

Il Canada si innamora del Prosecco

«Vendite incrementate del 500%»

Il Quebec fa la parte del leone. Oggi la Doc vende più di sette milioni di bottiglie

TREVISO Damiano Dussin è partner in un'importante società di consulenza. È originario di Riese Pio X, ma ora vive a Montréal, in Canada. «Quando mi sono trasferito qui, qualche anno fa, era raro trovare una bottiglia di Prosecco. Adesso ogni ristorante ha quattro o cinque etichette in lista dei vini. E quando entro in un liquor store mi sembra di camminare tra i vigneti a Treviso, ci sono i nomi di decine di cantine». Sta dentro a questa fotografia la sintesi del successo che il Prosecco sta avendo in Canada. La crescita, va precisato, è parallela allo sviluppo anche di altri mercati: la Francia, ad esempio. Ma nella provincia del Québec, grazie ad una serie di iniziative del consorzio della Doc e della locale camera di commercio, è esplosa una vera e propria moda. Bastano alcuni numeri per spiegarlo. In Canada, tra il 2011 ed il 2019, il quantitativo di bottiglie vendute è passato da 1.718.489 ad oltre sette milioni. In Québec, provincia da sola assorbe quasi il 25% del totale delle vendite, l'incremento è stato di oltre il 500% in quantità ed in valore. Nel 2017 c'erano 15 etichette, adesso ce ne sono 51 se si sommano sia l'importazione pubblica che quella privata. «Questo è un mercato complesso, non liberalizzato» spiega Danielle Virone, segretario generale della camera di commercio italia-

na in Canada. «Siamo riusciti a mediare tra Stato e produttori di Prosecco, agevolando l'iter. È stato facile far amare il Prosecco. Qui le cerimonie sono importanti, e tutti amano brindare negli eventi pubblici. Adesso il nostro scopo è proporre il consumo quotidiano sullo slogan di "a little spark in your everyday life" per continuare a crescere».

E a proposito di crescita, anche il Prosecco Rosé inizia a comparire sugli scaffali dei monopoli locali: non solo in Québec, ma anche nelle piccole province atlantiche. Sono già 15 le referenze importanti, anche per merito della comunicazione del consorzio della Doc. «Negli ultimi anni è stata realizzata una intensa attività di influencer marketing, continueremo col Rosé» spiega Stefano Zanette, presidente del consorzio. «Sono state realizzate video-lezioni sull'uso delle nostre bollicine per la preparazione di cocktail stagionali, ma anche eventi digitali e masterclass per insegnare ai quebecchesi come abbinare le varie tipologie di Prosecco a ricette e specialità gastronomiche». A proposito, una curiosità: qui l'abbinamento più diffuso è con salmone e aragoste, espressioni culinarie del territorio.

L'altra nuova vita del Prosecco da queste parti è quella dei cocktail. Non con l'aperol o il campari,

qui viene miscelato dai bar tender e trasformato in qualcosa di nuovo. Ruggiera Sarcina è la direttrice Italia della camera di commercio italiana in Canada. «Per promuovere il consumo verso i millennial ci siamo affidati ai migliori bar tender, abbiamo organizzato un concorso per metterli in competizione - racconta - Ognuno ha sperimentato sapori e gusti, la finalissima si è tenuta nella cornice spettacolare del casinò di Montréal. Il vincitore ha potuto visitare Veneto e Friuli Venezia Giulia per vedere dove nascono le bollicine».

Per questo molto del lavoro del consorzio e della camera di commercio è stato orientato anche a raccontare quali sono le nove province della denominazione. «Abbiamo iniziato spiegando la differenza sul metodo di produzione, il Prosecco non nasce come lo champagne - conclude Sarcina - Adesso però la consapevolezza è aumentata e ci fa piacere anche constatare che molti canadesi abbiano intenzione di viaggiare verso l'Italia per visitare le colline del Prosecco. Siamo certi: finita la pandemia, il turismo d'esperienza enogastronomico guiderà la ripresa dei flussi di visitatori dal Canada».

I cocktail
I bar
tender
stanno
lanciando
diversi
cocktail a
base di
Prosecco

Mauro Pigozzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA