Canada: tra monopolio e amore per il vino italiano

scritto da Alessia Venturi | 8 Maggio 2017



Nota della redazione: condividiamo un'intervista del 22 febbraio 2016 dove è stato riscontrato un errore di traduzione dalla versione originale in inglese.
Nello specifico:
"L'Italian Trade Commission (ITC) svolge un buon lavoro nella promozione del vino italiano in Canada e nel tentativo di far conoscere meglio i vini attraverso insegnamenti di wine writer locali, giornalisti, sommelier e esperti del settore".
Ci scusiamo con Elisabeth Palmer e l'Italian Trade Commission canadese.
Editorial staff's annotation: we share an interview published on 2016, 22nd of February where it was found a mistake of translation in the Italian version.
"L'Italian Trade Commission (ITC) svolge un buon lavoro nella promozione del vino italiano in Canada e nel tentativo di far conoscere meglio i vini attraverso insegnamenti di wine writer locali, giornalisti, sommelier e esperti del settore".
We apologize to Elisabeth Palmer and the Italian Trade Commission in Canada.

Ecco la versione corretta.
Here's the correct version

Il Canada, un Paese con tanti mercati diversi, ma con un denominatore comune: la passione per il vino italiano. I tanti monopoli presenti nel Paese non fermano le vendite del vino italiano che raggiunge i primi posti tra i vini maggiormente acquistati. Il motivo principale è che i nostri vini rispecchiano le aspettative dei consumatori canadesi ormai da decenni. Queste sono le affermazioni incoraggianti della giornalista eno-gastronomica Elizabeth Palmer. Da oltre dodici anni nel settore vinicolo, Elizabeth Palmer ha guadagnato un'ottima reputazione ed è una wine influencer sui social media a livello mondiale.

Quale suggerimento darebbe ai produttori italiani per riuscire a trasmettere e vendere il proprio prodotto in Canada?
Per prima cosa bisogna sapere che il Provincial Liquor Boards controlla le importazioni, le vendite e la distribuzione di vini e liquori in tutto il Canada. I monopoli sono: Société des Alcools du Québec (SAQ), Liquor Control Board of Ontario (LCBO), British Columbia Liquor Distribution (BCLD), Alberta Gaming Liquor Commission (AGLC).

Oltre a ciò, bisogna essere a conoscenza delle Regioni su cui si concentrano la maggior parte delle domande, ovvero Ontario, Quebec, British Columbia e Alberta. In secondo luogo, è necessario scegliere un importatore che abbia familiarità con l'Italia e in particolare con la Regione in cui viene prodotto un vino. Scegliere qualcuno che sia veramente interessato al vostro prodotto, alla vostra storia e al vostro mercato è fondamentale per una buona resa. D'altro canto se si assume un agente, è importante che abbia già maturato una certa esperienza nei monopoli canadesi, soprattutto nel mercato dell'Ontario.

Qual è l'immagine del vino italiano nel vostro Paese?

Il consumatore canadese è entusiasta di provare nuove varietà d'uva e nuovi stili, pertanto la diversità del vino italiano risulta essere un grande vantaggio. Anche i dati statistici del Statistics Canada confermano l'alto gradimento del vino italiano: l'Italia ha guadagnato il primo posto nelle vendite del vino in Canada, seguita da Usa e Francia. Nel 2014 il Canada ha importato 425 milioni di dollari di vino italiano: il Quebec è il più grande consumatore con il 36%, seguito dall'Ontario con il 31% per chiudere con Alberta e British Columbia con il 15% e il 10%. Questi numeri parlano da soli: l'Italia non ha rivali.

Secondo Lei che importanza hanno i media e la stampa nella promozione del vino? In particolare il vino italiano.

È importante ricevere regolari e continue uscite su magazine specializzati, riviste, sui media online e da parte di giornalisti esperti del settore eno-gastronomico. Media e giornalisti dovrebbero essere costantemente informati sulle produzioni di vino di tutte le 20 regioni produttive italiane e sulle oltre 350 varietà di uva locali. Penso che impareremo parecchio sulle Regioni e sulle varietà quando ci saranno date maggiori informazioni da elaborare. Al fine di coinvolgere di più l'audience, i produttori dovrebbero mettere maggiore enfasi nell'uso dei social e includerli nelle loro strategie di marketing.

La maggior parte dei vini italiani sono sconosciuti a causa delle difficili denominazioni. Quale potrebbe essere un chiaro messaggio per aumentare la conoscenza dei vini italiani?

Bisogna far capire ai consumatori che i migliori vini al mondo, in particolare quelli italiani,vengono da luoghi specifici e hanno numerose varietà. Bisogna spiegare e illustrare tutte le caratteristiche del vino poiché solo così potranno essere capiti e apprezzati sempre di più dai consumatori anche da quelli più inesperti.

Quali sono i punti a svantaggio e a vantaggio dei vini italiani in Canada?

Da decenni i canadesi sono consumatori fedeli di vini italiani, e lo dimostra il fatto che, allo stato attuale, il Canada si classifica al quinto posto nelle vendite di vino italiano a livello mondiale: sono vini che rispecchiano le aspettative dei consumatori canadesi sia nel gusto che nel prezzo. L'Italian Trade Commission (ITC) svolge un buon lavoro nella promozione del vino italiano in Canada nel tentativo di far conoscere meglio i vini attraverso insegnamenti di wine writer locali, giornalisti, sommelier e esperti del settore.

Cosa pensa del trend del vino biologico?

Non solo i vini biologici sono potenzialmente più salutari per l'uomo e l'ambiente, ma hanno anche il vantaggio di avere un gusto altrettanto buono. Penso che siano tre le ragioni fondamentali per cui il trend del vino biologico continuerà: innanzitutto i vini biologici sono prodotti e curati con un'attenzione al dettaglio quasi

ossessiva, tanto che questa cura emerge nel gusto decisamente migliore. In secondo luogo, non contengono prodotti chimici o ne possiedono una percentuale molto bassa. Infine spesso sono vini socialmente più responsabili.