

Prosecco alla spina anche in Canada

scritto da Fabio Piccoli | 12 Gennaio 2015



Se non è un' "epidemia" poco ci manca. Quello della vendita del Prosecco venduto on tap (alla spina) in alcuni pub del Regno Unito sembra diventata una propria moda che non si limita al paese di Shaskespeare.

Il nostro collaboratore in Canada Roberto Nicolli, infatti, ci ha mandato una inequivocabile immagine di un Prosecco venduto alla spina, a 8,75 dollari canadesi a bicchiere (circa 6 euro) in uno dei pub più frequentati della bella Vancouver.

E si tratta di un Prosecco importato da uno dei maggiori importatori canadesi.

Facendo ulteriori approfondimenti, tuttora in atto, si tratta di un vino spumante (che l'importatore indica come Prosecco ma noi pensiamo che probabilmente non parte dall'Italia con questa denominazione) venduto in contenitori da 30 litri a 399,99 dollari canadesi (13,33 dollari al litro).

Quello che ormai appare evidente è che il Prosecco è la vera alternativa "easy" (semplice, non impegnativa dal punto di vista economico) allo Champagne e più in generale agli champenoise (metodo classico) di tutto il mondo.

È una tipologia che oggi è diventata a tutti gli effetti la scelta enologica più immediata e trendy per aperitivi e per momenti di convivialità non impegnativi.

Questa è ovviamente una bella notizia e non possiamo che esserne orgogliosamente felici.

Non possiamo però non interrogarci su come poter tutelare al meglio questo successo e questo asset fondamentale della nostra economia vitivinicola.

Temiamo giustamente che la vendita alla spina influisca fortemente sull'immagine del prodotto ma dobbiamo individuare bene gli strumenti migliori per salvaguardare il prestigio del Prosecco e al tempo stesso non lasciare ad altri spazi di mercato che con capacità siamo riusciti a conquistarci.

Forse è il momento di lanciare forte anche il messaggio che l'Italia è in grado di garantire i migliori frizzanti al mondo, una tipologia spesso bistrattata, ideale anche per la vendita on tap, ma non solo.