

Export Australia ai minimi dal 2004. Il baricentro si sposta tra Canada e Sud-Est asiatico

scritto da Emanuele Fiorio | 4 Settembre 2026



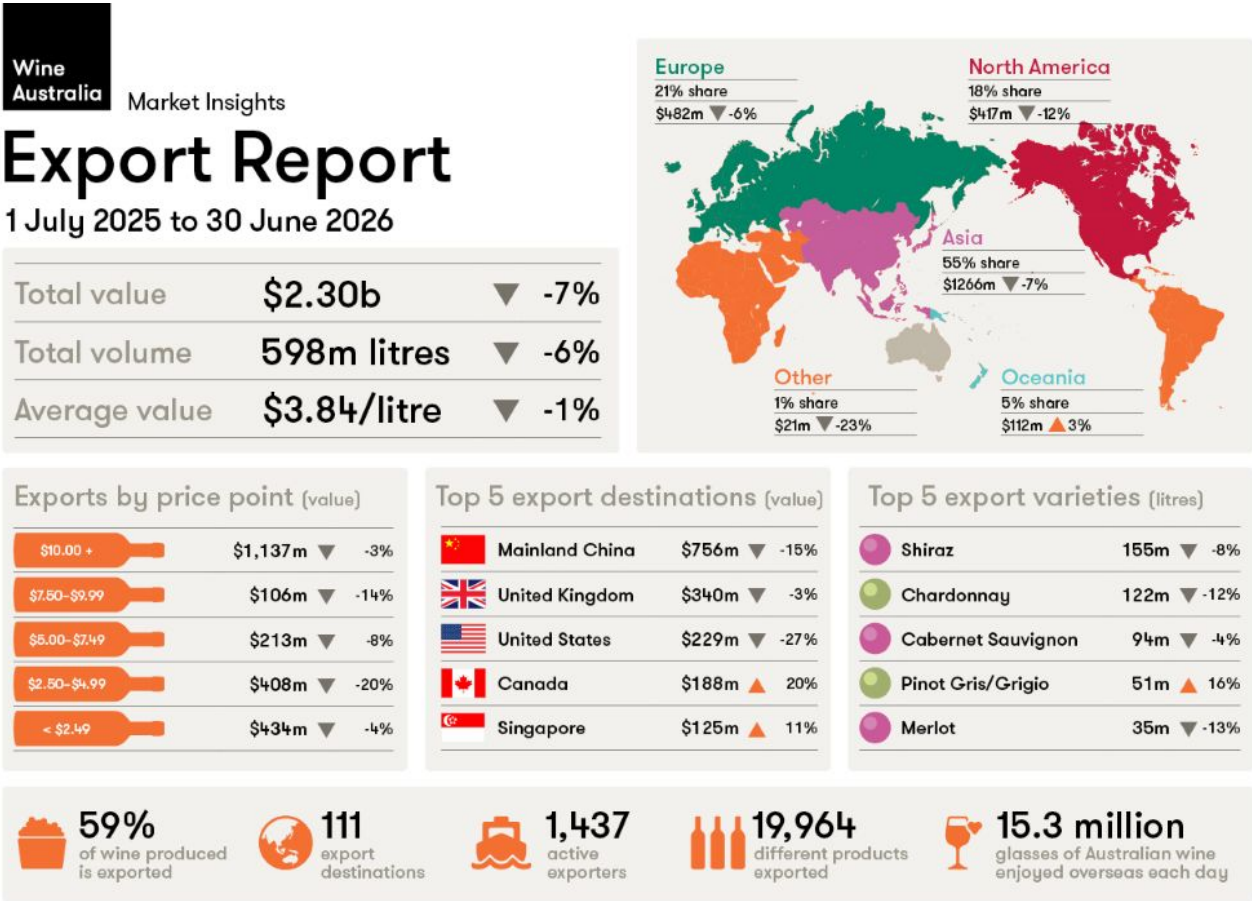
Il report annuale di Wine Australia certifica il calo delle esportazioni di vino australiano ai minimi dal 2004: -7% in valore e -6% in volume. Cina, Regno Unito e Stati Uniti frenano, ma Canada e Sud-Est asiatico crescono a doppia cifra, disegnando una mappa della domanda globale in profonda trasformazione.

Ci sono numeri che, letti da soli, raccontano una crisi. E ci sono numeri che, messi in fila, raccontano piuttosto una **trasformazione**. L'ultimo *Export Report* di Wine Australia appartiene alla seconda categoria, anche se a prima vista

sembra tutt'altro che rassicurante.

Nell'anno terminato a giugno 2026, le esportazioni di vino australiano sono scese del **7% in valore, a 2,30 miliardi di dollari australiani**, e del **6% in volume, a 598 milioni di litri**. È la prima volta dal 2004 che i volumi scendono sotto la soglia dei 600 milioni di litri: un dato che, non a caso, i titoli della stampa di settore internazionale hanno tradotto in termini più immediati, parlando di una **flessione che non si registrava da 22 anni**.

Numeri che arrivano peraltro dopo un 2025 già difficile – l'anno solare precedente si era chiuso con un calo identico, 7% in valore e 6% in volume – e a poche settimane da un altro segnale pesante: la vendemmia 2026 è stata la **più bassa degli ultimi 26 anni**. Produzione e mercati esteri, insomma, si muovono nella stessa direzione discendente, e questo dovrebbe far riflettere chi ancora legge il calo delle esportazioni come un fenomeno isolato o congiunturale.



Non è (solo) un problema australiano

Il punto più interessante del report, però, non è la cifra in sé, ma la cornice in cui si colloca. Peter Bailey, Manager Market Insights di Wine Australia, è stato netto: **il consumo mondiale di vino è sceso al livello più basso dal 1961**, complice la moderazione nel consumo di alcol, la pressione del costo della vita e lo spostamento dei consumatori verso bevande alternative.

“I dati provenienti da più fonti suggeriscono che il calo dei consumi di vino a livello globale sia più di una flessione di breve periodo: è il riflesso di un cambiamento nei comportamenti dei consumatori che sta ridisegnando la domanda in tutto il mondo”, ha dichiarato Bailey, aggiungendo che questo rende ancora più cruciale capire dove la domanda esista davvero, e quali prodotti e occasioni di consumo la stanno guidando.

È una lettura che rifiuta la scorciatoia dell'allarmismo e prova invece a restituire la complessità del momento: l'Australia non sta perdendo terreno perché produce vino peggiore o comunica peggio, ma perché **l'intero mercato globale del vino si sta restringendo**, e in un mercato che si restringe anche i player più solidi accusano il colpo. Non a caso, sottolinea Bailey, il vino australiano ha **mantenuto o addirittura guadagnato quote di mercato** in molti dei principali Paesi importatori, pur in un contesto di domanda complessivamente più debole.

Cina, Regno Unito, Stati Uniti: i tre big frenano insieme

Il calo complessivo è stato determinato principalmente dalla **debolezza nei tre mercati di punta dell'export australiano**.

La **Cina continentale** resta il primo mercato per valore, ma con un **calo del 15%**, a **756 milioni di dollari australiani**. Qui la

spiegazione è tecnica quanto significativa: si è esaurita la fase di “restocking” post-dazi, quel periodo di ricostituzione delle scorte che aveva sostenuto artificialmente la crescita dopo la revoca dei dazi imposti a fine 2020.

*“Il mercato non è più trainato dal ripristino delle scorte di vino australiano – ha spiegato Bailey – **stiamo entrando in una fase più matura e guidata dalla domanda reale**, che riflette un mercato cinese del vino più ridotto e a crescita più lenta rispetto al periodo pre-dazi.”* L’Australia, va detto, resta comunque il primo fornitore di vino importato in Cina: una posizione di leadership che il calo delle vendite non ha scalfito.

Il **Regno Unito**, primo mercato per volume, ha segnato un calo più contenuto in valore (-3%, **a 340 milioni di dollari**) ma un volume sceso ai minimi degli ultimi 25 anni. Il dettaglio più utile per chi lavora sul posizionamento dei prodotti è che **la contrazione riguarda soprattutto le fasce commerciali e di prezzo medio**, mentre i vini australiani di fascia alta si sono dimostrati più resilienti e continuano ad attrarre domanda. È un segnale che va nella stessa direzione osservata in molti altri mercati maturi: chi beve meno, spesso sceglie di bere meglio.

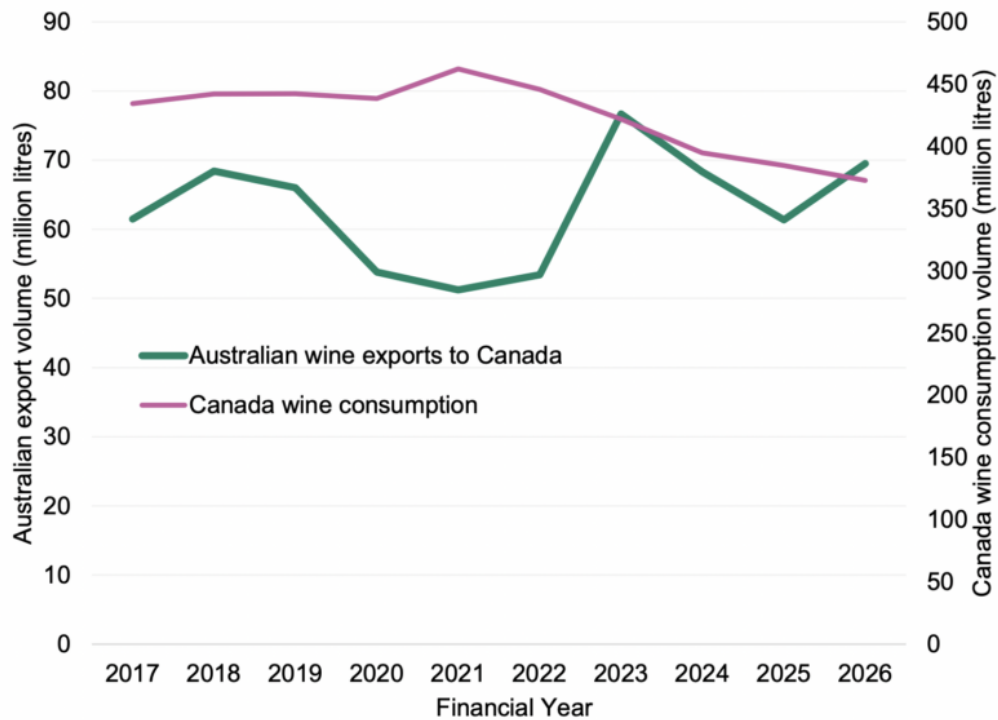
Gli **Stati Uniti**, secondo mercato per volume, raccontano invece una storia diversa e più preoccupante: qui il **calo tocca quasi tutte le fasce di prezzo**, non solo l’entry level. Bailey lo ha messo nero su bianco: le difficoltà americane *“riflettono ostacoli più ampi del mercato, tra cui il calo dei consumi di vino, la maggiore concorrenza da produttori locali e importati, la riduzione delle scorte nella distribuzione e il cambiamento delle preferenze dei consumatori verso bevande alcoliche alternative”*. In termini di valore, il calo è stato del **27%, a 229 milioni di dollari**: la flessione più pesante tra i primi cinque mercati.

Canada e Sud-Est asiatico: dove la domanda cresce

Ed è qui che il report cambia registro. Perché mentre i tre giganti rallentano, alcuni mercati “minori” hanno messo a segno performance da manuale. Il **Canada** è stato il vero protagonista dell’anno: **+20% in valore, a 188 milioni di dollari**, il livello più alto degli ultimi sette anni, con i volumi in crescita del 13%.

Una performance che va letta nel contesto giusto: la **disputa commerciale tra Canada e Stati Uniti** ha ridotto la disponibilità di vino statunitense sugli scaffali canadesi, e l’Australia ne ha approfittato per **guadagnare quote di mercato**. Bailey, con onestà professionale, avverte però che *“questo slancio si è affievolito verso la fine del periodo, segno che il guadagno di quota si sta stabilizzando”*: un caveat importante per chi guardasse a questo dato pensando a una crescita strutturale, quando probabilmente si tratta in parte di un’opportunità legata a un contesto geopolitico contingente.

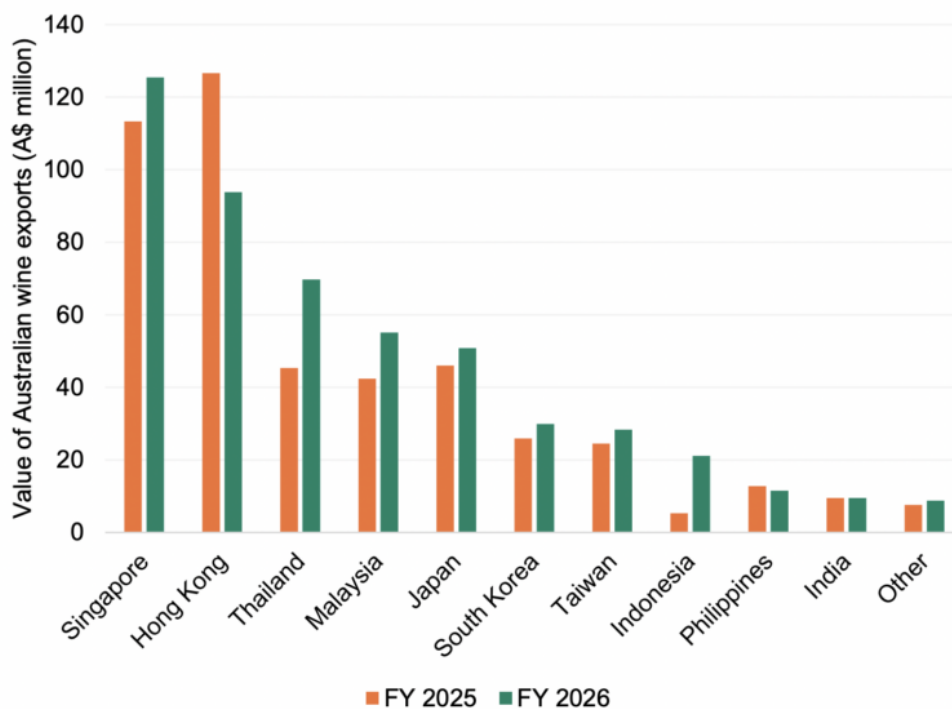
Figure 10: Australian wine exports to Canada compared to Canada wine consumption



Source: Wine Australia and IWSR

Più solido, e più interessante nel medio periodo, è il quadro asiatico. Escludendo la Cina continentale, **Singapore, Thailandia, Malesia, Giappone, Corea del Sud e Taiwan** hanno tutti registrato una crescita significativa in valore. **Singapore ha superato Hong Kong** diventando il primo mercato asiatico dell’Australia al di fuori della Cina, mentre la **Thailandia ha raggiunto valori di export record**, trainata da una domanda crescente di vino australiano premium. Sono segnali che parlano di un **baricentro dei consumi che si sposta**, e di un pubblico asiatico sempre più propenso a spendere per l’alta gamma piuttosto che per i volumi.

Figure 6: Value of exports to key Asian destinations (excluding mainland China)



Cosa resta, alla fine, di questo report

Se si guarda alla classifica dei primi cinque mercati per valore – Cina (-15%, 756 milioni), Regno Unito (-3%, 340 milioni), Stati Uniti (-27%, 229 milioni), Canada (+20%, 188 milioni) e Singapore (+11%, 125 milioni) – e a quella per volume – Regno Unito (-6%, 192 milioni di litri), Stati Uniti (-15%, 95 milioni), Cina (-8%, 77 milioni), Canada (+13%, 69 milioni) e Nuova Zelanda (+1%, 26 milioni) – il quadro che emerge è quello di un settore in **fase di ridefinizione, più che di semplice contrazione.**

Non è un report che invita all'ottimismo a buon mercato, ma nemmeno alla rassegnazione. Racconta piuttosto un'industria che sta imparando, dati alla mano, **dove si sta spostando il valore:**

- verso le fasce premium,
- verso mercati asiatici in ascesa,
- verso una domanda più selettiva e meno abituata al consumo occasionale.

Per un Paese produttore che condivide con l'Italia molte delle stesse pressioni – calo dei consumi, cambio generazionale, concorrenza delle bevande a bassa gradazione – l'esperienza australiana offre un termine di paragone prezioso: **la scala del problema è globale, ma le risposte, evidentemente, si costruiscono mercato per mercato.**

Punti chiave:

1. Le **esportazioni di vino australiano** sono scese del 7% in valore (2,30 miliardi di dollari australiani) e del 6% in volume (598 milioni di litri), il minimo dal 2004.
2. I tre mercati storici – **Cina, Regno Unito e Stati Uniti** – sono tutti in calo; la Cina resta comunque il primo mercato per valore nonostante il -15%.
3. Il **Canada** è il mercato più dinamico dell'anno (+20% in valore), trainato dalla disputa commerciale USA-Canada, ma il trend mostra segnali di rallentamento.
4. Nel **Sud-Est asiatico** crescono Singapore, Thailandia, Malesia, Giappone, Corea del Sud e Taiwan, con Singapore che supera Hong Kong come primo mercato asiatico extra-Cina.
5. Il calo riflette un fenomeno **globale e strutturale**: il consumo mondiale di vino è sceso al livello più basso dal 1961.