Sparkling wine Canada: andamenti e tendenze di mercato

scritto da Emanuele Fiorio | 10 Agosto 2020

Il Canada, pur partendo da una base relativamente ridotta (è al 37° posto nel mondo per consumo pro-capite), negli ultimi anni ha registrato un aumento del volume di spumante consumato.

Come riporta Wine Intelligence, **il mercato canadese dello spumante è storicamente dominato dalle importazioni** (in particolare Prosecco) che rappresentano l'82% della quota di mercato e provengono principalmente da Paesi del Vecchio Mondo: Italia (Prosecco), Francia (Champagne) e Spagna (Cava).

L'Italia ha una grande quota di mercato, grazie al successo del Prosecco che continua a guadagnare popolarità, non solo tra i bevitori di spumante in Canada, ma a livello globale.

Tuttavia, in un mercato in cui attualmente **solo il 18% della quota di spumante è di origine canadese, la crescita dello sparkling wine nazionale rimane forte.**
Questo è dovuto al fatto che, **in tempi di disagio economico e sociale, i consumatori tendono ad avere una maggiore fiducia nei confronti dei prodotti locali.**
In linea con le evidenze riscontrate in molti mercati di spumanti a livello globale, si è registrata una **riduzione degli acquisti di spumanti durante il periodo di "lockdown" da marzo a giugno 2020**. Questo processo ha coinvolto soprattutto gli spumanti importati ed in particolare lo Champagne.
L'emergenza Covid-19 e il conseguente lockdown hanno però determinato una **crescita per il Prosecco e gli spumanti locali ed un aumento del consumo quotidiano.**

Ad ogni modo, i bevitori di sparkling wine in Canada dichiarano, una volta superata l'emergenza, di voler aumentare il consumo, in particolare di spumante canadese.
Anche **i bevitori canadesi stanno diventando meno propensi a sperimentare, in particolare i bevitori maschi più anziani** che si rivolgono sempre più allo spumante che già conoscono.
Questa tendenza suggerisce che la categoria **non è più confinata esclusivamente alle occasioni speciali ma sta diventando una scelta più quotidiana e mainstream**. Inoltre è importante ricordare che la percezione che il vino frizzante sia una bevanda costosa è notevolmente diminuita dal 2017.
I consumatori canadesi sembrano essere sempre più coinvolti e fiduciosi nella loro conoscenza dello spumante, guidati in particolare dal target delle donne Millennials.

Le celebrazioni e gli eventi su larga scala non sono una priorità per i bevitori di sparkling wine in Canada, i quali dichiarano che nei prossimi 12-18 mesi si concentreranno maggiormente su risparmio, turismo di prossimità e investimenti in formazione.
Inoltre prevedono di **consumare spumante durante eventi domestici, piuttosto che durante feste e celebrazioni** nei

locali o in spazi esterni.
Una percentuale crescente di consumatori canadesi sta prendendo in considerazione di **bere sparkling wine durante occasioni informali in casa** e sta abbandonando l’associazione mentale secondo cui lo spumante è ideale solo per le occasioni speciali.