



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE
OF ONTARIO CANADA - ICCO CANADA
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

2026

IL SETTORE AGROALIMENTARE IN ONTARIO

CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA DELL'ONTARIO CANADA

Report settore agroalimentare in Ontario¹

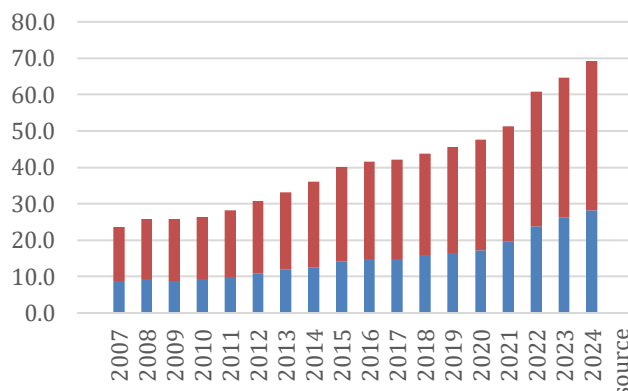
Executive summary

Il settore dell'agroalimentare in Ontario è uno dei maggiori pilastri economici della provincia. Comprende l'agricoltura primaria, con coltivazioni e allevamenti, la trasformazione alimentare e la filiera del cibo, generando decine di miliardi di dollari di valore generato all'anno.² In Ontario ci sono oltre 48.000 aziende agricole che producono più di 200 prodotti agricoli di base diversi e contribuiscono in modo sostanziale alla produzione di cibo, soddisfacendo oltre metà della domanda locale e mantenendo una forte presenza nell'esportazione di prodotti alimentari.

Complessivamente, la provincia impiega più di 870.000 persone del comparto agroalimentare e rappresenta una quota rilevante del PIL provinciale, sostenendo anche posti di lavoro indiretti legati alla trasformazione, logistica e vendita al dettaglio.³

Negli ultimi 3 anni, nonostante pressioni come l'aumento dei costi degli input e sfide di diverso tipo, il settore si è mostrato resiliente e in crescita, con iniziative da parte del governo volte a rafforzare la sicurezza alimentare, la tracciabilità e l'innovazione.

Trade del settore agroalimentare in Ontario



Forza lavoro assunta in Ontario



¹ https://www.ontario.ca/page/2025-local-food-report?utm_source

² https://www.ontario.ca/document/agriculture-and-food-statistics?utm_source

³ <https://www.canada.ca/en/agriculture-agri-food/news/2025/07/canada-and-ontario-strengthening->



Tendenze attuali nelle specialità alimentari, focus sul consumo di specialità italiane nel paese

Secondo ricerche di mercato, il settore *specialty food* in Canada è in rapida crescita, con una previsione di aumento dei ricavi a un tasso composto di circa l'11,5% tra il 2024 e il 2032, evidenziando l'importanza dei prodotti differenziati rispetto alle categorie alimentari di massa.⁴

trend attuali

-Trend attuali includono la consumazione dei latticini, con oltre 120 kg per persona all'anno tra latte e derivati. Seguono verdure fresche (circa 110–120 kg) e pane e cereali (circa 80–90 kg). Anche la frutta fresca supera i 70 kg pro capite. Tra le proteine animali, il pollame è la carne più consumata (circa 25 kg pro capite), seguito da carne bovina e suina.

-Inoltre i consumatori propongono una forte domanda di ingredienti funzionali, come proteine, fibre e vitamine.

-Un altro trend da tenere in considerazione è che i canadesi stanno tornando a cucinare di più a casa, favorendo alimenti freschi e pasti completi.

-Per quanto riguarda le bevande alcoliche, i Canadesi ricercano sempre di più bevande con poco o nessun tasso alcolico.

Nel 2023 le importazioni di prodotti alimentari includono tra i principali fornitori Paesi come gli Stati Uniti, la Francia, il Brasile e l'Italia, che è uno dei partner chiave per l'import canadese di prodotti agroalimentari.

In particolare, i prodotti italiani sono riusciti a affermarsi come alcuni dei più richiesti in questa fascia alimentare. Nel 2022 l'export di prodotti *Food & Beverage* italiani in Canada ha superato 1,08 miliardi di dollari canadesi (CAD), con un incremento rispetto all'anno precedente. Tra le tipologie più apprezzate, si segnalano i formaggi stagionati italiani (Parmigiano Reggiano e altri), la pasta, l'olio extravergine d'oliva e i salumi, con esportazioni in forte aumento e quota di mercato che continua a espandersi nonostante le pressioni inflazionistiche globali.⁵

Nel complesso, l'agroalimentare rappresenta una parte importante, ma non dominante, dell'export italiano verso il Canada (che nel 2024 vale US\$ 6,43 mld totale).

In particolare, nel contesto dell'Ontario, la provincia con il maggior numero di aziende e di consumatori di questo tipo, la domanda di prodotti italiani di alta qualità è particolarmente alta, grazie alle comunità multiculturali e ai consumatori con reddito medio-alto che attribuiscono un grande valore alla qualità,

⁴ https://www.databridgemarketresearch.com/nucleus/canada-specialty-food-market?utm_source

⁵ https://www.innovamarketinsights.com/trends/food-trends-in-canada/?utm_source



all'autenticità e alla distinzione. Ciò si riflette nella maggiore presenza di negozi di specialità, di importatori gourmet e di offerte dedicate nei principali rivenditori alimentari della grande area di Toronto.

Previsioni per il 2026

Le previsioni ufficiali di *Agriculture and Agri-Food Canada* indicano che la produzione totale di colture in Ontario potrebbe aumentare del 10 % rispetto all'anno precedente e che i livelli di scorte alla fine dell'anno saranno significativamente più alti, con prezzi generalmente più bassi per la maggior parte delle principali colture tranne alcune come soia e senape, mentre fattori come condizioni climatiche e costi di input continueranno a influenzare le decisioni di semina e produzione nel 2026-27. ⁶

Le stime di analisti del settore suggeriscono che alcuni comparti specifici, ad esempio vini italiani destinati al retail e alla ristorazione canadese, potrebbero avere tassi di crescita annuale composti (CAGR) nell'ordine del +5-9 % o più nei prossimi anni, con esportazioni totali verso il Canada che potrebbero superare i livelli del 2024 e 2025. ⁷ Ciò è dovuto alla riduzione di import dagli Stati Uniti che assume una risposta commerciale/ retaliatoria da parte del governo dell'Ontario alle tariffe imposte dagli USA sul Canada. Inoltre per l'Ontario anche i liquori seguono lo stesso sistema regolatorio.

Altri alimenti maggiormente consumati dai canadesi sono:

- Olio extravergine di oliva: uno dei prodotti italiani più consumati e apprezzati dai canadesi per condire insalate, cucinare e aromatizzare piatti.
- Formaggi italiani (come Parmigiano Reggiano, Grana Padano, mozzarella): fortemente presenti nei supermercati e nei ristoranti.
- Pasta secca italiana: molto diffusa nella grande distribuzione e usata quotidianamente in molte famiglie.
- Caffè italiano: apprezzato per il gusto di qualità, sia consumato in casa che nei bar.
- Salumi (prosciutto crudo, salami, mortadella): presenti nei negozi gourmet e nei taglieri.
- Conserve di pomodoro e salse italiane: usate per cucinare sughi e basi di piatti.
- Dolci italiani (come gelato e tiramisù): consumati sia come dessert che snack.

Queste tendenze indicano che il 2026 può consolidare un ruolo crescente dell'Italia come fornitore di qualità nel mercato canadese, con potenziali incrementi nelle esportazioni.

⁶https://agriculture.canada.ca/en/sector/crops/reports-statistics/canada-outlook-principal-field-crops-2026-01-21?utm_source=

⁷ https://westerngrocer.com/food-beverage-between-italy-and-canada-a-love-story-with-a-business-side/?utm_source=



CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA
DELL'ONTARIO CANADA (ICCO CANADA)
CAMERE DI COMMERCIO ITALIANE ALL'ESTERO

Opportunità per le aziende italiane

Le analisi di Export Development Canada evidenziano come i consumatori canadesi stiano orientando gli acquisti mantenendo attenzione al rapporto qualità-prezzo⁸.

Parallelamente, il rafforzamento del private label di fascia medio-alta rappresenta una leva strategica: secondo NielsenIQ, i retailer stanno investendo in marche del distributore sempre più orientate a qualità e innovazione, utilizzandole come strumento di differenziazione competitiva⁹.

Per molte PMI italiane, proporsi come partner produttivo per linee premium a marchio del distributore può ridurre il rischio commerciale iniziale e facilitare l'ingresso stabile nel mercato.

Un ulteriore ambito di crescita è l'online grocery, che secondo le analisi di mercato continua ad espandersi e integra sempre più modelli ibridi (click&collect e consegna a domicilio), richiedendo ai fornitori capacità logistiche solide e presenza digitale strutturata.

Un altro canale molto concreto è il foodservice e HORECA, particolarmente dinamico nell'Ontario grazie alla concentrazione di ristorazione indipendente come catene di catering a Toronto e Mississauga. In questo segmento, l'evento di riferimento è l'RC Show (organizzato da Restaurants Canada), che si tiene nell'area di Toronto e rappresenta una piattaforma diretta di incontro con operatori horeca e distributori foodservice. Per aziende italiane con prodotti destinati a ristorazione (ingredienti, semilavorati, specialty, vini), questo canale è spesso più rapido del retail tradizionale per generare volumi iniziali e referenze.¹⁰

La cosa più importante da sapere è che l'Italia esporta in Canada come parte dell'Unione Europea, quindi i dazi si applicano secondo le regole del Comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA) tra UE e Canada. Il CETA elimina i Dazi doganali su quasi il 99% delle merci tra i due paesi. Questo significa che la maggioranza dei prodotti agroalimentari può entrare in Canada senza dazi o con dazi molto bassi, se soddisfa i requisiti di questo accordo. Inoltre, Sono protette più di 40 denominazioni italiane DOP/IGP, che beneficiano di un accesso privilegiato al mercato canadese e maggior tutela contro imitazioni.

Un'altra cosa da aggiungere è che il Canada richiede che i prodotti alimentari rispondano agli standard di sicurezza e etichettatura imposti dalla Canadian Food Inspection Agency (CFIA) e dal regolamento Safe Food for Canadians Regulations (SFCR). Ciò include etichette in lingua inglese/francese, norme specifiche su ingredienti e allergeni e controlli all'ingresso.

Per alcune merci sensibili come latticini, pollame, uova o prodotti agricoli con protezioni settoriali, potrebbero esserci quote di importazione o dazi residui se si supera una determinata quantità.

Il dato preciso varia a seconda del codice tariffario (HS code) e deve essere verificato con strumenti ufficiali come il Canada Tariff Finder o il database doganale canadese¹¹

⁸<https://www.edc.ca/en/article/top-food-trends-2025.html>

⁹ <https://nielseniq.com/global/en/insights/report/2025/finding-harmony-on-the-shelf-2/>

¹⁰ <https://rcshow.restaurantscanada.org/>

¹¹ https://www.tariffinder.ca/en/getStarted?utm_source=

Se per qualche motivo non si soddisfano le regole di origine del CETA (ovvero il prodotto non è considerato “europeo” secondo le regole), vengono applicate le tariffe MFN (Most Favored Nation) del Canada.

Queste possono essere più elevate, soprattutto per alcuni prodotti agricoli.

Italian Sounding

L'Italian Sounding è un fenomeno di marketing per cui prodotti alimentari e non solo utilizzano nomi, immagini, simboli o riferimenti che richiamano l'Italia per farli apparire come “italiani”, pur essendo realizzati altrove o non rispettando i criteri di origine autentica, e questo può generare un danno economico significativo per il vero Made in Italy. Il sito web *Buonissimo.ca* della Italian Chamber of Commerce Ontario Canada promuove attivamente il progetto True Italian Taste, con l'obiettivo di aiutare i consumatori canadesi a riconoscere e scegliere prodotti alimentari genuinamente italiani, collegando la qualità e i benefici nutrizionali alle certificazioni ufficiali (come DOP, IGP, DOC) e alla provenienza reale dei prodotti. In questo contesto, una corretta comunicazione dell'origine è fondamentale per contrastare l'Italian Sounding: utilizzare in modo chiaro certificazioni e sigle ufficiali, spiegare il legame territoriale con ingredienti e tradizioni, raccontare la filiera e la storia del prodotto con materiali educativi e storytelling coerenti aiuta i consumatori a distinguere tra prodotti autentici e imitazioni.

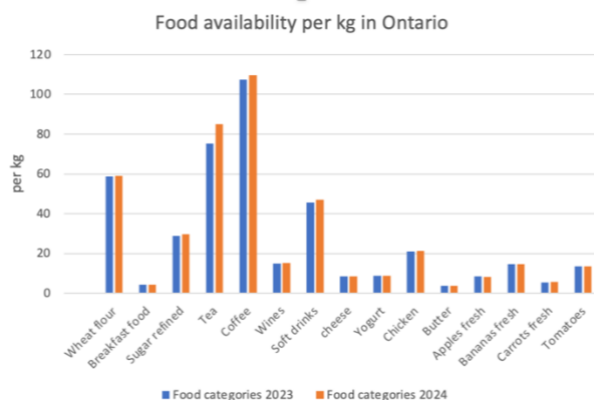
Inoltre, programmi come True Italian Taste organizzano eventi, masterclass ed iniziative di educazione per la promozione dell'importanza della provenienza certificata e della qualità del vero Made in Italy, il che rinforza la reputazione dei prodotti italiani e aiuta gli esportatori e i brand a comunicare in modo efficace nel mercato estero (anche nel mercato canadese).¹²

Conclusioni

Il settore agroalimentare dell'Ontario si dimostra essere uno dei fondamentali dell'economia, con una struttura produttiva solida, una forte integrazione lungo tutta la filiera, e un ruolo centrale nella sicurezza alimentare canadese. Negli ultimi anni, il settore è riuscito a dimostrare la sua resistenza al aumento dei costi e alle tensioni globali, grazie a politiche pubbliche orientate all'innovazione, alla tracciabilità e al potenziamento dell'industria agroalimentare locale. Contemporaneamente, il mercato canadese delle specialità alimentari continua a crescere, grazie a consumatori sempre più attenti a qualità, autenticità, ingredienti naturali e origine certificata. In questo contesto, l'Italia si trova in una posizione competitiva privilegiata, grazie alla fama del Made in Italy e alla domanda consolidata di prodotti premium come formaggi.¹³

¹² https://buonissimo.ca/discover-true-italian-taste/?utm_source=

In conclusione, il mercato dell'Ontario rappresenta una condizione favorevole per l'export agroalimentare italiano, a condizione che le aziende adottino un approccio strategico basato sull'autenticità, sulla qualità certificata, sulla conoscenza del contesto normativo e sull'adattabilità alle preferenze locali. La combinazione di reputazione del Made in Italy e richiesta canadese per specialità premium costituisce una concreta e sostenibile opportunità nel medio termine.



<https://open.canada.ca/data/en/dataset/4>