vinetur

Les vins australiens gagnent des parts de marché au Canada après une chute de 78 % des exportations américaines

Hill-Smith estime que le Canada pourrait dépasser les États-Unis d’ici six mois, les régies provinciales écartant de nombreuses marques américaines

jeudi 12 novembre 2026



Les producteurs de vin australiens gagnent du terrain au Canada, alors que le différend commercial entre le Canada et les États-Unis pèse lourdement sur les ventes de vins américains et ouvre de nouvelles perspectives en rayon aux exportateurs concurrents.

Hill-Smith Family Estates, l'un des plus anciens groupes viticoles australiens, a indiqué que le Canada était devenu l'un de ses marchés d'exportation à la croissance la plus rapide et pourrait bientôt dépasser les États-Unis pour devenir son troisième marché. Jack Glover, directeur exécutif du marketing et des ventes du groupe, a déclaré mercredi 11 novembre au média The Drinks Business que les consommateurs canadiens se tournent de plus en plus vers les vins australiens, tandis que de nombreuses marques américaines disparaissent des points de vente.

Selon Glover, cette évolution est particulièrement visible dans les segments haut de gamme du Chardonnay et du Cabernet Sauvignon, où les producteurs australiens peuvent concurrencer les vins californiens qui occupaient auparavant une place importante dans les listes des régies provinciales des alcools. Il a précisé que les possibilités concernaient en grande partie les bouteilles vendues à plus de 15 CAD.

Cette évolution fait suite aux mesures prises par les régies provinciales canadiennes en réaction aux mesures commerciales américaines. Ces restrictions ont entraîné le retrait de nombreux vins américains des rayons, affaiblissant la position des producteurs des États-Unis sur l'un de leurs principaux marchés d'exportation. Selon les chiffres publiés par le Wine Institute, les exportations américaines de vin vers le Canada ont chuté de 78 % entre 2024 et 2025, entraînant une baisse de plus de 357 millions de dollars américains des recettes à l'exportation.

Cette baisse a libéré de la place pour d'autres fournisseurs, notamment d'Australie et d'Amérique du Sud, selon Glover. Il a également estimé que le sentiment des consommateurs canadiens avait joué un rôle, laissant entendre que cette évolution ne relevait pas seulement de l'offre, mais constituait aussi une réaction des acheteurs et des consommateurs au conflit commercial plus général.

Pour les producteurs australiens, cette évolution constitue une rare embellie à l'exportation, à l'heure où le secteur viticole mondial fait face à une consommation en baisse sur plusieurs marchés et à des inquiétudes persistantes concernant la

surproduction. Ce qui se passe au Canada dépasse également le cadre d'un seul pays ou d'un seul producteur. Cela montre à quelle vitesse un différend commercial peut redistribuer les parts de marché dans un grand pays importateur et pourrait contraindre les domaines, les importateurs et les distributeurs à revoir leurs priorités à l'exportation, leurs décisions en matière de stocks et leur stratégie à long terme.

Les déclarations de Hill-Smith laissent entrevoir une possible réorganisation de ses activités à l'international. Glover a indiqué que le Canada pourrait dépasser les États-Unis d'ici six mois pour devenir le troisième marché du groupe. Fondé en 1849, Hill-Smith Family Estates possède notamment les marques Yalumba, Jansz, Pewsey Vale, Oxford Landing et Nautilus. La sixième génération de la famille fondatrice participe aujourd'hui à la gestion du groupe.

Alors que sa situation s'améliore au Canada, le groupe se montre plus prudent à l'égard d'un autre marché dont de nombreux viticulteurs australiens espéraient autrefois qu'il absorberait leur excédent de production : la Chine. Glover a déclaré que la suppression des droits de douane chinois sur les vins australiens n'avait pas rétabli les conditions de marché qui prévalaient avant l'instauration des restrictions. Selon lui, la demande chinoise est plus faible qu'à la fin des années 2010 et les préférences des consommateurs ont suffisamment évolué pour rendre improbable un retour rapide aux volumes antérieurs.

Le rétablissement de l'accès au marché chinois ne suffira donc peut-être pas à résoudre les difficultés structurelles du secteur viticole australien, notamment l'excédent d'offre. Plutôt que de chercher à y retrouver rapidement ses volumes, Hill-Smith concentre sa stratégie en Chine sur Yalumba et le positionnement haut de gamme, au lieu de tenter de relancer ses ventes par les volumes à bas prix.

Le contraste entre le Canada et la Chine illustre les disparités du marché mondial du vin. Au Canada, les tensions politiques entre deux partenaires commerciaux ont créé une réelle ouverture commerciale pour les concurrents. En Chine, la suppression officielle des barrières commerciales n'a pas automatiquement relancé la demande. Ces deux évolutions montrent que l'accès à un marché n'est qu'un élément de l'équation. L'état d'esprit des consommateurs, la présence en rayon, les tendances par

catégorie et le positionnement tarifaire peuvent compter tout autant.

Glover a également indiqué constater un intérêt croissant pour les vins blancs et estime que les producteurs australiens haut de gamme ont encore des possibilités de croissance s'ils sont prêts à investir sur le long terme. Selon lui, l'actionnariat familial de Hill-Smith lui donne davantage de patience que les entreprises soumises à des cycles d'investissement plus courts, ce qui permet au groupe de prendre des décisions en tenant compte de l'évolution des comportements des consommateurs et de la durabilité sur un horizon plus long.

Ses déclarations interviennent alors que les producteurs de vin de plusieurs pays tentent de s'adapter au ralentissement de la consommation mondiale et à l'évolution des habitudes de consommation, en particulier chez les jeunes. Glover a déclaré qu'il ne voyait pas ces changements comme une simple menace, mais comme une évolution de la manière dont les consommateurs découvrent le vin et de leurs attentes à son égard. Il estime que la qualité et les occasions de consommation prennent davantage d'importance que les volumes.

Pour l'heure, le Canada semble être l'un des principaux bénéficiaires de la situation pour les exportateurs australiens. Alors que les ventes de vins américains ont fortement reculé et que les systèmes de vente au détail provinciaux restent remodelés par le différend commercial, les producteurs australiens trouvent une marge de progression sur un marché qui pourrait occuper une place plus importante dans leurs exportations que beaucoup ne l'imaginaient encore il y a un an.