

Aproveite a Black Friday do vinho, que vai até dia 26

De 20 a 26 de julho, campanha Vem Pro Vinho 2020 reúne promoções com preços sedutores e ações educativas para quem quer aprender mais sobre a bebida

Por **Tânia Nogueira**

Publicado em: 20/07/2020 às 15h26

Alterado em: 20/07/2020 às 18h39

🕒 Tempo de leitura: 6 min



Vinhos: de 20 a 26 de julho, a campanha Vem Pro Vinho 2020 reúne uma série de promoções e ações educativas (Artisteer/iStockphoto)

Comprar e beber vinho parece ser o hobby de muita gente durante a quarenta. Na maior parte do mundo, apesar de não frequentarem bares e restaurantes por um bom período, os consumidores beberam **vinho** (<https://exame.com/noticias-sobre/vinho/>) em um número maior de ocasiões do que bebiam antes da pandemia, como mostra a pesquisa da Wine Intelligence. Aproveitando essa onda, o Pró-Vinho, grupo interprofissional dedicado a promover a cultura do vinho no Brasil, lançou a campanha Vem Pro Vinho 2020, reunindo uma série de promoções e ações educativas em vários estados do Brasil, entre 20 e 26 de julho. Muitos estão chamando a ação de a Black Friday do vinho.

“O consumidor perdeu um pouco da necessidade do ritual para beber vinho”, diz Rodrigo Lanari, proprietário da Winext, que representa a Wine Intelligence no Brasil, e membro do Pró-Vinho. “Não dá mais para ir ao bar? O cara bebe em casa mesmo. Ele costumava beber quando a família se reunia? A família não se reúne mais? Ele bebe sozinho. Criaram-se novas situações de consumo. Ele bebe fazendo *live* com os amigos. Bebe assistindo a um filme. Bebe uma taça no almoço. E é isso mesmo que a gente quer incentivar: um consumo responsável, mas constante.”

Apoie a Exame, por favor desabilite seu Adblock.

O brasileiro consome muito pouco vinho em relação a outros povos. Apenas 2,2 litros de vinho per capita ao ano. Quase nada se comparado ao consumo argentino (24,8 litros per capita) ou ao português (62,1 litros per capita). Formado por associações ligadas ao setor, como a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) e a Associação Brasileira de Exportadores e Importadores de Bebidas (Abba), donos de importadoras e profissionais ligados ao setor, como *sommeliers*, jornalistas e consultores de vinho, o Pró-Vinho tem o objetivo de fazer esse consumo subir.

No entanto, a ideia da campanha, e do trabalho do Pró-Vinho como um todo, não é fazer o sujeito que já consome duas taças por dia passar a consumir uma garrafa, mas, sim, trazer novos consumidores para o mundo do vinho. Daí o nome da campanha: "Vem pro Vinho". O foco principal é fazer crescer a base de consumidores.

Segundo dados da Wine Intelligence, considerando uma população adulta (de 18 a 64 anos) de 136 milhões, o Brasil tem hoje 38 milhões de consumidores regulares de vinho, que dizem beber vinho pelo menos uma vez por mês. E uma base mais ampla de 80 milhões de consumidores esporádicos, que dizem beber vinho pelo menos uma vez ao ano. Subtraindo o primeiro número do segundo, temos 42 milhões de consumidores que não desgostam de vinho, tanto que bebem pelo menos uma vez ao ano, mas não têm o hábito. É principalmente essa faixa que a ação quer atingir.

Muitos desses novos consumidores bebem cerveja comum. Jovens ou mais velhos têm pouco contato com a cultura do vinho. Por isso o tom descontraído, mas educativo, da campanha. "Não podemos deixar de trabalhar o consumidor habitual", diz Marcio Marson, coordenador do Pró-Vinho. "Mas, se conseguirmos fazer o consumidor que compra um vinho uma vez por ano passar a comprar uma vez por mês, dobramos o consumo per capita. Para o consumidor final, a ação está levando mais informações. E, para o trade, a oportunidade de fazer parte de uma campanha forte, de atingir um público mais amplo."



Vem pro vinho 2020
by pró vinho

20 a 26 de Julho
#VemProVinho2020

Apoie a Exame, por favor desabilite seu Adblock.

Vinhos: de 20 a 26 de julho, a campanha Vem Pro Vinho 2020 reúne uma série de promoções e ações educativas (Divulgação/Divulgação)

Existem duas formas de uma empresa participar da ação. A primeira é gratuita. Basta entrar no site do Pró-Vinho, na área destinada à campanha, e inserir os dados na lista de ações que fica disponível para consulta do consumidor. Nessa lista, há desde empresas grandes, como o Grupo Pão de Açúcar ou o Evino, até pequenos empórios. O site divide as promoções e ações educativas pelos estados da União. Há ações em vários deles.

É surpreendente, por exemplo, a participação expressiva do estado do Amazonas que, até a noite da sexta-feira dia 17, tinha cinco ações inscritas. Assim como em todos os estados, a maior parte das promoções consiste em descontos. Mas, por exemplo, o restaurante La Vaca Negra cortes argentinos, além de dar descontos nos vinhos por taça, oferece também isenção do pagamento de rolha para quem quiser trazer uma garrafa de casa.

No Rio Grande do Sul, produtores como a Dom Cândido, Don Giovanni e a Cainelli, acostumadas a levantar boa parte do seu faturamento na loja física da vinícola, investem bastante em ações em sua lojas online.

O maior número de ações acontece, sem dúvida, em São Paulo. Muitas delas, no entanto, como o curso gratuito sobre os Vinhos de Jerez promovido pela Wine School em parceria com a Zahil, acontecem na web, então pessoas de outros estados também podem participar. São três *lives* de professores da Wine School com profissionais da Espanha. As vagas são limitadas porque será possível interagir com o professor e o entrevistado, mas quem não conseguir se inscrever pode a partir do dia 25 assistir todo o conteúdo no canal da Wine School no YouTube.

Veja também



Casual (/casual)

Abbraccio lança novo serviço de harmonização de vinhos delivery (<https://exame.com/casual/abbraccio-lanca-novo-servico-de-harmonizacao-de-vinhos-delivery/>)

🕒 14 jul 2020 - 13h07



Casual (/casual)

Vinhos da Campanha Gaúcha ganham Indicação de Procedência (<https://exame.com/casual/vinhos-da-campanha-gaucha-ganham-indicacao-de-procedencia/>)

🕒 19 jun 2020 - 14h06

No site do Pró-Vinho, as empresas participantes encontram material promocional para download e uso gratuito. Posts do Instagram com a hashtag #VemProVinho2020 são replicados no perfil do Pró-Vinho. Esse hashtag também ajuda o consumidor a localizar promoções nas redes sociais. Sempre é possível que alguma nem sequer esteja inscrita no site do Pró-Vinho. “A ideia é que se transforme em algo como a black friday em que as promoções se multiplicam e ganham independência”, diz Marson. Mas faz questão de ressaltar que, à diferença do dia mais famoso do comércio em geral, a Vem Pro Vinho 2020 não se trata apenas de vender. Seu propósito é muito educar.

A outra forma de participar, que já não está mais disponível, envolveu o patrocínio da ação por meio da compra de uma cota de apoio. Segundo Marson, o dinheiro recolhido com essas cotas foi usado integralmente para financiar a estrutura de divulgação, uma vez que o Pró-Vinho não tem fins lucrativos. Segundo ele, tudo foi feito muito rapidamente. “Tínhamos programado para realizar a Semana do Vinho em maio”, conta. Na Semana do Vinho, que aconteceu em 2019, as ações eram parecidas, só que presenciais. “Na reunião de março, percebemos que seria preciso adiar para o começo do segundo semestre. Na de abril, jogamos para o fim do segundo semestre. Na de maio, vimos que era melhor desistir. Para não ficar sem nada, decidimos fazer uma campanha com base principalmente em vendas e ações virtuais. Só para não deixar passar em branco.” Contudo, a ação foi ganhando importância. E, numa época em que comprar e beber vinho é o grande passatempo de muita gente, a Vem Pro Vinho 2020 acabou tendo mais repercussão do que a Semana do Vinho 2019. “Nada impede de que no ano que vem a gente faça os dois”, diz Marson.