Brasile: trovare i giusti partner e comprendere la cultura locale per superare gli ostacoli di un mercato complesso

scritto da Agnese Ceschi | 27 Luglio 2024

Il Brasile è il quattordicesimo mercato al mondo per consumo di vino: un Paese enorme, dove un PIL relativamente alto non implica però grandi volumi di vino venduto. Il perché risiede negli ostacoli che sono ancora presenti, partendo dalla burocrazia e dall'alto costo per l'importazione. Tutto ciò non deve far desistere i produttori di vino italiano, però, secondo **Matthew James Wickham, Product manager di World Wine**, perché le opportunità ci sono e vanno colte con il giusto importatore. Questa è la missione di World Wine, azienda fondata nel 1999, parte del **Grupo La Pastina**, che ha 77 anni di storia e rappresenta la terza generazione della famiglia La Pastina. Oggi World Wine è tra i maggiori importatori di vini pregiati del Paese ed è un riferimento nella diffusione della cultura del vino.

Abbiamo chiesto a Matthew James Wickham di indirizzarsi in

questo complesso panorama.

Quali sono le caratteristiche del mercato del vino brasiliano?

Il Brasile è un mercato relativamente nuovo per il consumo di vino anche se è cresciuto costantemente negli ultimi tre decenni, classificandosi attualmente al quattordicesimo posto per consumo totale di vino a livello mondiale nel 2023, secondo l'OIV. Come altri mercati, il Brasile ha registrato un boom del consumo di vino durante la pandemia, ma da allora i livelli sono scesi appena al di sopra di quelli pre-pandemia. Anche se la quota complessiva è diminuita, il "vino da tavola" prodotto localmente da uve *vitis labrusca* rappresenta ancora una quota elevata del vino consumato.

Che tipologia di vino è maggiormente consumata?

È anche importante notare che il Brasile ha principalmente climi tropicali e subtropicali caldi, ma circa l'80% di tutto il vino consumato nel Paese è rosso, anche se nel 2024 si è registrata una certa crescita nel consumo di vino bianco. Il vino spumante, occupa una parte relativamente piccola del mercato con una forte industria nazionale in testa negli ultimi anni, mentre negli ultimi 12 mesi si è assistito ad un aumento della domanda di vino spumante italiano.

Quali sono le sfide più importanti in questo momento?

Il Brasile è un mercato molto sensibile ai prezzi, in parte a causa delle elevate tasse sulle importazioni e sulle vendite in vigore, che variano da Stato a Stato. Pertanto, tra le sfide più importanti in questo momento ci sono i tassi di cambio USD ed EUR, che aumentano il costo di importazione dei vini e influiscono sul prezzo a scaffale. Un'altra sfida

affrontata dal mercato del vino è la crisi del costo della vita. Considerato che il vino è un prodotto premium, è una delle prime spese che le persone tagliano sono in difficoltà. Cercare di bilanciare gli aumenti dei prezzi nei Paesi produttori con un tasso di cambio sfavorevole, cercando al tempo stesso di non aumentare i prezzi, sarà la sfida più grande del 2024.

Qual è l'atteggiamento del popolo brasiliano nei confronti del vino?

I brasiliani hanno una cultura molto sociale e le bevande alcoliche giocano un ruolo importante in questi momenti. Attualmente la birra è di gran lunga la categoria principale, con un consumo pro capite circa 30 volte maggiore di quello del vino. Molti consumatori vedono ancora il vino come un prodotto *premium*, non come una necessità, e come tale viene spesso relegato a momenti di festa. Negli ultimi anni abbiamo assistito a un graduale cambiamento di questa situazione, anche se il consumo di vino rimane molto ridotto se confrontato con altre bevande alcoliche, come la birra. Detto questo, i brasiliani sono consumatori naturalmente curiosi e con il vino c'è sempre qualcosa di nuovo da esplorare: tendenze dell'orange wine, nuove denominazioni o regioni, diversi vitigni…

Che suggerimento darebbe alle aziende vitivinicole italiane che intendono esplorare il mercato brasiliano?

L'esportazione di vino in Brasile comporta molte sfide e una costosa burocrazia, ma ci sono anche molte opportunità da esplorare. Una cosa importante da notare è che il Brasile è un mercato unico. Detto questo, le aziende vinicole non dovrebbero fare paragoni o basare le proprie aspettative su altri Paesi delle Americhe, e non dovrebbero dare per scontato

che una posizione relativamente alta nella classifica del PIL si tradurrà direttamente in grandi volumi di vendite. Grazie alle tasse di importazione più basse tra i paesi del Mercosul e ai vantaggi del trasporto, Cile e Argentina sono tra i Paesi più importanti nel mercato brasiliano. Al contrario, i vini italiani rappresentavano meno del 7% di tutti i vini importati in Brasile nel 2023.

Il mio suggerimento è di cercare un partner adatto alla propria attività e strategia, preparandosi a investire nel marketing per promuovere i propri vini in un mercato altamente competitivo. Inoltre, comprendere la cultura locale e gli stili popolari può essere di grande aiuto per il successo di un vino o di un marchio sul mercato.

Che tipo di opportunità offre World Wine?

Con un portafoglio ricco di grandi produttori, World Wine continua a lanciare e sviluppare marchi di reputazione e di successo sul mercato. Pionieri nell’importazione di vini biologici, biodinamici e naturali nel mercato brasiliano, cerchiamo di raggiungere un equilibrio tra piccoli produttori a conduzione familiare e grandi marchi internazionali. Siamo un’operazione multicanale, con distribuzione nazionale per i clienti off-licence e HORECA, e una catena di negozi interamente di proprietà, oltre a televendite ed e-commerce. Questa struttura ci permette di vendere in tutto il Brasile dal nostro magazzino a temperatura controllata di San Paolo, uno dei più grandi del suo genere in Sud America.