Il grande successo delle e-commerce nel mercato brasiliano

scritto da Noemi Mengo | 29 Marzo 2018



Rispetto ai mercati internazionali più noti e sicuri, il Brasile affronta da anni diverse difficoltà economiche. La crisi non si arrende, e attanaglia una popolazione molto variegata e tenace, che si è rivelata però una buona opportunità di investimento per quanto riguarda il settore vinicolo. La situazione generale del paese non deve quindi scoraggiare i produttori italiani intenzionati a penetrare nel mercato brasiliano. Oltre ad essere la patria del carnevale più colorato al mondo, il Brasile ospita consumatori di vino interessanti che, si sono rivelati più facili da raggiungere tramite la vendita online.

A confermare queste tendenze di consumo è un recentissimo report condotto da Wine Intelligence, dal nome Online Retail

and Communication in the Brazilian Market 2018. Il report, nella sua integrità, fornisce una panoramica molto precisa delle abitudini di acquisto online dei brasiliani, targettizzando il cliente medio, ovvero quello su cui orientare anche le proprie strategie di marketing. Inoltre, fornisce degli spunti interessanti su come le aziende abbiano saputo sfruttare a loro favore il mondo di internet, per raggiungere i consumatori in Brasile.

Essendo la ricerca molto dettagliata, abbiamo scelto di riportarvi i contenuti, a nostro parere, più rilevanti:
– In Brasile ci sono circa 8 milioni di compratori online, di questi, ad oggi, 1.7 milioni comprano abitualmente vino online ogni mese. Importante segnalare questa crescita, poiché le vendite online hanno fatto un salto del 40% solo dal 2016 al 2017. Certo, dal 2011 al 2015 il consumo di vino in Brasile era globalmente diminuito, a causa delle condizioni in cui riversava la nazione. Nonostante ciò la percentuale di bevitori di vino era cresciuta rispetto al 2010, crescita che aveva allora segnalato un buon 80% di consumatori che beveva vino importato almeno due volte all'anno;
– il compratore online medio è giovane, più avventuroso, tendenzialmente maschio, dal reddito piuttosto elevato e che beve vino più frequentemente degli altri consumatori di vino in Brasile, coloro che non si avvalgono della vendita online;
– dopo la Cina e il Regno Unito, il Brasile ha la più alta percentuale di consumatori di vino che acquistano vino online;
– circa tre consumatori online su quattro acquistano non più di quattro bottiglie in un singolo ordine;
– il prezzo e il valore della bottiglia sono i motivi principali che portano i consumatori alla scelta di ordinare vino online;
– wine.com.br e Evino, sono i rivenditori specializzati online dominanti, mentre il franchising Vinho & Ponto è il rivenditore più popolare tra gli acquisti online mensili;
– i mezzi di informazione più affidabili rimangono le wine apps, i siti web dei produttori e i siti di e-commerce.

Il Brasile, in conclusione, ha una buona percezione del vino importato, alcuni consumatori sembrano considerarlo più pregiato o altolocato rispetto al vino prodotto nazionalmente. Un fattore, questo, che strizza l’occhio a chi medita di orientarsi sul mercato brasiliano tramite l’e-commerce.