

Tutte le sfumature della British Columbia

scritto da Agnese Ceschi | 14 Marzo 2020



Perché scegliere la British Columbia come mercato in cui investire le proprie risorse promozionali?

Ce lo spiega **Michaela Morris**, giornalista ed esperta di vino canadese, in un interessante articolo uscito qualche settimana fa su **Meininger's Wine Business International**.

La provincia più ad ovest del Canada è un'area fortemente propensa al consumo e all'importazione del vino. La cucina basata su pesce fresco e piatti di diverse provenienze etniche rende questa zona popolata di ristoranti molto interessante, specialmente quando si parla della capitale Vancouver. Inoltre, la popolazione della British Columbia oltre che essere abituata ad avere una vasta offerta di pietanze e ristoranti è molto predisposta al consumo del vino. **I consumatori sono secondi per consumo procapite in tutto il Canada dopo la provincia del Quebec.**

Nonostante tutte queste belle premesse, la British Columbia non ha la reputazione di mercato facile, ma secondo la Morris

questa convinzione è basata su luoghi comuni.

Non è un mercato monopolistico. La British Columbia offre la possibilità di accedere al mercato attraverso diversi canali. Se un produttore riesce a trovare il giusto importatore che possa consigliarlo nel modo migliore, riuscirà a capire che vini posizionare in quali canali e soprattutto ad intessere delle proficue relazioni.

Il panorama dei negozi retail è un ibrido tra negozi di proprietà del governo (BC Liquor Stores) e retailer privati. Con 197 negozi, il BCLS rappresenta il 45% delle vendite di vino in British Columbia e dunque quasi la metà dell'indotto. Lo scorso anno ha registrato un fatturato di 960 milioni di dollari. In questo caso il modo per accedere al portfolio del BCLS è ovviamente il sistema di tender, ma in alcuni casi si può aprire una piccola breccia da cui poter accedere anche fuori dai tender formali e predefiniti. Barbara Philip MW, responsabile per i vini Europei, racconta che se un agente offre un prodotti veramente meritevole di una denominazione non ancora rappresentata e ci sono delle possibilità di inserimento, non è così improbabile che il vino non venga inserito in portfolio.

Nel settore privato invece sono presenti più di 700 retailer in British Columbia, i quali rappresentano il 34% delle vendite in volume e il 28% in valore. Questi negozi possono variare di tipologia del liquor store con una selezione molto ampia ad una piccola boutique che vende solo vini strettamente selezionati. Dunque da negozi che movimentano grandi volumi a piccoli negozi di provincia. La selezione presente in questi negozi però si discosta di poco da quella dei negozi del BCLS perché come spiegano alcuni importatori è importante che la gente trovi vini e brand che conosce.

Il mercato on-trade contribuisce per il 13% al volume totale delle vendite. In questi contesti i prezzi dei vini sono molto più alti rispetto a quelli dei liquor store, ma la selezione è diversa e molto più elevata nello standard essendo il frutto

di una cultura della sommellerie molto evoluta e sofisticata. Dal punto di vista del prezzo la British Columbia, come tutto il Canada in generale è un mercato molto competitivo. Approssimativamente il 70% del vino venduto ha un prezzo inferiore a 3,5 euro/5 dollari nei negozi, ad esclusione dei brand affermati che hanno già un prezzo consolidato superiore. Partecipare al programma di promozioni sicuramente aiuta e porta un incremento delle vendite che oscilla tra il 30 e il 50% durante il mese della promozione.

Nei negozi su larga scala poi i punti delle guide possono essere di aiuto. 90+ da Wine Advocate o Wine Spectator segnalato sul bollino nel collo della bottiglia può portare ad un incremento del 10-15%.

Nonostante un discreto successo dei vini locali, che rappresentano il 50% delle vendite di vino e sono supportati dai consumatori e dal trade, **la maggior parte delle categorie di vino europee sta avendo performance molto buone.** L'Italia è il secondo Paese di vini di importazione dopo gli Stati Uniti. Ma la grande sorpresa è il Portogallo, che sta mostrando le maggiori percentuali di crescita negli ultimi anni.

Nonostante la reputazione della British Columbia come la provincia più green del Canada, i vini biologici, biodinamici, vegani sono ben lontani dall'essere apprezzati dalla maggior parte delle persone. L'esplosione della passione per il cibo biologico deve ancora tradursi in vino, ma importatori e buyer assicurano che ci sarà un'evoluzione in tal senso.

In un mercato con così tante sfumature, un importatore esperto è cruciale. Gran parte degli importatori con una certa esperienza e serietà fanno parte dell'associazione [Import Vintners & Spirits](#).

Gli esperti consigliano inoltre di evitare importatori con portafogli troppo ampi e con brand con simile provenienza e prezzo. Inoltre, per le aziende medio piccole sono sconsigliati gli importatori nazionali a favore di agenti locali.

Una volta entrati nel mercato è bene farvi visita almeno una volta all'anno per due o tre giorni o partecipare a fiere come il [Vancouver International Wine Festival](#) ad esempio o il [Top Drop](#).

Il mercato della British Columbia è dinamico e pieno di sfumature. Il segreto per rimanervi a lungo? Stabilire partnership solide.