



Il mercato del vino in Canada: le tendenze e gli sviluppi

Nel 2023, l'Italia risulta essere la seconda esportatrice di vino in Canada, dietro solo alla Francia.

Venendo ai numeri, la Francia esporta vini per circa 700 milioni di dollari canadesi, mentre l'Italia arriva a 610 milioni di dollari canadesi. Sul gradino più basso del podio si classificano gli Stati Uniti, non lontano dai principali esportatori del Vecchio Continente: nel 2023 i vini americani venduti in Canada avevano un valore di mercato di circa 570 milioni di dollari canadesi.

Meritano una menzione l'Australia e la Nuova Zelanda, anche se il valore degli scambi commerciali tra questi due Paesi e il Canada è nettamente minore.

Analizzando le esportazioni italiane per provincia, possiamo osservare un fenomeno non comune: il Québec, infatti, supera l'Ontario, importando vino italiano per un valore di 267 milioni di dollari canadesi nel 2023. Osservando tendenze storiche, si nota che i vini europei, e quindi specialmente quelli italiani e francesi, godono di un'importante popolarità nella provincia francofona del Québec: questo successo può essere dato in parte dalla maggiore vicinanza culturale.

L'Ontario si è fermato in seconda posizione a 196 milioni di dollari canadesi. Nella provincia dell'Ontario, infatti, i vini statunitensi sono più popolari, e sottraggono fette di mercato ai vini italiani. Per questo motivo, il potenziale di espansione per l'export italiano in Ontario è più alto.

La British Columbia importa invece vini italiani dal valore di 50 milioni di dollari canadesi, facendo registrare un volume degli scambi nettamente minori rispetto alle due province principali del Canada, e anche all'Alberta.

Per quanto riguarda il mercato canadese, è interessante analizzare le tendenze degli ultimi anni, specialmente nella ripresa economica dopo le chiusure a causa della pandemia.

Nel 2021 e nel 2022 la vendita di vino e di alcolici ha visto una forte crescita, anche a causa delle prolungate chiusure dovute alla pandemia. In tal senso, la contrazione osservabile nel 2023 non è preoccupante, ma rappresenta un calo fisiologico a seguito di un periodo eccezionale per quanto riguarda il consumo.

Le chiusure dovute al COVID hanno portato anche alcune conseguenze indirette: infatti, la mancanza di occasioni sociali e di convivialità ha portato temporaneamente al calo del consumo di vino nel Paese, e ha anche accelerato alcune tendenze. Sembra infatti che i giovani, non introdotti al consumo di vino in queste occasioni, si siano allontanati da questa bevanda alcolica, spostando l'attenzione verso la birra e i cosiddetti ready-to-drink, ovvero bevande già pronte al consumo, in cui sono già stati mischiati alcolici con bevande analcoliche.

Tuttavia, i vini biologici e quelli analcolici hanno visto una crescita interessante tra il 2021 e il 2022. Sebbene rimangano una nicchia, sembrano poter avere un potenziale di sviluppo, soprattutto



tra le generazioni dei Millennial e la generazione Z, che mostrano un'attenzione maggiore alle pratiche sostenibili. Il fatto che questa crescita sia avvenuta in contemporanea a una contrazione del consumo nelle generazioni più giovani mostra la potenzialità di queste nicchie.

In questo contesto non va dimenticato il cambiamento climatico, che potrebbe paradossalmente aiutare il Canada, permettendo di produrre vino a latitudini considerate proibitive fino a qualche decennio fa. Questa possibilità farebbe crescere l'offerta domestica, con potenziali effetti sull'import di vini stranieri.

Un altro aspetto da analizzare è la novità legislativa che dovrebbe arrivare entro il 2026: il premier dell'Ontario Doug Ford ha infatti dichiarato che da qui a due anni la Liquor Control Board of Ontario (LCBO) permetterà la vendita di alcolici quali birra, vino e altre bevande con tasso alcolico non particolarmente elevato anche nei convenience stores, aumentando quindi i negozi autorizzati alla vendita di bevande alcoliche. Inoltre, sarà permesso a tutti i supermercati di vendere birra, vino e simili, eliminando quindi il vecchio sistema che fissava un limite alle licenze per i supermercati.

Per quanto riguarda invece la vendita di liquori e di superalcolici la situazione non cambierà, con gli store della LCBO che rimarranno monopolisti.

Per comprendere gli effetti diretti e indiretti di questa misura sarà tuttavia necessario aspettare un paio di anni dopo l'implementazione, per avere un quadro più chiaro e per non trarre conclusioni affrettate.

Per riassumere, il mercato canadese del vino è in crescita, e i viticoltori stanno cercando di inserirsi in alcune nicchie potenzialmente interessanti. Le persone dai 50 anni in su apprezzano sempre di più vini sofisticati, di tipologia premium, spesso di origine europea. Al contrario i giovani, soprattutto quelli appena autorizzati legalmente a bere sembrano preferire altri alcolici, allontanandosi dal vino, considerato troppo complicato e costoso.

Per le aziende italiane interessate al mercato canadese, è quindi necessario conoscere queste tendenze e sapersi presentare con prodotti adatti alle esigenze dei consumatori. Non va comunque sottovalutato il valore che i clienti canadesi danno al Made in Italy. In tal senso, dal 2018 al 2023 si registra un aumento non indifferente della vendita di vino italiano in Canada.