vinetur

I produttori canadesi di bevande spostano gli ordini di lattine in Cina dopo che i dazi USA fanno salire i costi

I prezzi nordamericani delle lattine sono saliti di circa il 50%, rendendo alcuni contenitori cinesi fino a 8 centesimi più economici.

lunedì 21 settembre 2026



I birrifici canadesi e altri produttori di bevande in lattina stanno spostando parte degli approvvigionamenti di alluminio verso la Cina dopo che i dazi statunitensi hanno fatto salire i costi delle lattine in tutto il Nord America, modificando un modello di fornitura di lunga data in un settore in cui il packaging può fare la differenza sui margini.

Il cambiamento si fa sentire nell'industria canadese della birra e nel mercato in rapida crescita dei cocktail spiritosi in lattina. Aziende che per anni si sono affidate a fornitori statunitensi dicono ora che le lattine cinesi possono costare sensibilmente meno, anche considerando la spedizione, perché i dazi hanno spinto al rialzo i prezzi regionali dell'alluminio e aumentato il costo dei contenitori prodotti in Nord America.

Canadian Vanguard ha riferito che i prezzi delle lattine in Nord America sono saliti di circa il 50% dall'inizio dello scorso anno, dopo che i dazi statunitensi hanno aumentato in modo marcato i costi dell'alluminio su entrambi i lati del confine. La pressione conta ben oltre i produttori di metalli. Per le aziende beverage, la lattina è spesso uno dei principali costi singoli di ogni unità venduta, il che significa che costi di packaging più alti possono comprimere rapidamente i profitti, costringere ad aumentare i prezzi e rimodellare i contratti di acquisto in tutto il comparto della birra, degli spirits e delle bevande in generale.

A Burnaby, nella Columbia Britannica, Vadim Bajgoric, la cui azienda Canvas Craft stampa digitalmente lattine per i birrifici, ha detto che l'offerta cinese è diventata molto più comune nel suo magazzino. Ha raccontato alla testata che due anni fa tutte le lattine che passavano sulla sua linea di stampa erano prodotte in Nord America. Ora, ha detto, circa metà delle lattine sul pavimento del suo magazzino proveniva dalla Cina, con lattine prodotte negli Stati Uniti e lattine prodotte in Cina che arrivavano su pallet di tipo diverso.

Bajgoric ha detto che gli stabilimenti fuori Shanghai vendono lattine con uno sconto di circa un terzo rispetto ai prodotti statunitensi comparabili. "La Cina ha un vantaggio enorme", ha detto.

Il cambiamento riflette la struttura del commercio nordamericano dell'alluminio. Il Canada è un grande produttore di alluminio, ma gli Stati Uniti sono il principale produttore di bobine di alluminio usate per fabbricare le lattine. I contratti per le lattine

su entrambi i lati del confine sono comunemente legati al prezzo dell'alluminio del Midwest statunitense, un parametro di riferimento del settore che è stato spinto al rialzo dai dazi. Gli Stati Uniti hanno imposto dazi del 50% sull'alluminio canadese, mentre il Canada ha risposto con misure simili ma ha previsto esenzioni per i beni utilizzati negli imballaggi per alimenti e bevande.

Quel sistema di prezzi ha aiutato i fornitori cinesi a competere in modo più aggressivo in Canada. Shane Vear, proprietario della Caravan Bev Co., con sede nell'Ontario meridionale, che importa e distribuisce lattine cinesi, ha detto che la sua attività è cresciuta del 30% rispetto all'anno scorso, mentre le aziende beverage cercano opzioni a costo più basso. Per alcune misure di lattina, ha detto, i prezzi cinesi si avvicinano ora a quanto costavano le lattine prodotte negli Stati Uniti prima del secondo insediamento del presidente Donald Trump e della nuova ondata di dazi che ne è seguita.

Secondo il rapporto, il divario può arrivare a 8 centesimi per lattina. In un settore che riempie miliardi di unità all'anno, questa differenza è significativa. I birrifici canadesi riempiono complessivamente circa 3,7 miliardi di lattine all'anno. Pochi centesimi su ogni lattina possono avere un effetto immediato sui margini e possono influenzare i prezzi all'ingrosso, i prezzi al dettaglio e i futuri contratti di fornitura.

Yuri Akeroyd, presidente di The Strait & Narrow sull'Isola di Vancouver, ha detto che la sua azienda ha spostato negli ultimi otto mesi la maggior parte degli acquisti di lattine in Cina. L'azienda vende cocktail gin e vodka in lattina e Akeroyd ha detto che la decisione riguardava la sopravvivenza. "Cinque centesimi a lattina sono la differenza tra essere redditizi o meno nel nostro settore", ha detto.

Akeroyd ha detto che il costo non era l'unico fattore. Dopo quasi due anni di cambi di rotta da Washington, ha detto che acquistare dall'estero ora sembra meno volatile che dipendere da un mercato statunitense soggetto a improvvisi cambi tariffari. Ha detto alla testata che probabilmente continuerebbe ad acquistare lattine cinesi anche se non fossero più economiche, a causa dell'incertezza sulla futura politica commerciale statunitense.

Non tutti i produttori possono spostarsi rapidamente. Le aziende beverage più grandi sono spesso vincolate da accordi di fornitura pluriennali, e questo ha rallentato il cambiamento complessivo nei modelli di importazione. I dati commerciali canadesi mostrano che il valore delle importazioni di lattine in alluminio dalla Cina è aumentato del 14% nel 2025. Anche la spesa per le importazioni di lattine dagli Stati Uniti è aumentata, dell'11%, e i fornitori americani dominano ancora il mercato canadese. Quei dati non mostrano come i modelli di acquisto possano essere cambiati nel 2026 e non distinguono tra l'effetto dei prezzi più alti causati dai dazi e le variazioni nel numero di lattine acquistate.

Crown Holdings, uno dei principali produttori statunitensi di lattine che servono il Canada, ha detto nel proprio rapporto annuale che le vendite nette del 2025 sono aumentate soprattutto per il ribaltamento dei maggiori costi dell'alluminio. L'azienda gestisce stabilimenti per lattine a Calgary e Toronto, oltre a diverse strutture negli Stati Uniti. Non ha risposto a una richiesta di commento citata nel rapporto.

Alcuni birrifici canadesi stanno cercando di restare su forniture locali o nordamericane nonostante il costo più alto. A Calgary, Big Rock Brewery acquista lattine da 355 millilitri dallo stabilimento vicino di Crown. David Kinder, presidente di Big Rock, ha detto che l'approvvigionamento locale è in linea con le priorità dell'azienda, ma il costo crescente è diventato difficile da assorbire. Ha detto che i soli dazi sull'alluminio sono costati a Big Rock più di 1 milione di dollari finora quest'anno. Sei settimane fa, il birrificio ha tagliato il 10% della propria forza lavoro.

Big Rock resta vincolata da un accordo pluriennale per acquistare lattine nordamericane, ma Kinder ha detto che l'azienda ha iniziato a valutare alternative. "Non si tratta davvero di ciò che mi piacerebbe fare", ha detto. "Arriverà il momento in cui si tratterà di ciò che devo fare per avere un'attività sostenibile."

Altri si chiedono se le lattine cinesi resteranno l'opzione più economica una volta considerato per intero il rischio di trasporto. I costi del trasporto marittimo sono aumentati bruscamente dopo la guerra in Iran, aggiungendo un ulteriore livello di incertezza per gli importatori che spostano container attraverso il Pacifico. Jim Lister, presidente di Phillips Brewing and Malting Co. a Victoria, ha detto che la sua azienda in

passato si è rifornita in Asia e ha trovato la cosa difficile. “Scambi la volatilità del mercato delle materie prime con l’imprevedibilità e la volatilità del mondo delle spedizioni”, ha detto.

Phillips Brewing ha contratti per lattine nordamericane fino all’inizio del prossimo anno, ma Lister ha detto che sta valutando alternative. Ha detto che un accordo commerciale tra Canada e Stati Uniti o un cambiamento di politica negli Stati Uniti dopo le elezioni di midterm di novembre potrebbero ancora cambiare il quadro. In caso contrario, ha detto, i birrifici potrebbero avere poca scelta se non trasferire ai consumatori una quota maggiore del più alto costo del packaging. “Non si possono assorbire all’infinito gli aumenti dei costi senza, a un certo punto, cambiare il prezzo dei propri prodotti”, ha detto.