Vino, Brasile: Covid-19 non scalfisce la crescita

scritto da Emanuele Fiorio | 29 Luglio 2021

Secondo i dati IWSR, nel 2020 **in Brasile il vino fermo è cresciuto del +28,6% e del 13,6% in valore.** Si prevede che la categoria continuerà a crescere nei prossimi 5 anni, anche se ad un ritmo più modesto.

I dati di Ideal Consulting proposti da ICE, confermano questa tendenza positiva, il Paese sudamericano **dal 2017 cresce a doppia cifra**. Nel 2020 sono state importati 16,8 milioni di cartoni da 9 litri, cifra superiore di circa 3,5 milioni rispetto a quella registrata nel 2019, corrispondenti a 42 milioni di bottiglie.
La crescita è stata guidata dai vini fermi, mentre si è registrata una flessione del -20,1% di spumanti e prosecco, bevande legate maggiormente a feste ed eventi.

Questa crescita del mercato brasiliano del vino è stata guidata da una serie di fattori, compresi elementi strutturali a lungo termine ed evoluzioni nel comportamento e negli atteggiamenti dei consumatori. I volumi di vino in generale sono cresciuti a causa di un aumento delle importazioni di

qualità e di prezzi sempre più accessibili. E anche se il vino è ancora una categoria emergente, con un consumo pro capite che rimane basso, la consapevolezza e l'interesse stanno aumentando tra i brasiliani.

I fattori chiave che stanno spingendo la crescita sono:

- **Espansione della base di bevitori di vino**

I dati di Wine Intelligence rivelano che la base di consumatori di vino in Brasile sta crescendo. Nel 2010, i bevitori regolari di vino – definiti come coloro che bevono vino almeno una volta al mese – erano circa 20 milioni. Nel 2020 questo numero è raddoppiato, salendo a quasi 40 milioni.

- **Consumatori digital-friendly**

I brasiliani sono stati veloci ad adottare le piattaforme digitali. La popolarità dell'e-commerce per l'acquisto di vino era alta in Brasile prima della pandemia, con più di un quarto dei consumatori che usavano i canali online per acquistare vino. L'impatto di Covid-19 ha dato una spinta ulteriore all'e-commerce di alcolici nel 2020 e ci si aspetta che il canale continui a crescere anche in futuro.

- **Predominio del canale off-trade**

Proporzionalmente, in Brasile si vende più vino attraverso il canale off-premise che in quello on-premise: prima della pandemia, solo il 20% circa del vino veniva consumato nel canale on-premise. La storica dipendenza dai canali off-premise ha permesso ai brasiliani di non fare grandi cambiamenti nelle abitudini di acquisto del vino durante i lockdown pandemici.

Rodrigo Lanari, Territory Manager LatAm di Wine Intelligence evidenzia che: "nei supermercati del Paese, c'è anche una notevole sofisticazione nell'offerta e nella promozione dei vini, in particolare nelle reti regionali di vendita al dettaglio. Senza poter frequentare i ristoranti, i consumatori

hanno comunque avuto accesso alle loro marche preferite con un’ampia varietà di stili, denominazioni e fasce di prezzo”.

- **I consumatori brasiliani sono inclini a provare nuovi vini**

Una caratteristica chiave dei bevitori di vino brasiliani è la loro apertura verso nuovi stili e tipi di vino: il 70% dei bevitori di vino dichiara che “gli piace provare nuovi tipi e stili di vino”, una percentuale maggiore rispetto a Stati Uniti (51%), Cina (47%) e Regno Unito (43%).