# Il mercato del vino in Sudafrica ha il cromosoma X

scritto da Noemi Mengo | 9 Dicembre 2019



Torniamo a parlare di women power, e lo facciamo grazie ad un recente approfondimento di IWSR che, questa volta, punta il proprio riflettore su un mercato di cui non si parla molto ma che comincia ad attirare la giusta attenzione e che potrebbe creare nuove opportunità di business per i produttori italiani, il Sudafrica.
Il cambiamento sociale, l'emancipazione femminile e persino il calo del reddito disponibile sono tutti elementi che hanno contribuito a spingere le donne alla ribalta di un mercato delle bevande e degli alcolici in rapida evoluzione in Sudafrica, come consumatrici e come produttrici.

Non solo è diventato più accettabile che le donne bevano tra di loro, ma è emerso che esse stiano anche esercitando una crescente influenza sulle scelte di consumo delle loro

controparti maschili, portando il mondo del beverage al consolidamento di una **cultura del bere più unisex**.
I contesti sono tanti, dai più formali ai meno, e vedono consumatori che alzano la domanda di vodka, gin, cognac, sidro, champagne e vino.

Anche le strategie di marketing e promozione si stanno pian piano orientando ad un target in cui **la donna africana moderna e alla moda è centrale**.
Il primo brand del settore a distinguersi in Sudafrica è stato **Distell's 4th Street**, che ha avuto un tasso di crescita annuale di quasi il 60% negli ultimi cinque anni e che è stato il marchio vitivinicolo in più rapida crescita per due anni consecutivi. Oltre a un'immagine fresca, un marketing solido e prezzi altamente competitivi, una pietra miliare della sua strategia è stata la penetrazione del mercato delle città urbane e rurali, un'area che era stata precedentemente trattata solo a distanza dalle aziende vinicole. Il suo stile dolce e disinvolto e la sua immagine giovane e vibrante si rivolgono con decisione alla sofisticata donna moderna, per la quale il dolce, rosato, naturale, è un vino entry level ambizioso ma comunque accessibile.
Sempre secondo IWSR, anche **Bernini Blush** è un altro esempio di un marchio che ha risposto alla domanda creata dalle consumatrici consumatori femminili, e per farlo ha sfruttato il rumore creato da 4th Street.

Quali sono le categorie di alcolici più richieste e quali quelle in allontanamento?
Il vino è assolutamente in crescita, specie i vini più dolci, notoriamente preferiti dai palati femminili. In generale, ciò che è "**instagrammabile**" ha una marcia in più, come il gin ad esempio, che è cresciuto in consumi di quasi il 30% su base annua, poiché versatile, economico, "fotogenico" e adatto sia a uomini che donne. Si allontanano invece i classici importanti, come scotch, whisky e brandy.