I concetti chiave per affrontare il mercato canadese

scritto da Emanuele Fiorio | 22 Gennaio 2020



Gurvinder Bhatia vive in Canada ed è un personaggio eclettico, con un bagaglio formativo e di esperienze che gli hanno permesso di eccellere in diversi ambiti. Studi in giurisprudenza ed un passato di avvocato, lascia i tribunali per dedicarsi alla sua vera passione: l'enogastronomia. In breve tempo colleziona una serie di importanti incarichi: editore di Quench (la pubblicazione enogastronomica più diffusa in Canada), editorialista di vino per la Global Television, giudice internazionale, direttore enologico di Prestige Wines e Guru Restaurants nonché presidente di Vinomania Consulting, una delle 20 migliori enoteche del Canada.

Il consumo di vino continua a crescere da 20 anni soprattutto grazie alle 4 province trainanti: Ontario, Québec, British Columbia ed Alberta. Il Québec è la provincia dove si consuma più vino con 25 litri pro-capite, al secondo posto troviamo la British Columbia che rappresenta un unicum nel panorama

generale dato che il consumo si rivolge soprattutto verso il vino bianco di produzione nazionale.
La realtà parla di una ascesa costante del vino italiano, dal 2006 al 2018 c'è stato un incremento del 47,6% con 77 milioni di bottiglie vendute, in competizione per volumi con Australia, Stati Uniti e Francia.
"Questo dato è relazionato alla crescita numerica della classe media e ad un benessere diffuso che è cresciuto armoniosamente" afferma Bhatia "il vino italiano sino alla fine degli anni '90 non godeva di una buona reputazione e considerazione in Canada. Grazie allo sviluppo economico buona parte di questa classe media ha potuto viaggiare, visitare l'Europa e l'Italia e conoscere la vostra cultura enoica. Le stesse persone hanno rivalutato il patrimonio enologico italiano, visitando le vostre cantine, conoscendo il territorio e trasferendo queste esperienze ad una rete di contatti allargata."
In Ontario il Liquor Control Board (LCB) gestisce il monopolio statale degli alcolici in particolar modo nei negozi, (liquor stores) esiste una fetta di mercato privata legata soprattutto ai ristoranti.
In Quebéc c'è un consumo tradizionalmente più consistente di vino per la vicinanza culturale e commerciale con l'Europa e con la Francia in particolare. Inoltre si sta sviluppando una attenzione sempre maggiore nei confronti del vino naturale.
In British Columbia esiste un sistema ibrido con una coesistenza di negozi statali e privati. Si tratta della seconda provincia per volume di produzione ed il vino nazionale ha una grossa rilevanza sul mercato.
L'Alberta rappresenta l'unica provincia completamente liberalizzata, non ci sono monopoli e barriere normative alle importazioni. Questo provoca una competizione molto serrata e agguerrita, il retail è dominato dalle catene e dai punti vendita. Inoltre è fondamentale prendere atto che, diversamente da altre province, in Alberta convivono tre economie differenti legate al frazionamento demografico. La popolazione infatti si suddivide tra Edmonton, Calgary e la zona montuosa: sono tre mercati con una spiccata unicità e dinamiche culturali, sociali ed economiche diverse tra loro.