



CHAMBRE DE COMMERCE ITALIENNE AU CANADA  
ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE IN CANADA  
CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA IN CANADA

# **Analisi del settore enologico in Canada: Opportunità per i produttori veneti**

REDATTO DALLA CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA IN CANADA (MONTREAL)

Febbraio 2010

**CAMERA DI COMMERCIO ITALIANA IN CANADA (MONTREAL)**

## Introduzione al settore

I vini italiani rivestono tradizionalmente un ruolo importante nella scelta delle bevande alcoliche dei canadesi. La loro quota di mercato aumenta di anno in anno, al pari della crescita della competitività nei confronti dei produttori francesi, tradizionalmente forti concorrenti, e dell'aggressiva strategia di penetrazione del mercato attuata dai produttori del "nuovo mondo" (Australia, Nuova Zelanda,...)

Di conseguenza, nel 2008 il vino italiano ha occupato il secondo posto nella graduatoria delle importazioni totali del paese, raggiungendo un totale acquisti di 326,6 miliardi di dollari canadesi<sup>1</sup>.

Nel 2006, il Canada è stato il sesto importatore mondiale di vino in volume ed il quarto in valore. Infatti, a livello mondiale la quota delle importazioni canadesi del vino è pari al 4% delle importazioni totali in volume e al 4,9% in valore.<sup>2</sup>

Circa il 95% delle importazioni totali di vino in Canada sono concentrate nelle quattro principali province canadesi (Quebec, Ontario, Alberta e British Columbia)<sup>3</sup>. In particolare, la provincia dell'Ontario è uno dei più importanti compratori di vino al mondo<sup>4</sup>. Questo dato è estremamente positivo, in quanto il Canada è da sempre considerato una base strategica per approcciare tutto il mercato nord-americano.

Il Canada genera il 14,9% del reddito di tutto il mercato americano dei vini rispetto al 75,3% degli Stati Uniti. Il mercato del vino in Canada è cresciuto del 3% nel 2008 ed ha raggiunto il valore di 5,4 miliardi di dollari canadesi.<sup>5</sup> Le previsioni per il 2013 indicano una crescita del mercato per un totale di 6,2 miliardi di dollari canadesi, che corrisponde ad una crescita del 15,3% rispetto al 2008<sup>6</sup>.

Nel 2008 le vendite di vini fermi sono state le più lucrative, generando un reddito di circa 4,6 miliardi e costituendo il 86,7% delle vendite totali del mercato in oggetto. A titolo di confronto, le vendite di vini frizzanti hanno generato un profitto di 396,1 milioni di dollari nel 2007, equivalente al 7,4% del reddito totale del mercato di vini.<sup>7</sup>

Il Canada è un paese nello stesso tempo produttore e consumatore di vino. Con oltre 33 milioni di abitanti ed un consumo pro capite medio di circa 14,2 litri nel 2007<sup>8</sup>, il mercato canadese del vino rappresenta un mercato imprescindibile e promettente, anche se la bevanda alcolica che domina questo mercato rimane attualmente la birra.

La produzione nazionale di vino può soddisfare solo il 14% della richiesta del mercato locale<sup>9</sup>. È quindi necessario ricorrere alle importazioni.

Analizzando il mercato canadese del vino e delle bevande alcoliche in generale, bisogna considerare che la vendita di alcolici in Canada è ancora soggetta a forti restrizioni e che, a seconda della Provincia, può

---

<sup>1</sup> Fonte : Statcan

<sup>2</sup> Fonte: Comtrade

<sup>3</sup> Fonte : Comtrade

<sup>4</sup> Fonte : LCBO

<sup>5</sup> Fonte: Datamonitor

<sup>6</sup> Fonte: Datamonitor

<sup>7</sup> Fonte: Datamonitor

<sup>8</sup> Fonte : Statistique Canada

<sup>9</sup> Fonte : Statistique Canada

essere totalmente controllata da un ente monopolistico pertinente (il Liquor Board o la Commissione locale) oppure può essere liberalizzata.

Il rapporto che segue evidenzia come il mercato canadese presenti ottime opportunità di espansione per i nuovi prodotti italiani.

## **TIPOLOGIA DEL CONSUMATORE DI VINO IN CANADA**

Il consumatore medio di vino canadese ha un'età compresa tra i 35 e 54 anni<sup>10</sup>.

Le ragioni dell'incremento dei consumi del vino in Canada possono essere attribuite al crescente interesse della generazione dei baby boomer verso la buona cucina, in cui i piatti si abbinano a specifici vini, alla molteplicità dell'offerta sul mercato, alla diffusione di vini del "Nuovo Mondo", che hanno avuto il merito di promuovere dei "vitigni", e alla divulgazione di studi sugli effetti benefici del vino.

I canadesi consumano il vino prevalentemente in casa, piuttosto che nei bar o nei ristoranti.

Per quanto riguarda le preferenze, generalmente gli uomini scelgono il vino rosso, mentre le giovani donne optano per il bianco, e le donne più mature per il rosé<sup>11</sup>.

Le ultime tendenze riflettono un orientamento verso il consumo di vini sempre più sofisticati e di qualità.

Come tutti i consumatori, anche i Canadesi sono sensibili ai prezzi. Il valore "psicologico" di una bottiglia di vino è di circa 10 dollari canadesi<sup>12</sup> e il 44% delle vendite è composto infatti da vini che costano meno di 6 Euro<sup>13</sup>. Il consumatore canadese è attento all'informazione riportata in etichetta, pur attribuendo maggiore importanza al vitigno (indipendentemente dall'area geografica di produzione) che alla denominazione d'origine (IGT, DOP,...). Questo valore si riflette nella grafica delle etichette destinate al mercato canadese, focalizzate sull'indicazione del vitigno piuttosto che sulla zona di origine.

Pur avendo registrato un notevole aumento dei consumi, il vino è ancora considerato come un "accompagnamento" di un evento speciale piuttosto che la bevanda "per tutti i giorni".

## **I CONSUMI DI VINO IN CANADA**

### **TENDENZE DI CONSUMI AL LIVELLO NAZIONALE**

Benchè la birra si confermi come la bevanda alcolica maggiormente consumata in Canada, il ritmo di crescita dei volumi di vendita dei vini ha superato quello della birra e di altri prodotti alcolici.

Nel 2007, il Canada ha occupato il 6° posto nella graduatoria mondiale di importatori di vini fermi in termini di volume.

Durante gli ultimi dieci anni le quote di mercato delle bevande alcoliche sono evolute considerevolmente. Se nel 1997 la birra rappresentava il 52% del valore delle vendite di prodotti alcolici, i liquori il 27% e il vino era all'ultimo posto con il 21%, nel 2007 la quota di mercato della birra è scesa

---

<sup>10</sup> Fonte: Statistiques Canada

<sup>11</sup> Fonte : SAQ

<sup>12</sup> Fonte : Export Entreprises SA

<sup>13</sup> Fonte : Export Entreprises SA

al 47%, quella dei liquori al 25% mentre le vendite di vino sono cresciute fino a rappresentare il 28% del mercato. Per quanto riguarda il volume di vendite di prodotti alcolici, tra il 2006 ed il 2007 la crescita delle vendite di vino ha chiaramente superato quella della birra e degli alcolici.<sup>14</sup>

Durante il periodo 2006-2007, il consumo pro-capite di prodotti alcolici tra i canadesi adulti ha raggiunto i 667 CAD\$, con un aumento di 22 CAD\$ rispetto all'anno precedente, di cui le vendite pro capite di vino erano di 187 CAD\$, il che rappresenta un aumento del 14 CAD\$ rispetto all'anno precedente<sup>15</sup>.

Come possiamo osservare dalla tabella sottostante, nel 2007 sono state registrate le vendite di tutte le categorie di vino per un totale di circa 390,7 milioni di litri. La maggior parte delle vendite di vino in Canada provengono dalla categoria "vini fermi"(quasi il 93%), tra i quali i più richiesti sono i vini rossi :

*Tabella 9 Vendite di Vino per Sotto-settore: Volume Totale 2002-2007*

| <u>In milioni di litri</u>        | <u>2002</u>  | <u>2003</u>  | <u>2004</u>  | <u>2005</u>  | <u>2006</u>  | <u>2007</u>  |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Vino fermo di uva leggera         | 288.8        | 301.6        | 308.9        | 326.1        | 347.1        | 362.6        |
| - Vino fermo rosso                | 154.3        | 165.9        | 174.6        | 187.2        | 203.0        | 215.4        |
| - Vino fermo bianco               | 122.4        | 123.9        | 122.8        | 127.5        | 132.6        | 135.6        |
| - Vino fermo rosé                 | 12.1         | 11.8         | 11.5         | 11.4         | 11.5         | 11.6         |
| Vino frizzante                    | 11.1         | 11.1         | 11.3         | 11.5         | 11.7         | 12.2         |
| - Champagne                       | 0.8          | 0.8          | 0.8          | 0.8          | 0.8          | 0.9          |
| - Altro vino frizzante (spumante) | 10.3         | 10.3         | 10.5         | 10.6         | 10.9         | 11.3         |
| Vino arricchito e vermut          | 15.0         | 14.8         | 14.8         | 15.0         | 15.6         | 15.9         |
| - Porto/Oporto                    | 2.4          | 2.5          | 2.5          | 2.8          | 3.3          | 3.6          |
| - Sherry                          | 7.7          | 7.6          | 7.6          | 7.7          | 7.8          | 7.9          |
| - Vermut                          | 4.1          | 3.9          | 4.0          | 3.8          | 3.7          | 3.7          |
| - Altro vino arricchito e vermut  | 0.8          | 0.7          | 0.7          | 0.7          | 0.7          | 0.7          |
| <b>Totale vendite vino</b>        | <b>314.9</b> | <b>327.5</b> | <b>334.9</b> | <b>352.6</b> | <b>374.4</b> | <b>390.7</b> |

Fonte: *Euromonitor International*

Più specificatamente, le vendite di vino fermo rosso in Canada hanno registrato un aumento di circa il 40% tra il 2002 e il 2007, che rappresenta una crescita media annua del 6.9%. Storicamente, il vino rosso è il più consumato in Canada.

Per quanto riguarda il vino bianco, le vendite sono costantemente cresciute, raggiungendo un incremento del 10.8% in sei anni.

L'interesse per il vino rosato, frizzante e arricchito e vermouth rimane relativamente stabile, ed i consumi seguono le tendenze stagionali.

## **TENDENZE DI CONSUMI AL LIVELLO PROVINCIALE**

Storicamente, i principali consumatori di vino canadesi sono i quebecchesi. Secondo i dati della Statistics Canada, le vendite pro capite di vino nella provincia del Quebec rappresentavano il 34% di tutto il venduto in Canada nel periodo 2006-2007, con una vendita annuale pro capite più alta della media nazionale, pari a 83\$.

<sup>14</sup> Fonte: Statistics Canada

<sup>15</sup> Fonte: Statistics Canada

Nel 2006, i quebecchesi consumavano 18,7 litri di vino pro capite rispetto alla British Columbia – 16,4 litri, all’Alberta – 14,9 litri e all’Ontario – 12,8 litri (comparato alla media canadese di 14,2 litri pro capite nel 2006).<sup>16</sup>

Il 42% di tutto il vino rosso venduto in Canada appartiene alla provincia del Quebec: 7 bottiglie su 10 vendute in Quebec sono di vino rosso. Negli ultimi anni, si nota un interesse per il vino rosé che rappresenta il 4,2% delle vendite di vino.

I vini italiani occupano il secondo posto nella graduatoria dei vini più venduti in Quebec con il 22,83% della quota di mercato, subito dopo i francesi con il 32,67% delle vendite (storicamente i più venduti in questa provincia dai forti legami con le tradizioni francesi) e seguiti dai vini provenienti dall’Argentina (8,4%) e dalla Spagna (8,3%). I vini statunitensi hanno una quota di mercato del 6,31%, quelli australiani del 6,19%, i cileni del 2,96%.<sup>17</sup>

## ALTRE TENDENZE

### Vini DOC

I vini DOC presenti sul mercato canadese provengono in gran parte da Francia, Spagna e Italia. Dopo un aumento delle vendite nel 2003, i volumi di vino DOC consumato sono rimasti piuttosto stabili. Nel 2007, si è registrato un lieve aumento nel volume delle vendite di tali vini.<sup>18</sup>

### Vini biologici

Il Liquor Board della British Colombia segnala che nel 2006 le vendite di vini biologici sono state di 3 milioni di CAD\$, con un aumento annuale del 50%. Anche presso le catene di vendite di monopoli delle province di Ontario e Quebec si trovano vini biologici, la cui richiesta è ancora limitata. Nonostante i consumatori canadesi apprezzino le novità e dimostrino un’attenzione al biologico, esiste ancora una certa confusione in materia di etichettatura (in particolare, per il problema dei solfiti) che rallenta lo sviluppo del settore.<sup>19</sup> Infatti, alcuni vini, pur essendo biologici, non vengono esposti nelle apposite sezioni dei negozi.

Alcuni analisti considerano che l’offerta attuale del vino biologico non risponde pienamente alle potenzialità del Canada, in cui si prevede un mercato in forte espansione.

### Vendite on line

Negli ultimi anni si è registrato un aumento di vendite di vino on line. Per esempio, i consumatori dell’Ontario e della Nuova Scozia possono effettuare gli acquisti sul sito [www.wineonline.ca](http://www.wineonline.ca).

Ovviamente, si può acquistare il vino tramite i siti internet dei Monopoli, scegliendo tra una vasta gamma di prodotti suddivisi per categoria, per paese di origine e per fascia di prezzo.

---

<sup>16</sup> Fonte: SAQ

<sup>17</sup> Fonte: SAQ

<sup>18</sup> Fonte: Euromonitor International

<sup>19</sup> Fonte: Euromonitor International

## L'IMPORT CANADESE NEL SETTORE DI VINO

Come possiamo osservare dalla tabella sottostante, l'Italia occupa il secondo posto per le importazioni di vino con un valore di circa 327 milioni di dollari canadesi e una quota di mercato del 18,52% preceduta dalla Francia.

I dati registrano incrementi negli ultimi 5 anni, con una crescita del circa 4% del valore delle importazioni nel periodo 2007-2008. Seguono i paesi del Nuovo Mondo al terzo, quarto e quinto posto seguiti dalla Spagna.

Tabella 23 Importazioni canadesi di vino in migliaia di dollari canadesi

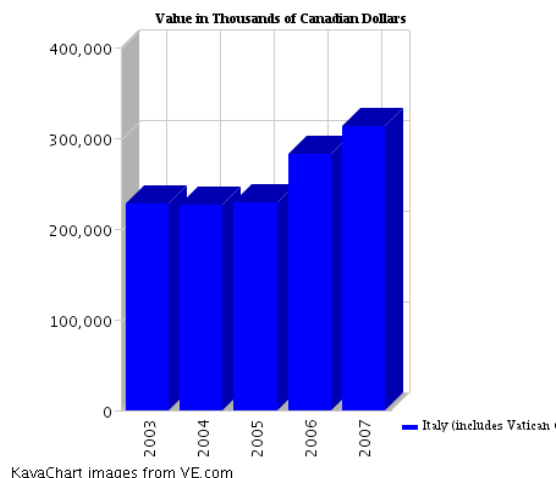
| <b>10 primi paesi</b>  | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Francia                | 385,652     | 387,768     | 419,284     | 437,944     | 476,000     |
| 2. Italia              | 226,992     | 229,968     | 283,391     | 314,081     | 326,631     |
| Australia              | 232,044     | 272,101     | 291,077     | 307,122     | 285,887     |
| USA                    | 156,930     | 166,556     | 196,697     | 226,561     | 252,406     |
| Cile                   | 66,744      | 66,351      | 68,832      | 80,054      | 89,057      |
| Spagna                 | 46,131      | 52,725      | 62,181      | 71,498      | 70,792      |
| Argentina              | 18,707      | 27,425      | 36,860      | 48,798      | 62,595      |
| Portogallo             | 46,833      | 42,884      | 45,292      | 48,226      | 47,532      |
| Repubblica Sudafricana | 25,601      | 32,639      | 39,076      | 40,140      | 43,490      |
| Nuova Zelanda          | 10,833      | 17,685      | 23,890      | 30,328      | 37,187      |
| Sub-Totale             | 1,216,466   | 1,296,103   | 1,466,580   | 1,604,752   | 1,691,576   |
| Altri paesi            | 50,593      | 50,228      | 59,417      | 64,104      | 72,317      |
| Totale                 | 1,267,059   | 1,346,331   | 1,525,997   | 1,668,856   | 1,763,893   |

Fonte: Statistics Canada

Dai dati registrati, emerge inoltre una crescita totale delle importazioni di vino del 5,7% con la maggioranza dei paesi che registrano una crescita notevole nell'ultimo anno e con le variazioni più apprezzabili durante il periodo 2004-2008 per l'Argentina con una crescita totale del 235% e per la Nuova Zelanda con una crescita del 243%.

Si è riscontrata una leggera flessione del 0,3% della quota di mercato dell'Italia, nonostante un aumento del 0,61% dal 2004 al 2008, mentre risulta una crescita della quota della Francia del 0,55%. Si nota una flessione notevole del 2.19% della quota dell'Australia.

Figura 9 Importazioni di vino dall'Italia in migliaia di dollari canadesi



Fonte: Statistics Canada

Tra le province che importano vini italiani, il Quebec spicca al primo posto con una quota delle importazioni del 40,23% , seguito dall'Ontario, dell'Alberta e dalla British Columbia. Il Quebec e l'Ontario rappresentano da soli il 79% della quota del mercato. Risulta una riduzione della quota del Quebec del 2,97%, mentre l'Ontario si avvale di un aumento del 2,69%. Non risultano importazioni dai tre territori canadesi (Yukon, North-West e Nunavut) nel corso del 2008.

Dai dati registrati, l'Italia si classifica al secondo posto nella graduatoria dei paesi importatori di **vino frizzante**, con un valore delle importazioni di 57 milioni di dollari canadesi, che rappresenta una quota di mercato del 14,46%, preceduta dalla Francia. I paesi del Vecchio Mondo occupano i primi posti nella categoria dei vini frizzanti. I dati evidenziano la crescita delle importazioni di Cile, Argentina e Sudafrica con valori rispettivi del 466%, 1900% e 440% negli ultimi 5 anni. Il valore totale delle importazioni di vini frizzanti è a sua volta aumentato del 7,1% nell'ultimo anno e del 55,9% dal 2004 al 2008.

Tabella 24 Importazioni canadesi di vino frizzante in dollari canadesi

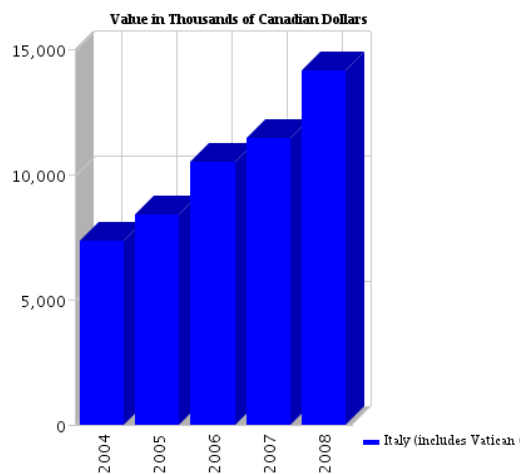
| Primi 10 paesi | 2004       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       |
|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Francia        | 37,261,566 | 41,667,476 | 47,137,561 | 54,248,143 | 57,570,631 |
| 2. Italia      | 7,380,624  | 8,421,146  | 10,549,110 | 11,461,675 | 14,186,438 |
| Spagna         | 7,463,748  | 8,078,833  | 8,240,077  | 9,412,392  | 8,155,653  |
| USA            | 3,586,280  | 3,781,309  | 4,465,360  | 5,011,009  | 6,012,555  |
| Germania       | 4,142,628  | 4,926,057  | 4,924,855  | 5,381,119  | 5,713,525  |
| Australia      | 2,073,665  | 2,346,713  | 3,068,929  | 4,552,729  | 4,469,755  |
| Ungheria       | 579,878    | 418,481    | 832,217    | 838,514    | 736,953    |
| Cile           | 77,008     | 81,296     | 84,817     | 173,135    | 436,160    |
| Argentina      | 12,151     | 14,114     | 25,103     | 106,392    | 240,660    |
| Sudafrica      | 43,697     | 73,094     | 75,334     | 68,141     | 232,790    |
| Sub-totale     | 62,621,245 | 69,808,519 | 79,403,363 | 91,253,249 | 97,755,120 |
| Altri paesi    | 310,125    | 355,385    | 323,861    | 362,035    | 370,397    |

| Primi 10 paesi | 2004       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       |
|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Totale         | 62,931,370 | 70,163,904 | 79,727,224 | 91,615,284 | 98,125,517 |

Fonte: Statistics Canada

Si è registrato un aumento della quota di mercato dell'Italia del 1,95%, mentre le quote della Francia e della Spagna sono diminuite. Tali andamenti sono coerenti con la tendenza negli ultimi cinque anni di tutti e tre i paesi.

Figura 10 Importazioni di vino frizzante dall'Italia in migliaia di dollari canadesi



KavaChart images from VE.com

Fonte: Statistics Canada

L'Ontario si distingue dalle altre province che importano vino frizzante "Made in Italy" con una quota del 54,15%, seguito dal Québec, dall'Alberta e dal British Columbia. Le province dell'Ontario e del British Columbia hanno visto le loro quote aumentare rispettivamente del 0,19% e del 2,82%, mentre risulta un leggero calo per il Quebec e l'Alberta nel 2008. I dati non registrano importazioni per Prince Edward Island, il Saskatchewan ed i tre territori (Yukon, Nunavut, North-West).

Dai dati forniti, l'Italia risulta al secondo posto tra i paesi esportatori di **vino fermo** con un valore di 300 milioni di dollari canadesi e con una quota di mercato del 19,26%, preceduta dalla Francia (23,88%). Nel 2008 si è registrata una crescita delle importazioni dall'Italia del 3,0%. Seguono i paesi del Nuovo Mondo e la Spagna al settimo posto. Nel 2008, il valore totale delle importazioni è cresciuto del 5,0%, con l'Argentina e la Nuova Zelanda che vantano una crescita maggiore nel periodo 2004-2008 con valori rispettivi del 233% e del 244%.

Tabella 25 Importazioni canadesi di vino fermo in migliaia di dollari canadesi

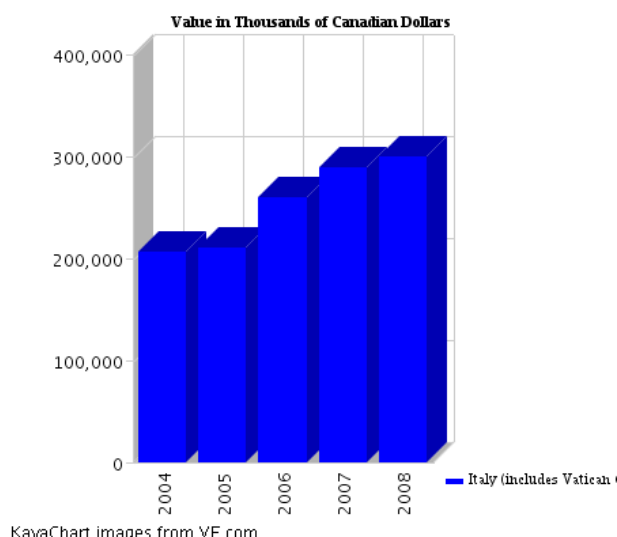
| Primi 10 paesi | 2004    | 2005    | 2006    | 2007    | 2008    |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Francia        | 304,250 | 303,872 | 328,095 | 338,062 | 373,227 |
| 2.Italia       | 207,274 | 211,105 | 260,268 | 290,211 | 300,966 |
| Australia      | 229,672 | 269,496 | 287,721 | 302,252 | 280,969 |
| USA            | 136,530 | 145,882 | 173,254 | 202,327 | 227,699 |
| Cile           | 66,598  | 66,224  | 68,704  | 79,627  | 88,378  |
| Argentina      | 18,694  | 27,410  | 36,832  | 48,673  | 62,354  |

| Primi 10 paesi | 2004      | 2005      | 2006      | 2007      | 2008      |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Spagna         | 37,569    | 43,263    | 52,569    | 60,737    | 60,733    |
| Portogallo     | 46,559    | 42,527    | 44,892    | 47,865    | 47,070    |
| Suafrica       | 25,376    | 32,392    | 38,801    | 39,873    | 43,046    |
| Nuova Zelanda  | 10,726    | 17,639    | 23,823    | 30,261    | 37,003    |
| Sub-totale     | 1,083,250 | 1,159,811 | 1,314,959 | 1,439,888 | 1,521,446 |
| Altri paesi    | 33,397    | 31,901    | 38,722    | 40,258    | 41,319    |
| Totale         | 1,116,647 | 1,191,712 | 1,353,682 | 1,480,146 | 1,562,765 |

Fonte: Statistics Canada

I dati registrano una leggera flessione della quota dell'Italia del 0,35% nel 2008, anche se durante il periodo 2004-2008 questa quota è aumentata del 0,70%. La Francia e gli Stati Uniti godono di un aumento del 1,04% e del 0,90%, mentre si rileva un calo per le importazioni dall'Argentina.

Figura 11 Importazioni di vino fermo dall'Italia in migliaia di dollari canadesi



Fonte: Statistics Canada

Il Quebec si posiziona al primo posto nella graduatoria delle province che importano vino fermo dall'Italia, nonostante la sua quota sia scesa leggermente del 2,94% nel 2008, e insieme all'Ontario rappresenta circa il 79% della quota di mercato. Seguono l'Ontario, l'Alberta e la British Columbia. I dati non registrano importazioni per i tre territori.

L'Italia si è classificata al primo posto dell'elenco dei paesi importatori di **vermouth e vino aromatici** con un valore di circa 8 milioni di dollari canadesi con una quota di mercato canadese del 59,90%, seguita da altri due paesi del Vecchio Mondo, la Francia (33.89%) e la Spagna (6.03%).

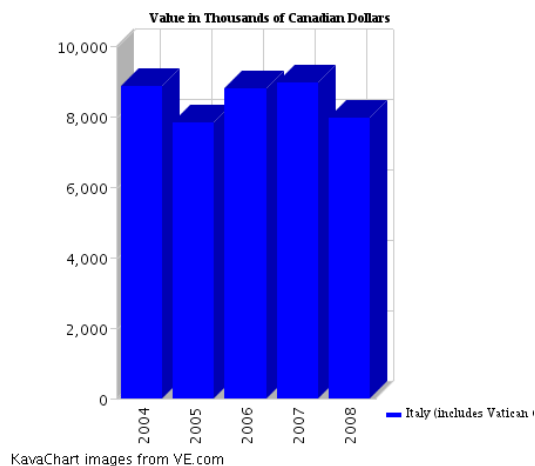
Dai dati registrati, l'Italia guadagna il 1,24% della quota di mercato, mentre la Francia e la Spagna vedono le loro importazioni di vermouth e vini aromatici diminuire del 1,19% e del 0,09%.

Tabella 26 Importazioni canadesi di vino Vermouth ed altri vini aromatici in dollari canadesi

| Primi 10 paesi | 2004       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       |
|----------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1.Italia       | 8,883,469  | 7,854,207  | 8,804,491  | 8,979,737  | 7,984,340  |
| Francia        | 4,905,711  | 5,542,947  | 4,954,683  | 5,370,054  | 4,517,745  |
| Spagna         | 2,618      | 31,388     | 778        | 936,543    | 803,231    |
| USA            | 7,107      | 2,630      | 23,140     | 1,462      | 17,027     |
| Australia      | 519        | --         | 17         | 32         | 3,883      |
| Ungheria       | --         | --         | --         | 17,651     | 2,580      |
| Giappone       | --         | --         | --         | --         | 343        |
| Gran Bretagna  | --         | --         | --         | 95         | 15         |
| Sudafrica      | --         | 460        | --         | 600        | 4          |
| Hong Kong      | --         | --         | --         | 4          | 2          |
| Sub-totale     | 13,799,424 | 13,431,632 | 13,783,109 | 15,306,178 | 13,329,170 |
| Altri paesi    | 39,937     | 820        | 4,082      | 977        | --         |
| Totale         | 13,839,361 | 13,432,452 | 13,787,191 | 15,307,155 | 13,329,170 |

Fonte: Statistics Canada

Figura 12 Importazioni di vermouth e vini aromatici dall'Italia in migliaia di dollari canadesi



Fonte: Statistics Canada

Per quanto riguarda le importazioni canadesi di vino vermouth e vini aromatici dall'Italia per provincia, non risultano importazioni per i tre territori ed il Newfoundland and Labrador. Al primo posto, si attesta il Quebec, con una quota di mercato del 45,08%, seguito dall'Ontario, dalla British Columbia e dall'Alberta. Nel 2008 si evidenziano aumenti dell'Ontario e della British Columbia rispettivamente del 0,46% e del 1,24% nel 2008. Il Quebec e l'Ontario rappresentano l'86% della quota del mercato canadese, ossia un valore di quasi 7 milioni di dollari canadesi.

## IL SISTEMA DISTRIBUTIVO

Il sistema di distribuzione e dell'importazione del vino in Canada è fortemente regolamentato e soggetto ai "Liquor Board" ("Monopoli" o "Commissioni") provinciali.

In generale, in Canada l'importazione delle bevande alcoliche si può effettuare solo tramite i "Liquor Board" provinciali. Fa eccezione la provincia dell'Alberta, le cui agenzie di controllo hanno conservato il monopolio solo per quanto riguarda l'importazione dei vini, mentre la vendita e la distribuzione dei prodotti alcolici è stata completamente liberalizzata. Anche in British Columbia il mercato dei prodotti alcolici è stato parzialmente liberalizzato, con la presenza di alcuni negozi privati, i quali, previa autorizzazione del Liquor Board locale, possono selezionare autonomamente i vini da distribuire presso i loro punti vendita.

I principali Liquor Board sono:

- Société des Alcools du Québec (SAQ) – provincia del Québec
- Liquor Control Board of Ontario (LCBO) – provincia dell'Ontario
- British Columbia Liquor Distribution (BCLD) – provincia della British Columbia (Columbia Britannica)
- Alberta Gaming and Liquor Commission (AGLC) – provincia dell'Alberta

Qui di seguito riportiamo anche i Liquor Board delle province e dei territori con un interesse meno spiccato per i prodotti "Made in Italy":

- Manitoba Liquor Control Commission – provincia del Manitoba
- New Brunswick Liquor Corporation – provincia del New Brunswick (Nuovo Brunswick)
- Newfoundland Labrador Liquor Corporation (NLC) – provincia di New Foundland e Labrador (Terranova e Labrador)
- Nova Scotia Liquor Corporation (NSLC) – provincia della Nova Scotia (Nuova Scozia)
- Prince Edward Island - PEI Liquor Control Commission – provincia di Prince Edward (Isola del Principe Edoardo)
- Saskatchewan Liquor and Gaming Authority – provincia del Saskatchewan
- Yukon Liquor Corporation – territorio di Yukon
- NWT Liquor Commission – territorio di Nord-Ovest
- Nunavut Liquor Commission – territorio del Nunavut

*I Liquor Board (Monopolio) locali rappresentano i monopoli di stato, indipendenti da una provincia all'altra, controllati dai rispettivi governi provinciali. I Monopoli gestiscono la distribuzione delle bevande alcoliche e controllano la qualità di tutti i prodotti alcolici consumati.*

Ogni Monopolio ha una propria giurisdizione nella gestione degli affari, che segue le norme federali concernenti il prodotto e gli standard d'imballaggio.

In tutto il Canada vi sono circa 3 200 punti vendita al dettaglio e 35 negozi Duty Free ubicati alla frontiera e presso gli aeroporti canadesi<sup>20</sup>. I Liquor Boards raggiungono circa \$ 8 miliardi di vendite al dettaglio, il che significa più di \$ 2,5 miliardi di dollari canadesi in termini di profitto per i governi provinciali.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Fonte: The Kirkwood Group

<sup>21</sup> Fonte: The Kirkwood Group

*Globalmente, i prodotti alcolici vengono distribuiti in seguenti modi:*

- venduti direttamente al cliente finale tramite le succursali della rete di vendita al dettaglio operata dal Liquor Board pertinente. Vi troviamo i vini iscritti sulla lista generale e sulla lista di prodotti di “specialità”.
- tramite negozi-agenzie che vengono gestiti in partenariato con i privati ( come ad esempio in Ontario), e che sono diffusi presso le piccole collettività nelle zone rurali;
- tramite gli stabilimenti che hanno una licenza speciale, come ad esempio i casinò statali; in cui il vino deve essere consumato sul posto;
- tramite i negozi autorizzati presso gli stabilimenti di produttori vinicoli locali. In Canada vi sono circa 360 negozi di questo tipo<sup>22</sup>;
- tramite ristoranti o alberghi con rivendita al consumatore finale, sempre previa richiesta di una licenza speciale al Liquor Board locale.

*Nel complesso, esistono due possibilità principali per approcciare il mercato canadese (o due tipi di “listing”):*

- **prodotti della “lista generale” (“General List”)** o prodotti che devono essere conformi alle norme canadesi e alle quote del monopolio: il Liquor Board propone i prodotti “fissi” che vende presso i propri negozi. In occasione di un tender, il Liquor Board sceglie i prodotti che saranno poi elencati nella lista generale in base all’analisi delle caratteristiche organolettiche del vino, alle bottiglie, alle etichette, al prezzo ed al programma di marketing proposto. Per rimanere sulla lista generale, i vini devono soddisfare una quota di vendite annuali, altrimenti ne vengono esclusi. I prodotti elencati in questa directory sono inoltre caratterizzati da un buon rapporto qualità / prezzo.

- **prodotti “di specialità” (“Vintages” o “Specialty”):** nelle boutiques del monopolio, esistono particolari stand dedicati a prodotti specifici per i consumatori più esigenti alla ricerca di novità e di un’ elevata qualità. Si tratta di articoli di prestigio, high-end o di nicchia, che a causa del loro basso tasso di produzione o del loro prestigio non possono raggiungere volumi significativi. Sono solitamente prodotti stranieri del tipo unico, per i quali non viene richiesto il cambiamento dell’imballaggio per rispondere alle norme canadesi, e che, generalmente, vengono acquistati una sola volta<sup>23</sup>.

Una terza possibilità comporta una procedura chiamata **importazione privata (“ordini privati”)**. Consiste nell’importazione di prodotti che non sono compresi negli elenchi dei Liquor Board provinciali, ma che sono richiesti da ristoranti, bar o alberghi che necessitano di quantità limitate per uso privato (nella maggior parte dei casi, si tratta di vini e liquori speciali per approvvigionare le loro cantine). Tali prodotti sono soggetti ai normali controlli qualitativi ed organolettici.

A volte i bar, gli alberghi o i ristoranti si associano per effettuare un’ importazione privata, generalmente volta a soddisfare una clientela esigente e raffinata.

Vi sono poi anche le associazioni di buongustai e le organizzazioni di sommelier che effettuano ordini privati. Questo genere di importazioni viene promosso dagli agenti presso i ristoranti, le sedi delle associazioni ed i privati.

---

<sup>22</sup> Fonte: Export Entreprises SA

<sup>23</sup> Nella SAQ esiste comunque una possibilità di far entrare il prodotto di nicchia nella categoria di “specialità” sotto il regime di approvvigionamento continuo: appena lo stock di prodotto è finito, la SAQ passa un’altro ordine direttamente al produttore

Per gli esportatori stranieri l'unico cliente è quindi il Liquor Board (la "Commissione") provinciale (eccetto la provincia dell'Alberta), al quale si presentano i prodotti in occasione di un "call for tender".

La maggior parte dei Liquor Board istituiscono i "call for tender" – gli inviti per i produttori e per i loro agenti per partecipare al bando di gara per autorizzare (o mettere sul "listing") un prodotto della categoria specifica.

Nella maggior parte dei casi, il produttore viene rappresentato da un agente che si occupa della promozione del suo prodotto al Liquor Board. Le eccezioni a questa procedura sono molto rare, anche perchè in molte province questo intermediario risulta obbligatorio.

### Il ruolo dell'agente qualificato

La collaborazione con un'agenzia accreditata può essere obbligatoria (per la maggior parte delle province) o fortemente raccomandata. La missione dell'agente è di rappresentare il produttore straniero presso il Monopolio provinciale o territoriale e di promuovere i suoi prodotti sul territorio o nella provincia canadese specifica.

Gli agenti possono essere accreditati presso Liquor Board di diverse province allo stesso tempo, quindi esiste anche la possibilità di avere un solo agente nazionale. Tuttavia non consigliamo tale strategia, considerato che ogni provincia ha le sue particolarità in termini di politiche di acquisto, vendite e promozione dei vini e superalcolici.

***Per penetrare il mercato canadese in modo strategicamente efficace consigliamo di scegliere le agenzie accreditate che rispondono alle specifiche esigenze del produttore italiano.***

***Il mercato canadese deve essere approcciato seguendo la regola "un buon agente per provincia e per tipo di prodotto".***

## **Opportunità per le aziende venete sul mercato canadese**

Nonostante un regime monopolistico del sistema distributivo, il mercato canadese offre grandi opportunità ai produttori di vini veneti. Ne è la prova la costante crescita negli ultimi 5-6 anni della quota del mercato del vino italiano, in confronto ad una certa stagnazione delle vendite del vino francese.

Come dimostrato da molti studi e indagini presso i consumatori<sup>24</sup>, il vino italiano è tradizionalmente tra quelli maggiormente apprezzati in Canada ed ha sempre saputo catturare l'attenzione degli amatori e dei "winelover" più esperti. Secondo gli specialisti da noi intervistati in occasione di questo studio, i vini italiani di qualità riflettono un certo "status symbol", quindi il consumatore ha maggiore fiducia ed è più disponibile a pagare di più per un vino italiano piuttosto che per un vino argentino o cileno.

Come già evidenziato, il mercato canadese del vino di qualità continua a crescere, con una previsione di risultati allettanti ed importanti per i vini italiani.

In linea di massima, nelle province del Quebec, dell'Ontario, dell'Alberta e British Columbia, il vino italiano ha già consolidato una sua posizione nella fascia media, medio-alta e alta.

---

<sup>24</sup> Fonte : Léger Marketing

Non dimentichiamo il fatto che la comunità italiana in Canada ha fortemente influenzato in questi ultimi tempi i gusti e le abitudini alimentari locali. In Canada vivono circa 2 milioni di persone di origine italiana, pari a quasi il 7% della popolazione totale.<sup>25</sup> In particolare, Montreal ospita circa 300 mila italo-canadesi, mentre a Toronto vivono circa 600 mila persone di origine italiana<sup>26</sup>.

La comunità italo-canadese mantiene e diffonde le sue tradizioni di dieta “mediterranea”, attualmente rivalutata per le sue qualità nutrizionali, in contrasto con la proposta dei “fast food”. Il consumo di vino italiano si associa quindi ad uno stile di vita sano e di qualità, con un giovamento complessivo della sua immagine.

L’apertura di nuovi ristoranti italiani ha dato una forte spinta alla crescita dei consumi di vino italiano, in un periodo in cui, secondo gli esperti del settore, la ristorazione francese sta vivendo una fase di declino.

Non si deve dimenticare inoltre che Montreal, con i suoi 5000 ristoranti, le 80 etnie e le varie cucine tradizionali<sup>27</sup>, viene riconosciuta come la capitale gastronomica dell’America del Nord.

Inoltre, i consumatori della provincia del Quebec storicamente manifestano una preferenza per i prodotti europei, e soprattutto per quelli “Made in Italy”.

***A conclusione delle analisi svolte, si reputa che quello canadese sia un mercato strategico per i vini italiani, con buone prospettive di ulteriore espansione, soprattutto per i vini di nicchia.***

---

<sup>25</sup> Fonte : Statcan

<sup>26</sup> Fonte : Statcan

<sup>27</sup> Fonte : Ville de Montréal. Portail officiel.