Brasile, un mercato da esplorare

scritto da Redazione Wine Meridian | 12 Novembre 2021

Il successo del vino nelle Americhe è ormai sotto gli occhi di tutti. Nel continente troviamo molte realtà commerciali che stanno crescendo e che hanno delle notevoli prospettive di sviluppo: una di queste è il Brasile.

Bernardo Pinto, DipWSET, Italian Wine Ambassador e consulente brasiliano, in una interessante conferenza a wine2wine di Veronafiere, ha raccolto le specifiche salienti del mercato del vino nel suo Paese.
Il Brasile è caratterizzato da un **numero enorme di potenziali consumatori di vino,** in quanto tre quarti della popolazione (più di 140 milioni di persone) è formata da adulti.

Si tratta di un Paese ricco, posizionandosi al tredicesimo posto tra le economie mondiali, anche se **la distribuzione non è equa,** con grandi fasce della popolazione che vivono in condizioni di povertà.
Il 63% del consumo totale è di vino di pessima qualità e basso

prezzo, prodotto in loco da viti non appartenenti alla specie Vitis vinifera. Vi si affianca una piccola percentuale di vino brasiliano da vite europea, mentre il 31% dei consumi è rappresentato da prodotti di qualità e prezzo più alti importati da Cile, Argentina, Portogallo, Italia, Francia e Spagna.
Lo stile di vinificazione preferito dai brasiliani è il rosso, che occupa l'80% dei consumi.
Queste ed altre caratteristiche **rendono il Brasile il quattordicesimo mercato più attraente al mondo per il vino.**

I dati appena illustrati mostrano un **ambiente già favorevole e con delle chance per un ulteriore progresso**. Ci sono tuttavia delle debolezze, che concernono aspetti economici, geografici e burocratici.

Nel corso degli ultimi anni si è osservata una **diminuzione del potere d'acquisto,** dovuta alla svalutazione del Real, alla lenta crescita del PIL e al basso valore della retribuzione media. Ci sono poche persone che si possono permettere di bere vino, infatti nel 2019 le vendite delle referenze più costose sono calate a favore di quelle di fascia bassa. **Questo trend si è invertito nel 2020 perché gli acquirenti di vino premium, a causa della pandemia, hanno smesso di comprarlo** durante i viaggi nei Paesi produttori. Per far sì che queste categorie di consumatori continuino ad acquistare vino di alta gamma in Brasile, i prezzi devono essere molto competitivi, altrimenti riprenderanno le loro abitudini pre-Covid.

Inoltre, anche **la vasta superficie dello Stato e la diseguale distribuzione della ricchezza nelle varie aree giocano a sfavore delle vendite di vin**o. L'import dei prodotti di qualità avviene via mare, con le navi che approdano sulle coste sud-orientali, zone in cui si concentra la popolazione più ricca. Se si volesse espandere il vino di qualità nelle regioni centrali e settentrionali, bisognerebbe organizzare una ampia rete distributiva, ma questo passaggio deve essere preceduto da una redistribuzione della ricchezza.

La condizione economica e geo-demografica è aggravata da burocrazia e tassazione. Per esportare i vini in Brasile, ogni produttore deve eseguire una moltitudine di operazioni non sempre chiare e che vengono modificate spesso. Inoltre **il prezzo finale della bottiglia sarà fortemente innalzato dalle imposte,** che tra l'altro sono diverse nei vari Stati federati.

Ma non ci sono solo brutte notizie. Anzi, come accennato all'inizio di questo articolo, **il potenziale è grande.**
L'interesse della popolazione nei confronti del vino sta mostrando un rapido incremento, come testimoniato per esempio dal **numero sempre crescente di iscritti a corsi di formazione.**
In aggiunta, osservando le statistiche, si evince che **coloro i quali consumano regolarmente vino (almeno una volta al mese) sono raddoppiati negli ultimi dieci anni.** Di questi, sono 24 milioni i fruitori di vino di importazione, ovvero di qualità più alta. La metà, circa 12 milioni di persone, bevono almeno una volta a settimana.

Questi dati fanno capire che, **pur trattandosi di un contesto in cui la povertà è abbastanza diffusa, sono decine di milioni i cittadini che possono permettersi di bere vino**, anche ad alto prezzo.

Ci sono altre opportunità, **soprattutto per quanto riguarda il vino italiano**. Difatti, tra i 25 e i 30 milioni di abitanti hanno origini italiane e circa mezzo milione di questi dispone addirittura della cittadinanza. Il vino può richiamare le radici e la storia di queste genti, rappresentando una forte spinta culturale al consumo.

Per finire, **l'e-commerce nel settore del vino è tanto sviluppato da far rientrare il Brasile nella top 3 per i volumi di vendita di vino online.**