

# Laboratorio Brasile e spinta Mercosur: perché il Sud America ridisegna le mappe del vino italiano

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Settembre 2026



*Mentre i mercati tradizionali rallentano, il Brasile si trasforma nel nuovo laboratorio di riferimento per il vino italiano. Spinto dall'espansione della classe media a San Paolo, da oltre trenta milioni di oriundi e dal recente accordo di libero scambio Mercosur, il Sud America offre opportunità strategiche senza precedenti per le esportazioni vitivinicole di alta gamma.*

Mentre molti mercati tradizionali registrano segnali di contrazione o stagnazione, il Sud America – e in particolare il Brasile – sta attirando l'attenzione dell'intera industria

vitivinicola internazionale. Con dati in controtendenza che mostrano un incremento sia in valore (+3,9%) che in volume (+3,3%), il Paese latino-americano si sta configurando come uno dei laboratori più dinamici per la **premiumisation del vino importato**. Questo articolo è parte integrante dell'**Osservatorio promosso da Wine Meridian**, nato per offrire al comparto uno strumento oggettivo e profondo basato sulle **esperienze sul campo dei professionisti del settore**. Attraverso le parole degli esperti intervistati, emerge un affresco articolato che intreccia fattori socio-culturali, legami storici di emigrazione e grandi manovre di politica commerciale globale.

## **San Paolo cabina di regia: il vino come nuovo status symbol**

Comprendere il fenomeno Brasile richiede di superare i dati aggregati e guardare ai centri nevralgici del consumo e della finanza dell'America Latina. **Angelo Turi, WSET Wine Educator e Destination Development Manager**, traccia un ritratto sociologico e finanziario di questa espansione: *"San Paolo è la vera cabina di regia di questo mercato, capitale finanziaria del Brasile, dove una nuova classe di ricchi viaggia molto più di prima e torna a casa con abitudini diverse. L'enogastronomia, e il vino in particolare, sono un indicatore di status paragonabile a un orologio di lusso: 'Dimmi cosa mangi e ti dirò chi sei', e aprire una bottiglia importante comunica qualcosa di preciso, sia a tavola che sui social."*

Turi evidenzia come le analisi economico-finanziarie confermino questo trend di crescita qualitativa: *"Bloomberg Línea conferma questa lettura, descrivendo un processo di premiumisation in corso da almeno due anni, con importazioni cresciute del 5% in valore ma solo dell'1% in volume, un trimestre che ha comunque segnato un record storico di fatturato di 114 milioni di dollari. In questo scenario*

*l'Italia parte avvantaggiata rispetto alla Francia: in Brasile vivono circa 30 milioni di discendenti diretti o indiretti di italiani, che sentono il vino italiano come qualcosa di familiare, un fattore identitario più che una scoperta."*

L'elemento dell'**heritage identitario e culturale** affiancato alla crescita della classe media viene sottolineato con forza anche da **Alberto Bortolon, Responsabile Marketing e Comunicazione di Casa Vinicola Corvezzo Srl**: *"Il Brasile è un mercato per noi molto interessante e sul quale, da un paio d'anni, stiamo costruendo solide basi per una presenza di lungo periodo. La crescita della classe media e l'evoluzione degli stili di consumo stanno favorendo un interesse crescente per il vino importato, in particolare per quello italiano, con un progressivo affiancamento ai tradizionali riferimenti regionali, come Cile e Argentina. Un altro driver importante è la premiumizzazione: il consumatore brasiliano, anche grazie alla diffusione di e-commerce e wine club, sta mostrando una crescente disponibilità a investire in prodotti percepiti come distintivi e di qualità. In questo scenario, Prosecco e Pinot Grigio sono categorie in crescita."*

## **La prospettiva storica e la sfida della distribuzione**

Nonostante l'entusiasmo attuale, la storia commerciale dell'Italia in Brasile ha attraversato fasi altalenanti. **Alessandro Guerini, esperto di mercati internazionali**, ricostruisce l'evoluzione del posizionamento italiano ricordando le origini della leadership perduta e le opportunità del rimbalzo:

*"L'Italia era il Paese leader in Brasile fino al Mercosur ed al TFA tra Brasile e Cile. Agli inizi degli anni 2000, infatti, una bottiglia su quattro di vino esportata in Brasile era italiana. Da allora è stato un declino continuo con Cile ed Argentina che sono entrati nelle fasce mainstream di*

consumi e l'industria locale, basata a Rio Grande do Sul, che ha sviluppato l'industria spumantistica in maniera significativa. [...] Anche su questo mercato credo che, oggi, siano i player che lo hanno presidiato storicamente a beneficiare del rimbalzo. I nuovi accordi tariffari, uniti all'heritage dell'Italia in un mercato dove c'è una forte discendenza, possono costituire un'occasione che l'Italia deve saper cogliere."

A fare eco sulla specificità della rete distributiva e sui volumi potenziale è **Emanuel Bonomo, Commercial Export di Tenuta Sant'Antonio**: "Il Brasile è un mercato molto interessante. La crescita in percentuale della classe media e l'associazione a una nutrizione più agiata porta con sé il consumo di vino. [...] Siamo lontani dal consumo medio europeo, il Brasile ha un consumo pro-capite di circa 10 volte inferiore rispetto all'Europa, ma è molto più popolato, quindi certamente ci sono opportunità. Il Brasile importa un quantitativo di vino simile a quello di Danimarca o Finlandia. Altro punto da non sottovalutare è il numero di importatori distribuiti a livello nazionale in Brasile: per coprire un'area estesa ci vogliono aziende con liquidità e organizzate per supportare la distribuzione. In Brasile non ce ne sono molte e questo rende la competizione più difficile."

A confermare la vitalità dell'interesse brasiliano per il terroir italiano è anche la testimonianza sul turismo enologico portata da **Massimiliano Apollonio, Presidente MTV Puglia ed enologo**: "Noi lavoriamo in Brasile da moltissimi anni e devo dire che ogni anno cresce sempre di più l'interesse verso i vini italiani. Ce ne accorgiamo anche da tantissimi turisti e wine lover brasiliani che vengono a trovarci in cantina ogni giorno. Viaggiano tanto e questo sicuramente aiuta l'apprendimento della complessa mappa dei terroir italiani."

Anche **Riccardo Fabbio, Direttore commerciale di Masot Fiabe di Vino e wine blogger**, concorda sulle prospettive del Paese: "Un

*paese che sta crescendo economicamente e culturalmente. La burocrazia è ancora impattante, ma è un mercato da esplorare.”*

## **La svolta del Mercosur e le nuove rotte del commercio globale**

Il vero acceleratore per il futuro dei rapporti commerciali tra Europa e Sud America è rappresentato dal trattato **Mercosur**, la cui applicazione provvisoria ha preso il via nel maggio 2026. Questo accordo prevede lo smantellamento progressivo, nell’arco di circa otto anni, di dazi doganali che in Brasile arrivano fino al 27% sui vini importati dall’Unione Europea.

**Angelo Turi, WSET Wine Educator e Destination Development Manager**, analizza con lucidità il valore strategico di questa intesa e traccia un parallelo con altre aree geopolitiche favorevoli all’Italia: *“Il Mercosur lo considero personalmente una notizia eccellente per l’intera Unione Europea, forse la più importante degli ultimi vent’anni per il commercio. L’accordo è entrato in applicazione provvisoria il primo maggio 2026 ed eliminerà progressivamente dazi che oggi arrivano fino al 27% in Brasile. È stato osteggiato duramente dalle associazioni di agricoltori italiane e francesi, ma rappresenta una svolta storica per tutte le esportazioni. [...] Per cercare nuovi mercati in cui differenziare, io seguirei le rotte tracciate dalla UE con l’ondata di accordi commerciali dell’ultimo anno. Quelli con India e Messico sono sicuramente i più interessanti in prospettiva futura. E non dimenticherei il Canada, in cui i prodotti americani che dominavano gli scaffali non sono visti più di buon occhio.”*

Il **Sud America**, guidato dalla trazione di San Paolo e agevolato dai nuovi accordi di libero scambio, si attesta dunque non solo come una valvola di sfogo commerciale, ma come **un possibile mercato prioritario per la crescita del vino italiano di qualità nei prossimi due decenni.**

---

## Punti Chiave:

1. **Crescita in controtendenza e premiumisation:** Il Brasile mostra dati in aumento sia in valore (+3,9%) che in volume (+3,3%), sostenuti dalla ricerca di prodotti ad alto valore e dall'espansione dei wine club.
2. **San Paolo come motore economico:** La capitale finanziaria brasiliana guida i consumi, trasformando l'apertura di bottiglie prestigiose in un vero e proprio status symbol sociale.
3. **Forte heritage e vicinanza culturale:** I circa 30 milioni di oriundi italiani presenti nel Paese rappresentano un bacino di consumatori naturalmente orientato verso il Made in Italy.
4. **Svolta storica con l'accordo Mercosur:** L'entrata in applicazione provvisoria del trattato a maggio 2026 avvia la progressiva eliminazione di dazi doganali che oggi sfiorano il 27%.
5. **Sfide logistiche e distributive:** La vastità del mercato brasiliano richiede una solida disponibilità di liquidità e una rete di importatori strutturata per garantire una copertura capillare.