Canada, Prosecco: ottime performance e futuro roseo

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Ottobre 2022



La **domanda di vino spumante in Canada è aumentata di oltre il 50% negli ultimi cinque anni** e si prevede che si espanderà di un altro terzo nei prossimi cinque. Il Prosecco ha cavalcato quest'onda e secondo i dati IWSR nelle scelte dei consumatori è passato da **quasi una bottiglia di spumante su cinque nel 2016 a circa una su tre nel 2021.**

I dati di Wine Intelligence mostrano che:

- negli ultimi 3 anni si è registrato un aumento del 21% del numero di consumatori di spumante;
- è cresciuta notevolmente la popolarità della categoria tra i Millennials;
- quasi un milione di nuovi consumatori sono entrati nel segmento degli spumanti dal 2019;
- i Millennials di età compresa tra i 25 e i 39 anni rappresentano nel 2022 il 42% dei consumatori di spumante, rispetto al 37% del 2019;
- il numero di consumatori canadesi di spumante che lo consumano una volta alla settimana è passato dal 16% del

2019 al 25% del 2022.

Come in altri mercati, anche in Canada la percezione dello spumante si sta spostando da una bevanda da gustare in ambienti formali a una **bevanda sempre più adatta ad ambienti più rilassati.** Il numero di occasioni adatte al suo consumo è aumentato in modo significativo, così come la frequenza di consumo tra i canadesi.

Queste condizioni si sono rivelate un terreno molto fertile per i marchi di Prosecco, perché i risultati di Wine Intelligence mostrano che il Prosecco, insieme al rosé frizzante, ha le incidenze di consumo più elevate ed è associato a situazioni sociali informali, oltre a essere ancora considerato adatto alle celebrazioni. Il 46% dei bevitori di spumante considera il Prosecco un "buon drink per le celebrazioni" e un numero simile lo considera "perfetto per una festa".

Il **prezzo competitivo** ha svolto un ruolo importante nella democratizzazione del vino spumante in Canada e, sebbene il Prosecco sia stato superato dai vini spumanti canadesi, statunitensi e di altri Paesi, più di un terzo dei consumatori di vino spumante ritiene che il Prosecco abbia un'**ottimo equilibrio qualità-prezzo.**

Anche per quanto riguarda i due fattori più importanti che influenzano il comportamento d'acquisto dei consumatori – **la brand awareness (notorietà del marchio) ed i consigli di amici o familiari** – il Prosecco ha ottenuto un punteggio elevato. "Un marchio che conosco" è il primo fattore alla base dell'acquisto di un prodotto a base di Prosecco, mentre "raccomandazioni" è il secondo.

I Millennial che contribuiscono all'aumento delle vendite di spumante sono anche attenti alla moda e il Prosecco è molto in voga tra i canadesi. **Nessun altro tipo di spumante è percepito come più "alla moda" del Prosecco.**

Poiché un numero crescente di consumatori sceglie di consumare spumante con maggiore regolarità, le **prospettive della categoria appaiono rosee. La principale minaccia** per la categoria non proviene da altre bevande alcoliche alternative, ma dalle **attuali prospettive economiche**. L’aumento dell’inflazione e il rallentamento finanziario globale potrebbero avere ripercussioni sulla spesa dei consumatori per lo spumante.