vinetur

Brasil dispara su consumo de vino y abre una vía premium en Europa

Vin du Brésil lleva 12 etiquetas brasileñas a Francia para vender identidad, origen y valor añadido

martes 19 de mayo de 2026



El consumo de vino en Brasil alcanzó en 2025 su mayor nivel registrado, con 4,4 millones de hectolitros, según datos de la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV). La cifra supone un aumento de 41,9% frente al año anterior y sitúa al país entre los mercados que más avanzaron en un momento en el que el consumo mundial retrocedió 2,7%.

El aumento no se limitó a la demanda. La superficie de viñedos en Brasil llegó a 91.000 hectáreas, un avance de 9,6% respecto de 2024 y el quinto año seguido de expansión. La producción nacional sumó 2,8 millones de hectolitros, con una subida de 80,6% sobre el volumen muy bajo del ejercicio previo.

El sector también movió más dinero. Un estudio de Ideal BI Consulting calcula que el mercado brasileño del vino cerró 2025 con una facturación de R$ 21.100 millones, cerca de 10% más que un año antes. El dato refleja un cambio en el perfil del consumidor, que busca vinos con mayor valor añadido, origen definido y una relación más directa con la cultura del producto.

Ese movimiento empieza a abrir espacio para los vinos brasileños fuera del país, sobre todo en segmentos premium de Europa. Una de las iniciativas es Vin du Brésil, un proyecto creado para llevar rótulos brasileños al mercado europeo mediante catas, acciones comerciales y trabajo de imagen.

La propuesta reúne al chef francés Benoit Mathurin, al periodista Xavier Vankerrebrouck, al empresario italiano Giovanni Montoneri y al brasileño Guilherme França, de Intrust Associates. El primer lote incluye 12 etiquetas de seis bodegas brasileñas y se vende en Francia entre 15 y 50 euros por botella.

Vankerrebrouck explica que la apuesta no pasa por competir en volumen, sino por situar estos vinos en una franja premium. “En Francia, el vino es una lengua cultural. Cuando presentamos los vinos brasileños, no hablamos solo de calidad, sino de identidad, origen y emoción”, afirma.

La primera presentación del proyecto se hizo en una acción inspirada en el histórico Juicio de París y reunió a empresarios, aficionados al vino y prescriptores europeos. La selección puso el foco en rasgos propios de la vitivinicultura brasileña, como el uso de levaduras indígenas, técnicas de poda invertida, terroirs distintos y barricas brasileñas.

En esta fase participan seis bodegas: Bárbara Eliodora y Estrada Real, de Minas Gerais; y ArteViva, La Grande Bellezza, Manus y Bebber, todas ellas en Rio Grande do Sul. La previsión es sumar más nombres en los próximos años.

França señala que la meta es llegar a 15 bodegas antes de que termine 2026. El objetivo es ampliar la variedad de orígenes y estilos presentados fuera del país.

Montoneri sostiene que el valor principal de estos vinos está en su carácter propio y en su originalidad. “Son vinos expresivos, versátiles y todavía poco conocidos en Europa. Vin du Brésil nace para cambiar esa percepción y abrir espacio para Brasil como productor de vinos de identidad”, dice.

Intrust Associates trabaja para que el proyecto tenga continuidad como plataforma estable de posicionamiento del vino brasileño en el exterior. Según França, la idea es construir reputación para el sector más allá del envío de botellas: “Estamos construyendo puentes entre productores brasileños y consumidores internacionales, respetando la origen y valorando la excelencia”.