Brasile: il mercato di chi ama le sfide

scritto da Noemi Mengo | 6 Dicembre 2018



“Brazil, the real deal” era il titolo di uno dei seminari tenutosi durante wine2wine 2018, il forum che ci ha guidati verso la scoperta di nuovi mercati e la ri-scoperta di quelli che, spesso banalmente, consideriamo mercati saturi. Parliamo del Brasile, che si colloca in mezzo, non è un mercato nuovo ma non è un mercato saturo, anzi, è un Paese sul quale si può e si deve puntare, rimanendo consapevoli che sarà un percorso ripido, ma alla lunga efficace.

Partiamo dal considerare alcuni dati, forniti da Wine Intelligence e sapientemente esposti da **Bernardo Pinto**, direttore tecnico della società importatrice “Zahil Importadora” ed esperto del mercato brasiliano.
Il Brasile non è proprio un puntino sul mappamondo. Si estende su 8516 milioni di km2, è grande quasi quanto l’Europa, e al suo interno vivono 153.4 milioni di abitanti adulti. Fra

questi, ci sono 89 milioni di lavoratori, 44.4 milioni di essi però guadagnano poco, in media 172 euro al mese, mentre il reddito familiare medio è di 287 euro. L'affitto medio in Brasile è di 428 euro, in particolare a San Paolo è più alto e arriva a circa 556 euro, a cui vanno sommate le spese di trasporto, circa 71 euro al mese e le spese per l'alimentazione di 162 euro al mese.

Se vi fermaste a leggere l'articolo proprio ora, pensereste che lo spazio per il vino è inesistente. Ma **le buone notizie stanno per arrivare, non temete**.
Addentriamoci nel mondo del vino: il Brasile è considerata l'ottava economia al mondo ed il diciassettesimo mercato del vino. Il volume di consumi nel Paese si aggira intorno ai 34.054.000 in cartoni da 9 litri, il 25% dei quali si riferisce a vini importati, quindi un totale di 8.541.000 cartoni da 9l.
In Brasile si registrano 29.7 milioni di consumatori regolari di vino, 23.8 milioni di questi consumano vino importato, e sono ben 12 milioni i consumatori che dichiarano di bere settimanalmente vino importato. Di questi, il 14% è poco coinvolto nel mondo vino, il 28% è mediamente coinvolto, **il 54%, quindi la maggioranza, è altamente coinvolto.**

Perché compra il consumatore brasiliano? Ecco svelati i principali motivi: l'85% per il marchio conosciuto, l'82% per il vitigno, l'80% perché il prodotto gli è stato raccomandato da famiglia e amici, il 77% per la regione di origine, il 76% per il Paese d'origine, il 70% grazie alla promozione, il 64% per il contenuto alcolico, il 58% per le premiazioni ricevute, il 58% perché raccomandato dallo staff (camerieri, sommelier, ecc), il 57% per il design dell'etichetta.

Certo, gli ostacoli ci sono: a partire dal potere d'acquisto, la burocrazia, la geografia, la poca professionalità ed educazione al vino, ma più di tutte la tassazione. Il vino è tassato al 100%, e il sistema di tasse è volutamente contorto e incomprensibile, tanto da far inspiegabilmente pagare ai

consumatori doppie tasse sullo stesso prodotto. In sostanza il vino costa da 3 a 5 volte di più in Brasile, rispetto all'Italia.

Inoltre, **la GDO è pronta a vendere vino di qualità** e l'e-commerce (come già segnalato qui) funziona alla grande. C'è bisogno di educazione al vino, certo, ma arrivare ai wine lovers è possibile, ed il consiglio è quello di unirsi, di promuovere le denominazioni, le zone di produzione e non solo le singole realtà. Di puntare sul turismo, di creare eventi e di sfruttare il più possibile agenti e importatori.

Il dialogo è fondamentale e tra "simili" è più semplice. Infatti, oltre al fatto che nel Paese ci sono più di 520.000 cittadini italiani e dai 25 ai 30 milioni di abitanti brasiliani hanno discendenze italiane, ci sentiamo di sottolineare che il Brasile in molti suoi aspetti ricorda l'Italia: un paese dai forti contrasti e dal sentito flolklore, con una gran passione per vino e arti culinarie, rispetto delle proprie tradizioni e degli usi e costumi, e una burocrazia complessa. **Un'immagine speculare no?**