

Il Canada abbatte le barriere interne: nove province aprono alla vendita diretta di vino, birra e spirits

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Agosto 2026



Svolta storica in Canada: nove province firmano un'intesa per liberalizzare la vendita diretta ai consumatori di vino, birra e spirits tra giurisdizioni locali. Un accordo strategico pensato per smantellare barriere interne da oltre 200 miliardi di dollari, rafforzare il commercio nazionale e contrastare le recenti minacce di dazi da parte degli Stati Uniti.

Il 21 luglio scorso, a Charlottetown – capoluogo e principale centro della provincia canadese dell'Isola del Principe Edoardo – si è consumato uno dei passaggi più significativi della storia commerciale interna del Canada degli ultimi

decenni. Ai margini del vertice estivo del **Council of the Federation**, i premier di **nove province** – Alberta, British Columbia, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, New Brunswick, Nuova Scozia, Isola del Principe Edoardo e Terranova e Labrador – hanno firmato un **accordo che consente la vendita diretta ai consumatori (direct-to-consumer, DTC)** di bevande alcoliche tra le rispettive giurisdizioni, per uso personale.

Non è un dettaglio da poco per un Paese che, in materia di alcolici, ha sempre avuto più frontiere interne che confini nazionali. Fino a ieri, un vino prodotto in Ontario non poteva raggiungere direttamente la cantina di un consumatore in Alberta senza passare per i canali dei monopoli provinciali; oggi, almeno sulla carta, quella barriera comincia a cadere.

Un'intesa co-guidata da Ontario e Saskatchewan

L'accordo è stato **co-condotto da Ontario e Saskatchewan** e rappresenta la naturale evoluzione del **memorandum d'intesa firmato nel 2025** da tutte le dieci province canadesi e dallo Yukon, che impegnava le parti a esplorare "modalità per migliorare la circolazione delle bevande alcoliche in tutto il Canada". Il premier dell'Ontario Doug Ford ha parlato di un tassello fondamentale nel piano per **smantellare le barriere al commercio interprovinciale**, stimando in **oltre 200 miliardi di dollari canadesi** il potenziale economico oggi bloccato da questi ostacoli interni.

Tra le province firmatarie, non tutte partono dallo stesso punto. **Manitoba e New Brunswick** consentivano già la vendita diretta su tutte le categorie di alcolici prima dell'intesa, mentre la **British Columbia** si è impegnata a introdurre un sistema DTC completo, esteso a tutte le tipologie di bevande, **entro febbraio 2027**. Le altre firmatarie stanno invece sviluppando o già applicano forme più limitate di vendita diretta.

A restare fuori dall'accordo sono, per ora, **Québec e Yukon**, entrambi "in fase di costruzione dell'infrastruttura necessaria" per aderire in futuro. La premier del Québec, **Christine Fréchette**, ha spiegato che l'adesione richiederebbe modifiche legislative sostanziali nella provincia, segno che il percorso verso un mercato interno davvero unificato resta accidentato.

Il contesto: i dazi di Trump e il "buy Canadian"

Non è un caso che l'intesa arrivi proprio ora. Il Canada si trova ad affrontare la minaccia di **dazi USA fino al 50% sulle importazioni di alcolici**, annunciati dall'amministrazione Trump per il mese successivo alla firma. Le **vendite di spirits statunitensi in Canada erano già crollate nel 2025**, dopo che diverse province avevano ritirato prodotti statunitensi dagli scaffali dei negozi statali in risposta ai dazi generali imposti da Washington.

I numeri raccontano bene la direzione presa dal mercato: nell'anno fiscale 2024-2025 il Canada ha importato circa **1 miliardo di dollari canadesi** (960 milioni di euro circa) di bevande alcoliche dagli Stati Uniti, **in calo del 5,4%** rispetto all'anno precedente, secondo i dati di Statistics Canada. Nello stesso periodo, la quota dei prodotti canadesi sul totale delle vendite di alcolici nel Paese è salita al 60,6%, dal 59% dell'anno precedente. È il segnale di un mercato che si sta progressivamente ripiegando su sé stesso, e in cui la **vendita diretta interprovinciale diventa uno strumento per compensare**, almeno in parte, **la contrazione dei flussi con gli Stati Uniti**.

La premier del New Brunswick Susan Holt ha sintetizzato lo spirito dell'operazione con una frase che vale come manifesto politico più che commerciale: **rafforzare il commercio interno significa**, in questo momento, **essere il miglior cliente di sé**

stessi.

Le voci dal territorio: entusiasmo misurato

Se a livello politico l'accordo viene presentato come una svolta storica, sul campo la reazione dei piccoli produttori è più cauta, quasi diffidente. A Lochiel, in Ontario, **Craig MacMillan**, co-proprietario di Stonehouse Vineyard e presidente di **Ontario Artisan Wineries (OAW)**, non nasconde lo **scetticismo**: secondo lui l'annuncio, per quanto interessante, non porterà benefici immediati alle piccole cantine artigianali, e il vero nodo resterà **quali costi le singole province decideranno di applicare** alle vendite dirette.

Il timore, spiega MacMillan, è che le barriere regolamentari cadano solo per essere sostituite da **barriere economiche** altrettanto efficaci – ricarichi, tasse, oneri amministrativi. Non è un'ipotesi astratta: cita il precedente di Alberta e British Columbia, che nel 2025 avevano raggiunto un'intesa DTC salvo poi vedere Alberta imporre, nella primavera 2026, nuovi oneri sui vini della BC venduti direttamente ai consumatori, tanto elevati da rendere la formula **di fatto impraticabile**. A questo si aggiunge il tema, tutt'altro che secondario per le piccole realtà, dei **costi di spedizione**, cresciuti al punto da scoraggiare sempre più clienti.

Toni più concilianti arrivano da Eric Mainville, birraio e proprietario di Brauwerk Hoffman a Rockland: per lui rimuovere restrizioni senza compromettere la sicurezza dei consumatori è comunque un passo positivo, anche se non prevede ricadute significative sul proprio fatturato nel breve periodo, vista l'incidenza dei costi logistici sulla spedizione della birra a lunga distanza. Priorità resta il mercato locale, almeno finché l'azienda non lo avrà saturato.

Un mercato che cambia, non ancora un mercato unico

L'intesa di Charlottetown non crea, dunque, un mercato interno dell'alcol pienamente omogeneo: resta un mosaico di regole provinciali, tempistiche differenziate e – come dimostra il caso Alberta-British Columbia – margini enormi per l'introduzione di barriere di fatto anche a fronte di barriere di diritto rimosse. **Ma segna comunque un cambio di paradigma politico**, in un momento in cui il commercio interprovinciale è diventato, per Ottawa e per le capitali regionali, sinonimo di resilienza economica di fronte alle pressioni tariffarie americane.

Per l'industria enologica e brassicola canadese – e per chi da fuori osserva le sue dinamiche, comprese le cantine italiane che guardano al Canada come mercato d'esportazione – **la partita vera si giocherà ora sui dettagli attuativi: quali ricarichi, quali costi logistici, quali tempi** accompagneranno l'apertura annunciata. Solo allora si potrà dire se questa “vendita diretta” sarà davvero una rivoluzione per i piccoli produttori, o soltanto un passo, per quanto importante, in un percorso ancora lungo verso un vero libero scambio interno.

Punti Chiave:

1. **Accordo tra nove province:** Intesa firmata a Charlottetown per autorizzare la vendita diretta ai consumatori (DTC) per uso personale tra le giurisdizioni firmatarie.
2. **Esclusione temporanea di Québec e Yukon:** Le due regioni non aderiscono immediatamente in attesa di adeguare le proprie infrastrutture legislative e normative.
3. **Risposta alle pressioni USA:** La scelta di promuovere il

commercio interno punta a contrastare le minacce di dazi americani e il calo delle importazioni dagli Stati Uniti.

4. **Scetticismo dei piccoli produttori:** Le cantine artigianali temono che la caduta dei vincoli burocratici venga sostituita da nuovi ricarichi provinciali e alti costi logistici.
5. **Integrazione graduale:** La firma elimina i divieti di principio, ma l'effettiva creazione di un mercato unico dipenderà dall'applicazione di tasse e balzelli locali.