vinetur

El vino brasileño desafía el escepticismo europeo y busca conquistar el exigente mercado francés

El proyecto Vin du Brésil aspira a posicionar vinos de autor en Francia pese a las dudas sobre el acuerdo Mercosur-UE

jueves 12 de febrero de 2026



El acuerdo comercial entre Mercosur y la Unión Europea sigue generando debate en varios países europeos, especialmente en Francia. El presidente Emmanuel Macron ha mostrado reservas sobre el tratado, al considerar que puede afectar a los agricultores franceses y facilitar la entrada de productos sudamericanos en el mercado europeo. Sin embargo, mientras continúan las discusiones políticas, el sector vitivinícola brasileño busca aprovechar la apertura de nuevas oportunidades comerciales.

El proyecto “Vin du Brésil” es una iniciativa que pretende reposicionar los vinos brasileños en Europa. Su lanzamiento está previsto para febrero de 2026, con el envío del primer lote de vinos de autor procedentes de seis bodegas seleccionadas de Minas Gerais y Río Grande do Sul. El objetivo principal es captar la atención de los consumidores franceses, conocidos por su exigencia y tradición en el consumo de vino. Francia ha sido elegida como punto de entrada estratégico, ya que su mercado puede servir como referencia para otros países europeos.

La meta del proyecto es alcanzar ventas anuales por valor de un millón de dólares, centrándose en productos exclusivos y de alta calidad. Para ello, se ha formado una alianza internacional que incluye figuras como el chef francés Benoit Mathurin y el empresario italiano Giovanni Montoneri. Ambos han subrayado que en Francia el vino no solo se valora por su calidad, sino también por su vínculo con la identidad cultural y las emociones asociadas a su consumo.

Para reforzar la imagen de los vinos brasileños, el proyecto ha organizado una presentación inspirada en el conocido juicio de París, donde se compararán vinos brasileños elaborados con técnicas innovadoras frente a etiquetas tradicionales europeas. Esta acción busca validar la calidad y originalidad de los productos ante expertos y consumidores franceses.

Actualmente, seis bodegas forman parte del proyecto: Bárbara Eliodora y Estrada Real en Minas Gerais; ArteViva y Manus en Río Grande do Sul, entre otras. La intención es ampliar este número hasta quince bodegas antes de finalizar 2026, lo que permitirá mostrar una mayor diversidad de regiones productoras y estilos ante el público europeo.

La expansión del portafolio se considera clave para consolidar la presencia del vino brasileño fuera de América del Sur. Los responsables del proyecto creen que una oferta variada puede atraer a diferentes perfiles de consumidores y aumentar la visibilidad del producto en ferias especializadas y puntos de venta selectos.

A pesar del escepticismo político sobre el acuerdo Mercosur-UE, los promotores del “Vin du Brésil” confían en que la calidad y singularidad de sus vinos puedan abrir puertas en Francia y otros mercados europeos. El sector vitivinícola brasileño ve esta etapa como una oportunidad para aprender del mercado europeo y adaptar sus estrategias comerciales a las preferencias locales.

El desarrollo del proyecto será seguido con atención tanto por productores sudamericanos como por importadores europeos. La evolución de las ventas y la aceptación por parte del consumidor francés serán factores determinantes para evaluar el impacto real del acuerdo comercial sobre el sector vitivinícola brasileño.