

I mille colori della resilienza brasiliana

scritto da Noemi Mengo | 22 Maggio 2019



“Capacità di far fronte in maniera positiva a eventi traumatici, di riorganizzare positivamente la propria vita dinanzi alle difficoltà, di ricostruirsi restando sensibili alle opportunità positive che la vita offre, senza alienare la propria identità”, questa la definizione enciclopedica della parola **resilienza**.

Ed è partendo da questo concetto che ritorniamo a parlare del Brasile, terra dei mille colori, luogo dei mille contrasti. Cambiamo angolazione e proviamo ad immaginarcelo come una persona, un uomo abbronzato con un sorriso simpatico a coprirne le insicurezze, ma con la forza di rialzarsi dopo

essere caduto. Insolito parlare di mercati come di persone, eppure spesso hanno molti aspetti in comune. In fondo, **i mercati sono fatti da persone, giusto?**

Filosofia a parte, se ricordate abbiamo già fatto ben più di un approfondimento su questo mercato (trovate l'ultimo articolo [qui](#)), ma **Wine Intelligence ed il suo ultimo report Brazilian Landscapes 2019**, ci riportano su questa carreggiata, che fa riflettere, poiché il Brasile rientra sicuramente fra i mercati in più rapido mutamento. All'interno del report infatti si legge che guardando al modello dell'attrattività di mercato globale, il Brasile è stato il più lesto, spostandosi nella classifica mondiale di 12 posizioni nel giro di soli 3 anni, passando infatti **dal 38° posto nel 2017 al 26° come mercato più attraente.**

Sempre il report ci segnala che, mentre le vendite di volumi di vino sono state variabili (sono diminuite del 14% nel 2016, solo per recuperare nel 2017), i dati pubblicati da Ideal Consultoria nel 2018 mostrano che il consumo di vino importato è notevolmente cresciuto dal 2014 e ora rappresenta 1/3 del mercato totale del vino nel Paese. **La popolazione regolare di bevitori di vino in Brasile è ora composta da 32 milioni di adulti** che bevono vino almeno una volta al mese, gruppo che per il 70% è composto da adulti che bevono vino anche una volta alla settimana. Un dato interessante, soprattutto se confrontato con i soli 29,7 milioni di cosiddetti "bevitori mensili" riscontrati nel 2016.

La relazione rileva inoltre che sia i consumatori che l'intera catena di approvvigionamento si sono adattati a condizioni fiscali ed economiche più severe. I consumatori infatti sono disposti a pagare di più per lo stesso vino di qualità. Un po' di incoraggiamento per gli investitori nella categoria del vino: i dati mostrano livelli crescenti di coinvolgimento dei consumatori, infatti una percentuale crescente di intervistati da Wine Intelligence afferma di sentirsi "competente" riguardo al vino, dichiarando di "desiderare di prendersi del tempo per acquistare vino" e di prendere in considerazione il vino in

quanto elemento "importante" per lo stile di vita condotto (una percentuale del 31% nel 2019 rispetto al 27% nel 2017).

Il tutto va inserito in uno specifico contesto. Va considerato il fatto che l'instabilità politica e l'incertezza economica hanno certamente messo il Brasile in testa ai titoli di giornale più che mai negli ultimi anni. Il paese ha avuto tre presidenti in meno di tre anni, l'ultimo dei quali, Jair Bolsonaro, ha rapidamente cementato la sua reputazione di leader radicale, imprevedibile e divisivo: la risposta del Brasile a un tipo come Trump. In un'economia che sta appena iniziando una ripresa da un decennio decisamente "sottotono", verrebbe da immaginare che vi siano effetti negativi sulla categoria del vino, **e invece i dati, come si evince, sorprendono.**

Sentori positivi che pare continueranno ad esistere. L'impegno dei consumatori, in particolare con le giovani generazioni, sarà fondamentale per garantire un'ulteriore crescita, essi rappresentano il 20% della popolazione adulta e il 16% della popolazione regolare di bevitori di vino.

Soprattutto i brand di spumantistica, sembra stiano aumentando la propria attenzione al coinvolgimento dei consumatori, in particolare quelli giovani, e questo dato, se unito al fatto che il Brasile si conferma l'ottava economia più grande del mondo e al 17 ° più grande mercato del vino in termini di volume, c'è da ben sperare: **è ampio lo spazio per la crescita** e tante sono le opportunità per chi sta cercando di entrare nel mercato del vino brasiliano, o già ne è coinvolto.