

Conosciamo qualcosa di più del mercato del Nord America

scritto da Agnese Ceschi | 17 Aprile 2015



A breve partirò il Focus sul Canada che Wine Meridian ha organizzato assieme a Wine Monitor, la banca dati del mercato del vino che porterò ricerche ed approfondimenti puntuali ed attuali sul mercato oltreoceano. Allora cerchiamo di approfondire qualche informazione generale.

Paese storicamente molto ricettivo nei confronti dei vini italiani, il Canada rappresenta il primo mercato per l'export di molte aziende vinicole italiane. E tutto ciò nonostante il monopolio. Secondo una recente nota ICE (Istituto Nazionale per il Commercio Estero) sul vino italiano in Canada, lo scorso anno il consumo di vino in Canada è stato di 48,2 milioni di cartoni in aumento del 1,5% sul 2013. "I vini italiani, primo prodotto dell'export italiano in Canada, devono far fronte ad una forte concorrenza da parte di USA e Australia, oltre agli affermati produttori francesi, ma le opportunità per i vini italiani non sono affatto esaurite,

soprattutto in virtù di un consumo interno di prodotti alcolici che mostra segnali di costante crescita” dice la nota ICE.

Il vino vince la sfida dell'internazionalizzazione a discapito di birra e superalcolici. Infatti, il gusto e le preferenze che i Canadesi hanno sviluppato negli ultimi anni si esprimono in un'evoluzione qualitativa con un consumo crescente dei vini rossi.

La commercializzazione dei vini e degli alcolici in Canada è riservata ai Liquor Control Boards che in ogni provincia e territorio, ad eccezione dell'Alberta, detengono il monopolio dell'importazione e della distribuzione. Sono totalmente indipendenti, ragione per cui procedure e misure da loro adottate variano da provincia in provincia.

Esistono due tipi di importazione: quella pubblica e quella privata.

Quella pubblica consiste nell'inserimento dei vini, dopo una serie di controlli, nei listini di vendita e nella loro commercializzazione attraverso reti controllate, come punti vendita gestiti dal Monopolio.

L'importazione privata è invece utilizzata dai numerosi Wine Club e dai privati appassionati che richiedono vini non presenti nei listini dei punti vendita. Questi soggetti chiedono al monopolio di importare, per conto proprio, questi vini. Il monopolio li importa ma seguendo la procedura standard in cui l'ente monopolistico quantifica un prezzo di vendita rincarando il prezzo per ottenerne un profitto. Questo spiega perché la figura del Monopolio nella catena di distribuzione sia una figura centrale in tutte le Province, anche quelle dove la commercializzazione è stata privatizzata.