, incluindo regiões emergentes, sanidade, livres dos principais vírus que acometem a videira.

Atualmente, são cerca de 135 clones de 59 variedades. Destes, em torno de 75 materiais estão em avaliação. Entre as contempladas, está uma nova variedade: a Chardonnay Rose, ou seja, um Chardonnay de baga rosada, mutação que ocorreu na Serra Gaúcha, no distrito de Tuiuty, em Bento Gonçalves.

Hoje, 14 clones estão em fase final de validação, resultantes de Seleção Sanitária, os quais já haviam sido

prospectados e limpos antes do início do projeto. Com lançamento para 2026, dois clones já foram encaminhados para registro no Registro Nacional de Cultivares (RNC), sendo um clone da cultivar Cabernet Franc e outro de Tannat, duas uvas importantes para a região da Serra Gaúcha. A previsão é que, pelo menos, mais seis clones sejam lançados até 2030, incluindo cultivares importantes como a Cabernet Sauvignon.

Consevitis-RS aderiu ao movimento dos 150 anos da imigração italiana



A trajetória da uva, do vinho e da imigração italiana está entrelaçada com a história da Serra Gaúcha e de todo o Rio Grande do Sul. Em 2025, quando se celebrou um século e meio da chegada dos primeiros imigrantes italianos no estado, o Consevitis-RS preparou um selo comemorativo para aplicação nas garrafas. Foram produzidos 100 mil unidades do selo, que foram distribuídas gratuitamente às vinícolas gaúchas interessadas. A impressão dos selos contou com a parceria da empresa LL Rótulos e Etiquetas. O selo, que já havia sido criado dentro da identidade visual dos 150 anos da imigração italiana, recebeu um complemento, a frase "Vinho Gaúcho é herança dos 150 anos da imigração italiana", agregando um destaque especial ao setor vitivinícola.

Valorização dos produtos locais

Essa não é a primeira iniciativa do Consevitis-RS para promover o setor vitivinícola por meio da identificação de produtos locais. Durante as enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul em 2024, o instituto lançou um selo especial para destacar vinhos, espumantes e sucos de uva gaúchos nos pontos de venda, incentivando o

consumo desses produtos em meio à crise.

Com a nova campanha, o Consevitis-RS reforça seu compromisso com a valorização da produção vitivinícola e com o reconhecimento da herança cultural da imigração italiana no estado.



Suco de Uva Brasileiro foi protagonista no estande do Consevitis-RS na Wine South America 2025

Reconhecido por padrão internacional e de cor, textura e sabor inconfundíveis, o suco de uva ganhou os holofotes no estande do Consevitis-RS, durante a Wine South America 2025, realizada de 06 a 08 de maio, em Bento Gonçalves-RS.

Democratizar o consumo e destacar o suco de uva como bebida saudável para todos os públicos estão entre as justificativas para a escolha do produto como atração principal do estande. Além disso, o suco de uva responde por mais de 50% da destinação da matéria-prima da vitivinicultura brasileira, o que evidencia sua importância na cadeia produtiva e o protagonismo conquistado nos últimos anos. Na esteira da valorização da importância da bebida para o setor vitivinícola, pontuamos também o aquecimento do mercado dado o apelo nutricional do suco de uva, que oferece benefícios à saúde como melhora da função cognitiva e da saúde do coração, benefícios para pele, auxílio na digestão, fortalecimento do sistema imunológico, entre outros.

Além do estande, o Consevitis-RS realizou outras ações como o Projeto Comprador Nacional, realizado em parceria com o Sebrae Nacional, conectando mais de 180 compradores a pequenas e médias vinícolas. Outro destaque é o Projeto Comprador Internacional, com compradores dos Estados Unidos, Irlanda, El Salvador e Reino Unido e rodadas de negócios com 22 vinícolas brasileiras. Além das rodadas de negócios, o Projeto Comprador Internacional incluiu uma masterclass sobre o vinho brasileiro, com degustação guiada e visitas técnicas às vinícolas da Serra Gaúcha.

Outra iniciativa promovida pelo Consevitis-RS ocorreu no dia 7, com a palestra "Vinhos de Baixo Carbono – Uma Oportunidade de Mercado", conduzida pelo CEO Agrotema e Advisor UPL, Rogério Melo, e a palestra "Agricultura de Baixa Emissão de Carbono – Desafios e Oportunidades na Vitivinicultura" pelo Engenheiro Florestal e Coordenador do Comitê Gestor do Plano de Agricultura de Baixa Emissão de Carbono (Plano ABC+RS), Jackson Freitas Brilhante de São José.

Terceira Edição do Fórum da Vitivinicultura da Campanha Gaúcha

Nos dias 21 e 22 de maio de 2025, junto ao Campus de Dom Pedrito da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), aconteceu o III Fórum de Vitivinicultura da Campanha Gaúcha, que teve como temas centrais a sustentabilidade e as perspectivas do enoturismo na região da Campanha do Rio Grande do Sul. O Consevitis-RS foi coorganizador do evento, juntamente com Unipampa, Sebrae e Associação Vinhos da Campanha.

O evento teve como objetivo promover a integração de importantes agentes do setor vitivinícola brasileiro, reunindo produtores, vinícolas, investidores e empreendedores de diversas regiões.



Junho é mês de brindar o vinho brasileiro com enoturismo e experiências especiais



Créditos: Assessoria de Comunicação Social
Prefeitura de Bento Gonçalves

Celebrado anualmente no primeiro domingo de junho, o Dia do Vinho Brasileiro estendeu suas comemorações ao longo de todo o mês em 2025. O Consevitis-RS se uniu ao SEGH para reunir e divulgar a programação especial desenvolvida pelas vinícolas e outros empreendimentos para celebrar a data.

Além disso, um evento realizado em parceria com a Prefeitura de Bento Gonçalves, que inicialmente aconteceria no dia 27 de junho e, após sucessivos adiamentos por conta das chuvas, acabou ocorrendo em 27 de agosto, coroou a programação. O público que compareceu à Rua Coberta pôde conferir oito vinícolas, agroindústrias, gastronomia, artesanato e espaço kids.

X Seminário Regional da Uva Orgânica foi realizado em Garibaldi



O X Seminário Regional da Uva Orgânica, ocorreu no dia 2 de julho de 2025, na Linha São José da Costa Real, em Garibaldi. A 10ª edição marcou a retomada do seminário após um período de sete anos, decorrente também da pandemia de Covid-19. A programação contou com palestras na parte da manhã, sobre cultivo protegido da videira, estratégias de auxílio na viticultura orgânica, manejo de vinhedo em produção orgânica, controle biológico de doenças em sistema orgânico, produção orgânica e biodinâmica. Na parte da tarde ocorreram estações a campo com três temas: bioinsumos, agricultura biodinâmica e plasticultura.

Foi um evento de grande importância, houve momento de aprendizado teórico e prático, com atualização de conhecimento, troca de experiências e promoção da viticultura sustentável, reunindo mais de 300 participantes, entre estudantes, pesquisadores e profissionais da área. Além do Consevitis-RS também foram entidades organizadoras a Emater/RS, IFRS Campus Bento Gonçalves e Prefeitura de Garibaldi.

Nova etapa da campanha nacional Vai de Vinho Brasileiro



BEBE COM MODERAÇÃO

O Consevitis-RS lançou no mês de agosto de 2025 uma nova fase da campanha Vai de Vinho Brasileiro. Com o objetivo de seguir desmistificando o consumo de vinho, especialmente entre os jovens, o foco é a produção de conteúdos descontraídos e momentos de lazer, de forma que a linguagem contribua para a mudança de hábitos.

Em 2023/2024, um estudo exploratório e planejamento estratégico da comunicação, realizado por uma consultoria contratada, reforçaram a necessidade de despertar a curiosidade no novo consumidor, o que apontou a descontração e o lifestyle como elementos principais. Já uma pesquisa encomendada pelo Consevitis-RS, em parceria com o Sebrae Nacional, sobre percepção e preferências do consumidor de vinhos no Brasil, revelou o protagonismo do vinho brasileiro entre os mais jovens e entre mulheres.

A pesquisa, conduzida pela MDA, consultou 1.709 pessoas que consomem bebidas alcoólicas, entre os dias 28 de janeiro e 6 de fevereiro de 2025, revelando um panorama positivo para o setor. Segundo os dados, 70% dos entrevistados afirmaram ter consumido vinho brasileiro nos últimos seis meses e 66% realizaram alguma compra

no período, com destaque para consumidores mais jovens (18 a 24 anos), especialmente mulheres, com maior escolaridade e renda, e residentes nas regiões Sul e Sudeste. Os dados completos podem ser baixados no Observatório Vitivinícola.

Desenvolvida pela agência e21, a nova etapa da campanha foi criada de forma a aumentar ainda mais o alcance obtido no ano passado, promover o setor vitivinícola e estimular o consumo consciente dos vinhos.

Em 2024 a campanha abordava quatro diferentes situações do cotidiano do novo consumidor na forma de pergunta, e sugeria como resposta, o que também é um convite, 'Vai de Vinho Brasileiro'.

Nesta nova etapa, mostramos o dia a dia do público sob outra perspectiva. Saem as situações da edição anterior e entram momentos como noites de jogos, festas ao pôr do sol, sinuca e o 'esquentar' para a balada. O slogan continua sendo a resposta central, embalado pela estética dos anos 2000, presente nas roupas, na direção de arte e no design gráfico. É a nostalgia conectando o passado ao presente, usando símbolos visuais para ativar memórias afetivas.

A campanha teve forte presença digital, alcançando todo o território nacional. Pela primeira vez, o material produzido foi divulgado na Netflix e na TV conectada, além de estar presente no Youtube, Instagram, TikTok e mídia programática.

Acesse
o Quiz



O quiz online "Com que vinho eu vou?" foi mantido, onde os usuários podem responder a perguntas para identificar quais vinhos mais combinam com eles. O site ainda oferece dicas de harmonização com diferentes comidas, tornando a experiência mais completa.

Também foi desenvolvido um press kit com sacola, caixa com taças, porta copos, adesivos holográficos, mas os destaques foram:

Jogo de cartas perfeito para reunir os amigos e a família, com perguntas como "O que te faz se emocionar?", "Qual a primeira lembrança que você tem da infância?" e "Qual foi o melhor dia da sua vida?"

E um par de meias, pois vinho combina perfeitamente com momentos de descanso e relaxamento em casa.



BEBE COM MODERAÇÃO

Confira os filmes no canal
do Youtube e acompanhe a
campanha pelo Instagram
do Vinho Brasileiro.



Promoção Internacional: ações, feiras e eventos

Executar ações promocionais através de feiras e eventos no mercado internacional trazem resultados efetivos para as vinícolas brasileiras, através do fomento do comércio internacional e no contato direto com o

público-alvo B2B. Estas ações promocionais foram definidas estrategicamente considerando os países-alvo, estudos de mercado e de acordo com as estratégias e preferências de mercados das empresas envolvidas.

FEIRA PROWEIN 2025:



Reconhecida como a principal feira mundial do setor vitivinícola, a edição de 2025 reuniu compradores, importadores, distribuidores, imprensa especializada e profissionais estratégicos do mercado global de vinhos e bebidas.

Durante a ação, oito vinícolas brasileiras participaram presencialmente da feira por meio da marca Wines of Brazil, ampliando oportunidades comerciais e fortalecendo o posicionamento do Brasil como produtor competitivo no cenário internacional. Além da presença das empresas expositoras, mais rótulos brasileiros foram promovidos no espaço "Discovery Table", ambiente dedicado exclusivamente à comunicação institucional e à valorização da imagem setorial do vinho brasileiro junto ao público internacional.

Outro destaque da participação brasileira foi a realização de uma masterclass exclusiva dentro da programação oficial da feira, voltada ao público-alvo especializado. A atividade contribuiu para ampliar a visibilidade do vinho brasileiro perante formadores de opinião e imprensa internacional, gerando releases e conteúdos espontâneos de promoção dos produtos nacionais em mercados prioritários.

VINEXPO AMERICA 2025:

Reconhecida como uma das principais feiras do segmento nos Estados Unidos, a Vinexpo America reuniu importadores, distribuidores, varejistas, sommeliers, imprensa especializada e profissionais estratégicos da indústria de bebidas. A participação brasileira na edição de 2025 possibilitou que sete vinícolas nacionais estivessem presentes no evento — número quase duas vezes maior ao registrado na edição anterior.



PROJETO COMPRADOR – FEIRA WINE SOUTH AMERICA:



A ação, de caráter exclusivamente B2B, tem como principal objetivo aproximar compradores internacionais estratégicos de vinícolas brasileiras, criando um ambiente direcionado para prospecção comercial e fortalecimento da presença do vinho brasileiro no mercado externo. Realizada estrategicamente durante a Wine South America — uma das mais importantes feiras do setor na América Latina — a iniciativa aproveita a localização do evento na Serra Gaúcha, principal polo produtor de vinhos do Brasil, favorecendo a participação das empresas e potencializando experiências imersivas junto aos compradores convidados.

Na edição de 2025, o projeto trouxe sete compradores internacionais para rodadas exclusivas de negócios com 22 vinícolas participantes do Wines of Brazil. Para a

realização das reuniões, foi estruturado um espaço exclusivo dentro do pavilhão da feira, oferecendo infraestrutura dedicada para encontros comerciais entre compradores e empresas brasileiras ao longo da programação. Além da agenda comercial, o projeto contou com ações estratégicas voltadas ao fortalecimento da imagem do vinho brasileiro. Durante a programação, foi realizada masterclass exclusiva para os compradores internacionais, bem como visitas técnicas em vinícolas da região. As experiências proporcionaram contato direto com o terroir, a estrutura produtiva e a diversidade dos vinhos gaúchos, contribuindo significativamente para ampliar a percepção de qualidade, profissionalização e competitividade do setor vitivinícola brasileiro no cenário internacional.

SIP OF SOUTH AMERICA 2025:

O Wines of Brazil participou pela primeira vez do SIP of South America 2025, realizado em New York City, fortalecendo a estratégia de posicionamento do vinho brasileiro em um dos mercados prioritários para o setor. O evento, promovido com chancela da Wine Enthusiast — uma das principais plataformas de comunicação especializada em vinhos do mundo — reuniu profissionais do trade e consumidores em uma ação altamente qualificada, voltada exclusivamente para vinhos sul-americanos de excelência. O modelo da iniciativa contou com uma etapa prévia de avaliação técnica, na qual somente vinhos que alcançaram pontuação superior a 90 pontos ou classificação "Best Buy" puderam integrar o evento.

Nesta edição, quatro vinícolas brasileiras participaram da ação, representando o Brasil em um ambiente estratégico

de relacionamento, posicionamento de imagem e prospecção comercial junto ao mercado norte-americano.

A participação brasileira também teve importante repercussão institucional e de imagem. A presença do Brasil foi destacada em conteúdo publicado pela própria Wine Enthusiast, ampliando a visibilidade internacional do vinho brasileiro em uma das mais relevantes plataformas globais de comunicação do setor.

Os resultados obtidos reforçam a relevância de ações voltadas à promoção de imagem e relacionamento em mercados estratégicos, especialmente quando associadas a veículos de referência internacional e ambientes altamente qualificados de degustação e negócios.

PROJETO COMPRADOR DURANTE A FEIRA PROWINE SP 2025:

Realizado no Expo Center Norte, o evento reuniu mais de 20 mil visitantes e contou com a participação de mais de 1.500 marcas provenientes de 36 países.

Nesta edição, 21 vinícolas brasileiras participaram da ação Projeto Comprador promovida pelo Wines of Brazil, representando um aumento de 37% na adesão em relação ao ano anterior.

Durante a programação, foram realizados encontros de negócios com compradores internacionais, provenientes de Rússia, China, França, Angola e Eslováquia, que

participaram efetivamente das rodadas de negócios internacionais, criando oportunidades qualificadas de relacionamento comercial e prospecção de mercado.

Além das rodadas comerciais, a programação contou com uma masterclass exclusiva voltada aos compradores internacionais e visitas técnicas em vinícolas brasileiras. As atividades proporcionaram experiências imersivas junto ao setor produtivo, contribuindo para fortalecer a percepção internacional sobre a qualidade, diversidade e capacidade produtiva do vinho gaúcho e brasileiro.

FEIRA PROWINE SHANGHAI 2025:



Reconhecida como uma das principais feiras do setor na Ásia, a ProWine Shanghai é um spin-off da ProWein Düsseldorf — principal feira mundial do segmento vitivinícola. Em sua 12ª edição, o evento reafirmou a relevância do mercado chinês para os países exportadores e consolidou-se como uma das mais importantes plataformas de promoção comercial do setor no continente asiático. A edição de 2025 reuniu 630 expositores de 29 países e regiões, além de receber 21.590 visitantes qualificados, entre importadores, distribuidores, compradores, representantes do setor hoteleiro, catering e profissionais especializados do mercado de bebidas.

Com um estande de grande visibilidade, o Wines of Brazil viabilizou a participação presencial de vinícolas brasileiras na feira, fortalecendo a presença institucional do Brasil no evento e ampliando oportunidades de relacionamento comercial no mercado asiático. Ao todo, seis empresas participaram da ação, apresentando a diversidade e qualidade dos vinhos brasileiros ao público internacional.

PROJETO IMAGEM – EDIÇÃO TIM ATKIN:

Entre os dias 25 e 31 de outubro realizou mais uma edição do Projeto Imagem, com foco na vinda da jornalista Gabriela Zimmer à Serra Gaúcha. Sommelier, escritora, educadora e especialista em comunicação de vinhos, Gabriela Zimmer atua ao lado do Tim Atkin desde 2020. Em 2025, a jornalista ficou à frente da elaboração do primeiro Brazil Report, publicação inédita dedicada exclusivamente ao vinho brasileiro e que foi lançado para o mercado internacional por meio dos canais de comunicação de Tim Atkin — um dos mais respeitados e influentes nomes da crítica mundial de vinhos.

A realização do Brazil Report representa um marco histórico para a comunicação internacional do setor vitivinícola brasileiro, já que foi a primeira vez que o Brasil terá presença estruturada e dedicada nos canais oficiais de Tim Atkin, reconhecidos globalmente por sua relevância junto ao trade, imprensa especializada, importadores e consumidores de vinhos premium.

Para garantir a profundidade e autenticidade do conteúdo que foi apresentado no Brazil Report, a agenda da jornalista foi estruturada com visitas técnicas a vinícolas da Serra Gaúcha, permitindo contato direto com a principal região produtora do país, suas empresas, terroirs e processos produtivos. A proposta foi proporcionar uma visão ampla e representativa da realidade da vitivinicultura brasileira contemporânea.

Ao longo de sua passagem pelo Brasil, Gabriela Zimmer degustou mais de 200 vinhos provenientes de 47 empresas brasileiras.

Os produtos avaliados com pontuação superior a 90 pontos integraram o Brazil Report e poderão utilizar o reconhecido "selo Tim Atkin" em suas estratégias promocionais e comerciais, agregando valor e reconhecimento internacional às marcas brasileiras.

Encerrando sua agenda no país, a jornalista também participou como comentarista jurada da Avaliação Nacional de Vinhos, considerada a maior avaliação de vinhos do mundo, reforçando ainda mais a conexão entre o projeto e os principais movimentos de valorização e promoção do vinho brasileiro no cenário internacional.

A iniciativa reafirma o compromisso do Wines of Brazil em investir em ações estratégicas de comunicação internacional, ampliando a presença do vinho brasileiro em canais globais de alta relevância e fortalecendo sua reputação junto aos principais formadores de opinião do setor.



FEIRA WINE PARIS 2026:



Ao todo, sete vinícolas brasileiras participaram da iniciativa, número superior ao registrado na edição de 2025 — primeira participação do projeto no evento — quando três empresas integraram a ação. O crescimento na adesão demonstra o processo de consolidação da Wine Paris como uma das principais plataformas globais de promoção comercial e posicionamento institucional do setor vitivinícola, ampliando significativamente o interesse das empresas brasileiras em participar da feira, que evidenciou seu perfil

global ao reunir compradores e profissionais do trade provenientes de diferentes mercados internacionais, incluindo Estados Unidos, Noruega, Irlanda, Reino Unido, Suécia, França, Portugal, Espanha e Holanda.

A participação na Wine Paris 2026 reforçou a percepção positiva da imagem do Brasil como produtor de vinhos de qualidade, competitivos e alinhados às tendências internacionais de mercado.

WALKAROUND TASTING WINE OF BRAZIL EM PARIS:

O evento foi realizado em parceria estabelecida com a Embaixada do Brasil em Paris, local onde a ação foi realizada. O ambiente institucional agregou credibilidade, segurança operacional e fortalecimento da imagem do Brasil perante os participantes internacionais, consolidando-se como um diferencial importante da iniciativa. O perfil dos convidados prospectados também contribuiu para ampliar o impacto da ação. Além de importadores e compradores estratégicos, o evento reuniu jornalistas, influenciadores e comunicadores especializados, fortalecendo não apenas as

oportunidades comerciais, mas também a disseminação da imagem e da reputação do vinho brasileiro no mercado francês e europeu.

Os resultados reforçam a consolidação da ação como uma importante ferramenta de promoção internacional do vinho brasileiro na Europa, combinando geração de negócios, posicionamento institucional e fortalecimento da imagem do Brasil junto aos principais formadores de opinião e agentes do mercado vitivinícola internacional.

FEIRA PROWEIN DUSSELDORF 2026:

Reconhecida como a principal feira mundial do setor vitivinícola, a edição de 2026 reuniu compradores, importadores, distribuidores, imprensa especializada e profissionais estratégicos do mercado global de vinhos e bebidas. A participação tradicional nesta feira reforça a imagem do Brasil como produtor e oferece oportunidades diretas de fomento ao comércio internacional da categoria.

A presença contínua de importantes países produtores — especialmente representantes do chamado "Novo Mundo", como Chile, Argentina, Austrália e China — reforça a relevância da participação brasileira em iniciativas dessa natureza, tanto sob a perspectiva competitiva quanto de fortalecimento de imagem perante o mercado global.

Segundo dados divulgados pela organização da ProWein Düsseldorf 2026, a edição contou com aproximadamente 3.400 expositores provenientes de 63 países e cerca de 31 mil visitantes profissionais oriundos de 105 mercados internacionais. A feira manteve seu foco estratégico em compradores qualificados de mercados prioritários, com destaque para Alemanha, Bélgica, Holanda, países escandinavos e Estados Unidos, iniciativa apoiada por um programa reformulado de Compradores Convidados amplamente promovido ao longo do evento.



Pelotas recebeu 1ª Mostra de Vinhos, Sucos e Derivados



No dia 17 de agosto, o Parque Stoneland, em Pelotas, foi palco da 1ª Mostra de Vinhos, Sucos e Derivados, um evento inédito voltado à valorização da vitivinicultura e das agroindústrias familiares da região sul do Rio Grande do Sul.

A programação reuniu produtores, agroindústrias, técnicos, instituições e consumidores, promovendo uma integração entre saberes, sabores e oportunidades.



A iniciativa, em parceria com o Grupo Associativo de Empreendedores em Turismo Rural (Gassetur), contou com degustação e comercialização de vinhos, sucos e produtos coloniais, oficina de degustação e análise sensorial de vinhos e espumantes, almoço campeiro por adesão, feira de artesanato, culinária típica, mateada e esportes de aventura, em um ambiente de valorização das raízes culturais e dos sabores da região.

Consevitis-RS realiza programa Minha Primeira Exportação (MPE)

Voltada à capacitação de pequenas e médias empresas integrantes do projeto Wines of Brazil, com foco na preparação técnica e comercial para atuação no mercado internacional. A iniciativa atendeu 22 vinícolas brasileiras e foi estruturada para oferecer capacitações, treinamentos e assessorias especializadas sobre processos de exportação, internacionalização e acesso a mercados externos. O objetivo principal foi fortalecer a competitividade das empresas participantes e ampliar sua preparação para atuação em ambientes internacionais de negócios.

O programa foi dividido em duas etapas complementares ao longo de oito meses. A primeira teve caráter educacional, concentrando conteúdos técnicos,

treinamentos e orientações estratégicas relacionadas ao processo exportador, internacionalização de marcas, posicionamento comercial e preparação para mercados internacionais. Já a segunda etapa teve foco prático e de aplicabilidade, por meio da construção de planos de ação individualizados, desenvolvidos com acompanhamento de assessores e consultores especializados.

A iniciativa reforça o compromisso do Wines of Brazil com o desenvolvimento sustentável da internacionalização do vinho brasileiro, especialmente por meio da qualificação empresarial e da preparação estratégica das vinícolas para atuação competitiva nos mercados globais.

Consevitis-RS celebra terceira participação consecutiva de sucesso na Expointer



De 30 de agosto a 7 de setembro de 2025, o Consevitis-RS marcou presença na Expointer, com um estande de 100 m², no Pavilhão Internacional, que reuniu cinco vinícolas gaúchas, além de promover uma ampla programação e ações voltadas ao fortalecimento do setor vitivinícola.

Entre as agendas realizadas, destacam-se o painel Conversando sobre Vinho e Saúde, conduzido pelo cardiologista Dr. Jairo Monson de Souza Filho; a coletiva de imprensa sobre os diferenciais do suco de uva brasileiro, que marcou uma nova etapa da campanha de promoção do produto, protagonizada pelos personagens Isa e Bordô. Durante a Expointer, a dupla de mascotes encantou o público e distribuiu caixinhas de suco de uva e revistinhas de colorir para os pequenos.

Também merecem destaque a apresentação da unidade móvel de envasamento de vinho, iniciativa voltada às vinícolas familiares; e o lançamento do Programa Viti + Sustentável, que estabelece um novo marco para a vitivinicultura gaúcha ao integrar práticas ambientais, sociais e de governança; além das parcerias com o Grupo RBS no Campo em Debate e no Food Talks Destemperados, e de veículos como Correio do Povo, Bandeirantes, Record, SBT, entre outros, que aproximaram ainda mais o vinho de pautas estratégicas do agronegócio e da gastronomia.

O estande do Consevitis-RS também foi cenário para uma edição especial do podcast Vai de Vinho Brasileiro, transmitida ao vivo diretamente da feira, com um episódio dedicado às atividades realizadas pelo Instituto na Expointer. O espaço também serviu como palco para reuniões institucionais, encontros com a imprensa e momentos de relacionamento com entidades parceiras, consolidando o espaço como um ambiente estratégico para negócios, visibilidade e integração do setor vitivinícola gaúcho.



Tecnologia sobre rodas

Unidade móvel de envasamento de vinhos



Desde setembro de 2025 está à disposição de pequenas e médias vinícolas de todo o estado o serviço de Envase e Rotulagem da Unidade Móvel de Envasamento de Vinhos. A unidade tem capacidade para envasar até 450 garrafas por hora, executando o processo de filtragem, higienização das garrafas, envase, vedação (rolha ou screw cap), rotulagem e aplicação de cápsula.

O Consevitis-RS cedeu em comodato a operacionalidade da unidade para a Associação das Vinícolas Familiares de Bento Gonçalves (ENOVINHO BG), através de edital de chamada pública, que fica responsável por realizar os agendamentos e serviço, a fim de atender todo o Rio Grande do Sul.

Detalhes
para contratar
o serviço





Lançada durante a 48ª Expointer, a campanha 'Bebe que é gostoso, bebe que é de uva' tem o objetivo de promover o suco de uva no mercado nacional.

A relevância deste projeto é sustentada por números expressivos: Cerca de 50% das uvas cultivadas para processamento no Rio Grande do Sul são destinadas à produção de

suco. Um produto tão importante merecia uma campanha especial para promover seu consumo e divulgar seus benefícios à saúde.

O Foco: Geração Z

A estratégia mirou na Geração Z, grupo de pessoas nascidas entre meados da década de 1990 e o início da década de 2010, marcado pelo contexto da era digital e que tem consumido menos álcool e preferido opções mais saudáveis. Por essas razões, o suco de uva apresenta um grande potencial.

A ideia: Humor e música

Para gerar impacto e alcançar o público, a proposta foi unir humor e música. De um lado, entre os jovens, a música é uma ferramenta essencial para expressar emoções e visões de mundo. Do outro, o humor é um recurso bastante utilizado para reter atenção e criar memórias.

Personagens: Isa e Bordô

O principal destaque da campanha são a dupla musical Isa e Bordô. Os personagens representam uma caixinha e uma garrafa de suco, embalagens comuns em que os sucos de uva são oferecidos ao consumidor no Brasil. Seus nomes fazem alusão às variedades de uva Isabel e Bordô, que são utilizadas na elaboração do suco. Eles são os porta-vozes para divulgar os benefícios do suco de uva e, especialmente, a gostosura da bebida.



A música, interpretada pela dupla, foi criada com inspiração nos gêneros pop e funk. Com ritmo envolvente e um refrão "chiclete", a letra contém elementos que geram conexão ao indicar momentos em que o suco de uva pode ser incluído no dia a dia e o impacto positivo no bem-estar de quem o consome, de um jeito leve e divertido, criando relevância para a mensagem.

Filme: clipe de estreia da dupla



A campanha ganhou um filme desenvolvido a partir do uso de inteligência artificial, recurso inovador para a comunicação do setor vitivinícola.

Além dos jovens da Geração Z, o público infantil também está sendo impactado, especialmente com a presença dos personagens nos eventos.



Assista o filme

Ação com influenciadores

A campanha também utilizou criadores de conteúdo com o objetivo de promover o estilo de vida saudável, fortalecer a presença digital do suco de uva e aumentar o conhecimento sobre a bebida.



Press kit

O press kit ficou muito especial com disco de vinil decorativo com encarte informativo, livro de colorir, sacola metalizada, os personagens de pelúcia e outros materiais.

Além da ação com influenciadores, o plano de mídia da campanha contemplou Youtube, Meta e mídia programática em games.

Nosso suco é único no mundo: mais encorpado, aromático e com sabor marcante. A campanha convida o consumidor a descobrir esse equilíbrio perfeito entre acidez, dulçor e saúde que a bebida oferece.

A mensagem é simples, mas poderosa: **Bebe que é gostoso, bebe que é de uva.**

A campanha pode ser conferida no perfil do Instagram **@sucodeuvabrasileiro**

Consevitis-RS reúne 37 vinícolas gaúchas em estande coletivo na ProWine SP 2025



O Consevitis-RS coordenou uma série de ações, voltadas tanto ao mercado interno quanto ao externo, na ProWine São Paulo 2025, maior feira de vinhos e destilados da América Latina, que ocorreu de 30 de setembro a 2 de outubro de 2025, no ExpoCenter Norte.

No cenário interno, o destaque foi o estande coletivo Vinhos Gaúchos, realizado em parceria com o Sebrae RS. O espaço reuniu 37 vinícolas de diferentes regiões produtoras do Rio Grande do Sul, como Serra Gaúcha, Campanha e Campos de Cima da Serra, oferecendo ao público e ao setor profissional uma amostra da diversidade e da qualidade da produção vitivinícola

gaúcha. A iniciativa valoriza o pioneirismo e a força do setor gaúcho, projetando a identidade da produção no cenário nacional.

A feira também foi palco do Projeto Comprador Nacional, que promoveu, nos dias 1º e 2, rodadas de negócios entre 34 vinícolas e 10 compradores de oito estados, em parceria com o Sebrae Nacional. E contemplou também iniciativas de promoção internacional, como o Wines of Brazil, projeto setorial em parceria com a ApexBrasil, que realizou rodadas de negócios com importadores vindos da China, Rússia, Angola, França e Eslováquia.

Apoio a 33ª Avaliação Nacional de Vinhos reforça compromisso com valorização do vinho brasileiro

A Avaliação Nacional de Vinhos, promovida pela ABE, é considerada o maior e mais representativo evento do vinho nacional. A edição 2025 reafirmou o caráter plural, diverso e em constante evolução do setor vitivinícola brasileiro. Foram inscritos 533 vinhos por 76 vinícolas de nove estados brasileiros. O maior número já registrado em 33 anos de história da Avaliação. As 16 amostras mais representativas da safra foram apresentadas a cerca de 800 pessoas em evento realizado no dia 25 de outubro de 2025, com a participação de comentaristas do Brasil, África do Sul, Chile, Espanha, Itália, México, Portugal e Uruguai.

Mais do que uma degustação, a Avaliação Nacional de Vinhos é reconhecida como um marco técnico e cultural, reunindo produtores, enólogos, sommeliers, jornalistas e apaixonados pelo vinho brasileiro em uma celebração da safra e da identidade vitivinícola do país.

Com o apoio do Consevitis-RS, a Avaliação Nacional de Vinhos segue consolidando-se como um símbolo de excelência e união do setor, promovendo conhecimento, qualidade e orgulho em torno do vinho brasileiro.



Foto: Jeferson Soldi

NOVEMBRO

Vinhos gaúchos estreiam no Festuris Gramado com espaço exclusivo



Os vinhos do Rio Grande do Sul tiveram presença inédita no Festuris Gramado, maior feira de negócios turísticos da América Latina.

Nos dias 7 e 8 de novembro de 2025, a Arena do Vinho Gaúcho, reuniu nove vinícolas para apresentar ao público do evento seus vinhos, espumantes e sucos de uva. O espaço também serviu como uma vitrine para o enoturismo e a cultura da uva e do vinho. O evento reúne profissionais do turismo do Brasil e do exterior, o que amplia a visibilidade do setor vitivinícola gaúcho a nível mundial.

Segunda temporada do Podcast Vai de Vinho Brasileiro



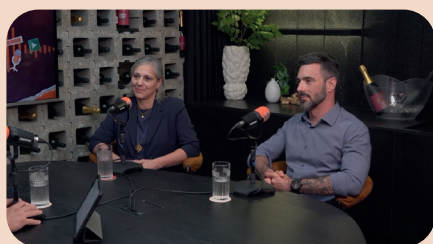
Depois do sucesso da primeira temporada, o podcast do Consevitis-RS retornou com 10 novos episódios. O projeto voltado ao público experiente e a profissionais da vitivinicultura reuniu especialistas de diferentes áreas, novamente sob a condução do host Daniel Perches. O conteúdo manteve o foco em temas estratégicos para o setor, reforçando o podcast como uma das ações do planejamento de comunicação do Consevitis-RS.

A segunda temporada construiu ao longo de 10 programas um panorama abrangente do vinho brasileiro, do posicionamento do país no cenário internacional aos bastidores técnicos que moldam o produto. Ao longo dessa jornada, o podcast percorreu temas estruturantes como as indicações geográficas, as diferentes profissões

do setor e as práticas produtivas, passando por debates contemporâneos como saúde e mudanças climáticas, além de abordar aspectos regulatórios, institucionais e elementos muitas vezes invisíveis ao consumidor, mas decisivos para a qualidade e identidade do vinho. Ao encerrar com o tema dos bares e eventos, a temporada fecha o ciclo ao conectar toda essa base com o momento mais visível e sensorial da cadeia: o encontro entre o vinho e as pessoas.

Destaque na primeira temporada, o tradicional quadro de perguntas e respostas rápidas ao fim de cada episódio seguiu na segunda temporada do Vai de Vinho Brasileiro. O que será que os convidados pensam sobre o "polêmico" hábito de colocar gelo no vinho?

Confira os episódios da segunda temporada:



Ep 1:
O Vinho Brasileiro no Mundo



Ep 2:
Indicações Geográficas
de Vinho - IP e DO



Ep 3:
As profissões do vinho



Ep 4:
Vinhos orgânicos e
biodinâmicos



Ep 5:
Vinho e Saúde



Ep 6:
Mudanças Climáticas



Ep 7:
Os problemas do
descaminho e contrabando



Ep 8:
O Brasil na OIV



Ep 9:
Muito além da uva



Ep 10:
Bares e eventos de vinho

ACESSE AQUI:



Os episódios estão disponíveis em áudio e vídeo nos canais do Vinho Brasileiro no YouTube e Spotify.

Que temas você sugere para a terceira temporada do programa?

1ª Seleção de Vinhos BRS Lorena revela destaques nacionais

Em realização com a Embrapa Uva e Vinho, a Seleção visa incentivar a melhoria contínua da qualidade dos vinhos e outros produtos elaborados com a uva BRS Lorena, valorizar a produção nacional e ampliar oportunidades de mercado.

Na primeira edição foram 79 amostras inscritas. Ao todo, foram concedidas 28 medalhas (duas Grande Ouro, 25 Ouro e uma Prata), reconhecendo a excelência e a diversidade de estilos obtidos a partir da variedade.

A cerimônia de entrega das medalhas e certificados na noite do dia 5 de dezembro de 2025 foi uma grande festa, não apenas para celebrar a conquista das medalhas, mas sim uma comemoração ao resultado da pesquisa brasileira e da confiança e aposta dos produtores em produzir e valorizar essa cultivar brasileira.



Embasamento para demandas

Questionário para levantamento de demanda dos viticultores

A fim de termos embasamento para futuras ações a serem desenvolvidas pelo setor técnico do Consevitis-RS, foi publicado um edital para credenciamento de pessoas jurídicas visando a realização de levantamento das demandas dos viticultores, nas áreas de assistência técnica, Boas Práticas Agrícolas, certificações, legislação trabalhista (mão de obra), valorização do trabalho feminino e da sucessão familiar

A expectativa era conseguir aplicar o questionário em pelo menos 10% de viticultores, com base no número de cadastros vitícolas realizados por município da Serra Gaúcha. Para o levantamento das informações, foram realizadas entrevistas presenciais com os viticultores em Sindicatos Rurais que se inscreveram. Neste período, credenciou-se 17 Sindicatos de Trabalhadores Rurais e aplicou-se 884 questionários.



Filme de Natal celebra o amor, o reencontro e os desejos de um bom 2026

O Consevitis-RS lançou um filme especial de Natal que foi divulgado nos meios digitais e em veículos de comunicação de todo o país, com destaque para Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo.

A peça integrou a mensagem de final de ano do setor vitivinícola gaúcho, levando ao público votos de um Natal de afeto, partilha e de um 2026 promissor para todos os brasileiros.

Com narrativa emocional, o vídeo aborda temas universais como trabalho, reconciliação e amor. A história acompanha um motorista de aplicativo que trabalha na noite de 24 de dezembro transportando pessoas e presentes pela cidade. Apesar da cordialidade com os passageiros, seu semblante revela tristeza e a existência de pendências emocionais não resolvidas.

A virada da história acontece quando uma idosa, ao final de uma corrida, lhe entrega um presente: uma caixa contendo uma garrafa de vinho e uma de suco de uva,

com o rótulo simbólico "Pai e Filho". O gesto desperta reflexões no personagem, que decide seguir até uma casa. Ao bater à porta, encontra uma mulher surpresa e, ao fundo, um homem mais velho, com quem troca olhares carregados de sentimentos não verbalizados. O presente é mostrado, o sorriso surge e o convite para entrar marca o reencontro. O vídeo encerra com a mensagem: "Quando alguém compartilha o amor de um jeito, ele nasce de outro jeito. Feliz Natal."

O filme busca valorizar o significado do vinho e do suco de uva para além do consumo. A proposta é apresentá-los como símbolos de união, partilha e conexão entre gerações e levar uma mensagem de esperança para o próximo ano.

Veja o filme



Antes do brinde, olhe o rótulo

Dando continuidade às ações da campanha Vinho Legal, o Consevitis-RS e entidades do setor lançaram infográficos de conscientização voltados ao consumidor final. O objetivo é orientar o público sobre como identificar vinhos de procedência garantida, por meio da leitura atenta dos rótulos e contrarrótulos.



Por que a atenção aos detalhes importa?

A presença dessas informações é o que assegura que o vinho foi produzido, armazenado e comercializado dentro das normas legais e sanitárias, garantindo sua qualidade e segurança. A ausência de dados obrigatórios, por outro lado, pode indicar produto irregular ou sem procedência, o que coloca em risco o consumidor e gera prejuízos ao setor vitivinícola formal.



Consumo consciente e valorização do setor

A campanha Vinho Legal reforça que a informação é a principal ferramenta de proteção do consumidor. Além de evitar riscos à saúde, a verificação do rótulo contribui para o fortalecimento de um mercado mais justo e transparente.

Sobre a campanha Vinho Legal



Lançada em 2024, a campanha Vinho Legal é uma iniciativa do Consevitis-RS, em parceria com o setor vitivinícola brasileiro e instituições públicas e privadas, voltada ao combate à informalidade e à comercialização de vinhos sem procedência. A ação busca conscientizar produtores, comerciantes e consumidores sobre a importância de fortalecer a cadeia produtiva formal, garantindo segurança alimentar, arrecadação justa e valorização do vinho nacional. O foco é o combate à informalidade e à comercialização de produtos irregulares, fortalecendo o consumo consciente e a valorização de vinhos produzidos e comercializados dentro da legalidade.

Vinho gaúcho no maior churrasco a céu aberto do mundo



O Consevitis-RS marcou presença na 9ª edição do Paleta Atlântida, realizada à beira-mar de Xangri-Lá, no litoral norte do Estado, no dia 24 de janeiro de 2025. Em um estande coletivo, no espaço Shopping do Paleta, cinco vinícolas gaúchas ofereceram degustação e

comercialização de vinhos, espumantes e sucos de uva, ampliando a experiência gastronômica do público, estimado em aproximadamente 150 mil pessoas. A participação do Consevitis-RS destaca a sinergia entre dois ícones da cultura gaúcha: o churrasco e o vinho.

Serviços de elaboração de inteligência comercial

O objetivo é direcionar a estratégia de promoção internacional do vinho brasileiro através de pesquisas de mercado que demonstrem resultados de importação e exportação, dando suporte para a base de estratégia internacional das vinícolas brasileiras e também entender o mercado nacional como forma de estratégia para exportações e melhorias internas.

Durante o período de março de 2025 a março de 2026, a consultoria contratada gerou estudos mensais com dados sólidos de exportação e de importação que foram compartilhados com as vinícolas e com a entidade. Através de webinars exclusivos, os estudos foram apresentados trimestralmente no intuito de facilitar a interpretação para que o setor pudesse ter todo o

suporte estratégico. Os resultados foram muito relevantes uma vez que o cenário internacional tem sofrido constante mudanças com questões macroeconômicas, como foram os episódios de taxaço imposta pelos EUA e o acordo Mercosul x EU. Por outro lado, a disseminação e investimento de importadores no mercado brasileiro demonstram preocupação ao setor, tendo a exportação e o enoturismo como válvulas de escape.

Destaque para o Webinar Dados de Mercado Brasileiro de Vinhos em 2025 que aconteceu em janeiro de 2026 no intuito de apresentar o panorama do ano e perspectivas de futuro para o setor.

Um brinde a esta combinação perfeita: Espumante brasileiro e verão!



O Consevitis-RS lançou em janeiro a campanha Combina com você, combina com o verão, com o objetivo de reposicionar o espumante brasileiro como uma opção leve, descomplicada e ideal para os momentos cotidianos da estação mais quente do ano. Tradicionalmente associada a celebrações formais, a bebida foi apresentada como uma companhia natural de encontros entre amigos, churrascos, lazer ao ar livre e momentos de descontração.

A ação buscou provocar uma mudança de percepção no consumidor. A bebida ainda é muito associada às celebrações. A campanha mostrou que o espumante é versátil e pode ser consumido de forma casual. Além disso, as peças reforçaram o caráter identitário das borbulhas brasileiras, que vêm conquistando reconhecimento internacional.

A campanha apostou na brasilidade como elemento criativo, aproximando o espumante de símbolos, hábitos

e situações comuns ao cotidiano dos brasileiros. Nos vídeos, essa proposta se traduziu em cenas e referências que fazem parte do imaginário nacional, como o cachorro caramelo, o brigadeiro e o tradicional prato feito, apresentados de forma leve e bem-humorada. Outras peças exploraram os sons característicos do Brasil, como o barulho do mar, a torcida no estádio de futebol, o som do pandeiro e do convívio ao ar livre, que se conectaram ao som do espumante sendo aberto, reforçando a ideia de que a bebida pode fazer parte desses momentos.

As peças da campanha foram veiculadas em diferentes plataformas digitais, como YouTube, Instagram, Netflix e mídia programática em TV conectada e sites, com foco em ampliar o alcance e dialogar com públicos jovens. Ao ampliar as ocasiões de consumo, a campanha também destaca a importância da apreciação responsável, incentivando o consumo moderado do espumante brasileiro.



Confira os filmes da campanha aqui:



BEBA COM MODERAÇÃO

Promoção internacional nas redes sociais



Entre março de 2025 e março de 2026, as ações de comunicação internacional do projeto Wines of Brazil focaram na aplicação da identidade do setor no mercado externo, trabalhando o conceito "Enjoy the FRESH side of life". Com planos de mídia específicos e impulsionamentos estratégicos, o projeto buscou aumentar a consciência de marca sobre o vinho brasileiro no exterior e atrair um público mais qualificado para seus eventos de promoção internacional.

Os principais diferenciais do período foram a contratação de um sommelier para produzir conteúdos exclusivos e técnicos legendados em três línguas, além da estreia do projeto no LinkedIn, estabelecendo um canal de relacionamento focado em perfis profissionais de negócios. Paralelamente, a promoção do suco de uva

ganhou destaque com o conceito "A taste of Brazil, in Every drop", levando para as redes as qualidades atribuídas ao produto.

Essa abordagem digital integrada gerou resultados expressivos de engajamento e de captação de contatos qualificados. No Facebook, as campanhas orgânicas e pagas alcançaram mais de 2,5 milhões de pessoas e geraram 1,7 milhão de impressões em mídia patrocinada, acumulando 21,4 mil seguidores e 24 cadastros qualificados. No Instagram, o projeto impactou mais de 1,4 milhão de usuários e obteve 163 novos leads qualificados. As ações da iniciativa "The Real Grape Juice of Brazil" superaram 900 mil pessoas alcançadas no Facebook e mais de 530 mil contas no Instagram entre tráfego orgânico e pago.

Editais de apoio a ações do setor vitivinícola

O Consevitis-RS realiza periodicamente editais de apoio a iniciativas voltadas ao fortalecimento da vitivinicultura gaúcha. No período, foram apoiados 48 projetos, sendo 45 de ações promocionais e 3 de eventos técnicos, em editais distintos.

Conheça os eventos apoiados pelos editais de março de 2025 a março de 2026:

Edital de apoio a ações promocionais	
Projeto	Organizador
Pipa Festival Vale dos Vinhedos	Shareeat
Mesa Ao Vivo Paraíba	Mundo Mesa
Xap Wine Experience	Amo Vinhos Adega
Despertar do Vale	APROVALE
Vinho & Jazz Festival	Depósito Vinhos
Vitis Aurora	Aurora
Brasil na Taça	Emerson Rodrigo Greggio
Concurso Melhor Sommelier RS 2025	ABS RS
Seminário Vinho & Mercado	Mar de Vinho
5ª Jornada do Sommelier RS	ABS RS
Viajando de motorhome pelas vinícolas da Campanha Gaúcha	Dretto ArqComunica
Prêmio Melhores do Ano na Gastronomia	Mundo Mesa
EXPOVITIS	AGROBSB
Wine In Búzios	Associação Bem Querer
Vinhos e Turismo de Inverno	Terra do Galo
Festival de Vinhos Riovino	Riovino
VINIBRAEXPO	Vinibra Expo
Festival do Moscatel	AFAVIN
Caminhos do Vinho Gaúcho	ABS-RS
Enoturismo em Flores da Cunha	Dretto
Encontro Bom Vivant - Tintos do Brasil	Andreia Debon Marcon
9º Fronteira - Festival Binacional de Enogastronomia	Sindilojas Santana Livramento
Origem Brasil, espaço de promoção e valorização do vinho e da produção nacional	ABRASEL

Projeto	Organizador
XIV CONCURSO DO ESPUMANTE BRASILEIRO	ABE
Prêmio Melhores da Taça	Mundo Mesa
Cenário do Enoturismo	Terra do Galo
VII Festival de Balonismo	Prefeitura de Bento Gonçalves
FENACHAMP 2025	CEC Garibaldi
Final de Semana Perfeito: Vinícolas Urbanas de POA	Way Content
Mesa São Paulo	Mundo Mesa
Festival de Cultura e Gastronomia de Garibaldi	DB Comunicação
Leilão Chimas Corte 4	ABS-RS
Altos Montes, vinho e enoturismo na Serra Gaúcha	Dretto ArqComunica
Brindes da Vida Real	Dretto ArqComunica
Vinho Gaúcho e a Cozinha das Nonas	Way Content
Terra e Coragem: uma história sobre a resiliência dos produtores de uva da Serra Gaúcha	Nich Design
Minuto do Vinho	CB Soluções Audiovisuais
Brasil de Guarda	Pentagono MKT
Festa Regional da Uva 2026	AVIST
Caminhos do Vinho Gaúcho - 2ª ed.	ABS-RS
Fórum Sommelier Brasil 2026	Mar de Vinho
35ª Festa Nacional da Uva de Caxias do Sul	Com. Festa da Uva
ABERTURA NACIONAL DA COLHEITA	Fenavindima
FECOIVA	Associação Otavio Rocha
Vale dos Vinhedos, Tradição, Vinho e Experiência	Dretto ArqComunica

Edital de apoio a eventos técnicos

Projeto	Organizador
Mostra Técnico-Científica 2025	IFRS Campus Bento Gonçalves
TECNOVITIS 2025- Feira de Tecnologia para Viticultura e Fruticultura	Sindicato Rural da Serra Gaúcha
20ª Jornada da Viticultura	Terra do Galo Positiva Comunicação e Marketing Ltda



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL
SECRETARIA DA AGRICULTURA, PECUÁRIA,
PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL E IRRIGAÇÃO

Termo de Colaboração - FPE nº 4837/2022

**vinho
brasileiro**

**espumante
brasileiro**

**wines of
brazil**

**suco
de uva
brasileiro**

**the real
grape
juice of
brazil**



Siga nossas redes sociais



consevitis-rs.com.br



contato@consevitis-rs.com.br



54 99982.6730

Alameda Fenavinho, 481, Bloco 2 – Sala 301 – Bento Gonçalves

BEBA COM MODERAÇÃO