

# I monopoli non frenano l'espansione del Canada

scritto da Redazione Wine Meridian | 24 Aprile 2015



“Ciascun mercato ha le sue specificità e sicuramente il Canada merita un approfondimento attento perché è uno dei mercati più evoluti e vicini all'Italia dal punto di vista della cultura del vino”. Con queste parole il direttore di Wine Meridian Fabio Piccoli ha introdotto il Focus sul mercato canadese, che si è svolto il 24 aprile nella sede di Lonigo di Wine Meridian. Un corso con degli obiettivi concreti e focalizzati sulle logiche che regolano il mercato canadese, coadiuvato dalle analisi precise ed aggiornate di Wine Monitor, l'osservatorio permanente sui mercati del vino di Nomisma.

Uno scenario complessivo sui mercati prima di tutto: il vino è un prodotto anomalo, oggi i mercati sono sempre più segmentati dal punto di vista della domanda e assistiamo ad un'epoca di

grande infedeltà del consumatore.

“Il sapere nel mondo del vino è sempre relativo, perché questo prodotto si trova nella società delle nuvole, per sapere dove vanno le nuvole bisogna guardare il cielo tutto il giorno, così con il vino è necessario avere un’attitudine all’analisi dei mercati permanente, soprattutto per la figura dell’Export Manager”. Per questa figura professionale è necessario compiere un lavoro tailor-made cucito su misura al mercato di riferimento.

Quali sono quindi le caratteristiche che rendono il Canada un palcoscenico più che interessante per il vino italiano?

“Il Canada è un Paese solido con un’economia robusta, dato dimostrato dal fatto che il trend del PIL è costante da anni. Nei prossimi anni è prevista una crescita stabile che si assesta sul 2%. Per questi e altri motivi in Canada ci sono tutte le condizioni di contesto positive ed omogenee tali da permettere di pianificare investimenti nella promozione in questo Paese nordamericano” ha detto Silvia Zucconi di Wine Monitor.

Il Canada è inoltre un Paese geograficamente molto esteso, ma abitato solo da 38 milioni di abitanti, il cui 60% è concentrato in Ontario e Quebec. Dal punto di vista della frammentazione per fascia d’età della popolazione, i Millennials (giovani tra i 18 e i 35 anni) ci restituiscono i dati più interessanti sia in termini di consumo del vino che in termini di prospettive future nei prossimi anni.

“Per quanto concerne invece la peculiarità dei consumi – continua Silvia Zucconi – il vino sta sicuramente acquistando una posizione di forza tra le bevande alcoliche registrando un +16% a discapito della birra, che mantiene comunque la posizione in vetta alla classifica dei consumi”. I dati registrati da Wine Monitor rilevano che i canadesi preferiscono consumare il vino per l’85% in casa, mentre per il 15% fuori (ristoranti, wine bar). La percentuale più alta di vino viene acquistata nei liquor store, di proprietà del Monopolio e la quota più rilevante è rappresentata dai vini fermi. Il Canada ha sicuramente una tradizione di vini di

questa tipologia, con una preferenza per i rossi (60% delle vendite) e a seguire i bianchi (32%).

È tempo dunque per le aziende italiane di sfidare le barriere del mercato ed entrare nel mercato canadese con professionisti preparati e disponibili che abbiano la consapevolezza che fare l'Export Manager oggi non consiste solo nel vendere il vino, ma nel fare prima di tutto consulenza culturale.