Mercato Argentina: 3 motivi per essere positivi

scritto da Emanuele Fiorio | 21 Aprile 2021

L'analisi del mercato argentino del vino, condotta da **Wine Intelligence** e presentata nel resoconto "Argentina Wine Landscapes 2021", mostra come la pandemia abbia intaccato il mercato del vino nel Paese sudamericano, ma presenta anche crescenti opportunità per l'off-trade, l'e-commerce e l'innovazione del settore.

A livello globale, stiamo osservando modelli di comportamento dei consumatori che si sono verificati a causa di blocchi imposti e libertà limitate. In tempi di crisi, gli esseri umani tendono a valorizzare i piccoli lussi in grado di bilanciare una vita quotidiana difficile, come quella che la pandemia ci ha costretti ad affrontare.

Alcuni **effetti della pandemia** che Wine Intelligence ha

evidenziato in nel report “Argentina Wine Landscapes 2021” riguardano:

- **l’aumento del consumo di vino a casa;**
- **il calo dell’horeca;**
- **l’accelerazione dell’innovazione;**
- **una piccola rivoluzione nei canali online in termini di vendite e comunicazione.**

L’Argentina ha attraversato uno dei più lunghi lockdown al mondo nel 2020 e proprio in questi giorni, dopo una flessione avvenuta alla fine di febbraio, **il Paese è alle prese con il picco più alto di casi di Covid-19** dall’inizio della pandemia (25.000 nuovi casi il 15 aprile, ndr).

Nonostante questi dati sconfortanti dal punto di vista sanitario, sociale ed economico, l’analisi individua alcune ragioni per guardare con positività al mercato del vino argentino.

La ricerca evidenzia **3 risultati chiave che suggeriscono un periodo di cambiamento positivo nel mercato:**

1. C’è una percentuale di **consumatori argentini con un forte potere d’acquisto** che quest’anno è rimasta in Argentina perché non ha potuto viaggiare all’estero. Questi budget solitamente dedicati ai viaggi, sembrano essere stati parzialmente investiti nell’**acquisto di vini di migliore qualità da bere a casa.**
2. I periodi di crisi sono anche periodi di innovazione. **La pandemia ha portato innovazione negli stili, nel branding, nel packaging**. In base ai dati di vendita, **i consumatori argentini ora guardano oltre il Malbec, aprendosi a nuovi stili e nuovi gusti.**
3. **Il canale online** ha dato l’opportunità ai produttori di vino e ai proprietari di brands di iniziare a relazionarsi direttamente con il consumatore, sia per le vendite che per il marketing. Questo è particolarmente

rilevante per i piccoli produttori, che giocano un ruolo cardine nel mercato argentino. Questi **piccoli produttori possono ora raggiungere i consumatori molto più facilmente.**