vinetur

Produtores australianos conquistam espaço nas prateleiras canadianas após quebra de 78% nas exportações de vinho dos EUA

A Hill-Smith diz que o Canadá poderá ultrapassar os EUA dentro de seis meses, enquanto os conselhos provinciais mantêm muitas marcas americanas fora do mercado

quinta-feira, 12 de novembro de 2026



Os produtores australianos de vinho estão a ganhar terreno no Canadá, à medida que a disputa comercial entre o Canadá e os Estados Unidos afeta profundamente as vendas de vinho americano e abre novas oportunidades nas prateleiras para exportadores concorrentes.

A Hill-Smith Family Estates, um dos grupos vinícolas mais antigos da Austrália, afirmou que o Canadá se tornou um dos seus mercados de exportação com crescimento mais rápido e poderá em breve ultrapassar os Estados Unidos como o terceiro maior mercado da empresa. Jack Glover, diretor executivo de marketing e vendas da empresa, disse ao The Drinks Business na quarta-feira, 11 de novembro, que os consumidores canadianos estão a optar cada vez mais por vinhos australianos, à medida que muitas marcas dos EUA desaparecem dos pontos de venda.

Glover afirmou que a mudança é particularmente visível nos segmentos premium de Chardonnay e Cabernet Sauvignon, onde os produtores australianos conseguem competir com os vinhos californianos que antes ocupavam posições fortes nas listas das lojas provinciais de bebidas alcoólicas do Canadá. Segundo Glover, grande parte da oportunidade está nas garrafas com preços superiores a CAD $15.

A mudança surge na sequência de medidas adotadas pelos conselhos provinciais de bebidas alcoólicas do Canadá em resposta às medidas comerciais dos EUA. Essas restrições retiraram muitas referências de vinho americano das prateleiras, enfraquecendo a posição dos produtores dos EUA num dos seus mais importantes mercados de exportação. De acordo com dados publicados pelo Wine Institute, as exportações de vinho dos EUA para o Canadá caíram 78% entre 2024 e 2025, reduzindo as receitas de exportação em mais de US $357 milhões.

Essa quebra abriu espaço para outros fornecedores, não só da Austrália, mas também da América do Sul, segundo Glover. O responsável afirmou que o sentimento dos consumidores no Canadá também teve influência, sugerindo que a mudança não se deve apenas a questões de oferta, mas também à reação de compradores e consumidores ao conflito comercial mais amplo.

Para os produtores australianos, esta evolução representa um raro impulso favorável às exportações, numa altura em que a indústria vitivinícola mundial enfrenta um consumo mais fraco em vários mercados e persistentes preocupações com o excesso de oferta. A mudança no Canadá também é relevante para além de um único país ou produtor. Mostra como uma disputa comercial pode alterar rapidamente as quotas de mercado num importante país importador e poderá levar adegas, importadores e distribuidores a repensar as prioridades de exportação, as decisões sobre stocks e as estratégias de mercado a longo prazo.

As declarações de Hill-Smith apontam para uma possível reconfiguração do seu próprio negócio internacional. Glover afirmou que o Canadá poderá ultrapassar os Estados Unidos dentro de seis meses e tornar-se o terceiro maior mercado do grupo. Fundada em 1849, a Hill-Smith Family Estates detém marcas como Yalumba, Jansz, Pewsey Vale, Oxford Landing e Nautilus, e conta atualmente com a participação da sexta geração da família fundadora na sua gestão.

Apesar da melhoria no Canadá, a empresa está a adotar uma perspetiva mais cautelosa em relação a outro mercado que muitos produtores australianos esperavam que absorvesse o excedente de produção: a China. Glover afirmou que a eliminação das tarifas chinesas sobre o vinho australiano não restabeleceu as condições de

mercado que existiam antes da imposição das restrições. Na sua opinião, a procura chinesa é mais fraca do que no final da década de 2010 e as preferências dos consumidores mudaram o suficiente para tornar improvável um rápido regresso aos volumes anteriores.

Isto significa que o restabelecimento do acesso à China poderá não ser suficiente para resolver as pressões estruturais que afetam o vinho australiano, incluindo o excesso de oferta. Em vez de procurar uma rápida recuperação dos volumes naquele mercado, a Hill-Smith está a concentrar a sua estratégia para a China na Yalumba e no posicionamento premium, em vez de tentar recuperar vendas através de volumes a preços mais baixos.

O contraste entre o Canadá e a China evidencia a natureza desigual do mercado mundial do vinho. No Canadá, as tensões políticas entre dois parceiros comerciais criaram uma oportunidade comercial clara para os concorrentes. Na China, a eliminação formal das barreiras comerciais não restabeleceu automaticamente a procura. Em conjunto, estes dois acontecimentos sugerem que o acesso a um mercado é apenas uma parte da equação. O sentimento dos consumidores, o espaço nas prateleiras, as tendências das categorias e o posicionamento de preços podem ser igualmente importantes.

Glover afirmou também que observa um interesse crescente pelo vinho branco e acredita que os produtores australianos de gama premium ainda têm margem para crescer, se estiverem dispostos a investir a longo prazo. Segundo o responsável, a estrutura familiar da Hill-Smith permite-lhe ter mais paciência do que empresas sujeitas a ciclos de investimento mais curtos, possibilitando decisões com um horizonte mais alargado em matéria de comportamento dos consumidores e sustentabilidade.

As declarações surgem numa altura em que produtores de vinho de vários países tentam adaptar-se a um abrandamento do consumo mundial e à mudança dos hábitos de consumo, sobretudo entre os consumidores mais jovens. Glover afirmou que não encara estas mudanças simplesmente como uma ameaça, mas como uma transformação na forma como os consumidores entram na categoria e no que esperam dela. Defendeu que a qualidade e as ocasiões de consumo estão a tornar-se mais

importantes do que o volume.

Por enquanto, o Canadá parece ser um dos beneficiários mais evidentes para os exportadores australianos. Com as vendas de vinho americano em forte quebra e os sistemas de venda a retalho provinciais ainda marcados pela disputa comercial, os produtores australianos estão a encontrar espaço para crescer num mercado que poderá ganhar um peso maior na sua carteira de exportações do que muitos esperavam ainda há um ano.