# Vino australiano in Canada: intercettare rapidamente i cambiamenti assicura risultati

scritto da Emanuele Fiorio | 6 Novembre 2026



*Il Canada diventa un mercato strategico per il vino australiano. Il South Australia raggiunge 128 milioni di dollari di esportazioni, beneficiando delle tensioni commerciali tra Ottawa e Washington e di una strategia promozionale mirata. Degustazioni, campagne nei punti vendita e investimenti pubblici raccontano un modello di sviluppo che offre interessanti spunti anche ai produttori italiani.*

**Il vino australiano trova nel Canada una delle opportunità commerciali più interessanti del momento.** A beneficiarne è soprattutto il South Australia, regione che ha conquistato una

posizione di primo piano nel mercato canadese, superando gli Stati Uniti e diventando il terzo principale mercato di destinazione per i propri vini, dopo Cina e Regno Unito.

Secondo i dati diffusi il 21 ottobre 2026 dal Governo del South Australia, **le esportazioni verso il Canada hanno raggiunto 128 milioni di dollari australiani nell'anno terminato ad agosto**, con un incremento superiore a 24 milioni rispetto ai dodici mesi precedenti. Un risultato che assume particolare rilevanza se inserito nel contesto delle tensioni commerciali tra Canada e Stati Uniti, ma che non può essere ricondotto esclusivamente a queste ultime.

## La guerra commerciale tra Stati Uniti e Canada ridisegna gli scaffali

La svolta risale al marzo 2025, quando diverse province canadesi, tra cui Ontario, Québec e British Columbia, decisero di rimuovere i prodotti alcolici statunitensi dai propri punti vendita in risposta ai dazi imposti dall'amministrazione Trump sulle merci canadesi.

Una decisione che ha modificato gli equilibri distributivi, creando spazi commerciali per i produttori di altri Paesi. Il settore australiano ha saputo intercettare rapidamente questa opportunità, anche grazie a un'attività coordinata tra istituzioni e imprese.

**Il South Australia** rappresenta oggi il 68% delle esportazioni australiane di vino verso il Canada, con 48,5 milioni di litri spediti nell'ultimo anno considerato, in **crescita del 38,6% su base annua.**

A sostenere questa espansione è intervenuto il Global Wine Growth Program, iniziativa del Governo regionale avviata nel 2025 e recentemente rifinanziata con ulteriori 5 milioni di dollari australiani. Il programma punta a rafforzare la presenza internazionale delle aziende attraverso attività

commerciali mirate, promozione e sviluppo di nuovi canali distributivi.

Tra le iniziative più significative figura una **campagna promozionale di quattro settimane**, tra luglio e agosto 2026, in nove punti vendita selezionati della Liquor Control Board of Ontario (LCBO), uno dei principali operatori pubblici del settore alcolico in Canada. L'iniziativa ha coinvolto 16 etichette del South Australia, tra cui Angove, Zonte's Footsteps, Kilikanoon, Two Hands e Bleasdale, registrando **un aumento delle vendite del 49% durante il periodo promozionale**.

A questa attività si sono aggiunti **oltre 75 eventi di degustazione** organizzati nei punti vendita della British Columbia Liquor Distribution Branch (BCLDB), con l'obiettivo di avvicinare consumatori e operatori alla diversità produttiva australiana.

## Non soltanto opportunità contingenti: il lavoro sulla distribuzione

La crescita canadese si inserisce in una dinamica più ampia. I dati di Wine Australia relativi ai dodici mesi terminati a settembre 2026 indicano che le **esportazioni complessive di vino australiano verso il Canada** hanno raggiunto 185 milioni di dollari australiani, **in aumento del 12% in valore e del 14% in volume,** fino a 70 milioni di litri.

Un risultato significativo in un quadro internazionale decisamente meno favorevole: nello stesso periodo, le esportazioni australiane complessive sono diminuite del 7% in valore, fermandosi a 2,25 miliardi di dollari, e del 5% in volume, a 590 milioni di litri.

Interessanti anche le indicazioni relative alle tipologie. **Il principale motore della crescita canadese è rappresentato dai vini rossi fermi**, con un incremento del 15% in valore, trainato soprattutto dal Cabernet Sauvignon. Bene anche i

bianchi fermi (+8%) e i rosati (+21%).

La crescita interessa inoltre diverse fasce di prezzo: i vini esportati sotto i 5 dollari al litro aumentano del 14% in volume, mentre quelli con un valore medio pari o superiore a 5 dollari al litro crescono del 15%.

Già nel maggio 2026 Wine Australia aveva evidenziato segnali incoraggianti: nel mercato canadese erano attivi 220 esportatori australiani e le nuove attività di relazione con gli operatori avevano contribuito a generare 177 nuovi inserimenti nei listini delle liquor board. In Ontario, in particolare, i volumi di vendita dei vini australiani erano aumentati di circa il 30% su base annua.

## Indicazioni strategiche per i produttori italiani

Il Governo del South Australia intende consolidare questi risultati anche attraverso l'apertura di una nuova posizione commerciale a Toronto, destinata a seguire le opportunità per le imprese regionali nei settori del vino, dell'alimentare, dei minerali strategici e della difesa. La strategia si inserisce in un più ampio pacchetto di transizione e crescita da 109 milioni di dollari australiani destinato al comparto vitivinicolo regionale.

**Per i produttori italiani, quanto sta accadendo in Canada offre almeno tre indicazioni da non sottovalutare:**

- La prima riguarda la **capacità di intercettare rapidamente i cambiamenti geopolitici e distributivi**. Quando un mercato si apre, le opportunità non rimangono disponibili a lungo: servono tempestività, relazioni commerciali già attive e una presenza organizzata.
- La seconda è l'importanza di **investire nella conoscenza del mercato**. La crescita australiana non nasce soltanto

dalla disponibilità di spazio sugli scaffali, ma anche da anni di incontri con buyer, importatori, sommelier e operatori delle liquor board, oltre che da attività formative e degustazioni.

- Infine, emerge il valore di una **promozione collettiva** capace di valorizzare le singole aziende attraverso **un'identità territoriale riconoscibile.** Non basta trovare un distributore: occorre costruire le condizioni affinché il mercato conosca, comprenda e scelga i vini di un territorio.

In una fase in cui la competizione internazionale si fa più intensa e la diversificazione delle destinazioni commerciali diventa una necessità, il caso australiano suggerisce una riflessione concreta: per il vino italiano, **la crescita sui mercati esteri passa** sempre meno dalla semplice disponibilità di prodotto e sempre più **dalla capacità di presidiare le relazioni, interpretare i cambiamenti e lavorare insieme.**

---

## Punti chiave:

1. **Canada terzo mercato:** il South Australia supera gli Stati Uniti e conquista il terzo posto tra le destinazioni del proprio vino, dopo Cina e Regno Unito.
2. **Export in crescita:** le esportazioni regionali raggiungono 128 milioni di dollari australiani nell'anno terminato ad agosto 2026, con oltre 24 milioni di incremento.
3. **Effetto delle tensioni commerciali:** la rimozione dei vini statunitensi dagli scaffali di diverse province canadesi ha aperto nuove opportunità per i produttori australiani.
4. **Promozione e investimenti:** una campagna in nove punti vendita LCBO registra un aumento delle vendite del 49%.

Oltre 75 degustazioni sono organizzate in British Columbia.

5. **Un esempio per l’Italia:** presidio commerciale, promozione territoriale, conoscenza dei buyer e capacità di reagire ai cambiamenti internazionali sono elementi decisivi per crescere sui mercati esteri.