Brasile: cresce il pubblico di estimatori di vino

scritto da Agnese Ceschi | 31 Gennaio 2022

Il 2021 è stato un anno glorioso per il consumo di vino in Brasile. Se il 2020 era stato un buon anno, nel 2021 la popolazione mensile di consumatori di vino è è arrivata a segnare un raddoppio rispetto al 2010, con una penetrazione complessiva del consumo mensile di vino tra la popolazione adulta di circa il 36%, una proporzione simile a quella degli Stati Uniti.

La rivoluzione del vino in Brasile è stata per un pò di tempo in divenire. "Da alcuni anni, **le aziende vinicole professionali e innovative**, sia importatori che produttori nazionali, **investono in prodotti di buona qualità e implementano la tecnologia più recente** per creare molteplici punti di contatto per i consumatori, comprese operazioni di e-commerce di livello mondiale", osserva **Rodrigo Lanari, Country Manager Brasile di Wine Intelligence**, da cui traiamo un interessante report.

Il Covid è stato il motore di un grande cambiamento nello stile di vita dei brasiliani e nel rapporto della popolazione con l'alcol. Quella brasiliana si è dimostrata una popolazione riluttante all'idea di fare acquisti e socializzare al tempo del Covid e dunque si è adattata alle nuove norme comportamentali. È in questa atmosfera di generale diffidenza nei confronti delle relazioni sociali che **il vino ha beneficiato di un effetto moltiplicatore**: era una bevanda conviviale, più riflessiva, vista come novità interessante in un momento in cui le altre distrazioni erano limitate; e, soprattutto, è stato facilmente acquistato attraverso la gamma di app e offerte omnicanale ora disponibili in Brasile. Questa domanda ha spinto anche i tradizionali attori fuori commercio, come i supermercati, a migliorare le loro offerte e servizi di vino.

Ad oggi, come lo stesso articolo di Wine Intelligence ci dice, **non possiamo sapere se lo slancio della categoria sia destinato a durare nel tempo** o a scemare come una moda passeggera, quello che possiamo fare è analizzare i fattori che hanno portato a questo cambiamento e capire se hanno un fondamento di persistenza anche per il futuro. I consumatori brasiliani hanno scoperto durante la pandemia che un bicchiere di vino è un ottimo compagno per occasioni tranquille e casalinghe, ma una volta ritornata la normalità delle relazioni sociali, si riaffermeranno le abitudini precedenti?

Il rapporto di Wine Intelligence ci suggerisce che **le nuove generazioni sono coinvolte in modo simile ai "veterani" dal vino**. L'**unica potenziale minaccia** da osservare con attenzione è l'**avanzamento di altre categorie**, in particolare **gin e RTD**, che negli ultimi anni hanno registrato una forte crescita anche in Brasile. Inoltre il rapporto suggerisce anche un possibile ritorno al consumo di birra una volta reintrodotte in modo normale le interazioni sociali. In generale secondo una ricerca ISWR nel panorama delle bevande alcoliche, i brasiliani sono tra coloro che alternano con più facilità

diversa categorie e brand di bevande alcoliche.

Per quanto riguarda il fattore spinta, sembra probabile che **la filiera vinicola brasiliana continuerà a svolgere un lavoro molto efficace** nel soddisfare le aspettative dei consumatori in termini di prodotti interessanti a prezzi sufficientemente attraenti.

Infine, in questo ambito, **i venti contrari potrebbero arrivare da pressioni economiche più ampie**: ulteriore svalutazione della valuta brasiliana, aumento dei costi di input sia per i produttori nazionali che per gli importatori e l'aumento dei costi di trasporto. Le pressioni sui prezzi si faranno sentire in tutta l'economia nel 2022 e il vino dovrà lottare duramente per preservare la sua proposta di valore.